



Universidad del Azuay
Departamento de Posgrados
Maestría en Administración de Empresas

Título:

**“Análisis del aporte del comercio justo a las exportaciones,
balanza comercial y el desarrollo de las organizaciones de
pequeños productores en Ecuador”**

Tesis previa a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas (MBA)

Autor:

Marcelo Enrique Cárdenas Muñoz

Director:

Jaime Robles-Pillco

Cuenca – Ecuador 2014.

DEDICATORIA

A mi esposa Sarita, mis hijos Ma. Daniela y Carlos Enrique, por su apoyo de todos los días para hacer realidad mis estudios de profesionalización y el trabajo de investigación.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad de Azuay, a todos los señores profesores de la Maestría en Administración de Empresas versión VIII, a los señores profesores miembros del tribunal de tesis; Econ. MA. Rene Niveló Cabrera y Econ. Xavier Patiño. Un agradecimiento especial al señor Antropólogo Jaime Robles-Pillco por su apoyo profesional en la dirección, asesoramiento y contribución para el desarrollo de la investigación. A los dirigentes y técnicos de las organizaciones de pequeños productores certificadas por *Fairtrade Internacional*, por compartir la información y el conocimiento para realizar esta investigación.

INDICE:

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO	III
RESUMEN	VIII
ABSTRACT.....	IX
1. INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1. MATERIALES Y MÉTODOS	3
1.1. DISEÑO DEL MUESTREO O EXPERIMENTOS Y ANÁLISIS ESTADÍSTICOS	3
1.1.1. <i>Análisis Cuantitativo</i>	3
1.1.2. <i>Análisis Cualitativo</i>	4
CAPÍTULO 2. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
2.1. ¿QUÉ ES FAIRTRADE O COMERCIO JUSTO?.....	6
2.2. INTRODUCCIÓN A FAIRTRADE INTERNACIONAL (FLO)	7
2.2.1. <i>Una red internacional</i>	7
2.2.2. <i>Los criterios</i>	8
2.2.3. <i>Precios Fairtrade</i>	8
2.2.4. <i>La Prima Fairtrade</i>	9
2.2.5. <i>Productos Fairtrade</i>	9
2.2.6. <i>Certificación Fairtrade</i>	9
2.2.7. <i>Inspecciones y auditorías</i>	10
2.3. HISTORIA DE FAIRTRADE	11
2.4. BENEFICIOS DEL COMERCIO JUSTO PARA LAS ORGANIZACIONES	12
2.4.1. <i>Precios Estables</i>	12
2.4.2. <i>Una Prima de Fairtrade</i>	12
2.4.3. <i>Asociación</i>	12
2.4.4. <i>Otorgamiento de poderes a productores y trabajadores</i>	12
2.5. CON FAIRTRADE, TODOS SALEN GANANDO	12
2.5.1. <i>Consumidores</i>	12
2.5.2. <i>Comerciantes/empresas</i>	13
2.5.3. <i>Medioambiente</i>	13
CAPÍTULO 3. RESULTADOS.....	14
3.1. ANÁLISIS DEL COMERCIO JUSTO Y SU APORTE AL DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS.....	14
3.1.1. <i>Organizaciones de productores certificadas en el Ecuador</i>	14
3.1.2. <i>Incremento de Productores Certificados de Comercio Justo en el Ecuador</i>	19
3.1.3. <i>Incremento de áreas de cultivo con certificación Fairtrade orgánica y no orgánica.</i>	23
3.2. ANÁLISIS COMERCIAL.....	26
3.2.1. <i>Incremento de precios de los productos certificados para las organizaciones</i>	28
3.2.2. <i>Incremento de precios de los productos certificados para los productores</i>	30
3.3. ANÁLISIS DE LAS INVERSIONES CON LA PRIMA FAIRTRADE REALIZADA POR LAS ORGANIZACIONES	31

3.3.1. <i>Inversiones del premio Fairtrade realizadas por las organizaciones</i>	33
3.4. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LOS OPERADORES CERTIFICADOS	34
3.4.1. <i>La administración y toma de decisiones</i>	34
3.4.2. <i>Disponibilidad de software para la gestión de las organizaciones</i>	37
3.4.3. <i>Herramientas para la gestión</i>	37
3.4.4. <i>Control financiero</i>	39
3.4.5. <i>Organizaciones con otras certificaciones</i>	39
3.5. APORTE DE LAS EXPORTACIONES DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS A LAS EXPORTACIONES Y BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR.....	41
3.5.1. <i>Volumen de productos exportados Fairtrade y no Fairtrade</i>	41
3.5.2. <i>Valores en miles de dólares de las exportaciones Fairtrade y no Fairtrade</i>	42
3.5.3. <i>Aporte a los volúmenes de exportación del Ecuador con productos Fairtrade de las organizaciones</i>	43
3.5.4. <i>Aporte a la balanza comercial y generación de divisas de las exportaciones con productos Fairtrade de las organizaciones</i>	43
3.6. CASO EMBLEMÁTICO	44
3.7. PROCESO DE CERTIFICACIÓN COMERCIO JUSTO (FLO).....	44
CAPITULO 4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	46
6. RECOMENDACIONES.....	54
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	56
8. ANEXOS	58
ANEXO 1. CASO EMBLEMÁTICO CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE	58
ANEXO 2. GUIA PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL	67
ANEXO 3. PROCESO DE CERTIFICACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES Y EMPRESAS CON TRABAJO CONTRATADO.....	76
ANEXO 4. RESUMEN DE LOS CRITERIOS DE FAIRTRADE INTERNACIONAL.....	81
ANEXO 5. ENCUESTA COMERCIO JUSTO Y ORGANIZACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES	84
ANEXO 6. REGISTRO DE ORGANIZACIONES CERTIFICADAS DENTRO DEL SISTEMA DE FAIRTRADE INTERNACIONAL (FLO)	89

ÍNDICE DE FIGURAS:

FIGURA 1. RED INTERNACIONAL DEL COMERCIO JUSTO	7
FIGURA 2. MAPA DEL ECUADOR, UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS	14
FIGURA 3. TIPO DE ORGANIZACIONES CERTIFICADAS EN EL ECUADOR.	17
FIGURA 4. AÑO DE CERTIFICACIÓN DE ORGANIZACIONES DE ECUADOR.....	17
FIGURA 5. PARTICIPACIÓN EN CARGOS DIRIGENCIALES DE LAS ORGANIZACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES POR GÉNERO	19
FIGURA 6. ÁREA DE DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR TAMAÑO DE LAS FINCAS DE LOS PRODUCTORES CERTIFICADOS.	25
FIGURA 7. VALORES DE LA PRIMA FAIRTRADE RECIBIDA EN DÓLARES POR LAS ORGANIZACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES CERTIFICADAS.....	32
FIGURA 8. INVERSIONES DEL PREMIO FAIRTRADE REALIZADAS POR LAS ORGANIZACIONES	33
FIGURA 9. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN CON QUE CUENTAN LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS	38
FIGURA 10. ORGANIZACIONES CERTIFICADAS QUE CUENTAN CON OTRAS CERTIFICACIONES	41
FIGURA 11. ESQUEMA PARA LA OBTENCIÓN DE LA CERTIFICACIÓN FAIRTRADE.....	45

ÍNDICE DE TABLAS:

TABLA 1. TIPO DE ORGANIZACIONES CERTIFICADAS E INFLUENCIA GEOGRÁFICA	15
TABLA 2. NÚMERO Y PORCENTAJE DE ORGANIZACIONES CERTIFICADAS POR PRODUCTO.....	16
TABLA 3. NÚMERO Y TIPO DE ORGANIZACIONES REGISTRADAS EN LOS DIFERENTES MINISTERIOS COMO ENTIDADES REGULADORAS	18
TABLA 4. FUENTES DE TRABAJO GENERADAS POR LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS	21
TABLA 5. REMUNERACIONES PROMEDIO EN LAS ORGANIZACIONES POR PRODUCTO.....	22
TABLA 6. INCREMENTO ANUAL DEL ÁREA DE PRODUCTOS CERTIFICADOS	23
TABLA 7. SUPERFICIE CULTIVADA CON CERTIFICACIÓN POR TIPO DE PRODUCCIÓN, SEGÚN PRODUCTO. AÑO 2012	25
TABLA 8. VOLÚMENES Y VALORES EXPORTADOS POR LAS ORGANIZACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES, POR AÑO.	26
TABLA 9. EXPORTACIONES POR AÑOS, VOLUMEN Y VALORES, SEGÚN PRODUCTOS	27
TABLA 10. INCREMENTO POR AÑO DE LOS PRECIOS DEL BANANO ORGÁNICO CERTIFICADO SEGÚN TIPO DE MERCADO.....	29
TABLA 11. INCREMENTO POR AÑO DE LOS PRECIOS DEL CACAO ORGÁNICO CERTIFICADO SEGÚN TIPO DE MERCADO.....	29
TABLA 12. INCREMENTO POR AÑO DE LOS PRECIOS DEL CAFÉ ORGÁNICO CERTIFICADO SEGÚN TIPO DE MERCADO.....	30
TABLA 13. INCREMENTO POR AÑO DE LOS PRECIOS AL PRODUCTOR DEL BANANO ORGÁNICO CERTIFICADO SEGÚN TIPO DE MERCADO	30
TABLA 14. INCREMENTO POR AÑO DE LOS PRECIOS AL PRODUCTOR DEL CACAO ORGÁNICO CERTIFICADO SEGÚN TIPO DE MERCADO	31
TABLA 15. INCREMENTO POR AÑO DE LOS PRECIOS AL PRODUCTOR DEL CAFÉ ORGÁNICO CERTIFICADO SEGÚN TIPO DE MERCADO	31
TABLA 16. TOMA DE DECISIONES EN LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS, SEGÚN CARGO Y RESPONSABILIDAD	36
TABLA 17. FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS TOMADORES DE DECISIONES EN LAS ORGANIZACIONES ...	37
TABLA 18. DISPONIBILIDAD DE SOFTWARE CONTABLE PARA LA GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES	37
TABLA 19. VOLUMEN TOTAL DE EXPORTACIONES EN MILES DE TONELADAS, POR AÑO; DEL PAIS Y DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS.....	42
TABLA 20. APORTE DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS EN MILES DE DÓLARES A LAS EXPORTACIONES DEL PAIS, SEGÚN AÑOS.....	42
TABLA 21. APORTE DE LAS ORGANIZACIONES CON PRODUCTOS FAIRTRADE A LAS EXPORTACIONES DEL ECUADOR EN MILES DE TONELADAS, SEGÚN AÑOS	43
TABLA 22. APORTE DE LAS ORGANIZACIONES CON PRODUCTOS CERTIFICADOS EN MILES DE DÓLARES A LAS EXPORTACIONES DEL PAIS.	43

RESUMEN

En Ecuador operan organizaciones de pequeños productores dentro de un sistema de Comercio Justo, sin embargo, la información de este sector es poco analizada y ligeramente sistematizada. Esta limitante no permite conocer su real contribución en las exportaciones y en la balanza comercial del país, evitando entender cómo las organizaciones pueden mejorar su gestión a través del Comercio Justo.

La investigación busca responder a esta problemática mediante la generación y análisis de información del 100% de organizaciones que operaban en este sistema, en el período 2010 - 2012.

Los resultados señalan que, con las ventas realizadas por las organizaciones, existen aportes a los pequeños productores en aspectos organizativos, sociales, comerciales, ambientales; así como un aporte en volúmen y valores a las exportaciones y balanza comercial del país.

Palabras clave: Comercio Justo, Premio Fairtrade, pequeños productores, FLO, FLO_Cert, ISEAL.

ABSTRACT

"Analysis of the contribution of fair trade exports, trade balance and development of organizations of small producers in Ecuador"

Organizations of small producers operate in the Ecuadorian Fairtrade system; however, the information generated from these sectors has hardly been analyzed and systematized. This limitation does not allow knowing their contribution to the exports and trading balance of the country; nor assess how these organizations improve their management. The research seeks to address this problem through the generation and analysis of the information from 100% of the organizations operating under this system in 2010-2012 the period.

The results show that, because of the sales done by the organizations, there are inputs to small producers in organizational, social, commercial and environmental aspects as well as input to exports and trade balance in volume and value.

Keywords: Fair Trade, Fairtrade Award, Small producers, FLO, FLO-Cert, ISEAL.




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

1. INTRODUCCIÓN

El Comercio Justo es una actividad impulsada desde los pequeños productores, sin embargo no se cuenta con datos que visualicen esta dinámica y su aporte. Por un lado, existen ciertas publicaciones a nivel internacional sobre volúmenes comercializados y valores de venta, pero a nivel nacional la información no es específica. Esta situación no permite que los diferentes sectores económicos puedan contar con datos actualizados y consolidados que beneficien su crecimiento. De allí que esta tesis busca generar y proporcionar información sobre el sector, su dinámica y el aporte que brinda a las exportaciones y al desarrollo.

En el Ecuador existen organizaciones de pequeños productores que operan e implementan acciones en el sistema de *Fairtrade Internacional* (Comercio Justo) desde el año 1998. Las acciones desarrolladas dentro de este campo de negocios han generado información con mucha riqueza, la misma que se presenta en los registros y archivos de las organizaciones. Además, las entidades de control y el Estado no cuentan con información sistematizada y específica sobre el trabajo de este sector económico del país.

La falta de especificidad en los registros del Sistema de Aduanas y Estadísticas del Banco Central no permite al sector público, privado, organizaciones de productores, universidades y profesionales, contar con información actualizada y consolidada de las exportaciones realizadas por las organizaciones que venden sus productos en este nicho de mercado.

La temática del *Fairtrade* en el país no es nueva, por esta razón he considerado pertinente presentar los conceptos, principios, beneficios y cobertura geográfica del Sistema Internacional de Comercio Justo, información importante que constituye a la base conceptual de la investigación desarrollada.

El presente estudio pretende superar la falta de información, por esta razón se planteó como objetivo realizar el análisis de la participación de organizaciones de pequeños productores en el sistema *Fairtrade Internacional*, el aporte a las exportaciones y la balanza comercial del Ecuador.

Con la investigación se trata de responder a la hipótesis planteada: La participación de las organizaciones ecuatorianas en el Comercio Justo, que aplican sus normas y estándares, contribuyen a las exportaciones y aportan al desarrollo de las organizaciones de pequeños productores.

La investigación se desarrolló en el Ecuador, en 20 organizaciones de pequeños productores que, según las bases de datos de *Fairtrade Internacional*, representan el 100 % de las entidades que operan en el sistema. Para la investigación se elaboraron instrumentos con el fin de recolectar información sobre aspectos como: los avances de la organización en el número de

productores/as afiliados, superficie en producción certificada, tipo de producción, tamaño promedio de las fincas, fuentes de trabajado generadas, participación de la mujer.

Otros aspectos considerados en la investigación fueron los avances en la organización de productores en temas como: gestión empresarial, evolución de volúmenes comercializados, inversiones y proyectos realizados con el premio *Fairtrade*, las inversiones realizadas por las organizaciones como aporte a la conservación del ambiente y los recursos naturales.

Adicionalmente se analizó el crecimiento del Comercio Justo en el Ecuador y la mejora en gestión de las organizaciones de pequeños productores que operan en este nicho de mercado. El trabajo permitió reportar y analizar las exportaciones de productos al Comercio Justo, provenientes de organizaciones de pequeños productores y su aporte a la balanza comercial del Ecuador.

Complementariamente en los anexos se presenta como caso emblemático el trabajo de la Corporación Fortaleza del Valle, en el que se pueden apreciar los avances de la organización en los aspectos antes mencionados, una guía de procedimientos para que nuevos operadores puedan acceder al sistema de Comercio Justo, una guía para que las organizaciones mejoren sus procedimientos y gestión empresarial.

Con los resultados se espera que otras organizaciones se motiven e incorporen al Comercio Justo. Además, la información sobre el sector; los logros, desafíos y sus aportes a la economía del país, estará a disposición de los diferentes actores presentes en el país, quienes podrán utilizarla para los fines pertinentes:

- Las entidades del Estado como los ministerios, entidades de planificación y promoción de las exportaciones, para definir políticas, estrategias, planes, programas y proyectos para el fomento de la asociatividad y el Comercio Justo en el territorio nacional.
- Los Consejos Provinciales o Gobiernos Autónomos Descentralizados, para promover el desarrollo económico en sus territorios.
- La cooperación nacional e internacional, para la definición de sus planes, programas y proyectos, enfocados en el desarrollo sostenible.
- Las Universidades y centros de estudios que están realizando investigaciones y tienen interés en el Comercio Justo.

CAPÍTULO 1. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se desarrolló en el Ecuador, dentro de las diferentes regiones del territorio nacional:

Región Sierra: En las provincias de Cotopaxi, Chimborazo y Loja

Región Costa: En las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y El Oro.

La investigación consideró las 20 organizaciones de pequeños productores que operan en el sistema de “Comercio Justo” en diferentes rubros: banano, cacao, café, quinua, plantas medicinales y panela granulada. El período de investigación se refiere a los años 2010, 2011 y 2012.

El método utilizado en la investigación fue un método analítico que se sustenta en la práctica y, en consecuencia, se definieron técnicas e instrumentos que respondieron a la hipótesis planteada.

1.1. DISEÑO DEL MUESTREO O EXPERIMENTOS Y ANÁLISIS ESTADÍSTICOS

Con la metodología de trabajo propuesta se establecieron técnicas de análisis cuantitativo y cualitativo.

1.1.1. Análisis Cuantitativo

Durante la investigación se dieron los siguientes pasos:

1. Inventariar las organizaciones que operan en el Comercio Justo, lo cual generó un total de veinte organizaciones que estaban operando o se incorporaron al sistema en los años 2010, 2011 y 2012; se consideró como muestra el 100% de las organizaciones registradas. El conocimiento y cercanía laboral permitió el acceso a la información disponible.

Las organizaciones investigadas fueron: Corporación Fortaleza del Valle, Corporación de Productores Agroecológicos y Frutas Tropicales San Miguel de Brasil, Asociación Cantonal de Productores Agroartesanales y Orgánicos Mundo Nuevo, Asociación Regional de Pequeños Productores Orgánicos Cerro Azul, Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur (FAPECAFES), Asociación de Productores/as Artesanales y Orgánicos Tierra Nueva (APAO), Asociación de Pequeños Productores Bananeros "El Guabo", Asociación Flor de Caña, Federación de Asociaciones Artesanales de Producción Cafetalera Ecológica Manabí (FECAFEM), Corporación de Organizaciones Campesinas de Esmeraldas (COCPE), Corporación de Productores Orgánicos Senda Verde, Asociación de Productores Orgánicos (Agroverde), Asociación de Productores Orgánicos de Vices (APOVINCES), Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador (UNOCACE), Unión Carchense, Federación de Organizaciones Negras y Mestizas

del Sur Occidente de Esmeraldas, Atacames y Muisne (FONMSOEAM), Asociación de Productores Agropecuarios Tierra Fértil, Asociación Agraria Bananera Fincas El Oro.

2. Aplicar encuestas a socios productores, representantes de las organizaciones, miembros de los equipos técnicos. En ocasiones se realizaron encuestas escritas a nivel grupal e individual en forma presencial, en otros casos, las encuestas fueron respondidas por email, complementando la información y aclarando dudas por teléfono.
3. Analizar los cambios en la estructura social. Este paso se enfocó en los socios/as productores/as, el empleo generado por las organizaciones debido a las actividades productivas y comerciales. En el tema de equidad social y género se consideró analizar la participación de las mujeres cabeza de hogar en las actividades productivas, su participación en los cargos directivos y en la toma de decisiones.
4. Estudiar los avances en la organización en los aspectos productivos, la gestión de la organización, evolución de volúmenes y valores generados por la comercialización de los productos exportados, incremento de los precios de los productos certificados para las organizaciones e incremento de precios de productos certificados para los productores.
5. Determinar los programas, proyectos, actividades e inversiones, realizadas por las organizaciones con los recursos provenientes de los ingresos obtenidos del premio *Fairtrade*.
6. Considerar el aporte que hacen las organizaciones certificadas en la conservación del medio ambiente, áreas de cultivo orgánico y no orgánico, o producción convencional.
7. Consolidar la información a nivel de productos y como sector para determinar el aporte a las exportaciones, ingreso de divisas y balanza comercial.

1.1.2. Análisis Cualitativo

Se identificaron actores claves con conocimientos de los procesos de las organizaciones, con quienes se mantuvieron:

1. Entrevistas a profundidad (dirigentes, equipo técnico de las organizaciones).
2. Entrevistas con grupos focales (reuniones con organizaciones).
3. Revisión de información secundaria del sector. La base de nuestras consultas constituyeron la información de las páginas web de *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO), FLO-Cert como la entidad certificadora, información que está disponible y pública.
4. Gracias al trabajo y experiencia en el sector, la vinculación directa por más de cinco años trabajando de cerca con las organizaciones certificadas y sus procesos, permitió con la investigación acceder a información de primera mano como: informes de campo, informes de auditorías, estatutos, reglamentos internos, documentos para su gestión, entre otros.
5. En algunos aspectos del desarrollo de la investigación se hace relación a las políticas públicas a nivel nacional como la Ley de Economía Popular y Solidaria, en otros casos, se

distinguen ciertos acuerdos internacionales de organismos como la Organización Mundial de la Salud, Organización Internacional del Trabajo y *Fairtrade Internacional*.

6. Se profundizó el análisis mediante la presentación del caso emblemático de una organización certificada en base al conocimiento, relación personal y los logros alcanzados, seleccionando a la organización de productores de cacao "Corporación Fortaleza del Valle".
7. Se complementó la investigación con información clave, que sirvió como guía para que otras organizaciones apliquen a la certificación de *Fairtrade Internacional*.
8. Se desarrollo un documento Guia Empresarial, que tiene el propósito de ofrecer lineamientos guía para que las organizaciones las adapten o adopten en el mejoramiento de su gestión empresarial.

1.1.3 Procesamiento de la Información

Con la información recolectada se realizó la tabulación, procesamiento y análisis de los datos en el programa Excel, para posteriormente elaborar las conclusiones, discusión y recomendaciones.

CAPÍTULO 2. REVISIÓN DE LITERATURA

El Comercio Justo es un movimiento con muchos años de trabajo en el mundo, en el caso ecuatoriano se ha comenzado a identificar como un sector con presencia en la economía nacional. Los diferentes sectores públicos y privados recientemente han comenzado a interesarse por esta alternativa comercial que pretende presentar una alternativa ante los términos de intercambio del comercio mundial para favorecer a los pequeños productores y trabajadores, por esta razón es necesario entender los conceptos y beneficios del Comercio Justo.

2.1. ¿QUÉ ES FAIRTRADE O COMERCIO JUSTO?

Las palabras *Fair Trade* traducidas al español significan “comercio justo”. Es necesario señalar que en la presente investigación se van a utilizar estos dos conceptos de manera indistinta; la definición más aceptada a nivel mundial es la aportada por *FAIR TRADE FEDERATION* o conocida como FINE, que es una asociación no oficial de cuatro de las principales redes de Comercio Justo (Organización Internacional del Sello de Fairtrade - FLO, la Organización Mundial de Comercio Justo- WFTO, la Red Europea de Tiendas del Mundo y la Asociación Europea de Comercio Justo).

“El Fair Trade es una asociación comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los productores y trabajadores marginados, especialmente en el sur”.

Las organizaciones de *Fairtrade* apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en respaldar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas por el cambio en las normas y las prácticas del comercio internacional convencional.

¹El objetivo estratégico del *Fairtrade* es:

- Trabajar expresamente con productores y trabajadores marginados con el fin de ayudarles a pasar de una posición de vulnerabilidad a una posición segura y de auto-suficiencia económica.
- Dotar de poder a los productores y a los trabajadores convirtiéndose en propietarios en el seno de sus organizaciones.
- Desempeñar activamente un papel más amplio en el ámbito mundial para lograr mayor equidad en el comercio internacional.

¹ Los objetivos citados se consultaron en la página web de la Federación Fairtrade <http://www.fairtradefederation.org/what-is-fair-trade/>

2.2. INTRODUCCIÓN A FAIRTRADE INTERNACIONAL (FLO)

Según la página web oficial de *Fairtrade Internacional* “el Comercio Justo, representa una alternativa al comercio convencional y se basa en la cooperación entre productores y consumidores. *Fairtrade* ofrece a los productores un trato más justo y condiciones comerciales más provechosas. Esto les permite mejorar sus condiciones de vida y hacer planes de futuro. Para los consumidores, *Fairtrade* es una manera eficaz de reducir la pobreza a través de sus compras diarias.”

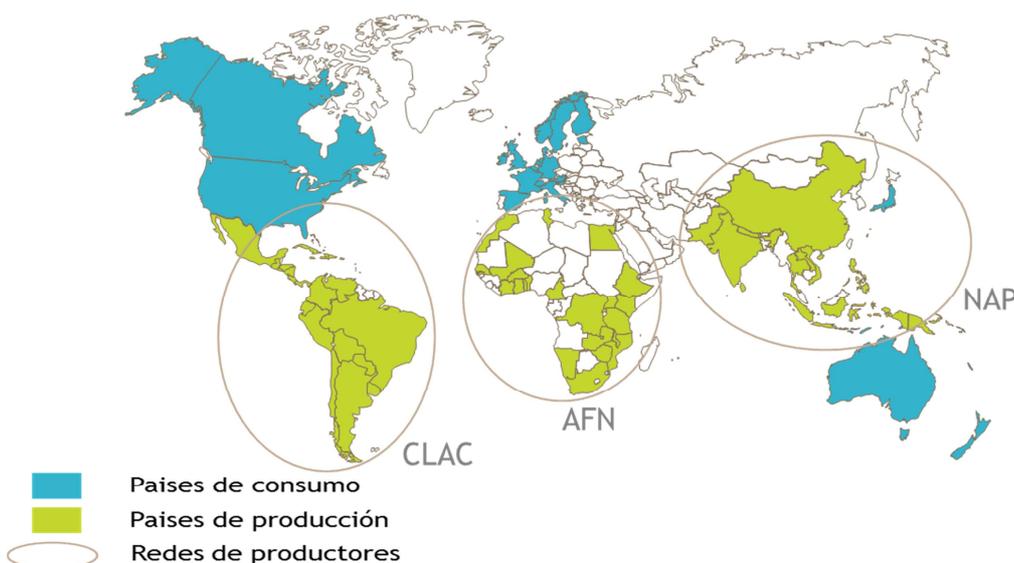
Cuando un producto lleva el Sello de Certificación de Comercio Justo *FAIRTRADE*, significa que los productores y comerciantes han cumplido con los criterios de *Fairtrade*. Los criterios están destinados a corregir el desequilibrio de poder en las relaciones comerciales, la inestabilidad de los mercados y las injusticias del comercio convencional.

Para los productores, *Fairtrade* significa precios que intentan cubrir los costos de producción sostenible. También significa una Prima *Fairtrade*, acceso al crédito, relaciones comerciales de larga duración, y en el caso de trabajadores contratados, condiciones de trabajo decentes.

2.2.1. Una red internacional

Fairtrade en su página web muestra que es una red internacional, en la que participan los productores con su trabajo y los consumidores reconociendo estos esfuerzos (Figura 1). Además se presenta el fortalecimiento y participación de las organizaciones con la constitución de las redes a nivel continental, e integradas en la estructura del sistema.

FIGURA 1. RED INTERNACIONAL DEL COMERCIO JUSTO



FUENTE. Página Web de Fairtrade Labelling International Organizations, publicada en el año 2013

- 1.5 millones de productores y trabajadores se benefician directamente del Sello.
- Indirectamente, 7 millones de personas mejoran su situación.
- 820 organizaciones de productores certificados en 70 países y en 3 continentes.
- 3 redes de productores participan a las decisiones estratégicas del Sello International FAIRTRADE.

2.2.2. Los criterios

Hay dos conjuntos de criterios *Fairtrade* que reconocen los diferentes tipos de productores desfavorecidos. El primer conjunto de criterios se aplica a los pequeños productores asociados a cooperativas u otras organizaciones con una estructura democrática.

El segundo se aplica a los trabajadores, cuyos empleadores pagan salarios decentes, garantizan el derecho a afiliarse a sindicatos, garantizan el cumplimiento de las normas de salud y seguridad, y proporcionan una vivienda adecuada cuando proceda.

La aplicación de las normas *Fairtrade* están establecidas en los criterios técnicos de cumplimiento y, el tema de la vivienda, procede en la producción de Flores para trabajo contratado, textualmente manifiestan lo siguiente: “*Los trabajadores, tienen acceso a una vivienda o a los medios de transporte de forma gratuita, si no se dispone de viviendas suficientes o con una calidad adecuada. La vivienda que se facilita es adecuada con respecto a la privacidad, los servicios básicos como agua potable, alcantarillado, carreteras de acceso y, si está localmente disponible, electricidad*” (FLO-CERT, 2014).

Complementariamente, los criterios *Fairtrade* también abarcan las condiciones comerciales. La mayoría de los productos tienen un precio justo, que es el mínimo que debe pagarse a los productores. Además, los productores reciben una cantidad de dinero adicional, la prima de Comercio Justo *Fairtrade*, para invertir en el desarrollo de sus comunidades.

2.2.3. Precios *Fairtrade*

El precio mínimo por los productos que reciben los productores *Fairtrade* está determinado por los criterios *Fairtrade*. La mayoría de los productos certificados *Fairtrade* tienen fijado un precio mínimo. Este precio intenta garantizar que los productores puedan cubrir sus costos medios de producción sostenible, actuando como una red de seguridad para los productores en el momento en que los precios del mercado mundial sean inferiores a un nivel sostenible. Sin este mecanismo, los agricultores están completamente a merced del mercado.

Cuando el precio del mercado es superior al mínimo de Comercio Justo *Fairtrade*, el comprador debe pagar el precio más alto. Los productores y los comerciantes también pueden negociar precios más altos sobre la base de la calidad y otros atributos.

2.2.4. La Prima *Fairtrade*

Además del precio *Fairtrade*, hay una suma de dinero adicional que se encuentra en el rango del 8 al 10% del valor del producto, llamada Prima de Comercio Justo *Fairtrade*. Este dinero va a un fondo comunal para los trabajadores y los productores con la finalidad de ser utilizado para mejorar la situación social, económica y las condiciones ambientales de la comunidad.

El uso de este dinero adicional se decide democráticamente por los productores en el seno de la organización de pequeños agricultores, o en su caso, por los trabajadores en una plantación. La Prima se invierte en proyectos educativos y sanitarios, en mejoras agrícolas para aumentar el rendimiento y la calidad, o en instalaciones de procesamiento para aumentar los ingresos.

Puesto que muchos de los proyectos financiados por la Prima son de carácter comunitario, la comunidad en general, fuera de la organización de productores, también recibe los beneficios del Comercio Justo *Fairtrade*. Las comunidades que reciben los beneficios, son en las cuales habitan los productores o trabajadores.

Los proyectos se implementan en base a un diagnóstico de necesidades elaborado de forma participativa, de allí que los proyectos priorizan aportar en la dotación de servicios básicos referentes a educación (aulas, escuelas), salud (centros de salud, equipamiento, atención primaria en salud, odontología, oftalmología, etc), vialidad (arreglo de vías, puentes, caminos), servicios sociales (sistemas de agua potable, letrización, casas comunales, centros geriátricos, orfanatorios), infraestructura productiva (centros de acopio, procesamiento y transformación, entre otros).

2.2.5. Productos *Fairtrade*

En la actualidad hay miles de productos que llevan el Sello de Certificación de Comercio Justo *FAIRTRADE*. Existen criterios *Fairtrade* para productos alimenticios que abarcan desde el té y el café, a la fruta fresca y frutos secos. Existen también criterios para los productos no alimenticios, como flores y plantas, balones deportivos y semillas de algodón.

2.2.6. Certificación *Fairtrade*

El Sellado *Fairtrade* opera un sistema de certificación independiente, transparente y consistente a nivel global que sigue las normas de ISO 65.

La certificación *FAIRTRADE* se lleva a cabo por una empresa denominada FLO-CERT. FLO-CERT verifica el cumplimiento de los criterios *Fairtrade* para garantizar que las normas sociales y ambientales se efectúen, y que los productores reciban los precios y la Prima *Fairtrade*.

Los auditores de FLO-CERT están altamente calificados, por lo general tienen sede en los países y regiones donde trabajan, así también están familiarizados con las culturas, idiomas y

sistemas jurídicos locales. Todos los auditores deben pasar un examen para comprobar sus conocimientos y reciben una formación anual.

Los consumidores pueden estar seguros de que el Sello de Certificación de Comercio Justo *FAIRTRADE* sólo se utiliza en productos que proceden de organizaciones con certificados *Fairtrade* donde los comerciantes cumplen con las obligaciones establecidas por estas normas.

2.2.7. Inspecciones y auditorías

Ninguna organización de productores puede ser certificada sin una primera inspección sobre el terreno. Muchas organizaciones de productores son grandes, con cientos y a veces miles de miembros, esto hace imposible para el auditor visitar la parcela de cada uno de los miembros, por lo que FLO-CERT opera un modelo de "certificación en grupo", el cual incluye la auditoría de la propia organización de productores, así como controles aleatorios de una muestra representativa de los productores individuales.

Una auditoría *Fairtrade* puede durar cuatro días para una pequeña organización de productores y hasta seis o siete semanas para las cooperativas más grandes. El tiempo que un auditor pasa en el terreno depende del tamaño de la organización, su complejidad y el número de productos certificados *Fairtrade* que la organización pretende vender.

El coste de la auditoría depende del número de días de trabajo necesarios para inspeccionar la organización de productores, el pago inicial varía de las condiciones económicas de la organización; en ciertos casos paga en su totalidad la propia organización, aportes de la cooperación, apoyo de entidades del estado, el fondo de certificación de *Fairtrade Internacional* y, en ocasiones, la combinación de las anteriormente anotadas.

Después de una auditoría, un informe es enviado a FLO-CERT para la evaluación. La decisión acerca de la certificación es tomada por un certificador especializado, supervisado a su vez por un comité de certificación independiente.

Después de recibir la certificación Comercio Justo *Fairtrade*, las organizaciones de productores son inspeccionadas anualmente en el sitio de su ubicación. En algunas circunstancias, donde las organizaciones han mostrado un cumplimiento excelente durante muchos años, pueden calificar para una 'inspección de escritorio' como parte de un ciclo de inspección de tres años.

Acreditación ISO 65

FLO-CERT tiene acreditación ISO 65. ISO 65, que es la normativa para los organismos de certificación que trabajan con sistemas de certificación de productos más aceptada internacionalmente. FLO-CERT sigue esta normativa en todas sus gestiones de certificación.

Esto garantiza:

- la puesta en práctica de un sistema de control de calidad
- procedimientos transparentes
- la toma de decisiones independiente

FLO-CERT es inspeccionado por el organismo independiente ISEAL, que asegura el cumplimiento de las normas ISO 65.

2.3. HISTORIA DE FAIRTRADE

A continuación se da cuenta de una breve cronología de *Fairtrade* y *Fairtrade Labelling Organizations International* - FLO, que es presentada en la página web de *Fairtrade International* con las fechas claves que marcaron su historia.

1988.- La agencia de ayuda al desarrollo holandesa “Solidaridad” creó el primer sello de Comercio Justo, Max Havelaar. Se puso a la venta el primer café de Comercio Justo procedente de México en supermercados holandeses. El sello se bautizó como Max Havelaar en honor al protagonista de una novela que luchó contra la explotación de caficultores javaneses por mercaderes colonos de Holanda.

Finales de los 80/principios de los 90.- La iniciativa Max Havelaar ganó popularidad y en cuestión de años surgieron iniciativas similares de sellos de garantía a lo largo de Europa y Norte América: Max Havelaar (en Bélgica, Suiza, Dinamarca, Noruega y Francia), Transfair (en Alemania, Austria, Luxemburgo, Italia, Estados Unidos, Canadá y Japón), el Sello Fairtrade en el Reino Unido e Irlanda, Rättvisemärkt en Suecia y Reilu Kauppa en Finlandia.

1997.- En 1997 estas organizaciones crearon *Fairtrade Labelling Organizations Internacional* (FLO), con base en Bonn, Alemania. El objetivo de FLO era unir a las diferentes iniciativas bajo una organización paraguas y armonizar los criterios y el proceso de certificación *Fairtrade*.

2002.- En 2002, FLO lanzó un nuevo Sello de Certificación Internacional de Comercio Justo **FAIRTRADE** (Internacional Fairtrade Certification Mark). Los objetivos del lanzamiento eran mejorar la visibilidad del sello en los estantes de los supermercados, facilitar el comercio internacional y simplificar los procedimientos de exportación para los productores y exportadores.

2004.- FLO se divide en dos organizaciones independientes: FLO, que establece los criterios de Comercio Justo *Fairtrade* y proporciona apoyo a los productores, y FLO-CERT como organismo independiente, es la instancia especializada que inspecciona y certifica las organizaciones de productores y hace la auditoría de los comerciantes.

2007.- Los productores entran a formar parte de la Junta Directiva de FLO. FLO es reconocida por ISEAL, (ISEAL es la institución líder a nivel mundial en cuanto a la definición y comunicación de lo que se consideran buenas prácticas en estándares de sostenibilidad),

como una de las siete organizaciones que han alcanzado los más altos criterios para la definición del comercio ético. Las ventas mundiales de productos *Fairtrade* aumentaron un 47%.

2.4. BENEFICIOS DEL COMERCIO JUSTO PARA LAS ORGANIZACIONES

Fairtrade Internacional en su página Web presenta los beneficios que ofrece el sistema para los productores. *Fairtrade* es único y ofrece cuatro importantes beneficios.

2.4.1. Precios Estables

Para la mayoría de los productos, los precios cubren los costes de producción sostenible, incluso cuando caen los precios en el mercado mundial.

2.4.2. Una Prima de *Fairtrade*

La Prima ayuda a los productores a mejorar su calidad de vida. Es el valor adicional al precio que se recibe por las ventas de un producto con el sello *Fairtrade*, este adicional proviene de los consumidores de los productos *Fairtrade*, estos dineros llegan a los productores mediante el importador y/o exportador. Los productores tienen que decidir democráticamente cómo invertir estos recursos. FLO, ofrece un documento con las orientaciones para la implementación de los proyectos con el premio.

2.4.3. Asociación

Los productores participan en la toma de decisiones que afectan su futuro. Los productores certificados *Fairtrade* conjuntamente poseen y administran FLO. A través de la Junta Directiva de FLO, sus comités y procesos de consulta, los productores pueden influir en los precios, las primas, las normas y la estrategia global.

2.4.4. Otorgamiento de poderes a productores y trabajadores

Este es un objetivo de *Fairtrade*. Los grupos de pequeños productores deben tener una estructura democrática y transparente, a fin de ser certificados. Los trabajadores deben tener la posibilidad de presentar representantes en un comité que decide sobre el uso de la Prima *Fairtrade*. Ambos grupos cuentan con el apoyo de FLO para desarrollar sus capacidades en estos ámbitos.

2.5. CON FAIRTRADE, TODOS SALEN GANANDO

En el sistema, hay otros actores que se benefician del trabajo de los pequeños productores y trabajadores certificados:

2.5.1. Consumidores

Los consumidores pueden comprar productos conforme a sus valores y principios. Se puede elegir entre una gama cada vez mayor de productos. Al comprar productos *Fairtrade*, los consumidores apoyan a productores que luchan para mejorar sus vidas.

2.5.2. Comerciantes/empresas

Desde su creación en 2002, el Sello de Certificación de Comercio Justo *FAIRTRADE* se ha convertido en el sello social y de desarrollo más reconocido en el mundo. *Fairtrade* ofrece a las empresas un sistema creíble que garantiza que sus actividades comerciales tienen un impacto positivo para aquellos al final de la cadena comercial.

2.5.3. Medio Ambiente

El Comercio Justo *Fairtrade* incentiva y alienta a la agricultura y las prácticas de producción que sean ambientalmente sostenibles. También se ofrecen incentivos a los productores para que alcancen la certificación orgánica. Los productores deben:

- Proteger el medio ambiente en el que trabajan y viven. Esto incluye las áreas de aguas naturales, bosques vírgenes y otras áreas de interés. También deben ocuparse de los problemas relacionados con la erosión y la gestión de los residuos.
- Elaborar, ejecutar y supervisar un plan de operaciones sobre sus técnicas agrícolas. Este plan debe reflejar un equilibrio entre la protección del ambiente y los buenos resultados de negocio.
- Seguir las normas nacionales e internacionales para la manipulación de productos químicos. Hay una lista de productos químicos que no deben utilizarse.
- No utilizar de manera intencionada productos que incluyen organismos genéticamente modificados (OGM).
- Averiguar qué efectos tienen sus actividades sobre el medio ambiente. A continuación, deben elaborar un plan de cómo se pueden disminuir los impactos y mantener control de que este plan se lleve a cabo.

CAPÍTULO 3. RESULTADOS

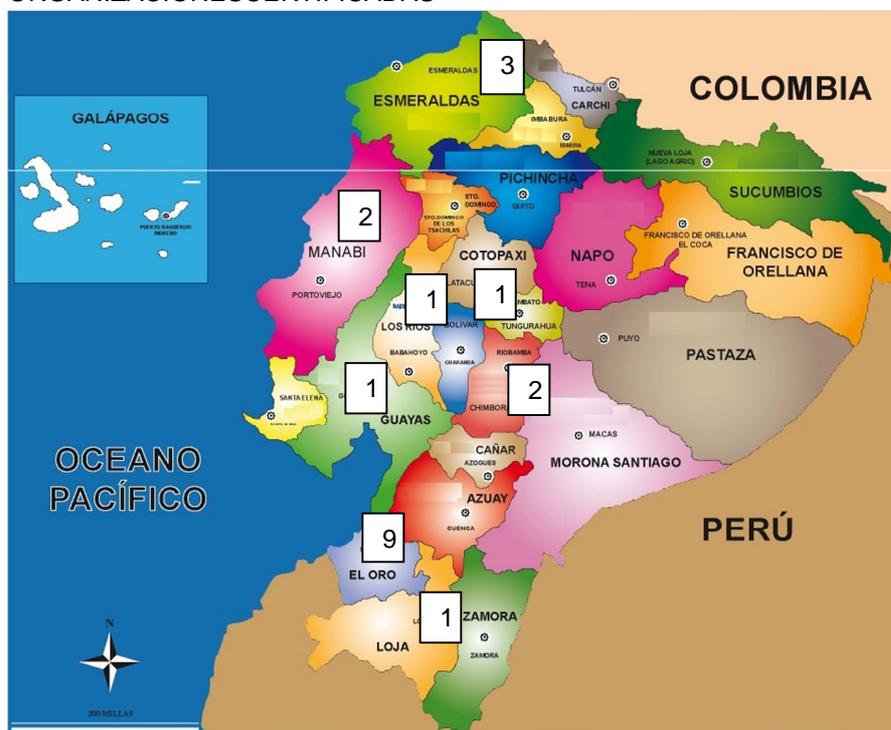
3.1. ANÁLISIS DEL COMERCIO JUSTO Y SU APOORTE AL DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS.

3.1.1. Organizaciones de productores certificadas en el Ecuador

Las organizaciones que operan en el sistema *Fairtrade Internacional* se han ubicado en su mayoría en las provincias de la región costa o litoral, su actividad se ha enfocado en los productos tradicionales:

- Banano: 9 organizaciones ubicadas en la provincia de El Oro.
- Cacao: 6 organizaciones, 2 ubicadas en la provincia de Esmeraldas, 1 en Los Ríos, 1 en El Guayas, 1 en El Oro (tiene banano) y 1 en Manabí.
- Café: 2 organizaciones, 1 ubicada en Manabí y 1 en Loja.
- Productos no tradicionales: 3 Organizaciones, 1 plantas medicinales y 1 de quinua localizadas en Chimborazo, 1 de panela granulada en Cotopaxi.

FIGURA 2. MAPA DEL ECUADOR, UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.1.1.1. Provincias e influencia de organizaciones certificadas

En cuanto a la presencia e influencia geográfica de las organizaciones, en la Tabla 1. podemos observar que 9 organizaciones de primer grado tienen presencia en una sola provincia y 2 organizaciones tienen como estrategia trabajar con productores ubicados en dos y tres provincias.

En el caso de las organizaciones de segundo grado, 5 trabajan en una sola provincia y 2 tienen acciones productivas y comerciales en tres provincias o más.

TABLA 1. TIPO DE ORGANIZACIONES CERTIFICADAS DEL ECUADOR E INFLUENCIA GEOGRÁFICA

TIPO DE ORGANIZACIÓN	UNA PROVINCIA	DOS PROVINCIAS	TRES PROVINCIAS O +
PRIMER GRADO	9	2	2
SEGUNDO GRADO	5	0	2

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.1.1.2. Número de organizaciones certificadas por producto

Al analizar el número de operadores certificados por producto, predomina el banano con el 45,00 %, este producto es considerado el más dinámico del sistema, los costos de producción y establecimiento de precio mínimo por caja son revisados anualmente y la comercialización se realiza durante todo el año.

Proporcionalmente le sigue el cacao con un 30,00 %, Ecuador es el primer exportador de cacao fino de aroma, los diferenciales que obtienen frente a los precios de la bolsa las organizaciones certificadas motivan su participación y por eso se ubica en segundo lugar.

Bajo este orden le sigue el café con una participación del 10,00 %, este rubro tiene una dinámica diferente, la estrategia comercial de las organizaciones se ha orientado a los cafés especiales y también obtienen buenos precios por esta característica.

Las organizaciones que cultivan y comercializan productos no tradicionales, como quinua, plantas medicinales, panela granulada participan cada uno con una organización que representa el 5,00 % de las organizaciones certificadas respectivamente. Ver tabla No. 2.

TABLA 2. NÚMERO Y PORCENTAJE DE ORGANIZACIONES CERTIFICADAS POR PRODUCTO

ORGANIZACIONES CERTIFICADAS POR PRODUCTO		
PRODUCTO	Nº	%
BANANO	9	45,00
CACAO	6	30,00
CAFÉ	2	10,00
QUINOA	1	5,00
PLANTAS MEDICINALES	1	5,00
PANELA GRANULADA	1	5,00
TOTAL	20	100,00

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.1.1.3. Tipo de organizaciones certificadas

Según los Criterios de Comercio Justo *Fairtrade* para Organizaciones de Pequeños Productores, desde mayo 2011 se establecen los conceptos del tipo de organizaciones certificadas.

Una organización de productores de **primer grado** es una organización de pequeños productores cuyos miembros legales son, única y exclusivamente, pequeños productores de forma individual.

Una organización de productores de **segundo grado** es una organización de pequeños productores cuyos miembros legales son, única y exclusivamente, productores afiliados a organizaciones de primer grado.

Una organización de productores de **tercer grado** es una organización de pequeños productores cuyos miembros legales son, única y exclusivamente, productores afiliados a organizaciones de segundo grado.

En el figura 3, se registra la presencia de 16 organizaciones de primer grado; de los cuales 9 corresponden a banano, 2 a cacao, 1 a quinua, plantas medicinales y panela granulada.

Organizaciones de segundo grado se presentan 4 en cacao y 2 en café, estas seis organizaciones representan al sector asociativo que podrían considerarse entre las más grandes que operan en el país.

En el Ecuador no existen organizaciones certificadas de tercer grado.

FIGURA 3. TIPO DE ORGANIZACIONES CERTIFICADAS EN EL ECUADOR.

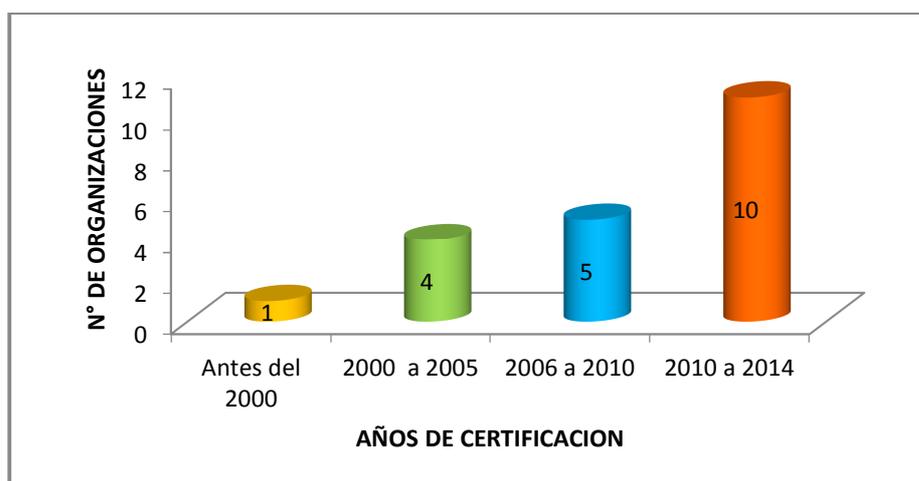


Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.1.1.4. Año de obtención de la certificación y participación en el sistema *Fairtrade*

En base al trabajo de investigación, en la figura 4. podemos observar que en los actuales momentos opera 1 organización con más de 15 años en el sistema de Comercio Justo; luego tenemos un segundo grupo de 4 organizaciones que operan entre 10 a 14 años; a continuación 5 organizaciones certificadas en el rango de los 4 a 8 años; finalmente, 10 operadores se han certificado en los últimos cuatro años.

FIGURA 4. AÑO DE CERTIFICACIÓN DE ORGANIZACIONES DE ECUADOR



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.1.1.5. Estatus legal de las organizaciones

Las organizaciones certificadas están registradas en diferentes Ministerios, siendo una condición básica para obtener la certificación; los operadores tienen que cumplir con la legislación de los países donde están domiciliados:

- 10 organizaciones de primer grado y 1 de segundo grado están registradas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).
- 4 de primer grado y 1 de segundo grado registradas en el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP).
- 2 de segundo grado registradas en el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO).
- 2 de segundo grado registradas en el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).

Las organizaciones de segundo grado enfrentan un vacío legal por cuanto no existe la claridad de las entidades estatales sobre la responsabilidad para su registro. Actualmente la Asamblea Nacional y el Gobierno Nacional han emitido la LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO, publicada en el Registro Oficial 444 de 10-may-2011, con el respectivo REGLAMENTO A LA LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, aprobado con el Decreto No.1061 y publicado en el Registro Oficial Suplemento 648 del 27 de febrero de 2012. Este reglamento define con claridad los pasos de legalización de organizaciones de primer grado del sector asociativo, no así con las organizaciones de segundo grado; por lo que no han podido realizar el cambio de sus estatutos, reglamentos, actualización de directivas y el registro actualizado de sus socios, entonces las organizaciones han concurrido a registrarse a la SEPS y los diferentes Ministerios para cumplir con este requisito sin encontrar respuesta legal.

TABLA 3. NÚMERO Y TIPO DE ORGANIZACIONES REGISTRADAS EN LOS DIFERENTES MINISTERIOS COMO ENTIDADES REGULADORAS

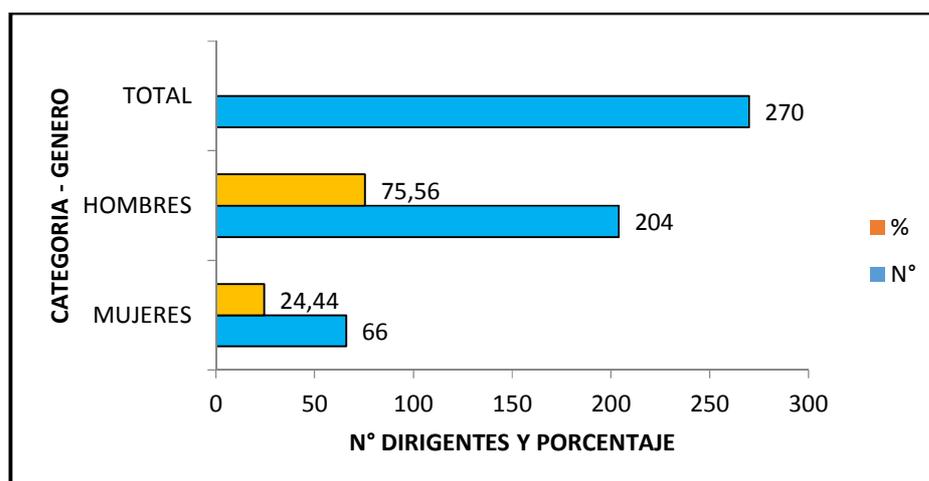
ENTIDAD REGULADORA	TIPO DE ORGANIZACIÓN	Nº	OBSERVACIÓN
Superintendencia de Economía Popular y Solidaria	Primer Grado	10	
	Segundo grado	1	Las bases con registro en la SEPS
Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP)	Primer Grado	4	
	Segundo grado	1	Las bases con registro en la SEPS
Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)	Segundo grado	2	Las bases con registro en la SEPS
Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)	Segundo grado	2	Las bases con registro en la SEPS

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.1.1.6. Participación en cargos directivos por género

De los 270 cargos para directivos en el año 2012, 66 cargos han sido asumidos por mujeres, lo que representa un 24 % de los cargos directivos, según se puede ver en la figura 5.

FIGURA 5. PARTICIPACIÓN EN CARGOS DIRECTIVOS DE LAS ORGANIZACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES POR GÉNERO

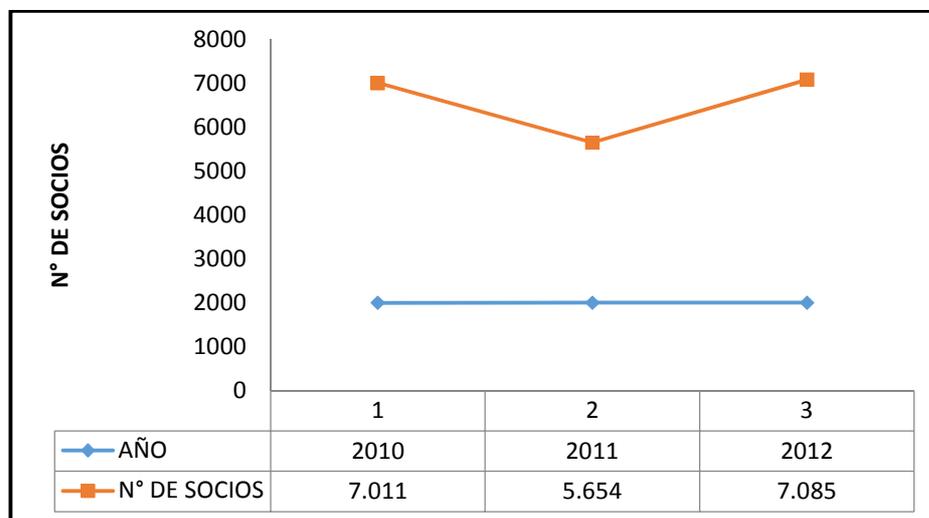


Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.1.2. Incremento de Productores Certificados de Comercio Justo en el Ecuador

Al analizar el incremento de productores certificados notamos un comportamiento negativo, en el año 2011 se registran 1.357 productores menos respecto al año 2010, disminución que representa un 19%. La causa para esta disminución de beneficiarios se debe a la decertificación voluntaria de la UNOCACE, motivada por el requerimiento de su principal comprador de cacao, una empresa francesa que no pudo concretar un negocio en Europa que condicionaba la actividad comercial de la organización mediante un contrato de exclusividad que contradice las normas comerciales de *Fairtrade*. Esta situación difiere en el año 2012 donde se presenta un incremento de 1.431 productores certificados, lo que porcentualmente corresponde al 25,31%, esta situación se aduce al retorno de la organización UNOCACE al sistema y al incremento de nuevos operadores certificados. Ver figura 6.

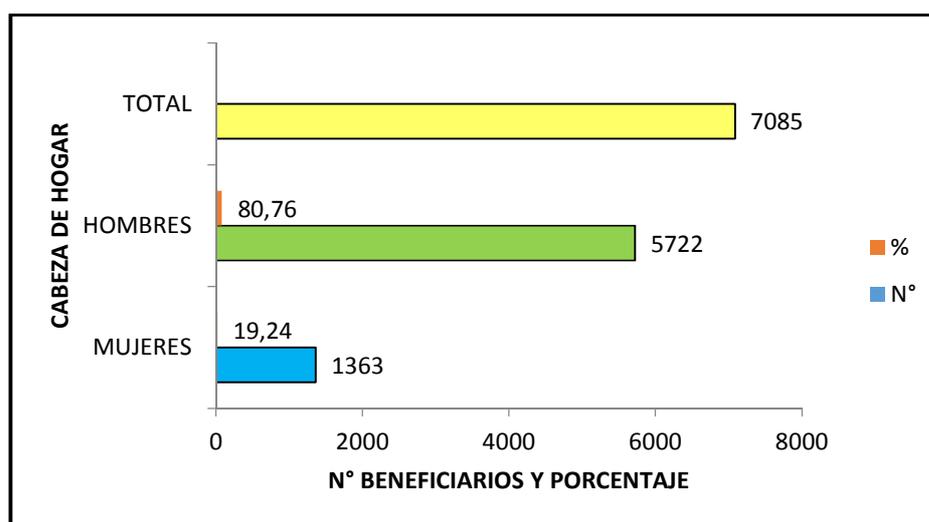
FIGURA 6. INCREMENTO ANUAL DE PRODUCTORES CERTIFICADOS DE COMERCIO JUSTO DE ECUADOR



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

En base a las encuestas aplicadas a las 20 organizaciones que son el sustento del estudio, la población beneficiaria del sistema de Comercio Justo en forma directa son 7.085 familias de pequeños productores, de las cuales 1.363 (19,24%) familias están representadas por mujeres como cabeza de hogar y 5.722 son hombres, lo cual representa el 80,76% del total.

FIGURA 7. FAMILIAS BENEFICIARIAS DE FAIRTRADE REGISTRADAS POR GÉNERO COMO CABEZA DE HOGAR AÑO 2012



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.1.2.1. Generación de fuentes de trabajo

Las actividades productivas orientadas a los mercados de exportación no solo generan beneficios para los productores organizados, también aportan al incremento de empleo y trabajo, por lo tanto se constituye en factores que dinamizan la economía en sus zonas de influencia. En el año 2012 han contratado 376 personas, entre empleados y trabajadores, de los cuales 201 son permanentes y 175 son temporales. Al considerar el sexo de las personas, 123 corresponden al sexo femenino y 253 al masculino. Ver tabla 4.

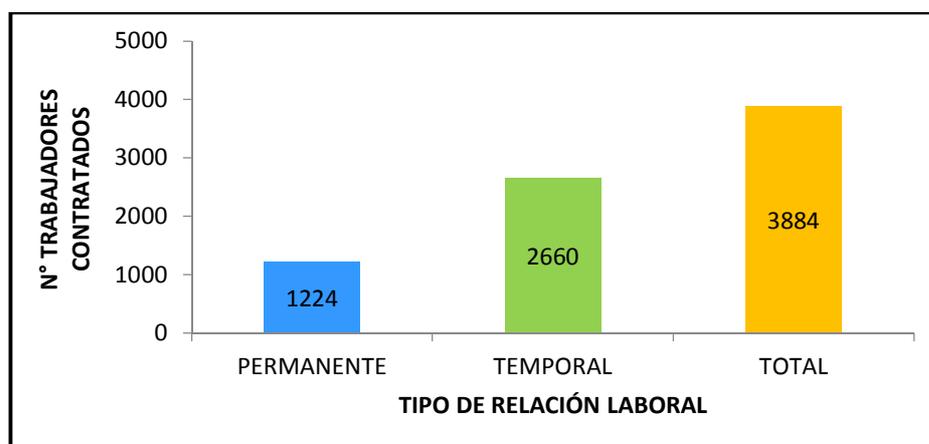
TABLA 4. FUENTES DE TRABAJO GENERADAS POR LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS

FUENTES DE TRABAJO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
PERMANENTE	101	100	201
TEMPORAL	152	23	175
TOTAL	253	123	376

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

En lo referente a los productores, también se contratan a personas en, forma permanente y temporal, para el manejo de las fincas y el procesamiento de los productos para exportar, situación que se pudo observar sobre todo en el caso de los socios productores de banano. En este caso, las organizaciones no cuentan con registros por sexo, por otro lado, la rotación de los trabajadores es alta, en ocasiones cada semana contratan trabajadores nuevos o cuadrilleros para el procesamiento del banano de exportación. Los productores contratan en forma permanente 1.224 trabajadores y en forma temporal 2.660 trabajadores/as, sobre todo para las labores de poscosecha. Ver figura 8.

FIGURA 8. GENERACIÓN DE FUENTES DE TRABAJO CONTRATADOS DIRECTAMENTE POR LOS PRODUCTORES



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

Como complemento, se presentan datos relevantes sobre las remuneraciones de empleados y trabajadores de las organizaciones certificadas, información que constituye una muestra de los tres principales productos certificados (banano, cacao y café); la escala salarial que han implementado los operadores en el sistema *Fairtrade* está relacionada directamente con los siguientes factores:

- Cada uno de los productos tiene su propia dinámica
- El sector banano demanda más fuentes de trabajo, es un trabajo especializado y requiere mano de obra externa
- Los sueldos y jornales son mayores en el sector banano debido a la carga de trabajo que tiene durante las 52 semanas del año, en comparación con los otros productos en los que la cosecha y poscosecha son estacionales.
- En cacao - café el trabajo lo realiza el productor y su familia.
- El salario del trabajador de campo es mejor pagado que en otras actividades
- Las remuneraciones varían en función del volúmen de comercialización y número de productores.

A continuación se presenta los valores correspondientes a las remuneraciones promedio en las organizaciones por producto: banano, cacao, café.

TABLA 5. REMUNERACIONES PROMEDIO EN LAS ORGANIZACIONES POR PRODUCTO

CARGO	BANANO	CACAO	CAFÉ
Gerente	2.862,30	2.166,60	866,67
Asistente de gerencia		519,98	
Administrador	3.635,20		
Contador/a	1.380,91	929,47	812,50
Aux. contable	672,42		
Asistente general			347,45
Resp. Exportación	871,72		
Tecn. Calidad	871,72	630,75	
Tecn. Certificación	1.058,87		
Tecn. Fitosanitario	1.058,87		
Inspector Control Interno		1.029,57	
Secretaria		857,97	
Asistente de secretaría		410,00	
Encargado planta de Acopio		1.033,10	920,00
Operador Centro acopio		820,89	345,67
Guardia de acopio central		467,99	
Guardia de acopio base		467,99	
Limpieza	504,96		
Recepcionista	504,96		
Mensajero	504,96		

CARGO	BANANO	CACAO	CAFÉ
Bodeguero	930,05		
Chofer		886,83	
Custodio de embarque		629,19	
Trab. Permanente/semana	120,00		
Trab. Event./día	21,00		
Embalador/día	25		
Trabajador Empaque/día	20		
Secretario (dirigente)		569,36	
Paletizado /caja	0,11		
Consolidación contenedor/caja	0,055		
REMUNERACION ORG BASE			
Adm. Org, Prim. Grado	608,01		
Presidente	414,78		
Secretaria	608,01		
Contadora	659,54		
Coordinadora Proyectos	620,89		

Fuente: Consulta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Julio 2014

3.1.3. Incremento de áreas de cultivo con certificación *Fairtrade* orgánica y no orgánica

El incremento del área certificada tiene un comportamiento anormal debido a que, en el año 2010, se registraron 25.865 hectáreas certificadas y en el 2011, llegó a 11.595,90 hectáreas, provocando una disminución del 55,17%, situación que se aduce a la renuncia voluntaria del sistema de la UNOCACE (Unión de Organizaciones Cacaoteras del Ecuador) quien aportaba con 13.580 hectáreas, renuncia que fue explicada en el punto de 3.1.2. en referencia al Incremento de Productores Certificados de Comercio Justo en el Ecuador.

En el año 2012 se registraron 27.004,16 hectáreas, lo que significó un incremento del 132% en relación al año 2011; el motivo del incremento fue gracias al retorno de la organización antes mencionada, la incorporación de nuevos actores al sistema e incremento de las áreas por los operadores. Ver tabla 6.

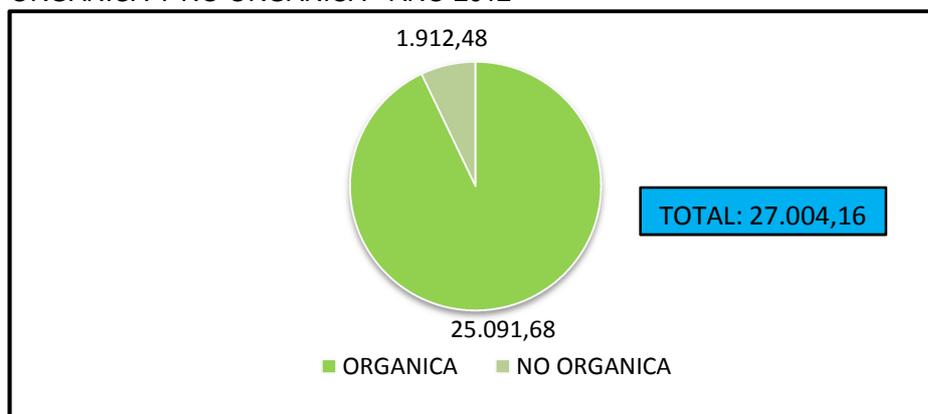
TABLA 6. INCREMENTO ANUAL DEL ÁREA DE PRODUCTOS CERTIFICADOS

AÑOS	INCREMENTO HAS.	% INCREMENTO
2010	25.864,40	
2011	11.595,90	-55,17
2012	27.004,16	132,88

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014

En la actualidad, el área con certificación *Fairtrade*, según los registros de las organizaciones, reporta un total de 27.004,16 hectáreas, en las cuales 25.091,68, que representa el 92,92%, se practica la agricultura orgánica; y en 1.912,48 hectáreas, que significa un 7,08 %, se desarrolla la agricultura convencional. Ver figura 9.

FIGURA 9. ÁREAS DE CULTIVOS (ha) CON CERTIFICACIÓN *FAIRTRADE* ORGÁNICA Y NO ORGÁNICA - AÑO 2012



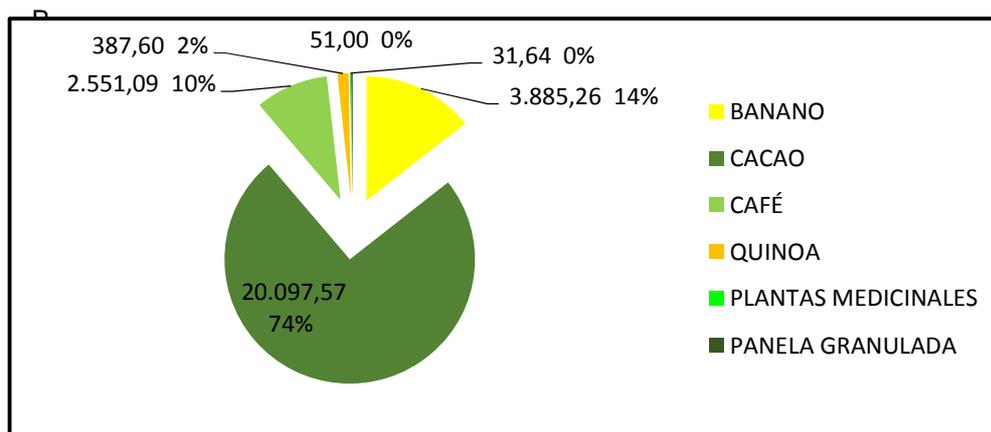
Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.1.3.1. Área de cultivo por productos certificados *Fairtrade*

En la figura siguiente podemos observar la superficie cultivada y certificada por producto de exportación.

El 74% de la superficie certificada, que representan 20.097,57 ha., es cultivo de cacao nacional fino de aroma con certificación orgánica; seguido por banano con 3.885,26 ha., que representa el 14% del área cultivada; luego por café con el 10 %, quinua 2%, panela granulada y plantas medicinales con un menor porcentaje.

FIGURA 10. ÁREA DE CULTIVOS (ha) CERTIFICADA POR PRODUCTOS



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.1.3.2. Superficie de cultivo certificado orgánico y no orgánico, año 2012

En la Tabla 6, se puede visualizar que, de los seis productos que las organizaciones trabajan en el Ecuador, el banano tiene un 63,87% y cacao el 97,47% del área cultivada con certificación

orgánica; el área que falta por registrar en cacao se encuentra en proceso de certificación, los demás productos cultivados por las organizaciones registran un 100% con esta certificación.

TABLA 7. SUPERFICIE CULTIVADA (HA) CON CERTIFICACIÓN POR TIPO DE PRODUCCIÓN, SEGÚN PRODUCTO. AÑO 2012

PRODUCTO	TIPO DE PRODUCCIÓN			% ORGÁNICO
	TOTAL	ORGÁNICO	NO ORGÁNICO	
BANANO	3.885,26	2.481,67	1.403,59	63,87
CACAO	20.097,57	19.588,68	508,89**	97,47
CAFÉ	2.551,09	2.551,09	-	100,00
QUINUA	387,60	387,60	-	100,00
PLANTAS MEDICINALES	31,64	31,64	-	100,00
PANELA GRANULADA	51,00	51,00	-	100,00
TOTALES:	27.004,16	25.091,68	1.912,48	92,92

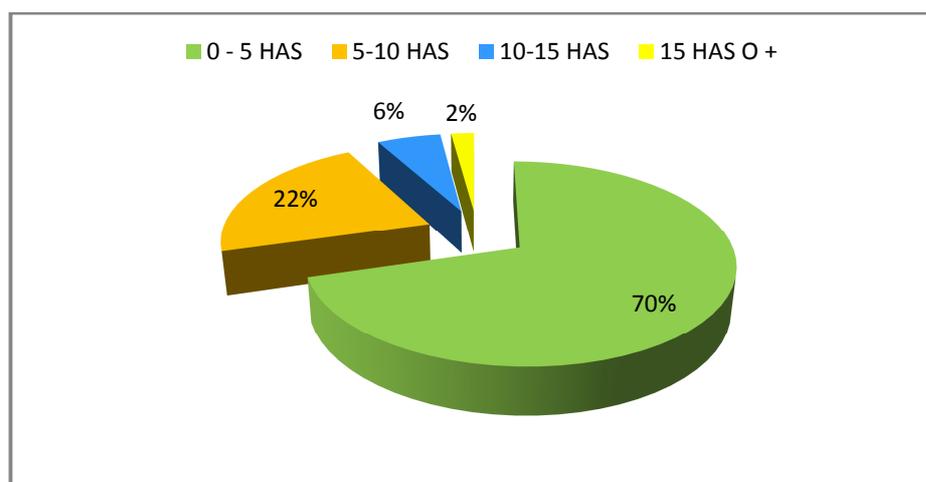
Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

** Superficie cultivada en proceso de transición a la producción orgánica

3.1.3.3. Tamaño de las fincas certificadas

La figura 6. muestra la distribución del tamaño de las fincas de los productores de las organizaciones certificadas, el 70% de los productores poseen fincas de hasta 5 hectáreas, un 22% poseen fincas entre las 5 y 10 hectáreas, el 6% se encuentra en el rango de las 10 a 15 hectáreas y un 2% poseen más de 15 hectáreas. El promedio general a nivel de los operadores certificados es de 5,49 hectáreas, parámetro que se identifica con el criterio de calificación de pequeños productores.

FIGURA 6. ÁREA DE DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR TAMAÑO DE LAS FINCAS (HA) DE LOS PRODUCTORES CERTIFICADOS.



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.2. ANÁLISIS COMERCIAL

La investigación se enfocó en el crecimiento de los volúmenes y las ventas de los productos comercializados por las organizaciones de pequeños productores que operan con la certificación de *Fairtrade Internacional*; para analizar el crecimiento, en la tabla 8. se presenta información consolidada del sector y por producto en la tabla 9.

TABLA 8. VOLÚMENES Y VALORES EXPORTADOS POR LAS ORGANIZACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES, POR AÑO.

VOLUMEN / VALORES	AÑOS		
	2010	2011	2012
MILES DE TM	37,88	37,50	57,69
MILES (USD)	20.676,94	28.700,46	31.243,37

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

Los valores presentados muestran el comportamiento de las exportaciones de productos *Fairtrade* en miles de toneladas métricas y en miles de dólares; en el período 2010-2011 se puede apreciar una caída de los volúmenes de exportación, esto se aduce al inicio de la crisis financiera Europea; en cuanto a los valores, el crecimiento se presenta en más de 8 millones de dólares, este comportamiento podría ser la consecuencia del ingresos de nuevas organizaciones, el incremento de los precios mínimos de los productos vendidos con sello de Comercio Justo, o también a que algunas organizaciones lograron realizar acuerdos comerciales ventajosos, es decir, vendieron sus productos con precios mejores que los precios mínimos establecidos por *Fairtrade*, como ejemplo se presenta el caso de la Asociación Cerro Azul² que, en lo que respecta al banano orgánico en condiciones de entrega Franco a Bordo (FOB), el precio mínimo establecido por *Fairtrade Internacional* en el año 2012 fue de 11,00 dólares por la caja de 18,14 Kg, la organización por su capacidad de negociación y calidad del producto obtuvo precios promedio de 11,90 dólares, estableciéndose un incremento de precio por caja que representa el 8,2 % con relación al precio mínimo *Fairtrade*.

El crecimiento de los volúmenes exportados entre el año 2011 y 2012 es de 20,19 mil toneladas de productos, el producto con crecimiento fue el banano, los otros productos presentaron una disminución en los volúmenes exportados.

En cuanto a valores, el incremento es de 2.542,910 dólares. Esto se debe a una caída de los precios en la bolsa de cacao, menores volúmenes exportados de café y de productos no tradicionales, en consecuencia, menores ingresos para las organizaciones.

² Fuente; Informe de Auditoria de la organización realizado en el año 2013; PC_ProducerReportFormatSPO_FO_27_es_CA_2013, Pagina 13.

TABLA 9. EXPORTACIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES POR AÑOS, VOLUMEN TM Y VALORES (USD), SEGÚN PRODUCTOS

PRODUCTO	AÑOS					
	2010		2011		2012	
	TM (MILES)	USD (MILES)	TM (MILES)	USD (MILES)	TM (MILES)	USD (MILES)
BANANO	36,04	13.988,11	34,82	18.376,65	55,20	23.809,83
CACAO	1,50	5.307,32	2,09	7.608,08	2,17	6.425,63
CAFÉ	0,27	1.217,71	0,51	2.465,65	0,25	824,44
OTROS PRODUCTOS	0,06	163,80	0,07	250,08	0,06	183,47
TOTAL GENERAL	37,88	20.676,94	37,50	28.700,46	57,69	31.243,37

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

Al analizar la tabla anterior, sobre el comportamiento de las exportaciones para productos *Fairtrade*; el producto con mayor crecimiento es el banano, esta situación de crecimiento, según las entrevistas y conversaciones con representantes de las organizaciones, se debe a algunos factores: el incremento de la demanda de banano orgánico *Fairtrade*, las organizaciones han realizado inversiones para implementar prácticas de producción para obtener la certificación orgánica, estrategia que permitió incrementar sus volúmenes y los valores recibidos por los productos exportados.

El cacao tuvo un crecimiento notable entre el año 2010 (1,50 MILES TM) y 2011 (2,09 MILES TM), comportamiento que no se mantuvo en el año 2012 donde el crecimiento registrado es de 0,8 miles de toneladas métricas, situación que pudo presentarse por la salida voluntaria del sistema de un operador importante que vende grandes volúmenes al mercado de Comercio Justo, o al comportamiento cíclico del cultivo de cacao. Según el conocimiento empírico de los productores, se refieren a que luego de dos años buenos de producción, fisiológicamente la planta descansa un año y su producción cae para volver a recuperarse los dos años siguientes.

En cuanto a valores por las ventas realizadas, estos cayeron debido a una baja de los precios en la bolsa internacional, precio en bolsa que se considera como la base para establecer el precio de venta del cacao nacional fino de aroma, más los diferenciales por calidad y premio *Fairtrade* que son acordados entre el importador y la organización.

Un producto que se ha comportado negativamente es el café, sobre todo en el período 2011 (0,51 TM) a 2012 (0,25 TM), según los dirigentes y técnicos de las organizaciones, esta situación se dio por la presencia de la roya del café, en consecuencia, malas cosechas y la caída de los precios internacionales del café en la bolsa.

La estrategia de las organizaciones de pequeños productores se ha orientado a cafés especiales con certificación orgánica y de comercio justo, sin embargo sus volúmenes han ido disminuyendo, situación que se aduce a problemas internos de las organizaciones y a que algunos de sus miembros de base negocian directamente con sus compradores quienes realizan la exportación y luego no se registran a nombre de las organizaciones de segundo grado.

En lo referente a la categoría “otros productos”, que son productos no tradicionales, hacen su presencia con pequeños volúmenes y ventas, por esa razón fueron agrupados en esta categoría. Según los dirigentes entrevistados, la tendencia a disminuir sus volúmenes y valores en dólares por sus ventas se debe a:

- a) Competencia desleal por otros actores en el ámbito nacional, desde sectores de la cooperación nacional e internacional y las entidades gubernamentales, que tienen sus actividades subvencionadas mediante proyectos financiados por la cooperación internacional
- b) Las limitaciones del sistema de producción de sus productores, en cuanto a tenencia de la tierra, no les permite ampliar sus áreas de cultivo e incrementar sus volúmenes a comercializar.
- c) El desarrollo de nuevas iniciativas en los rubros que trabajan las organizaciones, son factores que han afectado a este segmento.

3.2.1. Incremento de precios de los productos certificados para las organizaciones

Para analizar el incremento de precios, el análisis realizado con banano, cacao y café, productos tradicionales con mayor volumen y valores en ventas, determinó algunas diferencias de precios que obtienen las organizaciones al vender sus productos con certificación *Fairtrade* frente al mercado local de exportación. Se presentan los resultados encontrados y el análisis de cada uno de los productos:

- En el banano orgánico, las diferencias de precios en el año 2010 alcanzaron el 115,76 % y en ese período se registró un promedio de 83,60% más que los precios del mercado nacional de exportación por la caja de banano orgánico de 18,14 kg, ver tabla 10. La organización recibió el adicional de 1 dólar de premio *Fairtrade* por cada caja de banano. Los dirigentes entrevistados manifestaron que en ocasiones el mercado spot o informal paga hasta 2 dólares por la caja banano de 18,14 kg.

En este producto es necesario tomar en cuenta que cada año el Gobierno fija el precio de sustentación de la caja de banano, política que repercute en la fluctuación de los precios en el mercado local para la fruta de exportación.

TABLA 10. INCREMENTO POR AÑO DE LOS PRECIOS DEL BANANO ORGÁNICO CERTIFICADO DEL ECUADOR SEGÚN TIPO DE MERCADO

BANANO CAJAS DE 18,14 KG			
AÑO	M. LOCAL	FAIRTRADE	% DIFERENCIA
2010	5,00	10,78	115,76
2011	5,00	10,40	108,00
2012	8,5	10,80	27,05
PROMEDIO	6,17	10,66	83,60

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

- El cacao ecuatoriano que se vende como *Fairtrade* corresponde es su totalidad al orgánico nacional fino de aroma, registró un incremento en precios para las organizaciones de hasta el 62,20% en el año 2010 y un promedio de incremento del 57,77% durante el período de análisis, ver tabla 10; los diferenciales en precios que obtienen las organizaciones frente a los precios del cacao fijados por la bolsa de Nueva York son superiores debido a la calidad complementada con la certificación orgánica, adicionalmente las organizaciones reciben el premio de 200 dólares por tonelada comercializada con certificación *Fairtrade*.

TABLA 11. INCREMENTO POR AÑO DE LOS PRECIOS DEL CACAO ORGÁNICO CERTIFICADO DEL ECUADOR SEGÚN TIPO DE MERCADO

CACAO SACO DE 100 LBS			
AÑO	M. LOCAL	FAIRTRADE	% DIFERENCIA
2010	100,00	162,20	62,20
2011	125,00	168,20	54,56
2012	90,00	140,90	56,55
PROMEDIO	105,00	157,10	57,77

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

- En relación al café, la estrategia de las organizaciones ha sido trabajar en la comercialización de cafés especiales de altura, como consecuencia han conseguido mejores precios; en el año 2011 los operadores en Ecuador obtuvieron el 65,21% de mejora en precios que el mercado nacional de exportación y en el período investigado se registró un incremento promedio 49,32%, ver tabla 12. Es necesario señalar, que adicionalmente la organización recibe 0,20 dólares de premio *Fairtrade* por cada libra de café comercializado.

TABLA 12. INCREMENTO POR AÑO DE LOS PRECIOS DEL CAFÉ ORGÁNICO CERTIFICADO DEL ECUADOR SEGÚN TIPO DE MERCADO

CAFÉ LIBRA			
AÑO	M. LOCAL	FAIRTRADE	% DIFERENCIA
2010	1,60	2,10	31,25
2011	2,30	3,80	65,21
2012	1,65	2,50	51,51
PROMEDIO	1,85	2,80	49,32

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.2.2. Incremento de precios de los productos certificados para los productores

Las organizaciones realizan la gestión del negocio en representación de los socios productores, todas estas acciones y actividades tienen costos que se deben descontar, por esta razón se registra una diferencia entre los precios que recibe el productor frente a la organización, pese a estos descuentos, los productores se benefician de mejores precios que los del mercado local de exportación. Se presentan los resultados del análisis por producto:

- En el caso del banano la tendencia de mejora de los precios es similar en los años analizados, durante el período los productores socios de las organizaciones certificadas recibieron el 33,15% por su mercado, comparado con los precios del mercado local de exportación, ver tabla 12; situación que, según los representantes de las organizaciones, se debe al incremento de la demanda de banano orgánico en el mercado internacional.

TABLA 13. INCREMENTO POR AÑO DE LOS PRECIOS AL PRODUCTOR DEL BANANO ORGÁNICO DE ECUADOR CERTIFICADO SEGÚN TIPO DE MERCADO

AÑO	BANANO CAJAS DE 18,14 KG		
	M. LOCAL	PRODUCTORES	% DIFERENCIA
2010	5,00	7,51	33,42
2011	5,00	7,51	33,42
2012	5,00	7,45	32,62
PROMEDIO	5,00	7,49	33,15

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

- Los productores socios de las organizaciones en el año 2010, recibieron incrementos del 28,71% en los precios del cacao certificado frente al mercado local, durante el período el porcentaje promedio de incremento alcanzó el 20,41%. Ver tabla 14.

TABLA 14. INCREMENTO POR AÑO DE LOS PRECIOS AL PRODUCTOR DEL CACAO ORGÁNICO DEL ECUADOR CERTIFICADO SEGÚN TIPO DE MERCADO

AÑO	CACAO SACO DE 100 LBS		
	M. LOCAL	PRODUCTORES	% DIFERENCIA
2010	100,00	140,27	28,71
2011	113,63	127,36	10,78
2012	90,00	115,00	21,74
PROMEDIO	101,21	127,54	20,41

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

- El mejor año para los productores de café fue el 2012, debido al incremento de la demanda mundial del café, la fijación de mayores precios en la bolsa de Nueva York provocó el incremento en los precios y por lo tanto, los socios de las organizaciones certificadas recibieron precios que superaron al mercado local de exportación en 32,61% durante el período el incremento registrado fue del 14,55 %. Ver Tabla 15.

TABLA 15. INCREMENTO POR AÑO DE LOS PRECIOS AL PRODUCTOR DEL CAFÉ ORGÁNICO DE ECUADOR CERTIFICADO SEGÚN TIPO DE MERCADO

AÑO	CAFÉ POR LIBRA		
	M. LOCAL	PRODUCTORES	% DIFERENCIA
2010	1,60	1,65	3,03
2011	2,30	2,50	8,00
2012	1,65	2,30	32,61
PROMEDIO	1,85	2,15	14,55

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

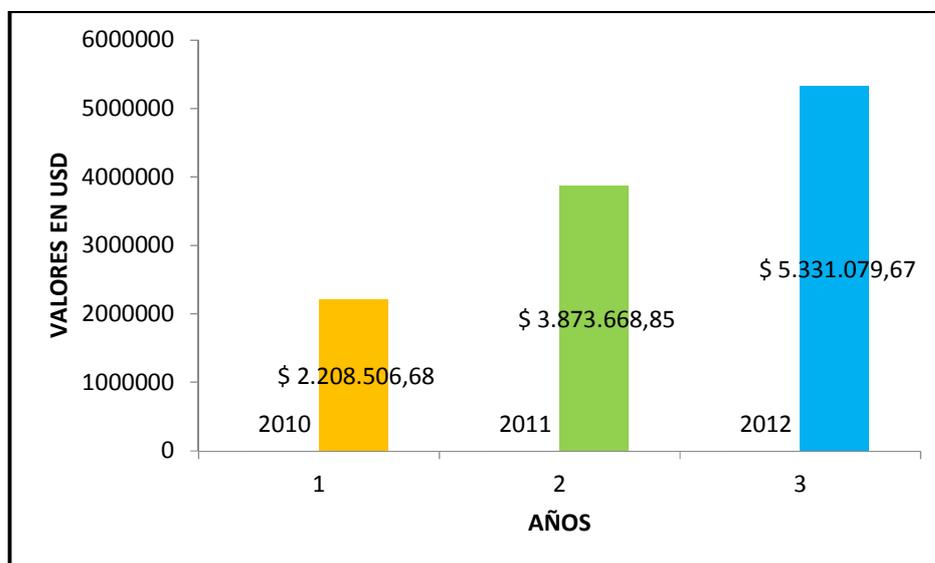
3.3. ANÁLISIS DE LAS INVERSIONES CON LA PRIMA *FAIRTRADE* REALIZADA POR LAS ORGANIZACIONES

El premio que el sistema *Fairtrade* ha entregado a las organizaciones está directamente relacionado con los volúmenes exportados por las organizaciones. En este caso, se hace realidad la comercialización asociativa, el reconocimiento al esfuerzo y trabajo de las organizaciones, los productores y sus familias.

En el Ecuador, dentro del período analizado, las 20 organizaciones de pequeños productores certificadas han recibido 11.237.855,20 dólares por el premio o Prima *Fairtrade*; valores que se han ingresado y registrado en las cuentas de las organizaciones.

Los ingresos anuales del premio *Fairtrade* se visualizan en la figura 7. que se presenta a continuación:

FIGURA 7. VALORES DE LA PRIMA *FAIRTRADE* RECIBIDA EN DÓLARES POR LAS ORGANIZACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES CERTIFICADAS



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

El incremento de los valores pagados entre el año 2010 y 2012 a las organizaciones de 2.208.506,68 a 5.331.079,67 dólares por el premio *Fairtrade*, se aduce al incremento de operadores al sistema y los incrementos de los valores de la prima *Fairtrade* en los diferentes productos.

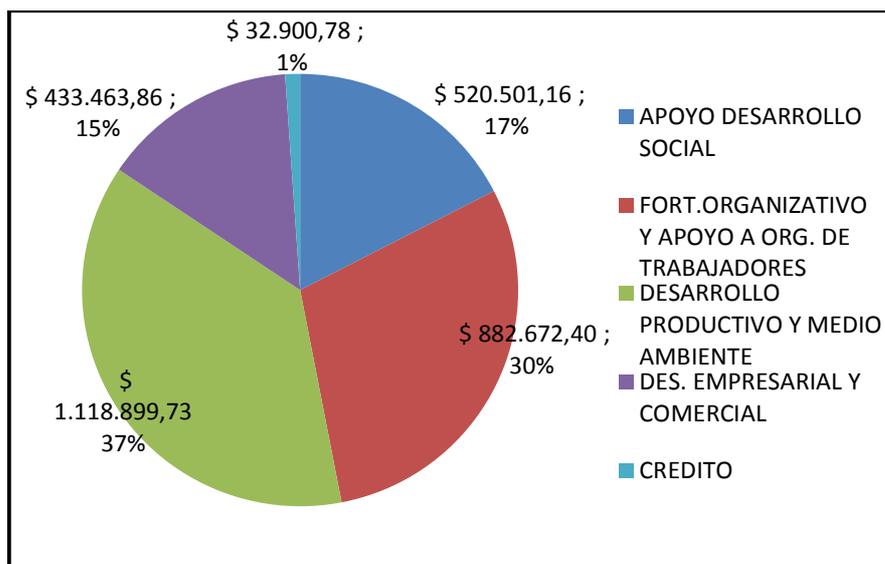
El año 2011 reporta un valor de 3.873.668,85 recibido por las organizaciones, porcentualmente representa un incremento del 75,40% comparado con el año 2010. En el año 2012, las organizaciones han recibido 5.331.079,67 dólares, al establecer la relación con el año 2011, se puede observar un incremento del 37,62%, su crecimiento fue menor frente al registrado en el año 2011 y comparado con el ingreso del año 2010, resultados que podrían deberse a la crisis económica mundial, específicamente en Europa, por lo tanto disminuyó la capacidad de compra de las familias y los productos *Fairtrade* están en una escala de precios que supera los productos convencionales.

Los 11.237.855,20 dólares recibidos por las organizaciones han sido administrados por las mismas, quienes han decidido las inversiones democráticamente en asambleas generales con la participación de sus socios y socias. Por su parte, las organizaciones han documentado estas decisiones, mediante actas, documentos que constituyen las fuentes de verificación y evidencia objetiva de los acuerdos alcanzados para el buen uso de los recursos provenientes del premio *Fairtrade*.

3.3.1. Inversiones del premio *Fairtrade*, acciones realizadas por las organizaciones

Para el análisis de las inversiones del Premio *Fairtrade*, se realizó una cuantificación de los recursos recibidos dentro de una muestra de cinco organizaciones certificadas en el año 2012, según la figura 8.

FIGURA 8. INVERSIONES DEL PREMIO *FAIRTRADE* ACCIONES REALIZADAS POR LAS ORGANIZACIONES



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

Se puede observar que la prioridad de las organizaciones de productores se ha enfocado en el desarrollo productivo y en un manejo adecuado de los recursos naturales, las inversiones llegan al 37% (1.118.899,73 dólares); las actividades implementadas se orientaron hacia los servicios de asistencia técnica, apoyo para mejorar la fertilidad del suelo, sistemas de riego (créditos), control fitosanitario, control biológico de plagas, análisis de suelo y foliar, implementación de almacén de insumos.

En segundo lugar, el fortalecimiento organizativo y apoyo a sus trabajadores, con el 30% que representan 882.672,40 dólares, se invirtió en capacitación de los socios en varios temas entre ellos administración y gerencia, escuela de liderazgo para los socios y sus hijos, asambleas generales, gestión de dirigentes.

En un tercer lugar, se ubica el componente de desarrollo social con el 17% que representa 520.501,16 dólares, este porcentaje se refiere a los apoyos para cumplir con el derecho y acceso a la salud y educación de los hijos de los socios, empleados y trabajadores, mediante becas, incentivos, útiles escolares. En el caso de la salud consultorio médico para atención a los socios, implementación de unidades de salud en las comunidades mediante alianzas con el

Ministerio de Salud Pública para atender a los productores, sus familias y más personas de la comunidad, complementada con un seguro de salud privada, apoyo a productores de tercera edad con atención preferencial y diferenciada en la salud, apoyo en caso de enfermedades o accidentes graves, fondos mortuorios, mejoramiento de vivienda.

El cuarto lugar ocupa el desarrollo empresarial y comercial con el 15% y el valor de 433.463,86 dólares, recursos destinados al mejoramiento de infraestructura productiva, mejoramiento de bodegas de la organización, apalancamiento de recursos de la cooperación y el Estado, obtención y pago de certificaciones orgánicas, Global Gap y Comercio Justo, modelos de agricultura de precisión, aportes para actividades de exportación.

En el último lugar se presenta el servicio de crédito con el 1% del premio recibido, para financiar múltiples actividades de los socios productores.

3.4. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LOS OPERADORES CERTIFICADOS

En el año 2012, las organizaciones que operaban en el sistema estaban registradas en diferentes ministerios: Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca (MAGAP), Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), definiendo sus estructuras basándose en sus objetivos, necesidades e intereses.

Actualmente, las organizaciones se han registrado en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), instancia que basa su funcionamiento en la Ley de Economía Popular y Solidaria, publicada en el Registro Oficial 444 de 10-may-2011; luego, mediante Decreto No.1061, se expidió el Reglamento General de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, publicado en el Registro Oficial Suplemento 648 de 27 de febrero de 2012.

3.4.1. La administración y toma de decisiones

Anteriormente, las organizaciones definían su propia estructura, administración y toma de decisiones. En la actualidad, el Estado, a través de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), ha definido un modelo de estatuto y estructura para todas las organizaciones de primer grado del sector asociativo.

Un número significativo de organizaciones certificadas por *Fairtrade* están registradas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, quienes basan su estructura para la toma de decisiones en el reglamento, en el tercer capítulo según los artículos 18,19, 20, 21, 22 y 23; que hacen referencia a la estructura interna que debe tener el sector asociativo:

3.4.1.1. Estructura interna de las organizaciones del sector asociativo según la regulación

Art. 18.- Órgano de gobierno.- El órgano de gobierno de las asociaciones EPS estará integrado por todos los asociados, quienes se reunirán ordinariamente cuando menos, una vez al año y,

extraordinariamente, cuantas veces sea necesario. Sus decisiones serán obligatorias, para los órganos directivos, de control, administrador y la totalidad de sus integrantes.

Art. 19.- Órgano directivo.- El órgano directivo de las asociaciones EPS, será electo por el órgano de gobierno y estará integrado por un mínimo de tres y máximo de cinco asociados, quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos, una vez cada trimestre y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el Presidente, señalando el orden del día a tratarse.

Art. 20.- Órgano de control.- Los integrantes del órgano de control de las asociaciones EPS, serán elegidos por el órgano de gobierno, en un número no mayor de tres asociados, quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos, una vez cada trimestre y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el Presidente de dicho órgano, señalando el orden del día a tratarse.

Art. 21.- Control interno.- El control interno de las asociaciones EPS, además del efectuado por su propio órgano de control, será ejercido por la Auditoría Interna cuando sea procedente de acuerdo a lo previsto en el presente reglamento y conforme lo determinado, para el efecto, en las cooperativas.

Art. 22.- Administrador.- El Administrador, bajo cualquier denominación, será elegido por el órgano de gobierno y será el representante legal de la asociación EPS. Será responsable de cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emanadas de los órganos de gobierno, directivo y de control de la asociación EPS. El Administrador deberá presentar un informe administrativo y los estados financieros semestrales para consideración de los órganos de gobierno y control. El Administrador de la Asociación EPS está obligado a entregar a los asociados en cualquier momento la información que esté a su cargo y que se le requiera.

Art. 23.- Funcionamiento.- El número de vocales y el período de duración de los órganos directivos y de control, así como sus atribuciones y deberes al igual que las funciones del administrador constarán en el estatuto social de la asociación.

3.4.1.2. Aplicación de la normativa en la organización

Como se describió anteriormente, las organizaciones en el período de análisis, estaban registradas en los diferentes ministerios, en este momento se encuentran en una etapa de transición y de cambios en su funcionamiento bajo las nuevas regulaciones.

Este elemento de análisis en la investigación, según los resultados encontrados y en el diálogo con los representantes, determinó que la estructura que han optado las organizaciones en el caso de primer grado está definida por la Ley y el Reglamento de la Economía Popular y

Solidaria; en el caso de las organizaciones de segundo grado, está influenciada directamente por el tamaño de las organizaciones, los volúmenes comercializados y la cobertura geográfica.

En relación a la responsabilidad de la administración y toma de decisiones de las organizaciones, aun no se han producido los cambios establecidos en la nueva normativa; de acuerdo a las encuestas y al diálogo con los representantes, se han podido identificar tres grupos:

- Un primer grupo de 6 organizaciones gestionadas por sus presidentes, ejercen estas responsabilidades en base a su experiencia como productores en unos casos, y en otros casos, con formación profesional universitaria.
- Un segundo grupo de 5 organizaciones están siendo administradas estratégicamente por gerentes, quienes tienen formación profesional, este aporte ha sido clave para el crecimiento de estas organizaciones.
- En el tercer grupo de 7 organizaciones, su gestión es responsabilidad de administradores, estos gerentes han sido recientemente designados, en base a lo establecido por la Ley de Economía Popular y Solidaria, instrumento que inclusive les asigna la representación legal de las organizaciones del sector asociativo.
- Y el cuarto y quinto grupo, trabaja con responsabilidades compartidas de presidente con administrador y presidente con gerente, respectivamente.

TABLA 16. TOMA DE DECISIONES EN LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS, SEGÚN CARGO Y RESPONSABILIDAD

CARGO Y RESPONSABILIDAD	No. DE ORGANIZACIONES
Presidente	6
Gerente	5
Administrador	7
Presidente y administrador	1
Presidente y gerente	1
TOTAL	20

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.4.1.3. Formación profesional del nivel administrativo

En cuanto a la formación profesional de las personas que toman las decisiones como elemento de análisis en la investigación, también está influenciada por el tamaño de las organizaciones, los volúmenes comercializados, la cobertura geográfica, la disponibilidad de recursos.

En este caso se identificó 9 organizaciones que están siendo gerenciadas por profesionales con formación administrativa, 7 por profesionales con formación agropecuaria, 2 organizaciones por personas que han terminado el bachillerato y 2 por productores.

TABLA 17. FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS TOMADORES DE DECISIONES EN LAS ORGANIZACIONES

Formación	Áreas administrativas	Área Técnica	Bachiller	No específica (productores)
N° de Organizaciones	9	7	2	2

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.4.2. Disponibilidad de software para la gestión de las organizaciones

Se parte del concepto de que las organizaciones deben disponer de herramientas tecnológicas para implementar y cumplir con sus objetivos, ya que estas herramientas les permitirá ser más eficientes y eficaces en la prestación de servicios a sus asociados y en la relación con sus clientes. Además, permitirá cumplir oportunamente con la tributación y plan de cuentas con la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS)

En este caso, las organizaciones han dado importancia a este aspecto, en función de los resultados del negocio y de acuerdo a la investigación en la tabla 17. se puede observar la disponibilidad de Software para la gestión contable, administrativa y financiera de las organizaciones. En la investigación realizada 8 organizaciones cuentan con un software diseñado en base a sus necesidades, un grupo de 9 organizaciones han comprado software, 2 lo hacen a través de Excel avanzado, 6 organizaciones Excel básico y 2 organizaciones no disponen de un software para la administración de la organización y el negocio.

TABLA 18. DISPONIBILIDAD DE SOFTWARE CONTABLE PARA LA GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS

Tipo de software	No. de Organizaciones	Observaciones
No cuenta	2	
Excel básico	6	
Excel avanzado	2	
Software comprado	9	6 organizaciones además utilizan Excel básico
Software propio	8	2 organizaciones además utilizan Excel avanzado

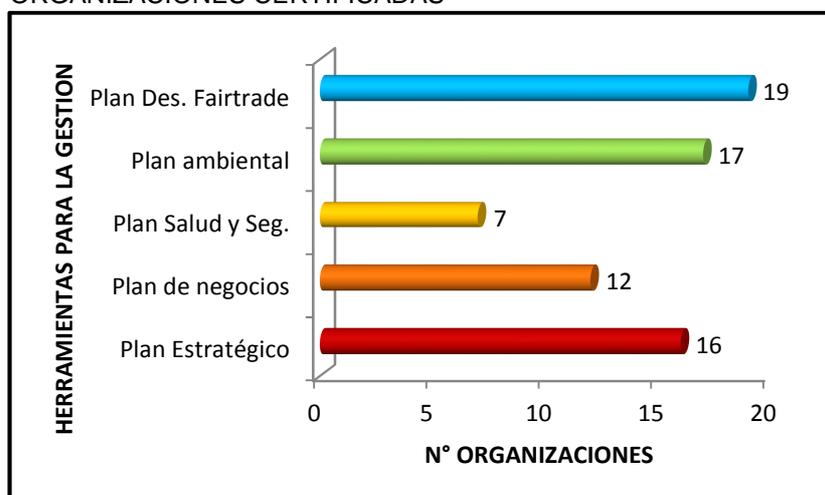
Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.4.3. Herramientas para la gestión

Con relación a este componente, el trabajo de las organizaciones que cuentan con la certificación de *Fairtrade* ha permitido desarrollar varios instrumentos para mejorar la gestión organizativa, empresarial, comercial, ambiental y la salud de sus colaboradores. A continuación se describen algunas de estas herramientas y su utilidad:

- a) Plan de Desarrollo *Fairtrade*; esta herramienta la han desarrollado como requisito de la certificación *Fairtrade*, sirve para el manejo ordenado y planificado de los recursos que provienen de la Prima de Comercio Justo.
- b) Plan Ambiental; antes era un requisito de la norma *Fairtrade*, ahora se ha pedido la incorporación de actividades orientadas al manejo y protección del ambiente dentro del plan *Fairtrade*; además el Ministerio del Ambiente exige contar con este instrumento que debe ser elaborado por expertos acreditados en esta institución.
- c) Plan de salud y seguridad; esta herramienta es un requerimiento del Ministerio de Relaciones Laborales, requisito para las organizaciones que cuentan con un alto número de personal y además tienen centros de acopio o procesamiento, se refiere a políticas y medidas para proteger la integridad de los empleados y trabajadores de las organizaciones.
- d) Plan de Negocios; aplicado con el propósito de implementar estrategias para el desarrollo del negocio y mejorar su posicionamiento y participación en el mercado *Fairtrade* y no *Fairtrade*.
- e) Plan Estratégico; herramienta que orienta o direcciona el trabajo y proyectos de la organización en el corto, mediano y largo plazo.

FIGURA 9. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN CON QUE CUENTAN LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

En la figura 9, se puede observar que 19 organizaciones tienen su Plan de Desarrollo *Fairtrade*, que según el testimonio de las personas entrevistadas, son actualizados y aprobados anualmente por las asambleas generales de las organizaciones.

Diecisiete organizaciones cuentan con planes ambientales, siete organizaciones han desarrollado planes de salud y seguridad, doce operadores han elaborado planes de negocios, dieciseis organizaciones tienen planes estratégicos.

Algunos de estos instrumentos están actualizados e implementándose, otros a mitad de su implementación y otros ya no estarían vigentes debido a que su período en la línea del tiempo ya feneció.

3.4.4. Control financiero

En el desarrollo de la investigación realizada se preguntó a las organizaciones si realizaban auditorías financieras, que den cuenta de la gestión y transparencia en los procesos administrativos, contables y financieros de las organizaciones.

La norma *Fairtrade* establece que cuando un operador reciba más de diez mil dólares al año de premio de Comercio Justo, debe realizar auditorías financieras externas, por empresas calificadas y especializadas.

Catorce organizaciones contratan y realizan auditorías financieras anuales como un proceso de transparencia y rendición de cuentas y seis aun no lo hacen, se argumenta que esta actividad se realiza en función de los volúmenes exportados, su reciente incorporación a *Fairtrade* y los montos de dinero que recibe la organización del premio *Fairtrade*.

3.4.5. Organizaciones con otras certificaciones

Las organizaciones que operan en el sistema *Fairtrade* están trabajando bajo la normatividad de otras certificaciones, que en ocasiones son complementarias. En este sentido, se presenta el significado de cada una de las certificaciones:

Global Gap, en la publicación realizada en su página web Globalgap.org, define a esta certificación en los siguientes términos: "Es la norma de Buenas Prácticas Agrícolas con el más alto grado de aceptación mundial entre minoristas y agentes del sector alimentario. Es una guía práctica que combina los criterios a seguir para lograr la inocuidad alimentaria y la sostenibilidad".

Soto y Decamps (2011) definen a Certificación Orgánica, como la garantía de que un cultivo se manejó siguiendo las normas de la producción orgánica.

La agricultura orgánica es una actividad rentable y saludable que respeta la dignidad humana y la naturaleza. La producción orgánica descansa en tres bases fundamentales: los conocimientos y la creatividad de la familia productora, el mejoramiento de la tierra y la biodiversidad.

La entidad que promueve la certificación *Bio Suisse*, explica que en la regulación de Agricultura Orgánica de la Unión Europea y Ordenanza Suiza de la Agricultura Orgánica [SR 910.1, figuran principalmente la explotación orgánica de la finca en su conjunto, la creación de superficies que favorezcan la biodiversidad, así como rigurosas limitaciones en la intensidad del abonado y en la utilización del cobre.

Rainforest Alliance en su página web, define que las fincas con el sello *Rainforest Alliance Certified™* deben cumplir con normas integrales de la Red de Agricultura Sostenible (RAS), una coalición de organizaciones de conservación sin fines de lucro, que tratan criterios sociales, económicos y ambientales. Las fincas y las empresas certificadas que se abastecen de productos o ingredientes de fincas certificadas son elegibles para usar el sello de la ranita verde *Rainforest Alliance Certified*, si cumplen con las guías. Además textualmente manifiesta que: “nuestros estándares integrales de manejo agrícola y el sistema de trazabilidad permiten asegurar que tanto los ingredientes certificados de un producto como los mismos productos que llevan el sello de nuestra pequeña rana verde provienen de fincas o grupos de fincas con una apropiada gestión, en la que se protege a los trabajadores, la vida silvestre y las comunidades”.

Sello de Pequeño Productor; la Fundación de Pequeños Productores Organizados, AC, en su página web, define a esta certificación como un sello de la Sustentabilidad del Pequeño Productor Organizado. Es un distintivo que identifica a productos originarios de las organizaciones de pequeños productores y tiene como objetivo el desarrollo comunitario sustentable y la vida digna de las familias y comunidades de pequeños productores. Es un sistema de certificación independiente y accesible para la producción sustentable, la organización democrática, el comercio equitativo y la autogestión.

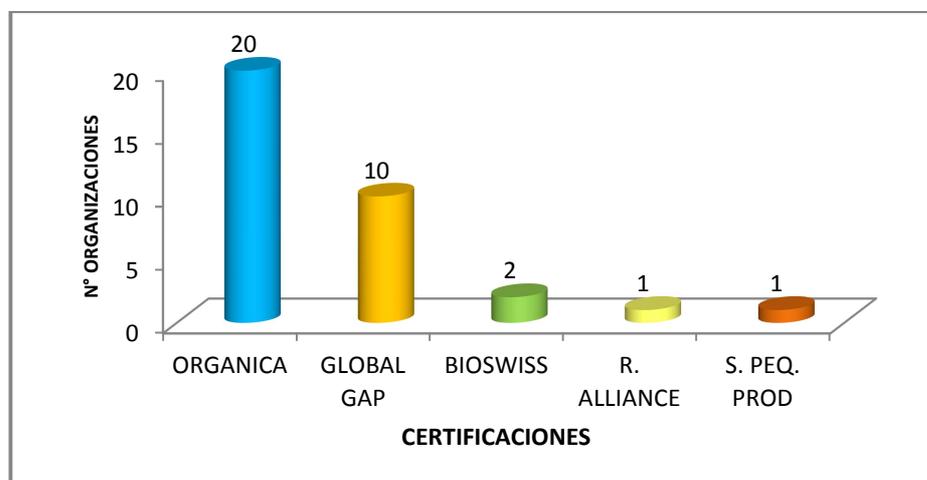
Como certificación complementaria y en la práctica obligatoria para exportar a la Unión Europea, sobre todo en el caso de banano, es la certificación *Global Gap*, certificación que ha sido desarrollada por las grandes cadenas europeas de supermercados, 10 operadores que exportan banano están certificados.

Una tercera certificación, es la certificación *Bio Swiss*, que es muy específica y un requisito para ingresar al mercado suizo, con esta certificación operan 2 organizaciones.

Una organización cuenta con el Sello de Pequeño Productor, certificación exclusiva para organizaciones de pequeños productores.

La situación descrita se evidencia mejor en la figura 10. que se presenta a continuación.

FIGURA 10. ORGANIZACIONES ECUATORIANAS DE PEQUEÑOS PRODUCTORES QUE OPERAN EN FAIRTRADE Y TIENEN OTRAS CERTIFICACIONES



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.5. APORTE DE LAS EXPORTACIONES DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS A LAS EXPORTACIONES Y BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR.

En esta sección de la investigación se presentan los resultados encontrados sobre la contribución de las organizaciones de pequeños productores certificados a las exportaciones del Ecuador, en volumen de productos y en valores generados por su actividad comercial:

3.5.1. Volumen de productos exportados *Fairtrade* y no *Fairtrade*.

El análisis se refiere a las exportaciones de las organizaciones certificadas con productos *Fairtrade* y no *Fairtrade*.

La balanza comercial del Ecuador, durante los tres años analizados, registra déficits de volumen exportado. Del total de exportaciones del país, 73.454,00 miles de toneladas métricas, el volumen exportado por las organizaciones certificadas durante el período 2010, 2011, 2012 es de 234,35 mil toneladas métricas que corresponde al 0.319%, que es el aporte en volumen exportado de las organizaciones que operan en el sistema a la balanza comercial del país.

En el año 2010 representó el 0,332% con 80,03 mil toneladas métricas exportadas, en el 2012 se incrementó el porcentaje a 0,335%, situación debida a una caída de las exportaciones del país, aunque las exportaciones de las organizaciones también fueron menores. En el año 2012 el aporte registrado en volumen exportado es de 0,292%, además se incrementaron las exportaciones del país.

TABLA 19. VOLUMEN TOTAL DE EXPORTACIONES EN MILES DE TONELADAS DEL ECUADOR Y DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS, POR AÑO

AÑOS	PAIS (VOLUMEN TM)	ORGANIZACIONES PEQUEÑOS PRODUCTORES	
		VOLUMEN TM	%
2010	24.137,00	80,03	0,332
2011	23.794,00	79,72	0,335
2012	25.523,00	74,60	0,292
TOTAL	73.454,00	234,35	0,319

Fuente: Estadísticas del Banco Central y Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.5.2. Valores en miles de dólares de las exportaciones *Fairtrade* y no *Fairtrade*

Al analizar el comportamiento del aporte de las exportaciones al ingreso de divisas al país y su contribución a la balanza comercial del Ecuador, el aporte durante los tres años analizados es de 110,418 millones dólares que representa el 0,19%, frente a los 56.868,014 millones de dólares que registra las estadísticas del Banco Central.

Se registró un crecimiento en los años 2010 (0,17 %) y 2011 (0,21 %), en el 2012 (0,20 %) se obtuvo un menor porcentaje frente al período anterior. Las exportaciones como país crecieron, en consecuencia disminuyó la proporcionalidad del aporte de las exportaciones *Fairtrade*, sin embargo, las organizaciones registraron un incremento en sus ingresos por los productos comercializados, situación que en las entrevistas con los gerentes y presidentes de las organizaciones, aducen al ingreso de nuevos operadores y al incremento del precio mínimo de los productos como el banano, este comportamiento se presenta en la tabla 19.

TABLA 20. APOORTE DE LAS ORGANIZACIONES CERTIFICADAS EN MILES DE DÓLARES A LAS EXPORTACIONES DEL ECUADOR, SEGÚN AÑOS

AÑOS	PAIS (VALOR)	ORGANIZACIONES PEQUEÑOS PRODUCTORES	
		VALOR	%
2010	15.624,458,00	26.159,47	0,17
2011	19.356.462,00	41.051,99	0,21
2012	21.887.094,00	43.207,41	0,20
TOTAL	56.868.014,00	110.418,88	0,19

Fuente: Estadísticas del Banco Central y Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.5.3. Aporte a los volúmenes de exportación del Ecuador con productos *Fairtrade* de las organizaciones

Al analizar los volúmenes exportados en miles de toneladas métricas de productos al Comercio Justo, podemos observar un comportamiento similar en los años 2010 y 2011 que representa el 0,16 % del total de exportación del Ecuador. En el 2012 cambia este comportamiento alcanzando el 0,23 % llegando a exportar 57.690 toneladas métricas de productos certificados, este resultado permite observar un incremento de las exportaciones de las organizaciones al Comercio Justo.

TABLA 21. APOORTE DE LAS ORGANIZACIONES CON PRODUCTOS *FAIRTRADE* A LAS EXPORTACIONES DEL ECUADOR EN MILES DE TONELADAS, SEGÚN AÑOS

AÑOS	PAIS (VOLUMEN TM)	ORGANIZACIONES PEQUEÑOS PRODUCTORES	
		VOLUMEN TM	%
2010	24.137,00	37,88	0,16
2011	23.794,00	37,50	0,16
2012	25.523,00	57,69	0,23
TOTAL	73.454,00	133,07	0,18

Fuente: Estadísticas del Banco Central y Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.5.4. Aporte a la balanza comercial y generación de divisas de las exportaciones con productos *Fairtrade* de las organizaciones

En cuanto al aporte a la balanza comercial y al ingreso de divisas se puede apreciar un incremento en los valores en dólares por las exportaciones *Fairtrade*, el porcentaje de aporte en el período es del 0,14 % del valor total de 56.868,014, millones de dólares, sin embargo, la participación anual mantiene la tendencia del aporte a las ventas totales del país por parte de las organizaciones, en el año 2010 fue del 0,13%, año 2011 fue el 0,15 % y en el año 2012 fue 0,14 %.

TABLA 22. APOORTE DE LAS ORGANIZACIONES CON PRODUCTOS CERTIFICADOS EN MILES DE DÓLARES A LAS EXPORTACIONES DEL ECUADOR, SEGÚN AÑOS.

AÑOS	PAIS (VALOR)	ORGANIZACIONES PEQUEÑOS PRODUCTORES	
		VALOR	%
2010	15.624.458,00	20.676,94	0,13
2011	19.356.462,00	28.700,46	0,15
2012	21.887.094,00	31.243,37	0,14
TOTAL	56.868.014,00	80.620,77	0,14

Fuente: Estadísticas del Banco Central y Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

3.6. CASO EMBLEMÁTICO

Para sustentar y complementar la investigación, se presenta un resumen corto del trabajo de la Corporación Fortaleza del Valle, caso emblemático por el tiempo que vienen participando en el sistema de Comercio Justo, los logros que ha alcanzado la organización, la capacidad de gestión de la gerencia y la dirigencia, además de los avances de la organización en los aspectos organizativos, sociales y ambientales como pilares del desarrollo sustentable.

Fortaleza del Valle, organización fundada en el año 2006, obtuvo la certificación para vender cacao *Fairtrade* en el año 2007, obteniendo importantes avances en el desarrollo de la organización.

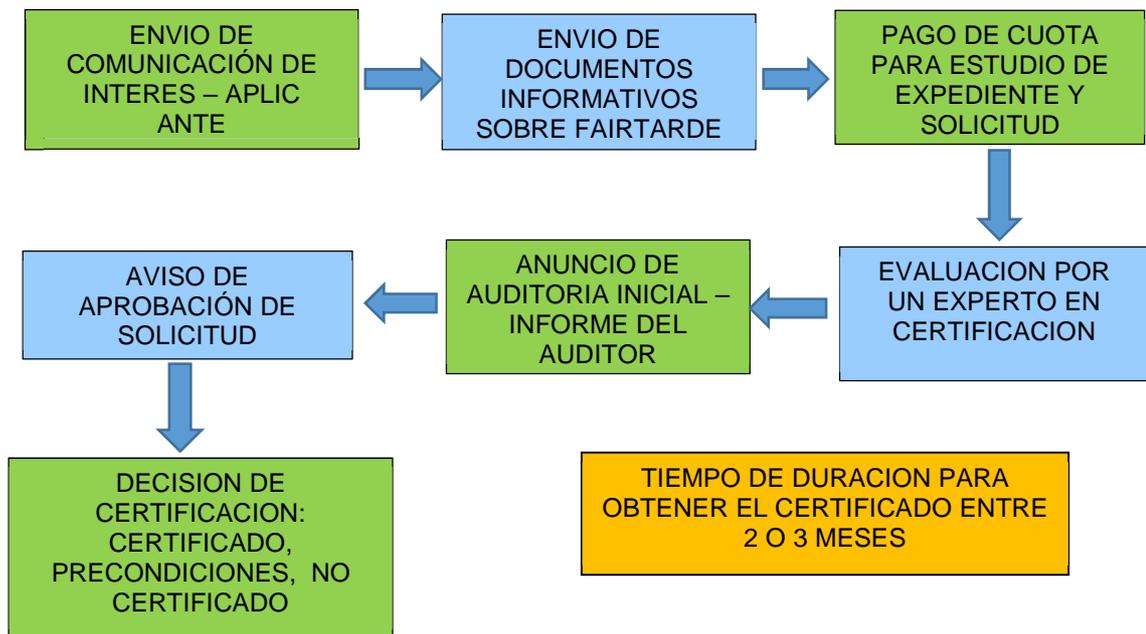
Se encuentra ubicada en la provincia de Manabí, cantón Simón Bolívar (Calceta), está conformada por 5 organizaciones de base, inició con 160 productores y actualmente registra 940 productores; el área de producto certificada es de 2.282 hectáreas de cacao orgánico, el volumen comercializado lo inició con 25 TM, en el año 2012 ha comercializado 461 TM de cacao orgánico con certificación *Fairtrade* y 24,82 TM de cacao orgánico no *Fairtrade*; en cuanto a valores recibidos por la organización, registra los siguientes movimientos por la actividad comercial: en el año 2010 por 1.178.278 dólares, en el 2011 recibió 1.672.832 dólares y en el 2012 ingresan a sus cuentas 1.383.125 dólares, además la organización y los productores han recibido precios superiores al mercado local de exportación y los referenciales de la bolsa de Nueva York. Para conocer los detalles del caso, informarse en el anexo 1.

3.7. PROCESO DE CERTIFICACIÓN COMERCIO JUSTO (FLO)

En esta parte del documento se presenta un esquema resumido del proceso de certificación, los conceptos claves sobre la certificación de Comercio Justo o *Fairtrade Internacional*. El proceso en forma detallada se presenta en el Anexo 2. Toda esta información es pública y se encuentra a disposición en la página web de la entidad certificadora *Fairtrade Service*. Se espera que con esta información orientadora se apoye y motive a los productores para que otros actores opten por ser parte del sistema internacional de Comercio Justo, alternativa comercial que presenta oportunidades para pequeños productores y trabajadores.

Por la importancia y oportunidad que representa el sistema *Fairtrade Internacional* para las organizaciones de pequeños productores y empresas con trabajo contratado; se presenta un esquema resumido del proceso de certificación.

FIGURA 11. ESQUEMA PARA LA OBTENCIÓN DE LA CERTIFICACIÓN *FAIRTRADE*.



Fuente: Elaborado por el autor, Abril 2014.

CAPITULO 4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La investigación reporta información importante sobre el aporte del comercio justo a las exportaciones, balanza comercial y el desarrollo de las organizaciones de pequeños productores en Ecuador. Para conocer estos aspectos y llegar a establecer conclusiones, se procede a responder las interrogantes propuestas en el perfil de la investigación para comprobar o negar la hipótesis planteada:

¿Las organizaciones de pequeños productores que operan en el Comercio Justo han incrementado sus áreas de producción, sus socios/as beneficiarios/as, y se encuentran regularizadas cumpliendo las normas nacionales?

El incremento del área certificada tuvo un comportamiento anormal, debido a que en el año 2010 se registraron 25.865 hectáreas certificadas y en el 2011 llegó a 11.595,90 hectáreas, en el año 2012 fue de 27.004,16 hectáreas, por lo tanto existió un incremento significativo, por el retorno de operadores que salieron del sistema, nuevos operadores certificados y por incremento de las áreas de las organizaciones certificadas, entre el año 2011 y 2012 se registró un crecimiento del 132,88 %.

Como consecuencia del incremento del área certificada, en el año 2012 se registraron 27.004,16 hectáreas de las cuales 25.091,68 fueron orgánicas y 1.912,48 fueron no orgánicas o convencionales, situación que constituye un aporte al manejo sostenible de los recursos naturales, mediante la implementación de técnicas y prácticas amigables con el ambiente.

El promedio del tamaño de las fincas certificadas fue de 5,49 hectáreas, predominan las fincas con menos de 5 hectáreas que representa el 70% del área certificada, esta información reveló que los beneficiarios son pequeños productores que cumplen con los criterios *Fairtrade*. El trabajo agrícola se realiza principalmente por los miembros y sus familias. No contratan trabajadores durante todo el año.

En cuanto se refiere al incremento de personas beneficiarias, al analizar el período de investigación, el incremento de socios comparado entre el 2010 y 2011 se reporta un crecimiento negativo del 19%, situación que difiere con el año 2012 en el que se registró un incremento del 25,31%; al comparar el año 2010 con el 2012 se registró un incremento del 1,05%. Estos datos permiten concluir que el sector del Comercio Justo es dinámico, a veces presenta organizaciones que dejan de operar por diferentes circunstancias y otras que se incorporan al sistema.

Además las organizaciones han implementado normas internas que se complementan con los criterios *Fairtrade* como condición básica para garantizar el buen funcionamiento de las

organizaciones y la calidad de los productos que deben cumplir con las normas internacionales del mercado, esto ha tenido como consecuencia en ocasiones el incremento o disminución de los socios beneficiarios.

En el Ecuador, en el año 2012, participaron alrededor de 7.085 familias productoras en las cuales figuran como cabeza de familia 5.722 son hombres y 1.363 son mujeres; del total, 3.890 familias cultivan cacao nacional fino de aroma y 1.690 trabajan con cafés especiales, estos rubros representan el 78,8 % de la participación. El rubro más dinámico en cuanto se refiere a volúmenes y divisas constituye el banano con 721 familias que significa el 10,2 % de la población participante.

Complementariamente en la generación de fuentes de empleo y trabajo, aspecto importante de la contribución de las organizaciones de pequeños productores, se registra 4.260 puestos de trabajo entre permanentes (1.424) y temporales (2.435), de los cuales 376 son empleados directamente por las organizaciones y 3.884 tienen relación de trabajo con los productores en sus predios. Las organizaciones cumplen plenamente con las regulaciones del Ministerio de Relaciones Laborales.

Los productores certificados están agrupados en 20 organizaciones de productores, de las cuales 14 son de primer grado y 6 de segundo grado; predomina la presencia de 9 organizaciones de productores bananeros con un enfoque comercial, las organizaciones que trabajan cacao y café provienen de un proceso histórico y reivindicativo de vieja data.

Las organizaciones certificadas están registradas en los diferentes ministerios y dependencias del Estado, cumpliendo con la legislación nacional:

- 10 organizaciones de primer grado y 1 de segundo grado están registradas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SPES),
- 4 de primer grado y 1 de segundo grado registradas en el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP),
- 2 de segundo grado registradas en el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO) y,
- 2 de segundo grado registradas en el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).

Las organizaciones de segundo grado enfrentan un vacío legal, debido a que en la actualidad no existe la claridad por parte de las entidades estatales sobre la responsabilidad y el procedimiento para registrar sus estatutos, inclusión de nuevos socios y cambio de directivas.

La sostenibilidad de las organizaciones que operan en el sistema de *Fairtrade Internacional*, se basa en cumplir con la legislación nacional y la normatividad del comercio justo, si se utiliza y aprovecha estas herramientas claves para el desarrollo, las organizaciones podrán seguir participando y vendiendo sus productos dentro de este sistema.

Para concluir, se puede mencionar que las organizaciones certificadas sí han incrementado sus áreas certificadas, los socios productores, fuentes de trabajo y empleo. En lo referente al cumplimiento de las normas nacionales, se encuentran registrados en las diferentes entidades del Estado y en una etapa de transición por los cambios en las políticas estatales, según testimonios de los dirigentes, no tienen acceso a información y claridad sobre los aspectos legales, situación que se escapa de la responsabilidad de las organizaciones y sus dirigentes. El cambio de registro de las organizaciones económicas, según la nueva Ley de Economía Popular y Solidaria, desde los diferentes ministerios a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, ha generado confusión y en la reglamentación no se especifica el proceso y los tiempos, a pesar de que las organizaciones han realizado varios espacios de consulta y diálogo con las autoridades.

¿Las organizaciones han implementado servicios de asistencia técnica, financiamiento, apoyo a la educación y salud de la familia de los socios/as productores y la comunidad?

En la muestra analizada, las cinco organizaciones han recibido recursos por el valor de 2.988.437,93 dólares durante los años 2010, 2011 y 2012; la tendencia de las inversiones ha sido de utilidad para garantizar servicios a los productores, así el 37,44% en el desarrollo productivo, el fortalecimiento organizativo y apoyo a sus trabajadores con el 29,54%, en desarrollo social enfocado en servicios de salud, educación, solidaridad con las comunidades se destinaron el 17,42%; el desarrollo empresarial y comercial enfocado en la infraestructura comercial, certificaciones, tecnología, con el 14,50%, y finalmente servicios de crédito con el 1,10%.

Entonces se puede concluir que las organizaciones sí han implementado servicios y apoyo a los socios productores y la comunidad, esto se demuestra con las inversiones y acciones impulsadas con los recursos provenientes del premio *Fairtrade*.

¿En las organizaciones de pequeños productores/as, ha mejorado la participación de las mujeres y además ocupan cargos de decisión en las Juntas directivas?

Los beneficiarios directos en el año 2012, fueron 7085 familias productoras, de las cuales el 80,76% corresponde a los hombres y 19,24% son mujeres cabeza de hogar, esto representa una realidad diferente, mediante la incorporación y visualización de las mujeres en actividades productivas y no únicamente en actividades reproductivas. La responsabilidad de las mujeres liderando los procesos de las organizaciones y ocupando cargos de decisión llega al 24,44% del total de 270 cargos de las juntas directivas.

El incremento y presencia de la mujer en el sistema de *Fairtrade Internacional* reporta cambios interesantes en el que las mujeres ocupan espacios democráticos y de toma de decisiones, asumiendo responsabilidades dirigenciales, administrativas y gerenciales para la gestión;

además hacen uso de sus derechos económicos al participar y actuar en actividades económicas como la comercialización de sus productos al mercado internacional, esta situación se evidencia si se toma como ejemplo las Asociaciones El Guabo y Cerro Azul, que son gestionadas por mujeres profesionales, siendo las organizaciones de productores con mayor volumen e ingresos por las exportaciones, consideradas entre las mayores empresas del Ecuador, según la publicación realizada por la revista Vistazo el 27 de Septiembre de 2013.

Los resultados dan cuenta de un cambio de actitud en las organizaciones, se ha disminuido la discriminación laboral por el género de las personas. En cuanto a la generación de trabajo, sobre el género de las 376 personas contratadas por las organizaciones, 253 son hombres y 123 mujeres, estas personas tienen contratos temporales o permanentes. Además ofrecen salarios competitivos, que superan la oferta laboral de las regiones de influencia.

Podemos concluir que las organizaciones que operan en el *Fairtrade*, sí han mejorado la participación de la mujer al integrarla en actividades económicas, además ocupan cargos de decisión y lideran organizaciones consideradas entre las empresas más grandes del Ecuador.

¿Las organizaciones de pequeños productores han implementado prácticas de producción que aportan a la conservación del ambiente?

En cuanto al aporte a la conservación del ambiente, se reporta el área cultivada y certificada en 27.676,94 hectáreas, con influencia sobre 40.879,32, área total de propiedad de los productores. La normatividad del *Fairtrade* hace énfasis en las prácticas amigables con el manejo de los recursos naturales (suelo, agua, y biodiversidad) y aporte a la reducción del calentamiento global (uso de agroquímicos permitidos por la agricultura orgánica, no uso de materiales prohibidos por la Organización Mundial de la Salud, disposición final adecuada de aguas utilizadas en el procesamiento).

Como referencia de las actividades que aportan a la conservación se presenta como ejemplo el cultivo del cacao, producto con la mayor área certificada, el 100 % del área que corresponde a 20.097,57 hectáreas es de producción orgánica, cultivo que aporta a la protección de la biodiversidad, los ecosistemas, especies en peligro de extinción, criterio que es corroborado por, Larrea M. (2008) en su publicación titulada El cultivo de Cacao Nacional: un bosque generoso. "Manual de campo para la implementación de prácticas amigables con la biodiversidad en cultivos de Cacao Nacional", coincide con esta investigación en el sentido que el cultivo del cacao implementado con prácticas amigables con la biodiversidad es una de las alternativas productivas ideales para: recuperación de hábitats, restauración de ecosistemas, protección de especies en peligro y conexión entre bosques nativos. Las especies de fauna y flora nativos, algunas en vías de extinción, encontrarán en el cultivo de cacao un refugio para su

desarrollo. Por ejemplo, las especies forestales nativas o ciertas especies de aves que están altamente amenazadas.

En consecuencia las prácticas implementadas en las áreas bajo certificación *Fairtrade* representan un importante aporte a la conservación de los recursos naturales.

¿Debido a su participación en el Comercio Justo, las organizaciones de pequeños productores, han mejorado sus niveles de gestión con enfoque empresarial?

Dieciseis organizaciones con diferencias en sus resultados están siendo gerenciadas por profesionales en diferentes áreas técnicas y administrativas, en este caso el enfoque ha sido empresarial, siete organizaciones en las que la gestión del negocio la tienen los dirigentes de la organización, presenta una gerencia desde el conocimiento empírico.

En la gestión tecnológica para el manejo financiero, administrativo y gerencial, diecisiete organizaciones cuentan con software, ocho organizaciones también utilizan como complemento Excel básico y avanzado, dos organizaciones de primer grado y con poco tiempo en el sistema no cuentan con estas herramientas tecnológicas. En mayor porcentaje, las organizaciones están haciendo uso de la tecnología informática para mejorar la gestión de sus proyectos y procesos.

Las organizaciones han desarrollado varias herramientas para la gestión: plan estratégico (16), plan de negocios (12), plan ambiental (17), plan de salud y seguridad (7), plan de Prima *Fairtrade* (19); herramientas que en algunos casos no están siendo implementadas, otras las han utilizado parcialmente y otras las han implementado y no las han actualizado; en ocasiones son elaboradas por requerimientos de los Ministerios de Relaciones Laborales y Medio Ambiente; en el caso del Plan de Prima *Fairtrade* es un requerimiento de la norma de Comercio Justo, que sirve para la planificación y la rendición de cuentas sobre el buen uso e inversión de los recursos.

El análisis sobre la utilidad que le dan las organizaciones a los diferentes herramientas para la gestión se encuentra en discusión, algunas de ellas están en los archivos de las organizaciones, otras han sido utilizados parcialmente y otras están desactualizados; sin embargo, la cooperación nacional e internacional continúa apoyando el desarrollo de estas herramientas, se considera que los servicios deberían orientarse a cómo utilizar e implementar las diferentes estrategias y acciones que se plantean.

Como estrategia para el acceso a los mercados, las organizaciones han accedido a otras certificaciones. De las 20 organizaciones que operan, 20 tienen Certificación Orgánica, 9 *Global Gap*, 2 *Bioswiss*, 1 *Rainforest Alliance* y 1 con Sello de Pequeño Productor, son requisitos impuestos por el mercado internacional. Las organizaciones consideran como una

inversión, les significa valor agregado para sus productos en cuanto a estándares internacionales de calidad, la inversión es recuperada por precios, posicionamiento en el mercado, contratos de largo plazo y beneficios adicionales (premios).

Un aspecto importante se ha constituido la institucionalización de la transparencia y rendición de cuentas de las organizaciones, mediante la realización de auditorías financieras en la mayoría de las organizaciones, además de la implementación de espacios participativos para la planificación de sus acciones en los diferentes ámbitos, compartir información financiera, contable y de la gestión de los directivos, administradores y gerentes de las organizaciones, estas acciones se realizan en asambleas generales de las organizaciones.

El análisis responde a la pregunta que las organizaciones han mejorado su gestión con enfoque empresarial, se puede afirmar que existen diferentes niveles de avance y resultados obtenidos en la gestión de las organizaciones certificadas, estos están supeditados al tiempo de operación en el sistema, el producto, el volumen exportado, el número de socios y la capacidad de gestión de sus gerentes, administradores y dirigentes; con los ingresos del premio *Fairtrade* han realizado importantes inversiones en el desarrollo de herramientas empresariales, adquisición de software, certificaciones complementarias, todas estas acciones encaminadas a un proceso de mejora continua para responder a las exigencias del mercado internacional.

¿Las organizaciones de pequeños productores han incrementado sus volúmenes comercializados, obteniendo mejores precios por sus productos y pagando mejores precios a sus socios productores que el mercado local, aportando al ingreso de divisas del país?

En cuanto a los volúmenes de productos exportados (banano, cacao, café, quinua, plantas medicinales y panela granulada), durante el período de análisis alcanzó las 234.347,53 toneladas métricas, de los cuales 133.065,0 toneladas métricas corresponden a productos certificados por *Fairtrade Internacional*, volúmenes que representan el 56,78 % de los volúmenes exportados por las organizaciones de pequeños productores del Ecuador. El incremento se registró de la siguiente manera: en el 2010 se vendieron 37,88 miles de toneladas métricas, en 2011 37,50 TM y en el año 2012 comercializaron 57,69 TM; lo que demuestra el incremento de volumen en el período investigado.

Analizando la generación de divisas, \$ 110.418.878,53 son los valores vendidos por las organizaciones por los productos *Fairtrade* y *No Fairtrade*, los valores recibidos por productos certificados alcanzan los 80.620.770,83 dólares, este monto representa el 73,01 % del total recibido por las organizaciones. Si analizamos el porcentaje de los ingresos recibido por los productores, las ventas con certificación *Fairtrade* resultan un importante aporte a la economía

de las familias productoras; la diferencia de precios por tonelada métrica entre productos *Fairtrade* y no *Fairtrade* en promedio es de 605,88 y 294,21 dólares respectivamente.

Las organizaciones han obtenido mejores precios por la comercialización de sus productos en los mercados *Fairtrade*: en banano obtuvieron mejores precios que en promedio fueron mejores con el 83,60 %; en cacao 57,77% y café 49,32 %. Las organizaciones, con el incremento de estos ingresos, tienen que pagar a los productores, cubrir los costos de asistencia técnica, logística, transporte, trámites legales, permisos, costos de certificación, búsqueda de mercados, costos financieros. Estos ingresos se garantizan con los precios mínimos establecidos por el sistema *Fairtrade Internacional*, adicionalmente las organizaciones reciben el premio: para banano 1 dólar por caja de banano de 18,14 kg; cacao 200 dólares por tonelada y café 0,20 dólares por libra; recursos que deben ser invertidos en los proyectos que benefician a los socios productores, sus familias y la comunidad.

Los productores han recibido mejores precios por sus productos, frente a los precios del mercado local de exportación; en banano recibieron en promedio 33,15 % más en el precio, cacao con el 20,41 % y café con 14,55 %. En conclusión, los precios que reciben las organizaciones y los productores están directamente relacionados con el tamaño de las organizaciones, las áreas certificadas, el volumen comercializado, los precios y el crecimiento del mercado para los productos *Fairtrade*.

Para responder la pregunta planteada se menciona que las organizaciones certificadas de Ecuador sí han incrementado el volumen comercializado, han mejorado los precios que reciben las organizaciones y los productores han recibido mejores precios por la venta de sus productos certificados, si se compara los precios pagados por el mercado local de exportación.

¿La participación de las organizaciones de Pequeños Productores, en el sistema de *Fairtrade Internacional*, es un importante aporte a las exportaciones del Ecuador y contribuye a su balanza comercial?

Se cumple la hipótesis de que las organizaciones que operan en el sistema de comercio justo, sí aportan a la balanza comercial del país, representan volúmenes cercanos al 0,33 % a nivel de volúmenes de productos expresados en toneladas métricas, al relacionarlos con los volúmenes totales exportados como país según los reportes del Banco Central.

En lo referente a valores en generación de divisas, el rango de participación en los años analizados se encuentra entre 20.676,94 miles de dólares que corresponde el 0,20%, 28.700,46 representa el 0,21 % y 31.243,46 miles de dólares que significan el 0,23 % de los valores totales exportados por el Ecuador, según estadísticas del Banco Central, para los años 2010, 2011 y 2012 respectivamente.

Se concluye señalando que las organizaciones de pequeños productores, a través de la comercialización asociativa en el sistema de *Fairtrade Internacional*, aportan a la balanza comercial del Ecuador con volumen e ingreso de divisas, actividad que debe ser reconocida y valorada por el sector de donde provienen los productos; son organizaciones de pequeños productores y sus familias, quienes trabajan la tierra, ofrecen productos de calidad para el mercado internacional mediante prácticas amigables con el entorno, acciones que buscan el equilibrio entre los aspectos sociales, económicos y ambientales, en definitiva enfocadas en el desarrollo sostenible.

Finalmente, al responder positivamente a las preguntas planteadas para el desarrollo de la organización, se comprueba la hipótesis planteada: La participación de las organizaciones ecuatorianas en el Comercio Justo y que aplican sus normas y estándares, contribuyen a las exportaciones y aportan al desarrollo de las organizaciones.

6. RECOMENDACIONES

Los resultados y hallazgos encontrados en el desarrollo y análisis de la investigación permiten recomendar a los representantes de las organizaciones de pequeños productores, que analicen la posibilidad de incorporarse al sistema de Comercio Justo, por ser una alternativa para las organizaciones de pequeños productores para mejorar los ingresos, comercializar sus productos, obtener mejores precios y relaciones comerciales de largo plazo.

El comercio justo constituye una alternativa para los pequeños productores organizados en procesos asociativos, estableciendo una estrategia para responder a los mercados internacionales; el trabajo debe enfocarse en incrementar los volúmenes producidos y comercializados (economía de escala), revisar sus costos de gestión, no descuidar la calidad de los productos. En concreto gestionar el negocio en forma eficiente.

Las organizaciones que operan en el comercio justo, para garantizar el éxito del negocio, deben pensar en profesionalizar sus gerencias o administradores, esto les permitirá implementar estrategias y acciones con enfoque empresarial, esto se ve reflejado cuando han logrado un equilibrio entre los aspectos comerciales y reivindicativos propios y legítimos de sus procesos organizativos.

Las organizaciones cuentan con instrumentos para su gestión en los ámbitos de la planificación estratégica, salud y seguridad, ambiente, planes de negocios, estudios de mercado y plan de premio *Fairtrade*, la recomendación es utilizar estas herramientas para mejorar la gestión de las organizaciones en todos los aspectos organizativos, productivos, comerciales y ambientales en el corto, mediano y largo plazo.

Las organizaciones certificadas, deberían desarrollar y fortalecer espacios de incidencia política para que se haga efectiva, la política de Comercio Justo establecida en la Constitución Política del Ecuador, proponer la formulación de políticas y estrategias que promuevan y motiven el incremento de sectores organizados en este nicho del mercado internacional, además se les reconozca como actores importantes de la economía popular y solidaria.

Las organizaciones tienen que trabajar en la diversificación de los productos a certificar, para prevenir riesgos en el futuro por la dependencia exportable de un solo producto.

Otro aspecto clave es que las organizaciones piensen y analicen acciones para su capitalización, estrategia orientada a garantizar la sostenibilidad de los procesos organizativos, comerciales y la sostenibilidad de los servicios a los productores y productoras. Para la capitalización podría considerarse algunos criterios como los aportes personales de los socios, un porcentaje de los recursos provenientes de la Prima *Fairtrade* que la asamblea apruebe, los excedentes obtenidos por mejores precios por la comercialización del producto. Estos

recursos podrían servir como fondos para el acopio y la comercialización de la producción, entonces las organizaciones contarían con capital de trabajo propio sin tener que acceder a créditos con el pago de intereses. En el caso de los aportes de los socios, se podría pagar una tasa de interés en base a las tasas de interés activas del sistema financiero y los recursos podrían ser entregados periódicamente o cuando el productor decida retirarse o jubilarse.

Una recomendación final, las organizaciones de pequeños productores que operan en el sistema *Fairtrade Internacional* han adquirido experiencia en sus actividades organizativas, económicas, financieras y comerciales, sin embargo, las actividades emprendidas presentan nuevos retos, desafíos y cambios que las organizaciones tienen que responder implementando acciones enfocadas en el mejoramiento de la gestión y desarrollo empresarial. Frente a estos nuevos retos se propone una guía que contempla aspectos de: gestión y dirección, económico financiero, gestión comercial y gestión humana; condiciones que las organizaciones podrían considerar e implementar en el mejoramiento de su gestión empresarial. (Ver Anexo No. 2, Guía de Gestión Empresarial).

En lo referente a la investigación, como sugerencia podría ser interesante profundizar en el análisis en temas como: la participación de la mujer en la toma de decisiones en las organizaciones, los ingresos generados por la actividad productiva y comercial relacionada con el *Fairtrade* y la situación actual sobre la carga de trabajo de las mujeres, entre otros.

Complementar la investigación en temas ambientales, como estudios de huellas de carbono, biodiversidad en los cultivos certificados, estudios de aguas utilizadas en procesos cosecha y poscosecha.

Finalmente, sería interesante si algún actor desde el Estado o el sector de la cooperación, tomará la posta para continuar investigando y actualizando periódicamente la información sobre el sector del Comercio Justo en Ecuador.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Central del Ecuador; Ecuador: Evolución de la Balanza Comercial, Enero – Noviembre 2010, Enero Noviembre 2011 y Enero – Noviembre 2012, Resumen Ejecutivo.

Certificación Global Gap; http://www.globalgap.org/export/sites/default/.content/galleries/documents/120921-InfoKIT_FV_web_es.pdf Pág. 4 Consulta, Consulta 7 de Abril de 2014

Certificación Biosuisse; <http://www.caecv.com/docs/Biosuisse%202007%20.pdf> Pág. 1, Consulta 7 de Abril de 2014.

Certificación Rainforest Alliance; <http://www.rainforest-alliance.org/es/agriculture/certification>, Consulta 7 de Abril de 2014

Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de Pequeños Productores http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/2014-01-15_SPO_SP.pdf, Consulta Enero 15, 17, Febrero 4, 22, Marzo, 18, 19, Abril 7, 8 Mayo 20, 27 de 2014

Criterio de Cumplimiento Fairtrade para Trabajo Contratado; <http://www.flo-cert.net/wp-content/uploads/2014/04/PC-PublicComplianceCriteriaHL-ED-6.7-es.pdf>

Documento explicativo del criterio de Comercio Justo Fairtrade para organizaciones de pequeños productores http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2013-02-12_SPO_Explan_Doc_SP_3.pdf Consulta Mayo 20 de 2014.

Fairtrade Federation ¿Que es el Comercio Justo?; <http://www.fairtradefederation.org/what-is-fair-trade/> Consulta Febrero 5 de 2014

Fairtrade cerca de usted: países productores, países consumidores redes de productores. <http://www.fairtrade.net/certifying-fairtrade.html?&L=1>, Consulta Febrero 5 de 2014

Historia del Fairtrade; <http://www.fairtrade.net/history-of-fairtrade.html?&L=1> Consulta 4 de Febrero de 2014. Consulta marzo 4 de 2014

ISEAL, Instituto de Certificación de Buenas Prácticas Sociales, <http://www.isealalliance.org/online-community/resources/principios-de-credibilidad-marzo-2013>. Consulta marzo 4 de 2014.

Larrea, M. 2008. El cultivo de Cacao Nacional: un bosque generoso. “Manual de campo para la implementación de prácticas amigables con la biodiversidad en cultivos de Cacao Nacional”. Programa Nacional Biocomercio Sostenible del Ecuador (EcoCiencia / CORPEI), Programa de Facilitación del Biocomercio - UNCTAD. Quito; http://www.canacacao.org/uploads/smartsection/19_ManualCertificacionOrganica.pdf Pág. 2.7 Consulta de Abril 28 de 2014.

Los beneficios del Comercio Justo; <http://www.fairtrade.net/benefits-of-fairtrade.html?&L=1>. Consulta Abril 28 de 2014.

Manual para Familias Productoras, Certificación Orgánica Paso A Paso, elaborado por Gabriela Soto y Philip Descamps 1ra Edición – Turrialba- Costa Rica, el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza CATIE, año 2011, Pág. 6,8. Consulta Mayo 16 de 2014.

Mapa del Ecuador provincias y capitales; <http://ecuador-fotos.blogspot.com/2010/10/provincia-y-capitales-del-ecuador.html>. Consulta Febrero 5 de 2014

Precios históricos de cacao en la Bolsa de Nueva York; <http://es.investing.com/commodities/us-cocoa-historical-data>. Consulta 12 de julio de 2014.

Proceso de Certificación de Comercio Justo; <http://www.flo-cert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/>. Consulta Marzo 17 de 2014

Quiénes somos; Introducción a Fairtrade, los criterios, precios, prima Fairtrade; <http://www.fairtrade.net/producer-networks.html?&L=1>. Consulta Marzo 17, Abril 5, Mayo 3 de 2014.

Símbolo de Pequeño Productor; http://www.tusimbolo.org/pdfs/Que_es_el_SPP_15-04-2012.pdf Pág. 1. Consulta 7 de Abril de 2014.

Transversalización de género; http://www.undp.org.ec/genero/manual_transversalizacion.pdf Consulta 15 de Abril de 2014.

8. ANEXOS

ANEXO 1. CASO EMBLEMÁTICO CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE

Información general

Tipo de organización: Organización de segundo grado que agrupa a 5 organizaciones de base o de primer grado.

Año de fundación: 2006 **Año de certificación:** 2007

N° de Productores Asociados: 940 productores y productoras

Producto certificado Fairtrade: Cacao, tipo nacional fino de aroma

Volumen de producción anual: 500 toneladas métricas.

Perfil de taza: Sabor a nuez, cítrico, floral.

Área cultivada: 2.176,75 hectáreas. **Periodo de Cosecha:** De Noviembre a Abril.

Ubicación geográfica: Km 1,5 vía Calceta Canuto, Calceta, Cantón Bolívar, Provincia de Manabí, Ecuador

Página Web En estos momentos la página Web <http://fortalezadelvalle.org/>, se encontraba inactiva porque estuvo en proceso de actualización, mejora y mantenimiento.

email: info@fortalezadelvalle.org

MAPA DEL ECUADOR CON ZONA DE INFLUENCIA DE LA CORPORACION FORTALEZA DEL VALLE.



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

Hitos en la historia de Fortaleza del Valle

Nace de la iniciativa del Proyecto Carrizal-Chone, como una necesidad para generar valor de los productos de la zona, se prioriza la comercialización y exportación de cacao nacional fino y de aroma. El 7 de noviembre de 2005, 70 productores iniciaron el proceso de comercialización, para luego en febrero de 2006 obtienen su vida jurídica como "Fortaleza del Valle".

Una vez constituida esta organización por la coyuntura de esa época, la presencia de proyectos, instituciones de cooperación y ayuda gubernamental para los pequeños productores se conforma la Organización de Segundo grado que agrupa a cinco organizaciones de base, está domiciliada en el Km. 1 ½ de la vía Calceta - Canuto del Cantón Bolívar en la provincia de Manabí:

- La zona de influencia es en los cantones: Bolívar, Chone, Tosagua, Junín y Portoviejo.
- Está constituida por La organizaciones de base: LA FORTALEZA en la Parroquia Canuto, VALLE DEL CARRIZAL en la Parroquia Calceta, RIO GRANDE en la Parroquia Canuto, QUIROGA en la Parroquia Quiroga y RIO CHICO en la Parroquia Río Chico.

El 30 de Septiembre del año 2008, con Acuerdo Ministerial N° 041 otorgado por el MAGAP; se constituye en Corporación Fortaleza del Valle, con personería jurídica de derecho privado, sin fines de lucro, patrimonio propio, duración indefinida y número de socios ilimitado.

Sus organizaciones de base desde el año 2013 están registradas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), en base a las políticas y regulaciones implementadas por el actual gobierno.

Resumen de la planificación estratégica de Fortaleza del Valle

Misión

Proporcionar a los productores miembros de la Asociación oportunidades de desarrollo económico y social para mejorar la calidad de vida de sus familias.

Visión

Ser una organización de pequeños productores, líder en la comercialización de cacao nacional fino y de aroma, que trabaja con estándares de calidad que exige el mercado nacional e internacional.

Resumen de sus Estrategias en Base al Análisis FODA

- Elaborar planes y gestionar el financiamiento, para la rehabilitación de las fincas cacaoteras de los socios, para incrementar la oferta exportable de cacao nacional fino de aroma.
- Gestionar la obtención de otras certificaciones internacionales, para mejorar nuestra competitividad a nivel mundial. Los beneficios con las certificaciones, son mayores por la venta del producto a mejores precios y los premios que se obtienen.
- Establecer nuevas relaciones comerciales con posibles compradores para negociar el cacao fino de aroma en mejores condiciones en cuanto a precios, condiciones y contratos, obteniendo mayores beneficios económicos para los productores y la organización.
- Crear y mantener actualizada la página Web, como estrategia de promoción de la organización y del cacao nacional fino de aroma en los mercados internacionales.
- Intensificar la capacitación a los productores para mejorar la calidad del cacao para la exportación, como estrategia de mejora competitiva y comparativa a nivel internacional.
- Mejorar la infraestructura de acopio y procesamiento poscosecha, para garantizar imagen y calidad, estrategia que está enfocada en fortalecer la presencia de Fortaleza del Valle al mercado internacional, basándose en la misión y visión de la empresa.
- Ofrecer incentivos para los mejores y mayores productores de la asociación, lo que coadyuva al incremento de la oferta y a una mayor apropiación y posicionamiento de la organización a nivel nacional e internacional.

Avances en la gestión organizativa

Los aspectos gerenciales de Fortaleza del Valle se han basado en su planificación estratégica, por lo tanto esta herramienta se ha constituido la base para implementar las acciones correspondientes y que han dado lugar a los avances alcanzados:

- Fortaleza del Valle ha realizado la rehabilitación de las fincas cacaoteras con recursos del premio de Comercio Justo, mediante el servicio prestado por un grupo de seis podadores capacitados y formados por la organización.
- La organización cuenta con certificación orgánica, Comercio Justo, Biosuiss, la obtención de las certificaciones le ha permitido a Fortaleza del Valle, vender su cacao a mercados muy exigentes en el ámbito internacional como el suizo, el 100% del cacao ha sido exportado como orgánico y de comercio justo.
- La organización tiene un portafolio de clientes por lo menos de 10 compradores y actualmente ha firmado contratos con 6 compradores certificados dentro del Comercio Justo.
- La organización tiene un sistema de asistencia técnica que visita periódicamente a sus socios productores, garantizando la implementación y manejo del cultivo con prácticas amigables con el ambiente y la conservación de la biodiversidad.
- Cuenta con un sistema interno de control que garantiza la implementación de las mejores prácticas de la agricultura orgánica y el cumplimiento de los criterios del comercio justo, mediante la presencia de inspectores capacitados que visitan las fincas de los socios productores.
- La organización tiene muy buena infraestructura de manejo pos cosecha, cuenta con cajones para la fermentación del cacao, marquesinas metálicas con malla plástica para el secado del cacao, secadora rotativa para el secado del cacao, balanzas, medidores de humedad, bodegas para el almacenamiento del producto, oficinas y área administrativa en construcción, laboratorios para control de calidad. Estas acciones les ha permitido posesionarse en el mercado internacional.
- El incentivo a productores y productoras, le ha permitido un crecimiento en cuanto a cantidad y buena calidad de los socios y socias, ofertar cacao de calidad y calidad en sus procesos organizativos.
- La estrategia se complementa con una agresiva campaña para la promoción y posicionamiento del cacao nacional fino de aroma, mediante la implementación y actualización periódica de su página web, incorporación a iniciativas organizativas en el sector cacao, promocionar el trabajo de Fortaleza del Valle en espacios públicos, ferias nacionales e internacionales.
- Implementación de planes de capacitación a productores y productoras, para mejorar la calidad del producto a exportar y la competitividad en el mercado internacional.

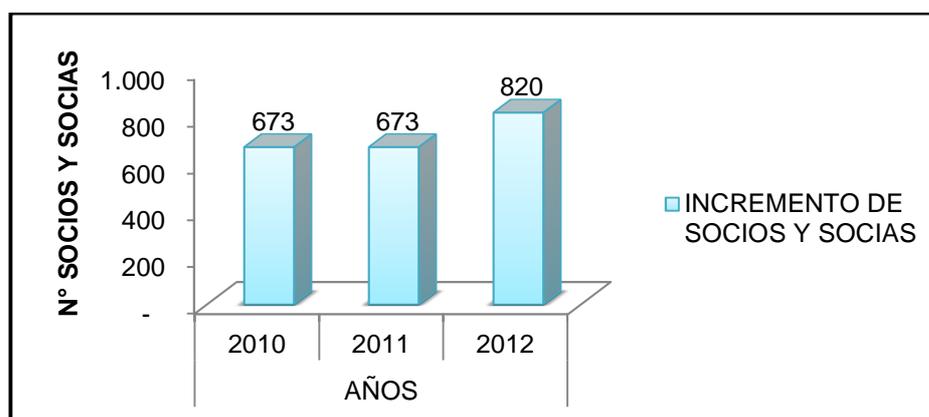
- El fortalecimiento de la organización cacaotera, se basa en el trato y discusión de los aspectos fundamentales de la gestión organizativa en Asamblea General, espacio reconocido como el medio más democrático de la organización.

Logros en los aspectos organizativos

Incremento de socios y socias

La organización inicio en el año 2005 con 160 productores/as, registra un rápido crecimiento, en el periodo de investigación en los años 2010 y 2011 se mantiene el número de personas asociadas en 673, en el año 2012 llega a 820 socios. El incremento se aduce a los servicios y beneficio que ofrece la organización a los pequeños productores en la comercialización de cacao, sistema de asistencia técnica, créditos y representación legal por Fortaleza del Valle.

INCREMENTO DE SOCIOS Y SOCIAS DE LA CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE
AÑOS 2010, 2011, 2012.

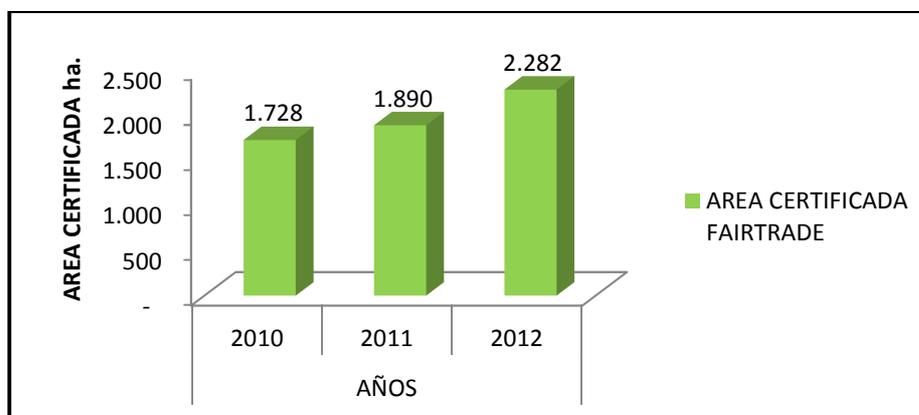


Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

Crecimiento del área certificada

El área certificada se ha ido incrementando en el tiempo y tiene relación directa con el incremento del número de socios productores, al analizar el grafico registra un incremento anual en el área certificada, alcanzando a 2.282 has con certificación en el año 2012. Este crecimiento le ha permitido a la organización incrementar sus volúmenes comercializados.

INCREMENTO ANUAL DEL ÁREA CERTIFICADA DE CACAO DE LA CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE.

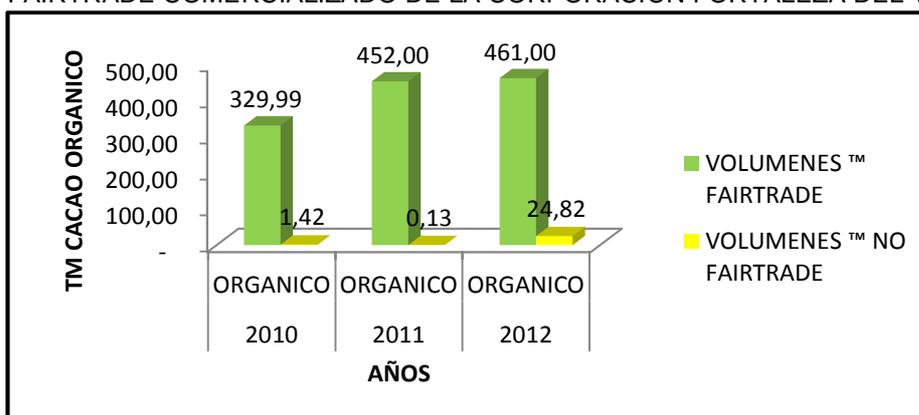


Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

Logros en los aspectos comerciales

Fortaleza del Valle comenzó su trabajo con paso firme, sus primeros pasos los inició con la comercialización de 25 TM de cacao orgánico en el año 2006, a través de la organización Unión de Organizaciones Cacaoteras del Ecuador (UNOCACE); en el año 2007 comercializa directamente 225 TM de cacao con certificación orgánica y Comercio Justo; en el año 2008 vendió 275 toneladas métricas; y, en el 2009 incremento sus ventas a 301,36 toneladas métricas. Esta tendencia se mantuvo en los años siguientes y la podemos observar en la siguiente figura:

INCREMENTO ANUAL DE VOLUMEN (TM) DE CACAO FAIRTRADE Y NO FAIRTRADE COMERCIALIZADO DE LA CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE.



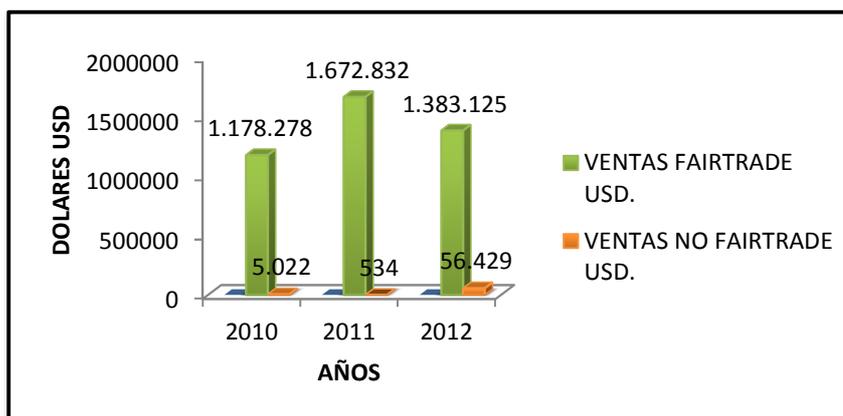
Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

La figura, nos muestra el crecimiento de los volúmenes comercializados de cacao ecuatoriano nacional fino de aroma, con certificación orgánica y de Comercio Justo. Este parámetro está en

relación directa con el incremento de socios y el área de cultivo certificada, en consecuencia se presenta un incremento de la oferta exportable.

En cuanto a los valores en dólares obtenidos por comercialización del cacao, Fortaleza del Valle registra los siguientes ingresos por las ventas durante el periodo de tiempo investigado;

VENTAS ANUALES EN DÓLARES POR LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO DE FORTALEZA DEL VALLE.



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

En el año 2010 la organización logro precios de 3.570,50 dólares por tonelada métrica de cacao exportado cuando el precio en la bolsa de ³Nueva York estaba en 2.960,58 , el año 2011 se reporta un incremento de valores por las ventas registradas en la organización, situación que se debe a la obtención de precios promedio de 3.701,07 dólares por tonelada de cacao frente al precio de la bolsa de 2.943.42 dólares, el porcentaje de las ventas de cacao orgánico con certificación Fairtrade supera ampliamente a las ventas de cacao orgánico no Fairtrade y que ha sido vendido en el mercado local. La disminución de los ingresos en el año 2012, se produce por la baja de los precios internacionales del cacao en la bolsa, la organización vendió su cacao al precio promedio de 2.963,14 dólares la tonelada, precio mayor que el de la bolsa de 2.337,78 dólares, precio por debajo en los registros de los años anteriores de la investigación, además la organización tuvo una contingencia la inundación de su centro de acopio por desborde del rio Calceta. En estos valores no se consideran el pago de 200 dólares adicionales del premio Fairtrade.

Además el negocio, depende mucho de la habilidad de quienes hacen la gestión comercial, para negociar buenos diferenciales de precios por el valor agregado que representa el cacao nacional fino de aroma con certificado orgánico y de Comercio Justo.

³ Precios históricos de cacao en la Bolsa de Nueva York; <http://es.investing.com/commodities/us-cocoa-historical-data>.

La organización mantiene relaciones comerciales, con compradores de Estados Unidos, Suiza, México y ha firmado por lo menos 10 contratos con importadores, que también están certificados en el Comercio Justo.

Implementación de servicios a los productores con el Premio Fairtrade

Los ingresos del premio Fairtrade, que ha recibido la organización, es importante anotar que el monto difiere de los ingresos recibidos en el periodo de investigación, debido a un ahorro realizado en el año 2009 y que la organización los invirtió en el año 2010, según reporta en la encuesta de campo, los ingresos recibidos se pueden observar en el cuadro siguiente;

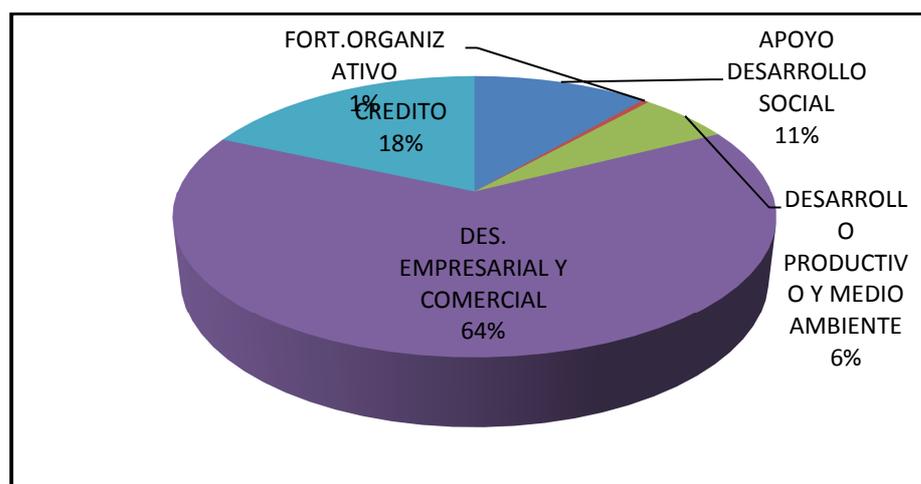
VALORES DEL PREMIO FAIRTRADE EN DOLARES RECIBIDOS POR LA CORPORACION FORTALEZA DEL VALLE

AÑO	PREMIO FAIRTRADE RECIBIDO EN DOLARES
2009	72,640.81
2010	49,496.85
2011	89,458.50
2012	92,419.20

Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

Los servicios prestados por la organización a sus socios, se enfocaron en los siguientes componentes:

INVERSIONES REALIZADAS (%) POR LA CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE CON LOS INGRESOS PROVENIENTES DEL PREMIO FAIRTRADE



Fuente: Encuesta a Organizaciones Certificadas. Elaborado por el autor, Abril 2014.

La organización durante el periodo de análisis ha recibido 304.015,36 dólares, para incrementar los proyectos y servicios en favor de sus asociados, el 64 % de estos valores han

sido invertidos en el desarrollo empresarial y comercial, mediante el desarrollo de infraestructura productiva, además ha servido como apalancamiento para acceder a financiamientos de la cooperación internacional y el Estado. ⁴Es importante anotar que el monto difiere de los ingresos recibidos en el periodo, debido a un ahorro realizado en el año 2009, porque ya tenían comprometidos recursos como contraparte en proyectos de infraestructura.

En un segundo lugar se ubica el servicio de crédito para los productores por el valor de 55.675,00 dólares, este sistema cuenta con su reglamento y presta un servicio importante a los socios, representa el 18,31 % de los recursos del premio invertidos.

El apoyo al desarrollo social; la organización ha implementado un fondo mortuario, para apoyar a los familiares en caso de fallecimiento de un socio, otro rubro se refieren a actividades de integración de los socios, los valores invertidos durante el periodo de investigación alcanzan los 34.079,63 dólares que representa el 11,21 % del total invertido.

El mejoramiento productivo y medio ambiente se ubica en el cuarto lugar con 17.820,00 dólares invertidos, recursos invertidos en la rehabilitación de las fincas cacaoteras, mediante la conformación de un equipo de expertos podadores que prestan el servicio de podas de formación, sanitarias y de renovación en la fincas de los productores, este valor representa el 5,86 % del dinero del premio recibido durante los tres años.

El componente con menor inversión con los recursos provenientes del premio Fairtrade; ha sido el de fortalecimiento organizativo con el 0,43 %, recursos que se han invertido en espacios de capacitación para dirigentes y socios productores, esta actividad se complementa con recursos provenientes de otras fuentes de financiamiento, obtenidos por la gestión del gerente y los dirigentes.

⁴ En el año 2009, con aprobación de la asamblea Fortaleza del Valle, ahorro \$. 72,640.81 que se invirtieron en los siguientes años.

ANEXO 2. GUIA PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL

**GUIA PARA LA GESTION
EMPRESARIAL**

1. ANTECEDENTES

Las organizaciones de pequeños productores que operan en el sistema Fairtrade Internacional, han adquirido experiencia en sus actividades organizativas, económicas, financieras y comerciales, sin embargo las actividades emprendidas presentan nuevos retos, desafíos y cambios que las organizaciones tienen que responder implementando acciones enfocadas en mejoramiento de la gestión y desarrollo empresarial.

La separación de las actividades económicas de las reivindicativas, es uno de los aspectos claves que las organizaciones tienen que enfrentar para responder a estas nuevas corrientes. Frente a estos nuevos retos queremos proponer una guía que contempla aspectos de; gestión y dirección, económico financiero, gestión comercial y gestión humana; condiciones que las organizaciones podrían considerar e implementar en el mejoramiento de su gestión empresarial.

2. OBJETIVO

Ofrecer lineamientos guía para que las organizaciones las adapten o adopten en el mejoramiento de su gestión empresarial.

3. CONTENIDOS

GESTION Y DIRECCION

1. Uso de herramientas de planificación y gestión
2. Plan de desarrollo Fairtrade.
3. Estructura organizativa.
4. Plan de Empresa

ECONOMICO FINANCIERO

1. Análisis Económico Financiero
2. Sistemas y software contable y financiero
3. Estrategias de capitalización de las organizaciones

GESTION COMERCIAL

1. Implementación de planes de negocios
2. Acceso a información de mercados

GESTION HUMANA

1. Análisis de puestos y formación del personal
2. Gestión del conocimiento en las organizaciones certificadas
3. Capital intelectual como el valor de las organizaciones

3. DESARROLLO GESTION Y DIRECCION

1. Planificación Estratégica;

El objetivo de las organizaciones es la sostenibilidad de sus servicios, mediante la implementación de actividades comerciales en el sistema de Comercio Justo, aportando al desarrollo social, económico de sus asociados, promoviendo la conservación, manejo de los recursos naturales y la biodiversidad. Con los sistemas económicos globalizados, es necesario que las organizaciones que operan en el Comercio Justo, mantengan una posición competitiva mediante la implementación de acciones proyectadas en el tiempo.

A estas actuaciones se les conoce como **Planificación Estratégica**, que tiene por objeto proyectar en el tiempo la realización de un plan de trabajo dirigido a la consecución de objetivos de corto, mediano y largo plazo, proyectarse en el tiempo y dejar de lado la proyección de corto plazo. En este se definen objetivos, fines y las líneas orientadoras del trabajo de la organización.

Por lo tanto las organizaciones tienen que formalizar los planes estratégicos, implementar mecanismos de monitoreo y seguimiento, para identificar posibles desviaciones de la estrategia y desarrollar medidas para corregirlas a tiempo.

Establecer mecanismos para compartir información estructurada sobre la estrategia de las organizaciones con los socios productores, en el caso de las organizaciones de segundo grado con las organizaciones de base, además con los empleados y trabajadores de las organizaciones, para que la información y el conocimiento lleguen a todos los niveles de las organizaciones.

2. Plan de Desarrollo Fairtrade;

Si bien es un requerimiento del Sistema Fairtrade Internacional, debe ser la traducción operativa del Plan Estratégico de la Organización, este plan constituye la implementación o el enlace entre la estrategia y las actividades cotidianas.

Este es un plan cualitativo y cuantitativo en el que se fijan metas, tiempos, presupuestos y responsables. Las organizaciones por pequeñas que sean tienen que contar con su plan de desarrollo Fairtrade actualizado y renovado.

El plan debe estar sujeto a evaluaciones por lo menos semestrales, para poder medir los avances, progresos y debilidades de las organizaciones en la ejecución de las actividades.

3. Estructura Organizativa;

Es fundamental que las organizaciones, definan, adapten o ajusten su estructura, estableciendo con claridad las funciones, responsabilidades y organigramas, basándose en sus herramientas de planificación estratégica y operativa. Estas medidas aportaran claridad y eficiencia en la gestión de la dirigencia, gerencia, socios productores, empleados y trabajadores.

4. Planes de empresa

Un plan de empresa es una herramienta que sirve para desarrollar una planificación empresarial. Este instrumento obliga a pensar sistemáticamente, para analizar con profundidad el negocio e intentar responder, planificar y programar todas las cuestiones que se puedan plantear.

Las organizaciones han desarrollado herramientas como Planes estratégicos, estudios de mercado, planes de negocios, planes de salud y seguridad, planes ambientales, planes de desarrollo Fairtrade, las organizaciones con todas estas herramientas, tienen los insumos para construir e implementar planes de empresa, estas herramientas pueden ser de utilidad para orientar su trabajo y conducir las acciones proyectadas hacia un futuro promisorio.

Las organizaciones al elaborar su plan de empresa, deben recoger los siguientes aspectos:

- Describir de manera clara el mercado objetivo, al que se van a dirigir
- Definir los objetivos que quieren conseguir.

El plan de empresa ha de identificar, describir y analizar las oportunidades, revisando la viabilidad técnica, económica y financiera. También constituye un instrumento de evaluación y de control que les permitirá a las organizaciones, analizar las desviaciones frente a los objetivos y resultados esperados.

El plan de empresa también debe recoger los siguientes aspectos:

- Plan de inversiones
- Plan financiero
- Estimación de ingresos y gastos
- Estados contables previsionales (Balances, Estado de resultados, Flujo de caja)
- Ratios e índices de rentabilidad

El Plan de empresa se debe elaborar en función de las proyecciones futuras, es decir se basa en los supuestos relativos a ventas, volúmenes de producción, volúmenes comercializados,

préstamos, etc. Por lo tanto, un aspecto esencial en la elaboración de un plan de empresa son las hipótesis que se formularán sobre el futuro de la empresa.

En cualquier caso, un plan de empresa ha de ser flexible en sus cálculos y cifras, para que se puedan acomodar a los cambios que aparezcan en el entorno.

ECONOMICO FINANCIERO

En este aspecto considero que hay una debilidad de las organizaciones, cuentan con la información contable, han invertido recursos en adquirir e instalar software moderno que les ha facilitado registrar y reportar la información contable (Balances, estados de resultados, ventas, volumen exportado, etc.). Esta información no ha sido utilizada para establecer indicadores financieros, que les permita analizar y proyectar la gestión económica y financiera de las organizaciones.

Una condición básica, para poder implementar el análisis económico financiero, constituye la decisión política que tomen las organizaciones, para en forma clara y precisa, separen las actividades reivindicativas de sus actividades económicas.

1. Análisis Económico y Financiero

Es necesario analizar si las actividades implementadas por las organizaciones dentro del sistema Fairtrade son rentables, análisis que depende de información generada por los sistemas administrativo y financiero, como; el volumen de ventas, gastos de personal, precio de insumos y materia prima...) y si la gestión comercial y empresarial de la organización está bien financiada. Para realizar un análisis económico-financiero, las gerencias o administradores de las organizaciones, debe tener en cuenta:

- Costos variables. Costos unitarios
- Costos de infraestructura.
- Amortizaciones.
- Presupuestos de explotación previsionales en base a sus planes de empresa.
- Punto de equilibrio
- Flujo de caja
- Período de recuperación de la inversión

Utilizar los ratios para el análisis económico-financiero, les permitirá realizar una estimación cuantitativa de los factores que inciden en la rentabilidad económica, financiera y la solvencia o la estructura del Balance.

Para calcular estos ratios, se analizan el Balance de Situación, el estado de Pérdidas y Ganancias. Los ratios que podrían calcularse:

- Ratios de rentabilidad y costes: proporcionan una visión de la rentabilidad de la empresa, relacionándola con distintos conceptos, así como los pesos relativos de los distintos tipos de costes
- Ratios de solvencia: miden la capacidad de la empresa para hacer frente a sus pagos a corto plazo.
- Ratios de endeudamiento: muestran la Estructura financiera de una empresa.
- Ratios de liquidez: permiten conocer la rapidez con que una empresa puede convertir sus activos en líquido (dinero).
- Ratios de actividad: informan sobre la evolución de la actividad, la importancia relativa de distintas actividades, así como de las rotaciones de algunos elementos del activo.

Una recomendación a las organizaciones; sería conveniente que se calculen de manera continuada en el tiempo, para que se conviertan en indicadores que posibiliten realizar su comparación periódicamente.

2. Sistemas y software contable y financiero

Las organizaciones han realizado importantes inversiones en la compra e instalación de software contable y financiero, en la mayoría de los casos los han adquirido por oferta del mercado, la sugerencia es que cuando las organizaciones dispongan de mayores ingresos, planifiquen y decidan contratar el diseño de sistemas adaptados a su realidad organizativa, empresarial, económica y necesidades del negocio.

3. Estrategias de capitalización de las organizaciones

Es necesario que las organizaciones, trabajen y planifiquen una estrategia de capitalización que tiene el propósito garantizar la sostenibilidad de los procesos organizativos, comerciales y la sostenibilidad de los servicios a los productores y productoras; las opciones son varias, aquí algunas ideas:

Los aportes personales de los socios, un porcentaje de los recursos provenientes de la prima Fairtrade que la asamblea apruebe.

Los excedentes obtenidos por mejores precios por la comercialización del producto, estos recursos podrían servir como fondos para el acopio y la comercialización de la producción, entonces las organizaciones contarían con capital de trabajo propio y no tener que acceder a créditos con el pago de intereses.

En el caso de los aportes de los socios, se podría pagar una tasa de interés en base a la tasas de interés activas del sistema financiero y los recursos podrían ser entregados periódicamente o cuando el productor decida retirarse o jubilarse, estos recursos mientras tanto podrían servir como capital de trabajo y fondos para el acopio y comercialización de los productos.

GESTION COMERCIAL

El comercio justo es una actividad comercial con valores, como tal las organizaciones tienen que enfocarse en responder a los requerimientos de un mercado cada vez más exigente, entonces las organizaciones tienen que implementar estrategias comerciales para responder a estas demandas.

1. Implementar planes de negocios

Las organizaciones han elaborado de forma participativa planes de negocios, planes que deben constituir el instrumento orientador de la estrategia comercial para las organizaciones certificadas que los tienen y, en las organizaciones que no disponen de esta herramienta deberían elaborarlos e implementarlos en el corto plazo.

2. Acceso e inversión en función del mercado

Los operadores del sistema de Fairtrade Internacional, deben definir estrategias, acciones y presupuestos para:

- Obtener información de mercados.
- Realizar estudios de mercados.
- Visitar sus compradores y consumidores.
- Invertir en material promocional
- Desarrollo de nuevos productos
- Control y mejoramiento de la calidad.
- Cumplimiento de normas de certificación Fairtrade, orgánica y otros.

GESTION HUMANA

Las organizaciones que operan en el sistema Fairtrade, entre las normas deben cumplir con los derechos laborales fundamentales y establecidos en los diferentes acuerdos de la Organización Internacional del Trabajo, además deben responder a los requerimientos del negocio y el mercado, frente a esta realidad es necesario que las organizaciones enfoquen sus esfuerzos y recursos para mejorar e implementar un sistema de gestión humana de calidad que responda a esta realidad.

1. Análisis de puestos y capacitación del personal

Para que la gestión empresarial de las organizaciones, pueda conseguir sus objetivos manteniendo su competitividad, es preciso desarrollar una política de recursos humanos enfocada en el bienestar y satisfacción de empleados y trabajadores, al mismo tiempo conseguir los objetivos, metas y resultados de la empresa.

Es preciso definir claramente cuáles son los puestos que necesita la actividad empresarial de la organización, cuales son las funciones a desempeñar en esos puestos y cuál es el perfil, conocimientos y habilidades de las personas para cumplirlas.

Las organizaciones deben implementar sistemas de evaluación de su personal periódicamente, para poder desarrollar sus mejores aptitudes, utilizar a sus colaboradores en base a sus talentos, invertir recursos para mejorar su formación y rendimiento.

Además, las organizaciones tienen que implementar sistemas de recompensas que pueden ser de tipo económico, capacitación, proyectos con el premio Fairtrade; que deben ser equitativos y justos, para motivar y retener a los empleados. Estas medidas pueden incrementar la satisfacción laboral, la cantidad y calidad del trabajo.

2. Gestión del conocimiento en las organizaciones certificadas

Las organizaciones que operan en el sistema Fairtrade, tienen altos índices de rotación de personal, el personal que deja de laborar en las organizaciones, se llevan el conocimiento, la experiencia, la creatividad y la capacidad de tomar decisiones, es necesario que las organizaciones implementen acciones para gestionar y retener el conocimiento.

La implantación de un sistema de gestión del conocimiento trata de transmitirlos a todos los colaboradores de la organización, para lograr una “organización inteligente”.

La estrategia es implementar una cultura de colaboración para que los conocimientos se compartan y estén a disposición de quien los necesite. El concepto de compartir la información, tiene sentido en la actualidad con las tecnologías de información y comunicación (TICs) que facilitan el almacenaje, la recuperación, la publicación y la comunicación de la información entre los empleados y trabajadores de las organizaciones.

3. Capital intelectual como el valor de las organizaciones

Se refieren a los valores intangibles de las organizaciones que habría que sumar a los valores tangibles, todo esto constituye el valor de la empresa o la organización; en el caso de los operadores de Fairtrade, se podrían considerar:

El capital intelectual está compuesto por:

- **Capital humano**, se refiere a la formación profesional, al conocimiento, competencias, habilidades, satisfacción, bienestar, etc. del personal, trabajar en una organización de pequeños productores requiere un nivel de compromiso, unas capacidades especiales que consideren los aspectos sociales y económicos, (equilibrio).
- **Capital estructural**, se trata de la estrategia, los procedimientos implementados, las estructuras organizativas establecidas, los canales de información y comunicación de la organización.
- **Capital relacional**, concierne a las relaciones de la organización mantiene con importadores y exportadores, proveedores de insumos y materiales, socios y socias productoras, organizaciones fraternas, colaboradores, entidades financieras, sector público y privado, entidades del estado, cooperación nacional e internacional, organismos no gubernamentales.

ANEXO 3. PROCESO DE CERTIFICACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES Y EMPRESAS CON TRABAJO CONTRATADO.

¿QUÉ ES LA CERTIFICACIÓN?

Según FLO_Cert, como entidad responsable de la certificación indica que el Certificado Fairtrade es un sistema de certificación de producto en el que los aspectos; tanto sociales como económicos y medioambientales se certifican conforme a los Criterios Fairtrade para productores, la compra y venta conforme a los Criterios Comerciales Fairtrade.

Textualmente expresa que nuestro sistema controla la compra y venta del producto hasta que se empaqueta y sella para su distribución al consumidor.

Se expide un certificado solamente tras una inspección física que confirme el cumplimiento con los Estándares Fairtrade que les corresponden. Presentamos un resumen de los criterios:

Criterios fuertes

Los criterios internacionales de Comercio Justo Fairtrade son conocidos por su rigurosidad y su proceso de desarrollo altamente creíble. Consultamos regularmente a todas las partes interesadas – productores, comerciantes, empresas y ONGs – para evaluar y actualizar los criterios Fairtrade mediante un procedimiento abierto y transparente.

Principales componentes de nuestros criterios:

Precio Mínimo Fairtrade: un precio mínimo para proteger a los productores cuando se producen caídas de precios de mercado;

Prima Fairtrade: fondos adicionales para que los productores inviertan en proyectos de desarrollo comunitario o en sus negocios;

Toma de decisiones democráticas al nivel de organizaciones de productores y trabajadores;

Contratos de larga duración y estables con los compradores;

Protección del medio ambiente;

Adhesión a los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo;

⁵Los criterios Fairtrade están disponibles en → www.fairtrade.net/criterios

⁵ Se anexa un documento con los Criterios mas detallados de Fairtrade Internacional.

SOLICITUD

FLO_cert, como entidad responsable de la certificación de la certificación de Fairtrade internacional, en su guía para obtener la certificación en su página web, en forma textual describe el Proceso de Certificación de Comercio Justo; <http://www.flo-cert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/>

El proceso de solicitud empieza, siempre al rellenar un formulario de solicitud o cuestionario y termina con una decisión de certificación.

El objetivo del proceso de solicitud es:

- Establecer si el solicitante cabe dentro del ámbito del Sistema de Certificación.
- Que el solicitante disponga de información suficiente sobre el sistema, para que se pueda preparar con propiedad para el resto del proceso de Certificación.
- Informar al solicitante de todas las reglas (Criterios y Políticas de Certificación) que le atañen.
- Conseguir unas vías claras de comunicación entre el solicitante y los miembros pertinentes del equipo de certificación.

AUDITORIA DE FLO-CERT

FLO-CERT verifica el cumplimiento de los Estándares FAIRTRADE mediante auditorias cuya duración varía en función de las dimensiones y la complejidad de la organización de productores y el número de productos certificados que desean vender. Pero, sea cual sea la duración de la Auditoria, está siempre comprende varias fases:

Preparación

El auditor prepara la Auditoria y envía al productor una carta para que la organización de productores esté informada de cuáles son los puntos principales.

Esta carta contiene la 'Agenda' de la visita; la estructura de la visita, el listado de las entrevistas que quiere realizar y los documentos que quiere evaluar.

Reunión de apertura

A su llegada a la Central de la organización de productores, el auditor se reúne con el Consejo de Administración, el Comité de Vigilancia, otros posibles comités y los socios que puedan estar presentes en la misma.

En el caso de trabajo contratado también debe estar presente el ⁶Joint Body.

⁶ Se le llama cuerpo conjunto, comisión mixta y actualmente en la nueva norma en vigencia desde el 1 de Julio de 2014 se llama Comité de Premio Fairtrade.

En la reunión se presenta el auditor, explica en persona lo que será la Auditoria, así como los Estándares, Precio mínimo y Prima FAIRTRADE, y se procede después a discutir los principales cambios en la estructura de la organización.

Revisión documental

El auditor comprobará, entre otros, pruebas documentales de:

1. Documentos de contabilidad, Balances, informes, etc.
2. Actas de la Asamblea General, información sobre el uso de los recursos provenientes del Premio Fairtrade
3. Estatutos, Políticas Reglamento interno
4. Registros laborales, Prácticas de Salud y Seguridad
5. La información contenida de estos documentos será contrastada durante la visita y en las entrevistas.

Entrevistas

El Auditor entrevista a diferentes personas y contrasta información obtenida de cada uno.

Las personas entrevistadas pueden ser Miembros del Comité Ejecutivo, Comité de Vigilancia, socios de la cooperativa y, también a trabajadores. Aunque a veces también se incluye entrevistas a personas que no forman parte de la cooperativa pero que tengan alguna relevancia en el ámbito local, sindicatos, ONGs.

También se realizan discusiones con grupos focales (Focus Group discussions) en las que el auditor propone un tema determinado sobre el que se tiene que debatir en el grupo, y se observan las reacciones.

Visita de campo

La visita de campo incluye la oficina y local central de la cooperativa, las plantas procesadoras si las hubiera, los almacenes de insumos, las fincas y actividades de trabajo agrícola, así como la participación en una Asamblea General si la hubiera.

La visita de campo es un recorrido aleatorio participativo, es decir, el auditor va acompañado en todo momento del responsable de la parte en la que se está auditando, dando la posibilidad de preguntar lo que hiciera falta esclarecer.

Se visitan también los alrededores para observar los posibles efectos que la organización provoca en el medioambiente.

Reunión de cierre

A igual que la apertura de la auditoria, el cierre se produce con una reunión.

En esta se describirán las fortalezas y debilidades de la organización, las no-conformidades y se aclararán los contenidos que necesiten explicación.

La organización de productores puede aprovechar esta reunión para sugerir las medidas correctivas.

El informe se envía a FLO-CERT para su evaluación.

Evaluación

Se concede al operador tiempo suficiente para que sugiera que acciones (en su opinión) pueden tomar para corregir las inconformidades.

Personal cuidadosamente elegido evaluará que acciones ha realizado el operador para corregir dichas inconformidades, asegurándose que se cumplan todos los requisitos que les corresponden como Fairtrade Certificado.

Certificación

Una vez corregidas todas las inconformidades, el caso del operador pasa a responsabilidad de un experto certificador que no haya estado implicado en la inspección o evaluación, quien informa al ente certificador. Entonces FLO-CERT, emite un certificado solamente después de confirmarse el pleno cumplimiento con los criterios correspondientes.

Tras la certificación

Tras obtener el certificado todos los operadores pasan a un ciclo de Certificación de un año de certificación. Antes de finalizar un ciclo se realiza una inspección de renovación para evaluar si el operador sigue cumpliendo con los Criterios Fairtrade que le corresponde.

Sistema de mejora de calidad

FLO-CERT agradece los comentarios de todos sus clientes sobre sus experiencias con la certificación Fairtrade. Todas las quejas, denuncias, apelaciones y / o las solicitudes de revisiones presentadas a FLO-CERT se tramitan en el Departamento de Gestión de Calidad.

FLO-CERT, para garantizar la calidad de sus servicios y la fidelidad con los criterios Fairtrade, en su página señala que se pueden enviar objeciones, si las tuviera, de acuerdo con la siguiente clasificación:

- Si desean expresar su insatisfacción con los servicios de FLO-CERT, ponga una queja;
- Si es un operador, cliente, trabajador o tercero y desea indicar que uno de los operadores certificados de Comercio Justo de FLO-CERT ha incumplido con los estándares de Fairtrade, envíe una alegación;

- Si no está de acuerdo con una de las decisiones de certificación o evaluación de solicitud o del proceso de auditoría y desea cuestionarlos, el operador puede presentar una apelación o una solicitud de reconsideración.

Con el fin de garantizar la objetividad, FLO_CERT, garantiza que toda la información pertinente, se tratará con la más absoluta confidencialidad y que las decisiones finales serán tomadas por personas que no estaban involucradas en el caso. Además, garantiza que cada caso, será tratado en la forma más discreta por FLO-CERT, con el fin de garantizar que las identidades de las partes implicadas estarán protegidas.

Una vez que la denuncia, queja, solicitud de apelación o revisión se ha investigado a fondo, FLO-CERT enviará la respuesta formal por escrito. El departamento de Gestión de Calidad en FLO-CERT, mantiene un registro de todos los casos, que se presentan con el fin de garantizar el aprendizaje de cada uno de ellos.

ANEXO 4. RESUMEN DE LOS CRITERIOS DE FAIRTRADE INTERNACIONAL

Los Criterios de Comercio Justo Fairtrade están pensados para combatir la pobreza y empoderar a los productores en los países más pobres del mundo. A continuación le proporcionamos información adicional, sobre el sistema:

Objetivos principales

Los principales objetivos de los Criterios Fairtrade son:

- Garantizar que los productores reciben precios que cubren los costes medios de producción sostenible
- Proporcionar una Prima de Comercio Justo Fairtrade adicional para invertir en proyectos que mejoren el desarrollo social, económico y medioambiental.
- Permitir el pre-financiamiento a los productores que así lo requieran;
- Facilitar relaciones comerciales a largo plazo y permitir que las asociaciones de productores tomen mayor control sobre el proceso de comercialización;
- Establecer claramente requisitos básicos y requisitos de desarrollo para garantizar que las condiciones de producción y de comercio de todos los productos certificados Comercio Justo Fairtrade son social, económica y medioambientalmente responsables.

Requisitos básicos y requisitos de desarrollo

Los Criterios de Comercio Justo Fairtrade distinguen entre requisitos básicos, que los productores deben cumplir para ser certificados, y requisitos de desarrollo que alientan a los productores a mejorar e invertir en el desarrollo de sus organizaciones y sus trabajadores. Este concepto se desarrolló para el grupo objetivo del Comercio Justo, los productores desfavorecidos. Favorece el desarrollo social, económico y medioambiental sostenible de los productores y sus organizaciones.

Principios comunes

Los siguientes principios considerados en todos los Criterios de Comercio Justo Fairtrade aplican a los pequeños productores, a los trabajadores y a sus organizaciones:

1) Desarrollo social:

Para los pequeños productores, los Criterios de Comercio Justo Fairtrade exigen una estructura organizativa que les permita llevar un producto al mercado para el que existe demanda. Todos los miembros de la organización deben tener acceso a la toma de decisiones y, en la medida de lo posible, participar en las actividades de la organización. Dicha organización debe

establecerse de manera transparente para sus miembros y no deberá discriminar ningún miembro o grupo social.

En el caso de las situaciones de trabajo contratado, los Criterios de Comercio Justo Fairtrade exigen a la compañía que otorgue derechos sociales y seguridad a sus trabajadores. Algunos de los elementos esenciales son: oportunidades de formación, ausencia de toda práctica discriminatoria respecto al empleo, ausencia de trabajo infantil así como de cualquier tipo de trabajo forzado, acceso a procesos de negociación colectiva y libertad sindical, condiciones de empleo que sobrepasen los requisitos mínimos legales, adecuadas condiciones de seguridad y sanitarias, así como suficientes facilidades para que los trabajadores administren la Prima de Comercio Justo Fairtrade.

2) Desarrollo económico:

Para la mayoría de los productos, los Criterios de Comercio Justo Fairtrade exigen a la industria el pago de un Precio Mínimo de Comercio Justo y de una Prima de Comercio Justo a los productores. El Precio Mínimo de Comercio Justo permite al productor cubrir los costos de una producción sostenible. La Prima de Comercio Justo es dinero para que los productores o los trabajadores de una plantación inviertan en la mejora de sus condiciones de vida. El dinero de la Prima está destinado a mejorar la situación de las comunidades locales en cuestión de salud, educación, medio ambiente, economía, etc. Los productores o los trabajadores deciden por sí mismos cuales son las principales prioridades para ellos, y de acuerdo con ellas administran la Prima de Comercio Justo. Los Criterios de Comercio Justo Fairtrade exigen que los compradores otorguen un anticipo financiero de los contratos, denominado pre-financiamiento, si los productores así lo solicitan. Con ello se pretende ayudar a los productores a acceder al capital y a superar lo que puede ser uno de los mayores obstáculos para su desarrollo. También intenta promocionar la iniciativa empresarial y puede ayudar al desarrollo económico de comunidades rurales enteras.

3) Desarrollo medioambiental:

Los Criterios de Comercio Justo Fairtrade incluyen requisitos para las prácticas agrícolas respetuosas del medio ambiente. Las áreas foco son: un uso reducido y seguro de agroquímicos, un manejo apropiado y seguro de residuos, el mantenimiento de la fertilidad del suelo y de los recursos hidrológicos, y el no uso de organismos genéticamente modificados. Sin embargo, no se exige certificación orgánica dentro de los Criterios de Comercio Justo Fairtrade. Si bien los costos para la producción orgánica son altos, éstos se tienen en cuenta dentro de los Precios Mínimos de Comercio Justo para productos de cultivo orgánico, que son más elevados.

4) Trabajo forzoso y trabajo infantil:

El trabajo forzoso y el trabajo infantil están prohibidos.

Principios para organizaciones de pequeños productores y situaciones de trabajo contratado

Además de los principios descritos anteriormente, hay principios específicos que se aplican a las organizaciones de pequeños productores y a situaciones de trabajo contratado.

1) Principios específicos para las organizaciones de pequeños productores

Los miembros deben ser pequeños productores. La mayoría de los miembros de la organización deben ser pequeños agricultores, que no dependen de trabajadores contratados todo el tiempo, sino que manejan su explotación principalmente por medio de su propio trabajo y el de los miembros de su familia.

Democracia. Los beneficios se distribuyan de manera equitativa entre los productores. Todos los miembros tienen voz y voto en el proceso de toma de decisiones de la organización.

2) Principios específicos para situaciones de trabajo contratado

Gestión de la Prima Fairtrade. El llamado Órgano Mixto, que incluye a los trabajadores y representantes de la gerencia, es responsable de la gestión de la Prima Fairtrade de acuerdo a los criterios Fairtrade.

Libertad de asociación y negociación colectiva. Los trabajadores tienen el derecho a afiliarse a un sindicato independiente para negociar colectivamente sus condiciones de trabajo.

Las condiciones de trabajo. Las condiciones de trabajo son las mismas para todos los trabajadores. Los sueldos deben ser iguales o superiores a la media regional, o al salario mínimo.

Deben establecerse medidas de salud y seguridad con el fin de evitar lesiones laborales.

Añade que FLO-Cert como ente certificador, supervisamos el cumplimiento continuo de los Criterios Fairtrade mediante una serie de actividades de control.

ANEXO 5. ENCUESTA COMERCIO JUSTO Y ORGANIZACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES

1. INFORMACIÓN GENERAL (Entrevista a representante legal)

Nombre de la organización:.....

ID #:

Ubicación: Parroquia..... Cantón..... Provincia.....

Zona de Influencia:

Dirección:.....

Teléfono: Celular.....

Email:.....

Productos certificados Fairtrade:

Otros Productos No Certificados Fairtrade:.....

Tipo de organización: Primer grado..... Segundo Grado..... Tercer grado.....

Está afiliada a una organización de nivel superior
.....

Si aplica, favor indicar el nombre:
.....

Estructura legal:
.....

Entidad reguladora:
.....

Año de certificación en Fairtrade:
.....

¿POSEE OTRAS CERTIFICACIONES?

Por favor indique si la organización tiene otras certificaciones:
.....

Nombre de representante
legal:.....

2. INFORMACION ORGANIZATIVA (Entrevista a presidente o administrador)

2.1 Organización de primer grado

AÑO	N° MUJERES	N° HOMBRES	TOTAL
2010			
2011			
2012			

2.2 Organización de segundo grado

AÑO	ORG. BASE	N° MUJERES	N° HOMBRES	TOTAL
2010				
2011				
2012				

2.3 Participación en las Juntas Directivas por género

AÑO	N° MUJERES	N° HOMBRES	TOTAL
2010			
2011			
2012			

2.4 N° EMPLEADOS Y TRABAJADORES

TRABAJADORES CONTRATADOS POR ORGANIZACIÓN												
CAMPO				PROCESO				ADMINISTRACION				TOTAL
PERMANENTE		TEMPORAL		PERMANENTE		TEMPORAL		PERMANENTE		TEMPORAL		
H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	

2.5 TENENCIA DE LA TIERRA Y TAMAÑO DE LAS FINCAS DE LOS SOCIOS DE LA ORGANIZACION

N°	AREA TOTAL FINCA	AREA CULTIVO CERT	AREA PROM. FINCA	TAMAÑO DE LAS FINCAS DE LOS PRODUCTORES			
				0 - 5 HAS	5-10 HAS	10-15 HAS	20 HAS O +
1							

3. GESTION DE LA ORGANIZACIÓN (Responsable de la comercialización)

3.1 Gestión de la Organización

3.1.1 La responsabilidad gerencial es del:

Presidente	Gerente	Administrador

3.2.3 Ventas Fairtrade y No Fairtrade en dólares. (Responsable financiero o contable).

AÑO	MERCADO DE EXPORTACIÓN				MERCADO LOCAL			
	PRODUCTO FAIRTRADE		PRODUCTO NO FAIRTRADE		PRODUCTO FAIRTRADE		PRODUCTO NO FAIRTRADE	
	ORG.	CONV.	ORG	CONV.	ORG.	CONV.	ORG.	CONV.
2010								
2011								
2012								

3.2.4 Precio de producto por año

AÑO	MERCADO DE EXPORTACIÓN				MERCADO LOCAL			
	PRODUCTO FAIRTRADE		PRODUCTO NO FAIRTRADE		PRODUCTO FAIRTRADE		PRODUCTO NO FAIRTRADE	
	ORG.	CONV.	ORG	CONV.	ORG.	CONV.	ORG.	CONV.
2010								
2011								
2012								

3.2.5 Mercados de exportación de los productos

AÑO	PAISES
2010	
2011	
2012	

4. PREMIO DE COMERCIO JUSTO (Responsable de los proyectos Fairtrade)

4.1 Ingresos del Premio de Comercio Justo por Año

AÑO	PRIMA RECIBIDA EN DOLARES
2010	
2011	
2012	

4.2 Inversiones realizadas con el premio de Comercio Justo por la Organización

AÑO	PROYECTOS	MONTOS
2010		
2011		
2012		

4.3 Inversiones realizadas para la conservación de los recursos naturales y el medio ambiente

AÑO	PROYECTOS	MONTOS
2010		
2011		
2012		

ANEXO 6. REGISTRO DE ORGANIZACIONES CERTIFICADAS DENTRO DEL SISTEMA DE FAIRTRADE INTERNACIONAL (FLO)

N°	ORGANIZACIÓN	GRADO	AÑO REGISTRO	REGISTRADO EN:	AÑO CERTIFICADO	CODIGO ID	PRODUCTO	OTROS CERTIFICADOS	UBICACIÓN	REPRESENTANTE LEGAL	MAIL
1	APAO Tierra Nueva	1°	2003	SEPS	2002	2192	Banano	Orgánica, Globalgap	El Oro, Ponce Enriquez (Azuay)	Juan C. Maldonado	apaotierranueva2@live.com
2	Asociación de Pequeños Productores de Banano El Guabo (APPBG)	1°	1997	SEPS	1998	1538	Banano	Orgánica, Globalgap	El Oro, Guayas, Azuay.	Lianne Zoetowei	info@asoguabo.com.ec
3	Federación Regional de Pequeños Cafetaleros Ecológicos del Sur de Ecuador (FAPECAFES)	2°	2003	MIPRO - SEPS	2003	2406	Café, chiffles	Orgánica	Loja, El Oro, Zamora.	Miguel Castillo	info@fapecafes.org.ec
4	Asociación Regional de Pequeños Productores Orgánicos Cerro Azul	1°	2002	SEPS	2003	2660	Banano	Orgánica, Globalgap	El Oro, Guayas	Jorge Salazar	info@asocerroazul.org
5	Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo-COPROBICH	1°	2003	SEPS	2005	3540	Quinoa	Orgánica	Provincia de Chimborazo: Guamote, Colta y Riobamba	Avelino Morocho	exportaciones.coprobich@gmail.com
6	Asociación de Productores de Plantas Medicinales del Chimborazo - Jambi Kiwa	1°	2001	SEPS	2006	3974	Plantas medicinales	Orgánica	Chimborazo	Rosa Guaman	rosa_guaman@yahoo.es
7	Corporación de Productores Orgánicos Senda Verde	1°	2004	MIES	2012	4150	Banano	Orgánica, Globalgap	El Oro	Tania Gómez	sendaverde1@gmail.com
8	Asociación Cantonal de Productores (as) Agroartesanales Orgánicos de Productos Tropicales "Nuevo Mundo"	1°	2005	SEPS	2006	4272	Banano	Orgánica, Globalgap	El Oro, Guayas, Azuay.	Benito Ordoñez	acpaonuevomundo@hotmail.com
9	Corporación de Productores y Frutas Tropicales San Miguel de Brasil	1°	2004	MAGAP	2006	4526	Banano	Orgánica, Globalgap	El Oro, Guayas y Azuay	William Valencia	sanmbrasil@yahoo.com
10	Corporación Fortaleza del Valle	2°	2006	MIPRO - SEPS	2007	5230	Cacao	Orgánica, Biosuiss	Manabí	Berto Zambrano	fortalezadelvalle@hotmail.com
11	Asociación de Productores Orgánicos de Vinces – APOVINCES	1°	2006	SEPS	2013	18175	Cacao	Orgánica, Rainforest Alliance,	Provincia de los Ríos: Vinces, Baba, Pueblo Viejo	Julio Cerezo	asociacionvinces@gmail.com
12	Federación de Asociaciones Artesanales de Producción Cafetalera Ecológica Manabí (FECAFEM)	2°	2004	MIPRO - SEPS	2011	18020	Café	Orgánica, SPP	Cantones 24 de Mayo, Pajan y Jipijapa - Manabí.	Lucrecia Alcivar	fecafem@yahoo.com
13	Asociación de Productores Orgánicos AGROVERDE	1°	2008	SEPS	2012	20983	Banano	Orgánica, Globalgap	Machala, El Oro, Ecuador	Gonzalo Pizarro	Agroverde-3@hotmail.com
14	Federación de Organizaciones Negras y Mestizas del sur Occidente de Esmeraldas-Atacames-Muisne FONMSOEM	2°	2000	MIES - SEPS	2014	21428	Cacao	Orgánica	Tonchigüe, Atacames Muisne Esmeraldas	Segundo Castillo	FONMSOEM@hotmail.com
15	Asociación Flor de Caña	1°	2009	SEPS	2010	21587	Panela Granulada	Orgánica	Parroquia Palo Quemado, Cantón Sigchos- Cotopaxí	Mariuxi	asociacionflordecana@yahoo.es
16	Corporación de Organizaciones Campesinas de la Provincia de Esmeraldas (COPE)	2°	2004	MIES - SEPS	2011	21588	Cacao	Orgánica	Quinindé, Esmeraldas, Ecuador	Anita Serrano	gerentecocpe@hotmail.com
17	Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras - UNOCACE	2°	1999	SEPS	2011	22609	Cacao	Orgánica	Guayas, Los Ríos, El Oro, Bolívar	Freddy Cabello	freddy.cabello@unocace.com
18	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS "TIERRA FÉRTIL"	1°	2011	SEPS	2013	28917	Banano	Orgánica, Globalgap	Pasaje, El Oro, Ecuador	Kleber Pindo	kleber.pindo@tierrafertil.org
19	Asociación Agraria Bananera Fincas El Oro	1°	2012	SEPS	2013	27632	Banano	Orgánica, Globalgap	Tarquí 2005 y Pichincha Esquina, Machala, El Oro,	Medardo Fernandez	fincasdeoloro@hotmail.com
20	Corporación de Producción y Comercialización Unión Carchense	1°	2005	MAGAP	2013	29558	Banano orito	Globalgap	Recinto Unión Carchense Vía Julio Moreno Km 12 -	Marco Villota	corporacioncarchense@gmail.com
21	UOPROCAE	2°	2013	MAGAP	2014	29955	Cacao	Orgánica	Cantón Atacames - Parroquia Sua Km 1.5. Vía a Tonchigüe	Francisco Peñarrieta	franciscoaproca@yahoo.es