

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Trabajo de titulación previo a la obtención de título de:

LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

TEMA

Análisis del Comercio Justo dentro de la Economía Popular y Solidaria, y su incidencia dentro del sector agrícola de hortalizas en Machachi.

AUTORA

MARILYN BRIGETH HERNANDEZ YANEZ

TUTOR

Eco. ADRIANO PATRICIO REDROBAN PORTALANZA

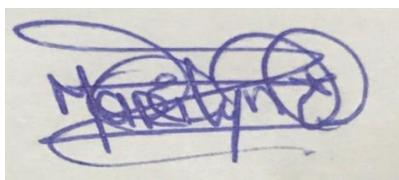
Quito, Septiembre, 2020

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Hernández Yánez Marilyn Brigeth, con documento de identificación No 172271668-3, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del trabajo de grado del artículo académico: “ANALISIS DEL COMERCIO JUSTO DENTRO DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y SU INCIDENCIA DENTRO DEL SECTOR AGRICOLA DE HORTALIZAS EN MACHACHI.”, mismo que ha sido desarrollado para optar por el Título de Licenciatura en Contabilidad y Auditoría, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Firma



.....

Nombre: Hernández Yánez Marilyn Brigeth

Cédula: 1722716683

Fecha: Septiembre, 2020

DECLARATORIA DE COAUTORÍA DEL DOCENTE TUTOR

Yo ADRIANO PATRICIO REDROBAN PORTALANZA declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de grado del artículo académico “*ANALISIS DEL COMERCIO JUSTO DENTRO DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y SU INCIDENCIA DENTRO DEL SECTOR AGRICOLA DE HORTALIZAS EN MACHACHI.*”, realizado por Hernández Yánez Marilyn Brigeth, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito,



.....

Nombre: Adriano Patricio Redroban Portalanza

Cédula: 060181379-3

Fecha: Septiembre, 2020

ANÁLISIS DEL COMERCIO JUSTO COMO ASPECTO DENTRO DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, Y SU INCIDENCIA DENTRO DEL SECTOR AGRÍCOLA DE HORTALIZAS EN MACHACHI

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
RESUMEN	7
1. TEMA	8
2. INTRODUCCIÓN	8
2.1 Planteamiento del problema.....	8
2.2 Formulación del Problema.....	10
3. OBJETIVOS	10
3.1 Objetivo General.....	10
3.2 Objetivos Específicos.....	10
4. JUSTIFICACIÓN	10
5. MARCO TEÓRICO.....	11
5.1 Economía Popular y Solidaria en el Ecuador	11
5.2 ¿Qué es el comercio justo?	11
5.3 El pequeño productor ¿Quién es?	13
5.4 El Comercio Justo en el Ecuador	14
5.5 Ventajas y Problemas del Comercio Justo en Ecuador	14
5.5.1 Ventajas del Comercio Justo en Ecuador	14
5.5.2 Problemas del Comercio Justo en Ecuador	15
5.5.2.1 Falta de organización de los productores para conformación de asociaciones de comercio justo	15
5.5.2.2 Ampliación de la conciencia del problema agropecuario	15
5.5.2.3 Falta de comercialización por parte de los mismos productores	17
5.6 Diferencias entre comercio justo y comercio tradicional.....	17
5.7 Intercambio desigual según Fridell:..	18
5.7.1 Principios de comercio según Adam Smith:.....	18
5.7.2 Principios de comercio según David Ricardo:.....	18
5.7.3 Comercio Justo según a WFTO (World Fair Trade Organization LatinAmerica):.....	18
5.7.4 Aportes de Hecksher, Ohlin, Samuelson.....	19
5.7.5 Acreditación de Comercio Justo: Nacional e Internacional	20
6. HIPÓTESIS	24
7. MARCO METODOLÓGICO	24
8. RESULTADOS DE LA ENCUESTA	26
9. DISCUSIÓN	34
10. CONCLUSIONES	35
11. BIBLIOGRAFÍA	37

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principales Instituciones miembro del CJ en Ecuador	19
Tabla 2. Categorías de organismos de CJ	21
Tabla 3: Ejemplo de cobro de prima Fairtrade	23
Tabla 5. Tamaño promedio de la terreno	27
Tabla 7. Los tipos de hortalizas que produce al mes	27
Tabla 8. Recibe valor monetario justo en proporción al producto	28
Tabla 9. Problemas percibidos acerca de la comercialización de hortalizas en Machachi	28
Tabla 10. Hace falta recursos para mejorar la producción de hortalizas	29
Tabla 11. Tipos de recursos que se incluirían para potencializar la producción de hortalizas y obtener mayor rentabilidad	30
Tabla 12. Oportunidad de inclusión de tecnología para producción	30
Tabla 13. Consideración de falta de incentivos a pequeños productores de hortalizas en Machachi	31
Tabla 14. Conoce sobre requisitos para aliarse a programas de comercio justo en la provincia	31
Tabla 15. Recibo de capacitaciones por parte de entidades públicas para mejora de procesos agrícolas para la producción	32
Tabla 16. Recibo de capacitación sobre procesos agrícolas para mejora de producción de hortalizas	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2. Tamaño promedio del terreno .	27
Figura 4. Los tipos de hortalizas que produce al mes	27
Figura 5. Recibe valor monetario justo en proporción al producto	28
Figura 6. Problemas percibidos acerca de la comercialización de hortalizas en Machachi	29
Figura 7. Hace falta recursos para mejorar la producción de hortalizas	29
Figura 8. Tipos de recursos que se incluirían para potencializar la producción de hortalizas y obtener mayor rentabilidad	30
Figura 9. Oportunidad de inclusión de tecnología para producción	30
Figura 10. Consideración de falta de incentivos a pequeños productores de hortalizas en Machachi	31
Figura 11. Conoce sobre requisitos para aliarse a programas de comercio justo en la provincia	31
Figura 12. Recibo de capacitaciones por parte de entidades públicas para mejora de procesos agrícolas para la producción	32
Figura 13. Recibo de capacitación sobre procesos agrícolas para mejora de producción de hortalizas	33

RESUMEN

Es preciso mencionar que, en la actual economía aún se observa fundamentos del notable capitalismo de décadas pasadas, donde el capital de trabajo era para los propietarios y todas las labores productivas la realizaban los obreros, de esta forma se fortaleció la agricultura, como parte del sustento prioritario de pueblos y nacionalidades indígenas, desde entonces, ellos luchan a favor de su no exclusión dentro del sistema productivo, pues aun cuando ellos son los productores de siembras y cosechas, en muchos casos se ven rezagados sus ingresos, como en el caso de los agricultores de hortalizas de Machachi, quienes afirman que sus ingresos son mínimos porque la mayoría de ellos son destinados a los intermediarios de sus productos, lo cual no forma parte del comercio justo. Si bien el comercio justo es una medida para potencializar la productividad y el desarrollo sostenible de los pueblos, aún falta mucho por hacer para los agricultores de hortalizas de Machachi, siendo esta la labor del Estado y de la sociedad en general, involucrando prácticas como capacitaciones continuas de producción, así como fomentando la inclusión de talento humano y tecnología para su labor.

PALABRAS CLAVE: Comercio justo, agricultores, Machachi, hortalizas

ABSTRACT

It is necessary to mention that, in the current economy there are still fundamentals of the notable capitalism of past decades, where the working capital was for the owners and all the productive work was done by the workers, in this way agriculture was strengthened, as part of the priority support of indigenous peoples and nationalities, since then, they fight for their non-exclusion within the productive system, because even though they are the producers of crops and crops, in many cases their income is lagging, as in the case of Machachi vegetable farmers, who claim that their income is minimal because most of them are destined for intermediaries of their products, which is not part of fair trade. Although fair trade is a measure to enhance the productivity and sustainable development of the people, there is still a lot to do for the farmers of Machachi vegetables, this being the work of the State and society in general, involving practices such as training continuous production, as well as encouraging the inclusion of human talent and technology for their work.

KEYWORDS:

Fair trade, farmers, Machachi, vegetables

1. TEMA

Análisis del comercio justo como aspecto dentro de la economía popular y solidaria, y su incidencia dentro del sector agrícola de hortalizas en Machachi.

2. INTRODUCCIÓN

2.1 Planteamiento del problema

El modelo productivo de los llamados estados democráticos, corresponde a un escenario de acumulación de recursos productivos en pocas manos, en tanto la mayoría de personas son poseedoras únicamente de su fuerza de trabajo, que en un entorno de leyes escritas y dirigidas hacia el beneficio de la élite dueña de los medios productivos, provoca que dicha fuerza sea explotada y no reciba una retribución económica acorde a su aporte en el proceso productivo de bienes y servicios finales, concentrándose dicha retribución en el factor productivo capital.

Esta forma de entender las relaciones productivas de la sociedad, ha conllevado a generar una creciente desigualdad tanto a nivel micro en los países entre las diferentes capas sociales, como a nivel macro entre países que se dividen entre naciones centrales o desarrolladas y naciones periféricas o

subdesarrolladas cuya fuente de ventaja es la disponibilidad de recursos naturales de poco valor agregado y por ende precio muy sensible a la oferta internacional; en este grupo de naciones, a las que pertenece el Ecuador, la desigualdad entre el quintil superior de la población y el quintil inferior, lleva a que este último no pueda tan siquiera suplir sus necesidades básicas fundamentales, dentro de este segmento poblacional se encuentra en una proporción significativa la población indígena cuya fuente principal de generación de recursos financieros es el agro.

Pese a la importancia que este sector social cumple en la generación de alimentos para el país, “los indígenas son quienes sufrieron más situaciones de discriminación y esclavitud en épocas de colonización” (Cotera, 2009). Además, los grandes problemas sociales suelen cebarse sobre estos grupos minoritarios poblacionales, que son presa en mayor medida que otros de la pobreza, la migración, la falta de educación y salud de calidad; debido fundamentalmente a que son sectores tradicionalmente ignorados por las élites gobernantes y estructuras económicas que son ajenas a su propia cosmovisión y forma de concebir las relaciones económicas, sociales y de poder.

En particular, en el Ecuador, los segmentos poblacionales de pequeños agricultores de la Sierra y la Costa ha sido estructuralmente aislado de las estructuras económicas y de poder, convirtiéndose en el eslabón más débil de la cadena productiva, la producción en estos segmentos poblacionales es fundamentalmente de tipo Agricultura Familiar (AF) y de subsistencia, es decir, que la agricultura no es la única fuente de ingreso familiar y la participación de mano de obra no perteneciente al núcleo de la familia es marginal y temporal (Wong, 2015); el grado de tecnificación es muy bajo y pese a que el 88% de las UPA's del país (Wong, 2015), encajan en este perfil, solo generan el 32% de los ingresos agrícolas totales (Wong, 2015).

En este contexto, se identifica al comercio justo como una alternativa de intercambio económico solidario y centrado en el bienestar común y el progreso comunitario, como herramienta de reducción de la desigualdad de ingresos entre los distintos segmentos poblacionales de agricultores, este comercio justo se dirige principalmente a unidades económicas, que desde el punto de vista agrícola, se pueden encasillar dentro de la agricultura familiar de subsistencia, que en

el Ecuador, tienen acceso en promedio a 10.4 Has o menos (Wong, 2015).

Machachi, que es una de las tierras productivas de la sierra ecuatoriana, padece la desigualdad social y económica de quienes han dedicado su vida al arado, siembra y cosecha de hortalizas en terrenos que se ajustan al perfil de Agricultura familiar de subsistencia; esto dado que la mayoría vive de la agricultura pero no puede depender únicamente de los ingresos generados por la misma, lo que genera la necesidad de búsqueda de fuente adicionales de recursos, e impulsa la migración a las grandes ciudades. Esto implica que en las zonas rurales productivas de Machachi, el comercio justo no ha sido aplicado de forma íntegra.

El presente artículo pretende identificar si en la zona rural productiva de Machachi, el comercio justo, o la ausencia de él, es un factor que incide en la falta de una situación de desarrollo económico favorable entre los segmentos poblacionales que se encasillan dentro de las UPA's de agricultura familiar (AF) de subsistencia; aquellas que no han alcanzado niveles de producción que rentabilicen la posesión de la tierra y por ende obligue a los miembros del grupo familiar a buscar alternativas de ingreso que pueden generar

problemas sociales, descuido de la tierra productiva, y demás situaciones que sumen al grupo familiar en un círculo de pobreza.

1.2 Formulación del Problema

¿Existe relación entre la economía popular y solidaria en torno al desarrollo económico y social del sector agrícola de hortalizas en Machachi?

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Analizar al comercio justo como uno de los aspectos que hace posible el desarrollo de la economía popular y solidaria, así como su incidencia dentro del sector agrícola de hortalizas en Machachi.

3.2 Objetivos Específicos

- Recopilar información de fuentes confiables sobre el comercio justo y la economía popular y solidaria como referentes de igualdad social y económica.
- Desarrollar una investigación de campo estadísticamente significativa que permita caracterizar descriptiva e inferencialmente la producción de agrícola de las UPA`s de AF de

subsistencia objeto del comercio justo

- Determinar si el comercio justo se relaciona o no directamente con el desarrollo económico y social del sector agrícola de hortalizas en Machachi.

4. JUSTIFICACIÓN

Considerando que la zona objeto del presente estudio, es una de las mayores despensas de abastecimiento de las grandes ciudades como Quito, y que pese a los ingentes recursos financieros que fluyen desde los consumidores hacia la cadena productiva no se ha solventado la creciente desigualdad económica que se percibe entre los diferentes sectores productores agrícolas del sector; el presente estudio se hace necesario con el fin de identificar si las características del comercio no favorecen a los pequeños productores y si no se aplican los términos de comercio justo que permitirían una mejor distribución de los ingresos entre los diferentes niveles de la cadena de producción y abastecimiento.

Es así que, se hace necesario indagar sobre si realmente el comercio justo está incidiendo de forma significativa o aún es un tema por explotar en torno al sector agrícola de hortalizas en Machachi, y si en

el caso de formar parte de un organismo de comercio justo, cómo se encuentra actualmente su regulación, además es posible percibir la realidad de un sector abandonado de cierta forma, pues aún existe precariedad en el uso de herramientas para la producción, y por supuesto falta de capital para fortalecer sus economías, algo que con el comercio justo es posible solventar.

Los beneficiarios directos del proyecto son los agricultores de hortalizas de Machachi, quienes al lograr el reconocimiento de las falencias en la aplicación de la Economía Popular Solidaria a través del comercio justo, pueden propender al establecimiento de procesos de cooperación entre pequeños agricultores de la agricultura familiar de subsistencia, y conseguir apoyo para iniciativas tendientes a que sus parcelas productivas logren la transición de UPA's de subsistencia a UPA's de agricultura consolidada, con la consiguiente reducción de la desigualdad que aqueja al sector.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Economía Popular y Solidaria en el Ecuador

La Constitución de la República en su artículo 283 señala que:

“El sistema económico es social y solidario, tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir”, además indica que “el sistema económico se integrará por las formas de organización económica sean pública, privada, mixta, popular y solidaria” (Constitución del Ecuador, 2008)

Acorde a este artículo de la Constitución, se pone en el centro del quehacer económico el Buen Vivir, que no es más que la satisfacción de al menos las necesidades fundamentales de todos los segmentos poblacionales del Ecuador, además de la garantía de acceso a servicios que garanticen el cumplimiento de los derechos humanos a cabalidad de todos y cada uno de los miembros de la sociedad; además, se reconoce que no existe una única forma de producción económica sino identifica a la producción popular y solidaria como un modelo productivo válido y alternativo a la producción capitalista que solo reconoce a lo público o lo privado.

5.2 ¿Qué es el comercio justo?

El comercio justo (C.J); se define como “...aquella oportunidad competitiva que permite mejorar la condición comercial de los participantes, evaluando productos, precio, calidad y sistemas de producción, que garantice la salida de los bienes tanto a nivel nacional como internacional” (Pinto, 2015); es decir, el comercio justo se muestra como una alternativa a la competencia descarnada y darwinista, puesto que implica la posibilidad de mejora en un entorno colaborativo; se entiende que dicha colaboración debería llegar desde el sector público o privado (o ambos) con el fin último de lograr la mejora de todos los actores de la red productivo y con vistas a lograr un mejor rendimiento de sus productos sea local o internacionalmente.

Esto va de la mano con la concepción moderna del comercio, que incluye todos los eslabones de la cadena productiva, desde la gestión de las materias primas, hasta la relación con el consumidor final; no se limita solamente al proceso de compra venta; esta concepción aplicada a gran escala productiva ha generado como resultado la reducción de costos significativa y la búsqueda de mercados masivos para los productos; en el caso de los pequeños productores, adolecen justamente de estos elementos, el encadenamiento productivo de tipo artesanal los deja fuera de competencia

frente a aquellos cuyo escalonamiento les permite reducir costos hasta hacer las pequeñas operaciones inviables tanto a nivel local como internacional.

A nivel internacional, es incluso más restringido el acceso a pequeños productores, puesto que existen una serie de normativas de calidad, fitosanitarias, barreras legales, de protección ambiental (embalaje, etiquetado, entre otros); que constituyen en obstáculos insalvables para los agricultores de subsistencia debido a la ausencia de capacitación o a que lograr reunir todas las condiciones exigidas por los mercados meta, encarece mucho el producto final dado su volumen de producción.

En este contexto, el comercio justo no se limita solamente a poner en contacto vendedores y compradores, sino a garantizar competitividad al pequeño productor; al poner al alcance conocimientos y mercados que mediante la asociatividad y la colaboración, esto les permite alcanzar los niveles productivos que les den acceso a un precio justo; mediante la tecnificación, el acceso a procesos de capacitación en normativa, métodos productivos y apoyo legal; básicamente los hace competitivos dentro de su propio modelo de hacer negocio basado en la solidaridad y no en el rendimiento del capital.

5.3 El pequeño productor ¿Quién es?

Cabe destacar que habido una serie de debates sobre el concepto de pequeño productor campesino o agropecuario. Y es que para empezar, la pequeña producción se define como “una escala de uso o propiedad de la tierra que se relaciona a la Unidad Agrícola Familiar, y en ello se distingue el microfundio, la pequeña, mediana y gran propiedad cuando se mide en Unidad Agrícola Familiar y el minifundio, como pequeña, mediana o grande propiedad según tamaño de los predios en hectáreas” (González, 2018).

Una de las características fundamentales de los pequeños productores es que “sus cálculos en ocasiones no se fundamenta en el margen de rentabilidad del producto sino, en el uso de la mano de obra propia que tiene un costo de oportunidad nulo, pues no es sencillo encontrar empleo en otras actividades” (Hernández & Urriola, 1993).

Es así como se puede definir a un pequeño productor como aquel que produce cantidades pequeñas de un determinado producto (campesino o agrícola) y que no se basa en la rentabilidad de su producción sino en el costo nulo que tiene su mano de obra, pues esta actividad le permite abastecerse para cubrir las necesidades

básicas existentes como vivienda, vestimenta, comida.

En el Ecuador actualmente, según datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería “Un pequeño productor no dispone de más de 20 hectáreas de terreno, un productor mediano hasta 50 hectáreas” (MAGAP, 2018), lo anterior quiere decir que los cultivos producidos también son mínimos al igual que sus terrenos pues solo alcanzan a realizar pequeñas cantidades de siembras y cosechas.

Sin embargo, el estudio de Wong, que se tomará como base para el dimensionamiento del universo de estudio del presente estudio, señala que es importante diferenciar entre pequeños productores también, puesto que esto no corresponde solamente al tamaño de la parcela productiva y el uso de mano de obra, sino al grado de tecnificación y participación de los ingresos totales familiares de la producción agrícola, así pues esta autora en su estudio auspiciado por la FAO señala que las UPA's de agricultura familiar AF se subdividen en tres tipos (Wong, 2015): las de subsistencia, las de transición y las de agricultura consolidada; de estas el 88% (Wong, 2015) corresponde a las de subsistencia, en las cuales la mano de obra es principalmente familiar y la mano de obra externa es marginal o inexistente, pero lo más

importante, en este grupo el porcentaje de ingresos familiares totales que se debe a la producción agrícola alcanza el 68% contra el 82% y el 89% de las AF en transición o consolidadas (Wong, 2015), esto implica que el 32% del ingreso restante debe obtenerse por fuera de la actividad agrícola lo que implica que estas UPA's son las más sensibles a prácticas de comercio injustas, puesto que al no poder el grupo familiar depender exclusivamente de la producción agrícola se genera un descuido que hace que la producción no pueda ser enteramente vendida o se comercializa por debajo de un precio apropiado, no se pueda alcanzar el máximo productivo eficiente y por ende no se tenga acceso a créditos o tecnología. Esta realidad convierte a las UPA's de AF de subsistencia en el objeto primario del comercio justo en el país y que de acuerdo a Wong, tienen en promedio 10.4Has de terreno productivo (Wong, 2015).

5.4 El Comercio Justo en el Ecuador

El término de comercio justo ha sido un tema de debate para los actores productivos del Ecuador, pues aún se puede evidenciar salvaguardas y aranceles que existen tanto para importar productos como para su exportación sin opción de incentivo. En el Ecuador, de todas maneras existen instituciones de beneficio comercial y

social que han tratado de potenciar la producción, la idea entonces es “implantar un sistema de C.J en el Ecuador, para combatir todas las inconsistencias que impiden tener precios justos, equidad y trabajo digno” (Ministerio de Comercio Exterior, 2013).

Es decir el comercio justo tiene relación directa con las estrategias del Buen Vivir, pues al garantizar un mercado justo, con precios regulados, equidad, igualdad de condiciones entre empresas; será posible también hablar de una economía popular y solidaria, dicho valor se puede anexar al hecho de que entre todos los productores , proveedores, comerciantes y distribuidores pueden integrarse mutuamente, para garantizar un producto de calidad, que muy probablemente si se siguen todos los parámetros de calidad, podrán ser competitivos también en el comercio internacional.

5.5 Ventajas y Problemas del Comercio Justo en Ecuador

5.5.1 Ventajas del Comercio Justo en Ecuador

El comercio justo, en palabras de Pinto: “permite mejorar la condición comercial de los participantes, evaluando

productos, precio, calidad y sistemas de producción, que garantice la salida de los bienes tanto a nivel nacional como internacional” (Pinto, 2015); es decir, a través de prácticas de comercio justo, el pequeño productor, puede tener acceso a mercados que exigen bienes y servicios finales más tecnificados y normados.

En el Ecuador, que es un país agrícola por excelencia, el comercio justo permite a quienes lo aplican alcanzar una independencia económica que mitiga la necesidad de empleo en segmentos poblacionales tradicionalmente excluidos; esto debido a que al mejorar los rendimientos productivos por la tecnificación de asociaciones productivas y al escalar la producción a través de dicha asociatividad y tecnificación; los costos productivos bajan y mejoran los rendimientos económicos; además, al poner en contacto a estos grupos con mercados mayores nacionales o internacionales; el volumen de ventas se incrementa y se amplía la cobertura lograda por este rendimiento, de modo que el pequeño productor logra su independencia financiera a ser su porción de tierra autosustentable y la necesidad de mano de obra se cubre con la familiar lo que reduce el fenómeno de migración económica interna o externa o la necesidad de que personas del núcleo familiar se dediquen a

actividades ajenas a la agrícola; incrementando el cuidado sobre la tierra y rompiéndose el ciclo vicioso de pobreza y producción de subsistencia, pasando a convertirse en agricultura consolidada.

5.5.2 Problemas del Comercio Justo en Ecuador

5.5.2.1 Falta de organización de los productores para conformación de asociaciones de comercio justo

Es preciso indicar que, a pesar de que “alrededor del 64% de la alimentación de los ciudadanos ecuatorianos proviene de la producción de pequeños agricultores” (Estudios sobre Economía Popular y Solidaria, 2013).

5.5.2.2 Ampliación de la conciencia del problema agropecuario

Es posible analizar que existen limitantes en la economía nacional que impiden o influyen de manera negativa para incluir el Comercio Justo, no como un sello de calidad, sino como una forma de inclusión de desarrollo económico sostenible sobre todo para los grupos vulnerables de la sociedad, pues gran parte de habitantes de estas zonas rurales

disponen de terrenos para el cultivo y producción agrícola, se conoce que “las tierras agropecuarias corresponden a unas 12,4 millones de ha, repartidas en aproximadamente 843.000 predios en el Ecuador” (FAO, 2005), es decir es algo menos de la mitad de la superficie territorial del país.

Es así que se señala los problemas que han perseguido al Ecuador desde varias épocas atrás, que si bien iniciaron con el auge cacaotero, bananero, petrolero, también dejó grandes crisis económicas que se vinculan también con procesos capitalistas que generaron procesos y transformaciones en el ámbito político, social y cultural.

Si bien desde los años 70 ya se concientizó en gran parte el problema de la falta de desarrollo económico agropecuario, se distinguieron tres periodos bien marcados:

1. El período del Modelo de Industrialización por Sustitución de Importaciones, “cuyo ideal era el implementar valor agregado a los productos primarios ofertados por agricultores de tal forma que sea posible combatir el subdesarrollo, a pesar de todo esto el desarrollo no alcanzó para estos periodos los resultados esperados y por el

contrario se profundizó las condiciones de pobreza en sectores campesinos” (Cruz, 2015).

2. “Para la década de los 80 se dieron condiciones de globalización, lo cual involucró acuerdos para la liberalización y flexibilización de relaciones económicas, dicho período se dio con la eliminación de ciertas tarifas arancelarias para el sector agropecuario, para así generar las agro exportaciones” (Cruz, 2015). Sin embargo esto se reduce al consumo de los productos en el entorno local y se importó los alimentos procesados de los países vecinos.
3. Se gestionó la reconfiguración del modelo de desarrollo nacional, catalogado como “Socialismo del Siglo 21” en la década 2009-2017, donde se fortaleció la idea de una economía popular y solidaria, entendiendo que “el sistema económico es social y solidario, además tiene por objetivo la garantía por la producción y la reproducción de condiciones materiales e inmateriales para fomentar el buen vivir” (Constitución del Ecuador, 2008, pág. Art. 283)

5.5.2.3 Falta de comercialización por parte de los mismos productores

Se conoce que, los agricultores se encuentran inmersos en sus propios sembríos, pasan largas horas de siembra y cosecha, y por supuesto los terrenos son lejanos en su mayoría de las ciudades principales, he ahí que se les dificulta a los mismos agricultores la comercialización.

Es por ello que se dan técnicas como el hecho de que “Los agricultores puedan utilizar información de los mercados para la reducción de riesgos asociados a la comercialización, entender dónde vender, decidir si almacenan o no el producto, determinar las temporadas altas y bajas de siembra y cosecha y otros” (FAO, 2015), sin embargo, esto si bien les ayuda a mejorar la información sobre el mercado al cual van encaminados sus productos, la problemática radica específicamente en que ellos ofertan sus productos a precios ínfimos y los intermediarios son quienes se encargan del resto de la cadena de valor encareciendo el producto significativamente hasta llegar al consumidor final, por lo que se considera que “el verdadero beneficiado es el intermediario y no el agricultor” (FAO, 2015), algo que por supuesto es una problemática a la hora de verificar el

costo/beneficio de la producción agropecuaria.

5.6 Diferencias entre comercio justo y comercio tradicional

El comercio justo se diferencia del comercio tradicional porque:

El comercio justo es una alternativa de comercio y está apoyado por organizaciones no gubernamentales que buscan una forma más concreta y equitativa de negociar los pr

oductos, con el fin de beneficiar a sus creadores, el comercio tradicional no tiene una concepción de beneficio general para los intervinientes en la compra de un producto o servicio. (Pinto, 2015, pág. 20)

Es decir la diferencia es muy notoria entre comercio justo y comercio tradicional, es el término de equidad; pues la idea del comercio justo es garantizar que todos los actores del mercado, tanto demandantes como oferentes sean beneficiados por los bienes y servicios que ofertan y demandan.

Es necesario mencionar, que en cuanto a lo legal, existe la Ley de

Economía Popular y Solidaria, la misma que se define como “los procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo fundamentado en las relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, determinando al ser humano por encima de cualquier actividad de lucro” (Constitución de la República, 2008)

En esta instancia, se puede decir que, existe la necesidad según el régimen actual, de poner al ser humano por sobre todas las exigencias de factores productivos, (capital, tierra, trabajo); es así que se planea este modelo de cambio radical al proceso neoliberal que se llevaba a cabo en épocas anteriores; sin embargo, se dice que la adquisición del sello solo es una simple especulación, sin embargo, los productores que han logrado asociarse y adquirir el sello de comercio justo han potencializado a la agricultura no solo como un medio de subsistencia sino de crecimiento y desarrollo.

5.7 Intercambio desigual según Fridell:

“Los países del sur se encontraban en subdesarrollo debido a que los productos primarios ahí elaborados se deterioraron en su precio frente a los del norte, lo cual los hizo dependientes de los Estados Unidos en los años 60” (Fridell, 2006)

5.7.1 Principios de comercio según Adam Smith:

“El comercio internacional, al aumentar el tamaño del mercado y propender la especialización, se generarán ganancias de productividad para los países” (Pinto, 2015, pág. 44); es decir su idea fue ampliar el mercado para atraer a más producción, así como a más demandantes del mercado, lo que da como resultado la acumulación de capital con lo que Smith propone la teoría de las ventajas absolutas.

5.7.2 Principios de comercio según David Ricardo:

“Los beneficiosos efectos de la especialización, se producirán siempre que estos opten por trabajar en aquello que sean capaces de construir en condiciones, comparativamente favorables” (Pinto, 2015, pág. 45); es decir David Ricardo, parece ser que se inclinó al capitalismo de manera más argumentativa, pues la idea era que el trabajo debería construirse según el nivel de especialización de quienes laboran.

5.7.3 Comercio Justo según a WFTO (World Fair Trade Organization LatinAmerica):

El comercio justo hace referencia a “Un movimiento social global que promueve

otro tipo de comercio, uno basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad; contribuye al desarrollo sostenible, ofrece mejores condiciones comerciales y asegura los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos” (World Fair Trade Organization Latin America, 2014)

5.7.4 Aportes de Hecksher, Ohlin, Samuelson

Existen también aportaciones neoclásicas, que incluyen los modelos creados por Heckscher Ohlin Samuelson; este modelo se inclina a pensar que “se busca especializarse en aquello para lo que estén competitivamente más avanzados, los cambios radican en su disponibilidad de factores de producción” (Pinto, 2015, pág. 48).

Generalmente se puede decir que el beneficio evidente de un país que aplica el comercio justo, o lo que es lo mismo de beneficios equitativos, la idea es que la producción de los bienes genere desarrollo sustentable, donde se obtenga abundante mano de obra así como recursos naturales, que se generan de especialización de la oferta sobre los bienes primarios, además los productos en la actualidad, deben tener mayor acceso investigativo, tecnológico, capital físico, talento humano; los cuales serán manejados y potencializados por los

países que sepan aprovechar de mejor forma el mercado justo y su accesibilidad a grandes mercados.

En el Ecuador, las organizaciones llamadas Organizaciones de CECJ (Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo), son las dedicadas a coordinar las acciones de comercio justo; las instituciones miembros de dichas organizaciones se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 1. Principales Instituciones miembro del CJ en Ecuador

Nombre	Provincia	Producto	# Socios
Aroma Amazónico	Lago Agrio	Cocoa, café	1.300
Cerro Azul	El Oro	Banano	140
Conrobich	Machachi	Quinoa, trigo y cebada	1636
Coremanaba	Manabí	Café	500
Fapecafes	Loja y Zamora Chinchipe	Café, chufles, mermeladas	1449
Fecafem	Manabí	Café	600
Fonmsocam	Esmeraldas	Cacao	400
Fortaleza del Valle	Manabí	Cacao	600
Jambi Kiwa	Machachi	Aromáticas	263
Unocade	Los Ríos	Cacao	2.250
Urocal	El Oro	Banano, Cacao	2.000
TOTAL			11.138

Fuente: (SENAE/ FWTO), 2013

Al 2013 estaban registradas 11.138 personas naturales y jurídicas que estaban trabajando para lograr el reconocimiento de

organizaciones que se ajustan a la normativa de comercio justo; las acciones que emprenden estas organizaciones económicas están destinadas a constituirse en alternativa viable al alcance de mercados nacionales e internacionales de productos y servicios con un sello de calidad distintivo de igualdad y condiciones éticas tanto de producción como de relación con todos los integrantes de la cadena productiva.

La CECJ, fue legalizada por el MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca); “en el año de 2013 según acuerdo Ministerial # 534 del 20 de Octubre de 2010, pero las organizaciones que la integran tienen varias décadas de trayectoria organizativa” (World Fair Trade Organization Latin America, 2014); el objetivo de esta legalización era que este grupo de productores identifique estrategias de producción que les permitan diferenciarse y llegar a los consumidores finales garantizando una relación de colaboración y retribución justa de todos los actores de la cadena productiva. Para el presente estudio, el productor debe centrarse en el enfoque de las necesidades tanto del público externo como interno al que se dirige, por lo que es necesario que se proceda a un proceso de interiorización de las necesidades del consumidor para generar la producción adecuada; es decir,

producir a partir de la óptica del consumidor final.

También cabe mencionar que la CECJ está vinculada con la CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo); esta asociación está dirigida a fomentar el desarrollo de estrategias de negocios innovadoras y comercialmente justas entre pequeños productores que mediante asociación puedan competir con entidades mayores con el respaldo de un sello que identifique a estos productores como poseedores de una producción justa con todos los actores que participan en ella y con el ambiente.

5.7.5 Acreditación de Comercio Justo: Nacional e Internacional

Los estándares propios de comercio justo se adaptan por lo general a los siguientes requisitos:

- Calidad de origen
- Sustentabilidad
- Amigable con el medio ambiente
- Régimen laboral humanista

Cabe mencionar que, el certificado de origen, también es un requisito indispensable para lograr adentrarse en

mercados extranjeros, dentro de este se estipulan normas fitosanitarias, de higiene, calidad, etiquetado, empaquetado, características propias del producto dependiendo de su composición; lo que garantizará también su inclusión y competitividad en mercados extranjeros, principalmente se puede decir que los requisitos son más estrictos por ejemplo para incluirse en la Unión Europea, tomando en cuenta que en esta, se exige incluso que los productos no contengan gluten y otras especies de compuestos, que no son de origen orgánico, principalmente para el caso de productos alimenticios.

Según (PROECUADOR, 2015) detalla que existe el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE); siendo esta la cual tiene personería jurídica y autonomía, además no posee fines de lucro y su objetivo es proveer certificaciones acorde con las certificadoras internacionales, en función de la actividad de las personas naturales o jurídicas que solicitan acreditación, además coordina con otras similares alrededor del mundo el reconocimiento mutuo de las certificaciones y difunde las ventajas de las mismas. (PROECUADOR, 2015)

En esta instancia, se puede observar que dicha entidad regula, y acredita a las certificadoras internacionales, pues la idea es que exista una coordinación entre las

empresas y la ventaja que estas aportan a las organizaciones para lograr su certificación; dentro de los organismos internacionales que operan dentro del Ecuador, se encuentran, entre los principales:

- WFTO (World Fair Trade Organization).-

Este es el único organismo, que puede certificar a las organizaciones de comercio justo en el Ecuador, “su oficina regional se encuentra en Quito, encargada de fortalecer las capacidades de comercialización, monitoreo, en donde se tramitan las asistencias que requieren los miembros, y la recepción de nuevas aplicaciones” (Pinto, 2015, pág. 60)

En esta situación, la membresía se divide en dos fases, la primera de ella es la Presentación del perfil de miembros de autoevaluación, donde se deben cumplir dos procesos específicos:

-FASE 1: Presentación del perfil miembro.- Con la idea de cumplir el proceso el miembro analiza el tipo de categoría de la membresía, a la que puede acceder, así como dependiendo del tipo de organización que lidera; dichas categorías se dividen en:

Tabla 2. Categorías de organismos de CJ

Organizaciones de Comercio Justo
Redes de Comercio Justo

Organizaciones de Apoyo al Comercio Justo
Organizaciones asociadas
Asociados individuales

Fuente: (World Fair Trade Organization Latin America, 2014)

La categorización dependerá entonces de la WFTO así como esta deberá ser autorizada y aprobada por la organización que requiere ser incluida en el comercio justo.

-Presentación del Informe de Autoevaluación.- Dentro de este informe de autoevaluación, se incluyen cuatro secciones muy bien definidas, donde se establecen:

Sección 1: Formulario de monitoreo de los proveedores/productores, donde se realiza también un informe del monitoreo interno de proveedores

Sección 2: Dentro de este se llena un formulario de evaluación, el mismo que incluye un informe a proveedores de por lo menos los últimos dos años

Sección 3: Dentro de dicho informe se muestra el formulario de mejoras, donde sea posible describir las áreas donde la organización requiere realizar mejoras

Sección 4: Formulario de propuesta, es aquí donde se completa el formulario, así como las consultas que se han realizado,

para verificar que concuerden con lo establecido por la WFTO.

FASE 2: Dentro de esta fase se realizan dos subfacetas, que son:

Visita del par: Este puede ser una persona que ha sido designada por el miembro provisional, para que acompañe al proceso de autoevaluación, además debe ser un socio comercial o también puede pertenecer a una ONG del medio local, esta a su vez debe:

- ✓ Realizar visitas y elaboración de un informe de resultados
- ✓ Toma de factores positivos de la organización para plantear cuestiones de valor agregado que ofrece dicha organización
- ✓ Verificar que los costos son asumidos por la organización. (PROEcuador, 2015)

Auditoria Externa:

- ✓ Organizar una auditoria de acuerdo al tipo de riesgo que mantiene la organización
- ✓ Los auditores son seleccionados por la WFTO
- ✓ El auditor seleccionará la información y los proveedores que necesita visitar
- ✓ Los costos de la auditoria también corre por cuenta de la organización. (PROEcuador, 2015)

Es necesario enfocarse en un punto, y es que todos los costos corren a cuenta de la organización que requiere ingresar en la acreditación de comercio justo.

- FAIRTRADE.- “Es una marca internacional que representa una alternativa de comercio convencional, se basa en la cooperación entre productores y consumidores” (Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, 2014); en esta instancia, Fairtrade para la acreditación divide a las organizaciones en dos, el primer grupo aquellos productores que están afiliados a una cooperativa, y el segundo grupo los empleadores quienes pagan los salarios, así como garantizan el cumplimiento correspondiente de las normativas de salud y de seguridad, así como proporcionan un clima laboral idóneo para su empleado; se puede ver que FAIRTRADE se encarga de asuntos laborales, pero también incluye condiciones de tipo comercial, pues los oferentes pueden recibir una cantidad adicional de dinero, con la idea de invertir en el crecimiento económico sostenible de la comunidad andina.

La forma de pago de Fairtrade, incluye el valor adicional sobre el precio, “la cifra se dirige a formar un fondo común para el mejoramiento de la comunidad, el uso de dicho dinero es para proyectos educativos, sanitarios, mejoras agrícolas,

calidad de instalaciones” (Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, 2014)

A continuación se establecen ejemplos de cobro de prima ejercidos por Fairtrade; pues esta depende de la categoría del producto, además se mide según los estándares de calidad en cuanto a productos fabricados o de tipo agrícola.

Tabla 3: Ejemplo de cobro de prima Fairtrade

Lugar de aplicación	Categoría	Producto	Cantidad	Precio Mínimo Fairtrade	Prima Fairtrade
Sur América	Convencional y procesada	Quinoa	1 Tonelada	\$2.250	\$260 (30% invertido en el medio ambiente)
Sur América	Orgánico	Algodón	1 Kg	\$0,49	\$0.05
Mundial	Convencional	Flores	1 bunch	Precio comercial	10% del precio comercial total
Ecuador	Orgánico Fresco	Banana	18.14 kg	\$9,05	\$1,00
Mundial	Convencional y procesada	Naranja	1 Tonelada	74% del FOB	\$200

Fuente: Prima Fairtrade.net, 2014

Se puede observar que conforme incrementa el precio de los productos y su cantidad, Fairtrade establece un monto de

prima mayor, además estas certificaciones cumplen la idea del comercio justo, puesto que tratan de buscar equidad entre el beneficio dado a las empresas, sus comerciantes y también este sello Fairtrade da realce al producto porque es mundialmente reconocido; el organismo encargado de la certificación de Fairtrade es FLOCERT, porque este es el organismo que se encarga de obtener el sello de los productos.

- ECOCERT.-

“Es una organización que provee servicios de auditoría y certificación para productos de Comercio Justo para conformidad de la norma “ESR-Equitable Solidaire, Responsable” (Ecocert, 2013); esta norma genera requisitos orgánicos; donde constan principios de cooperación, entre productores, promueve el conocimiento local y su autonomía, así como la responsabilidad de protección del ambiente y las relaciones entre el consumidor y el productor en todos los eslabones de la cadena productiva.

Claro está que es posible ver un compromiso social, por parte de las empresas certificadoras de comercio justo, razón por la que se considera a dicha estrategia, como la que permite mantener igualdad de condiciones entre

varios comerciantes que se posicionan en un mercado determinado, independientemente de su lugar de origen, la idea es que cada vez incluyan nuevas y más variadas herramientas que les permita hacer de su empresa y producto un lugar de desarrollo laboral, que a su vez dará como resultado un crecimiento sostenible y sustentable no solo al comerciante sino al país de origen.

6. HIPÓTESIS

Ho. La aplicación del comercio justo NO se relaciona con el desarrollo económico y social del sector agrícola de hortalizas en Machachi.

H1. La aplicación del comercio justo SI se relaciona con el desarrollo económico y social del sector agrícola de hortalizas en Machachi.

7. MARCO METODOLÓGICO

En el sector agrícola existe una gran necesidad de mejora y optimización de procesos productivos así como de gestión y manejo interno de quienes forman parte de este sector, en su mayoría está conformado

por personas independientes quienes realizan las funciones de arado de la tierra, siembra y cosecha de frutas y hortalizas con el fin de venderlas a los intermediarios, dicha práctica se observa un tanto injusta porque “las ganancias van encaminadas a los distribuidores e intermediarios de dichos productos, dejando rezagados a los que realmente realizan el arduo trabajo que son los campesinos de sectores rurales quienes continúan con su labor agrícola y lo han hecho por mucho tiempo” (Ecocert, 2013)

Si bien existen diferentes soluciones al problema de la falta de productividad de los agricultores, sobre todo en lo que respecta al desarrollo económico y social, es posible percibir distintas soluciones ante esta problemática, pero entre las más importantes están:

- Implementación de invernaderos a bajos costos para que el agricultor cuente ya con los sembríos iniciales, de esta forma se evita todo el preproceso de arado y cosecha
- Ofrecer un producto de mejor calidad, es decir libre de pesticidas y fungicidas, que sea totalmente orgánico
- Implementar técnicas de comercialización masivas, donde sea posible que el mismo productor

sea quien lleve el producto al consumidor final evitando alargar la cadena de valor hacia los distribuidores o intermediarios

- Incluir productos secundarios y no solo primarios, es decir enfocarse en la realidad de que el mercado está innovándose y por lo tanto también requiere de ampliar la diversificación de productos, pues si bien los productos primarios que se ofertan en el Ecuador en tema alimenticio también son de exportación, en países de destino suelen incluir estos productos como materia prima para hacer nuevos y cada vez más innovadores productos, que por supuesto ganan valor monetario y de calidad, una alternativa que podría verse inmersa también en el sector agropecuario del Ecuador.

En lo que respecta al cálculo de la población y muestra se obtuvieron los siguientes datos:

Para la presente investigación se tomó en cuenta que el universo para el muestreo corresponde a las UPA's de agricultura familiar de subsistencia de menos de 10.4 Has que es el tamaño promedio de las mismas (Wong, 2015); puesto que sería el segmento poblacional que percibiría el mayor impacto del

comercio justo, además para definir la probabilidad simple de encontrar una UPA de este universo (para diseñar la muestra estadística), se realizó un piloto con el fin de identificar la proporción de UPAs con estas características, identificándose que se tuvo que contactar a 11 UPAs antes de encontrar una que no encajaba en el perfil a muestrear, de modo que en la zona rural de Machachi que se tomará la muestra, 10 de cada 11 UPAs se ajustan al perfil de tener menos de 10,4 Has, se de agricultura familiar y de supervivencia. En base a esto e información censal de Machachi, se dimensiona el universo con los siguientes datos:

Numero de UPAs en Mejía (Municipalidad de Mejía, 2018)	5249
10Has o menos (Municipalidad de Mejía, 2018)	4334
Agricultura de subsistencia (Wong, 2015)	88%
Número de UPAs de Agricultura familiar de subsistencia en Mejía	3814

$$n = \frac{Npqz^2}{(N - 1)e^2 + pqz^2}$$

N=universo de estudio

n= Tamaño de la muestra

z^2 = Nivel de confianza (1.65) asociado al 90% de confianza estadística.

p= Probabilidad de éxito o proporción esperada (91%), asociado a la probabilidad encontrar una UPA de AF de subsistencia en la zona de Machachi (piloto 10/11).

q= Probabilidad de fracaso (9%) asociado a la probabilidad no encontrar una UPA de AF de subsistencia en la zona de Machachi (piloto 1/11).

e= error admisible (10%), asociado a la confianza estadística del 90%.

La siguiente tabla muestra los datos usados para el cálculo de la muestra y el reemplazo de los datos:

N	3814
Z	1,65
E	0,1
P	0,91
Q	0,09

$$n = \frac{(3814)(0.91)(0.09)(1.65^2)}{(3814 - 1)0.1^2 + (0.91)(0.09)(1.65^2)}$$

$$n = 22 \text{ encuestas}$$

Tamaño total de la muestra= 22 encuestas.

8. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Desde el punto de vista descriptivo, se hallaron los siguientes resultados en la investigación desarrollada:

Pregunta 1. ¿Considera que el tamaño promedio de su terreno es el adecuado para la producción que realiza?

Tabla 4. Tamaño promedio de la terreno

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	27%
No	16	73%
TOTAL	22	100%

Fuente: Investigación propia

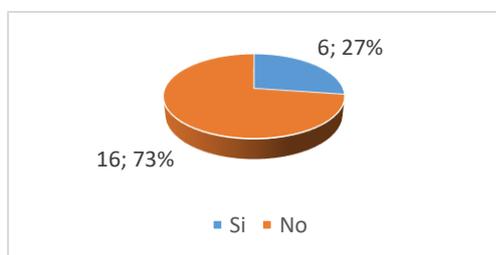


Figura 1. Tamaño promedio del terreno

Fuente: Investigación propia

Del total de encuestados el 73% de ellos indicaron que el tamaño promedio de su terreno es el adecuado para la producción que realiza, el otro 27% dijo que no.

Si bien la mayor parte de agricultores de hortalizas de Machachi si están de acuerdo con el tamaño que tiene su terreno pues argumentan que es el adecuado para la producción que realiza, hay que considerar la necesidad de incremento de otros recursos como tecnología y talento humano.

Pregunta 2. ¿Cuáles son los tipos de hortalizas que más produce al mes?

Tabla 5. Los tipos de hortalizas que produce al mes

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frutos	5	23%
Bulbos		0%
Hojas y tallos	8	36%
Flor		0%
Legumbres		0%
Raíces	9	41%
TOTAL	22	100%

Fuente: Investigación Propia

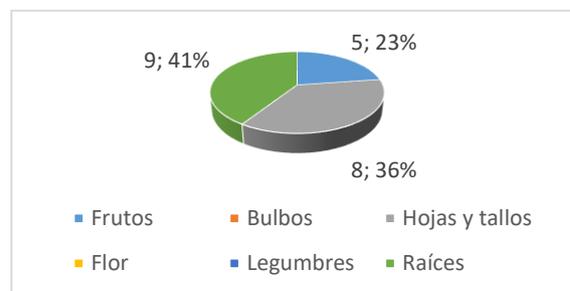


Figura 2. Los tipos de hortalizas que produce al mes

Fuente: Investigación Propia

El 41% de encuestados respondieron que los tipos de hortalizas que más produce al mes son frutos entre ellos se encuentra el pimiento, tomate, berenjenas, calabazas, mientras que el 36% dijo que las cosechas principales son hojas y tallos entre ellas se encuentra la lechuga, acelga, col, brócoli, perejil, cilantro y apio, mientras que el otro 23% dijo que las legumbres frescas es lo que produce como son las habas y vainitas.

Más de la mitad de agricultores, producen al mes frutos tales como pimiento, tomate, berenjenas, calabazas y en menor proporción la lechuga, acelga, col, brócoli, perejil y otras legumbres frescas, que son las principales en su producción.

Pregunta 3. ¿Considera que recibe un valor monetario justo en proporción al producto que ofrece?

Tabla 6. Recibe valor monetario justo en proporción al producto

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	27%
NO	16	73%
TOTAL	22	100%

Fuente: Investigación Propia

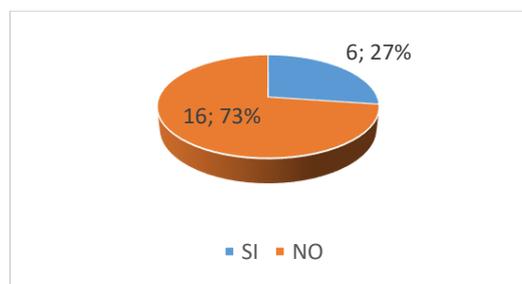


Figura 3. Recibe valor monetario justo en proporción al producto

Fuente: Investigación Propia

El 73% de los encuestados dijeron que no reciben un valor monetario justo en proporción al producto que ofrece, y el otro 27% dijeron que sí.

Más de la mitad de encuestados, indicaron que no recibe un valor monetario justo en proporción al producto que ofrece, por lo que se observa que si sería necesario aplicar prácticas efectivas de comercio justo.

Pregunta 4. ¿Qué problemas percibe acerca de la comercialización de sus hortalizas en Machachi?

Tabla 7. Problemas percibidos acerca de la comercialización de hortalizas en Machachi

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Problemas con la tecnología	0	0%
Falta de espacio para la siembra	6	27%
Falta de inclusión de sus productos	7	32%
Ciclos inestables de cultivo y siembra	6	27%
Valores mínimos de ganancia por producto comercializado	3	14%
TOTAL	22	100%

Fuente: Investigación Propia



Figura 4. Problemas percibidos acerca de la comercialización de hortalizas en Machachi

Fuente: Investigación Propia

Del total de encuestados el 32% afirma que falta inclusión de sus productos en el mercado, el otro 27% detalla que falta espacio para la siembra, o los ciclos inestables de cultivo y siembra perjudican la producción, así como otros aspectos donde el 14% de ellos indican que disponen de valores mínimos de ganancia por producto comercializado.

Gran parte de los agricultores encuestados afirman que falta la inclusión de sus productos en el mercado, por supuesto refiriéndose al mercado directo entre productor y consumidor.

Pregunta 5. ¿Considera usted que hacen falta recursos para mejorar su producción de hortalizas?

Tabla 8. Hace falta recursos para mejorar la producción de hortalizas

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	21	95%
No	1	5%
TOTAL	22	100%

Fuente: Investigación Propia

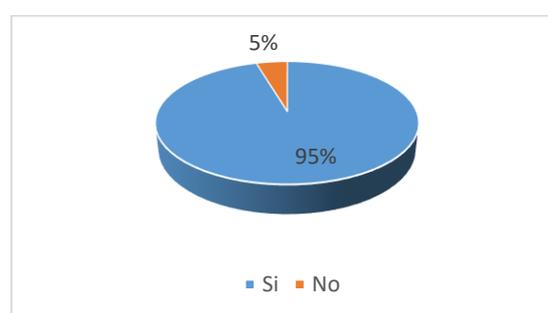


Figura 5. Hace falta recursos para mejorar la producción de hortalizas

Fuente: Investigación Propia

El 95% de encuestados considera que hace falta recursos para mejorar su producción de hortalizas, mientras que el 5% dice que no hace falta recursos.

Casi todos los agricultores están muy conscientes de que les falta recursos para mejorar su producción de hortalizas, siendo este un punto relevante a considerar para entender que el comercio justo aún es un referente que no está del todo desarrollado en Machachi.

Pregunta 6. ¿Qué tipo de recursos incluiría para potencializar la producción de hortalizas y obtener mayor rentabilidad?

Tabla 9. Tipos de recursos que se incluirían para potencializar la producción de hortalizas y obtener mayor rentabilidad

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Recursos Humanos	15	68%
Recursos Tecnológicos	7	32%
Otros recursos	0	0%
TOTAL	22	100%

Fuente: Investigación Propia



Figura 6. Tipos de recursos que se incluirían para potencializar la producción de hortalizas y obtener mayor rentabilidad

Fuente: Investigación Propia

El 68% de los encuestados indicaron que hacen falta recursos humanos para obtener mayor rentabilidad, mientras que el 32% dijo que faltan recursos tecnológicos.

Si bien gran parte de los agricultores de hortalizas en Machachi afirman que hace falta recursos humanos para obtener mayor rentabilidad en sus cosechas, producción y comercialización, es decir que, ellos consideran que el recurso (manual-humano) es el más indispensable para fomentar la producción.

Pregunta 7. ¿Si tuviera la oportunidad de incluir tecnología de punta en su producción de hortalizas a precios cómodos la adquiriría?

Tabla 10. Oportunidad de inclusión de tecnología para producción

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	21	95%
No	1	5%
TOTAL	22	100%

Fuente: Investigación Propia

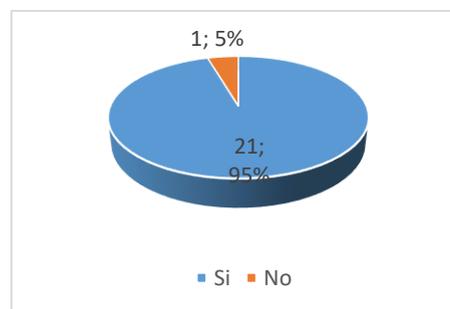


Figura 7. Oportunidad de inclusión de tecnología para producción

Fuente: Investigación Propia

El 95% de encuestados indicaron que si tuvieran la oportunidad de incluir tecnología de punta en su producción de hortalizas a precios cómodos si la adquirirían, mientras que el 5% dijo que no.

En general, si están de acuerdo los agricultores en su mayoría que si pudieran hacer uso de tecnología de punta para su producción lo harían.

Pregunta 8. ¿Considera usted que en el Ecuador falta incentivos para los pequeños productores de hortalizas en Machachi?

Tabla 11. Consideración de falta de incentivos a pequeños productores de hortalizas en Machachi

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	21	95%
De acuerdo	1	5%
En desacuerdo	0	0%
TOTAL	22	100%

Fuente: Investigación Propia



Figura 8. Consideración de falta de incentivos a pequeños productores de hortalizas en Machachi

Fuente: Investigación Propia

El 95% de encuestados indicaron que si estarían totalmente de acuerdo con que en el Ecuador falta incentivos para pequeños productores de hortalizas en Machachi, mientras que el 5% están de acuerdo.

Se puede percibir que, hay carencia de incentivos para pequeños productores, lo que constituye una labor del Estado e instituciones encargadas de la productividad.

Pregunta 9. ¿Conoce usted sobre los requisitos para aliarse a programas de comercio justo en su provincia?

Tabla 12. Conoce sobre requisitos para aliarse a programas de comercio justo en la provincia

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	23%
NO	17	77%
TOTAL	22	100%

Fuente: Investigación Propia

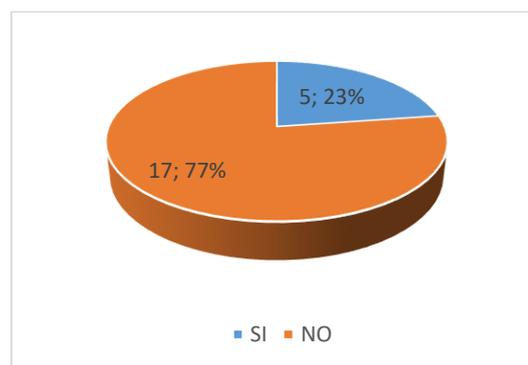


Figura 9. Conoce sobre requisitos para aliarse a programas de comercio justo en la provincia

Fuente: Investigación Propia

El 77% de los encuestados indicaron que si conocen sobre los requisitos para aliarse a programas de comercio justo en su provincia, mientras que el 23% dice que no.

La mayoría de agricultores están conscientes sobre los requisitos para que se pueda asociar a programas de comercio justo y aun así no lo hacen, como se ha visto anteriormente esto puede deberse a la falta de recursos.

Pregunta 10. ¿Ha recibido capacitaciones por parte de entidades públicas para mejorar sus procesos agrícolas para la producción de hortalizas?

Tabla 13. Recibo de capacitaciones por parte de entidades públicas para mejora de procesos agrícolas para la producción

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez al año	14	64%
Más de una vez al año	4	18%
Nunca	4	18%
TOTAL	22	100%

Fuente: Investigación Propia



Figura 10. Recibo de capacitaciones por parte de entidades públicas para mejora de procesos agrícolas para la producción

Fuente: Investigación Propia

El 64% de encuestados indicaron que una vez al año han recibido capacitaciones por parte de entidades públicas para mejorar procesos agrícolas para la producción de hortalizas, mientras que el 18% dijo que más de una vez al año han recibido capacitaciones y el otro 18% que nunca lo han hecho.

Más de la mitad de agricultores si ha recibido capacitaciones pero solo han sido una vez al año, un periodo muy espaciado para lograr mejoras en la producción.

Pregunta 11. Si ha recibido capacitaciones sobre procesos agrícolas para mejorar la producción de hortalizas cuáles han sido las instituciones que la han dictado:

Tabla 14. Recibo de capacitación sobre procesos agrícolas para mejora de producción de hortalizas

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ministerio de Comercio Exterior	0	0%
IEPS	2	9%
Otras instituciones	20	91%
TOTAL	22	100%

Fuente: Investigación Propia

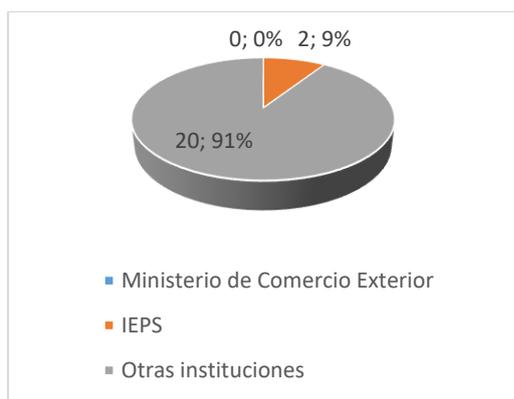


Figura 11. Recibo de capacitación sobre procesos agrícolas para mejora de producción de hortalizas

Fuente: Investigación Propia

El 91% indicó que han recibido capacitaciones sobre procesos agrícolas para mejorar la producción de hortalizas por parte de Otras instituciones distintas al Ministerio de Comercio y IEPS.

Si bien las instituciones que otorgan las capacitaciones han sido sobre todo públicas, se debe verificar la periodicidad de dichas capacitaciones, pues deberían ser más seguidas y no cada año.

Desde el punto de vista inferencial y, con el fin de responder a las hipótesis planteadas, se efectuó un cruce de variables nominales para realizar una prueba chi cuadrado que permita establecer las relaciones de dependencia significativas,

dichas tablas de contingencia, los resultados del CHI Cuadrado al 90% de confianza efectuados y el resumen de los hallazgos, se presentan en el presente artículo como ANEXO No. 1. Básicamente se identificó que las personas que no consideran el tamaño de su finca adecuado para su producción, lo hacen por el tipo de hortaliza que principalmente siembran, estiman que requieren inversión fundamentalmente tecnológica y que no reciben una capacitación adecuada. El tipo de hortaliza sembrada se relaciona con un mercado cerrado y monopolizado por intermediarios en Machachi y el desconocimiento para y el desconocimiento de programas de comercio justo en el cantón. La baja rentabilidad asociada a la producción de hortalizas por parte de las fincas, está relacionada con la falta de incentivos hacia pequeños productores y la capacitación insuficiente para dichos productores, esta conclusión en particular obtenida del análisis inferencial, niega la hipótesis nula y acepta la alternativa del estudio y confirma el hecho de que *el comercio justo SI se relaciona con el desarrollo social y económico del sector agrícola de hortalizas en Machachi, para el segmento productivo de las UPA's menores de 10.4 Has y de agricultura familiar (AF) de subsistencia,* puesto que la baja rentabilidad percibida en el sector es consecuencia del poco apoyo estatal que se

refleja en parámetros esenciales como la capacitación. Existe relación también entre el problema de comercialización percibido en Machachi y el apoyo gubernamental y la falta de incentivos al sector que se refleja en la insuficiente capacitación y frecuencia de la misma, además del fracaso en la difusión de los requisitos para que las UPA's de AF de subsistencia se allanen al comercio justo.

9. DISCUSIÓN

En lo que respecta al comercio justo, es posible replantear la idea de lograr equidad comercial, productiva y social, sobre todo en aquellos países en desarrollo, “los países en desarrollo de renta con más del 40% de la población mundial, realizan menos del 3% del comercio mundial. Los países ricos exportan mercancías y servicios por un valor aproximado de 6.000 dólares per cápita, mientras que la cifra equivalente para los países en desarrollo es de 330 dólares” (COPADEV; CECOCAFEN, 2011). Al verificar los resultados fue posible entender que, si bien el tamaño de los terrenos según la mayoría de agricultores de hortalizas es adecuado, aún existen situaciones donde se observa la baja incidencia de un comercio realmente equitativo con los agricultores de Machachi, sobre todo en lo que respecta a la producción de hortalizas, ya que ellos

afirman no contar con el respaldo y capacitaciones continuas hacia los agricultores de hortalizas del sector.

Además existen instituciones tales como La Universidad Nacional de Chimborazo, la cual ha fomentado el comercio justo en la provincia de Chimborazo pero también en otros sectores como Machachi, lo que también se constata al momento de preguntar qué instituciones son las que imparten capacitaciones para mejorar la producción de los agricultores de hortalizas, la mayoría señala que son otro tipo de instituciones distintas al Ministerio de Comercio Exterior y el Instituto de Economía Popular y Solidaria, quienes imparten dichas capacitaciones, lo que deja ver con claridad que son entidades educativas como la UNACH que realizan dichas prácticas, sin embargo, hace falta la presencia de entidades estatales para fomentar el comercio justo. Ejemplo de una de las entidades de Comercio justo es “En junio de 2019 la Fundación Maquita Cushunchic, junto con la Universidad Nacional de Chimborazo (Unach) realizó la socialización sobre el proceso de la declaratoria como Universidad Latinoamericana de Comercio Justo, en distintas parroquias” (Universidad Nacional de Chimborazo, 2019).

Una de las ventajas de estas capacitaciones realizadas por instituciones

distintas a las Estatales como la UNACH y la empresa privada Maquita Cusunchic han contribuido a que la mayoría de agricultores tengan conocimiento sobre los requisitos para aliarse a programas de comercio justo en su provincia, algo que prácticamente no está siendo solventado por el gobierno sino que netamente son aportes directos de las instituciones antes mencionadas para el desarrollo y crecimiento de la región, por lo que la mayoría de los agricultores considera que en el Ecuador falta incentivos para los pequeños productores de hortalizas en Machachi.

Además los agricultores creen que más hace falta los recursos humanos que la inclusión de recursos tecnológicos para mejorar su productividad de hortalizas de todo tipo en especial los frutos y las hojas (lechuga, col, etc), lo que a su vez hace pensar que, ellos se preocupan más en fomentar la producción de hortalizas y su eficiencia para beneficio no solo propio sino como fuente de empleo para quienes necesitan en su sector, aunque si tuvieran la oportunidad de conseguir tecnología a bajo costo lo harían.

10. CONCLUSIONES

- Para cumplir el objetivo 1 de recopilación de información sobre comercio justo, fue posible percibir

que, el comercio justo es uno de los conceptos involucrados con la economía popular y solidaria como claro referente de igualdad social y económica, puesto que el CJ (Comercio Justo) es parte de una alternativa de comercio promovida en primera instancia por varias ONG's, así como por parte de las Naciones Unidas y otros movimientos para fomentar el aporte a la mejora de la productividad sobre todo de actividades primarias (agricultura, ganadería, entre otras) siendo estas parte indispensable de la economía de los países, en especial de los países del sur.

- En cumplimiento del objetivo específico 2, se observa el desarrollo actual del comercio justo en el sector agrícola de Machachi, para lo cual se realiza una investigación de campo bajo parámetros de significancia estadística y se observa que el comercio justo ha sido promovido por dos instituciones han tomado la posta para su fomento como lo es Maquita Cusunchic (empresa privada) y la ESPOCH (Escuela Politécnica de Chimborazo), pues ambas instituciones realizan continuamente campañas,

maratones, entre otras para concientizar sobre la importancia del comercio justo en el sector, sin embargo, los agricultores de hortalizas de Machachi encuestados dan fe que de parte del gobierno nacional falta mucho por hacer incluyendo incentivos para fomentar el comercio justo y la productividad agrícola.

- Para el cumplimiento del objetivo 3 se observa que al asociar la parte teórica con la de campo hace falta fomentar la inclusión de programas de incentivos, hacia el financiamiento de maquinaria y de ampliación de capacitaciones hacia el sector agrícola de hortalizas de Machachi, entendiendo que la agricultura es uno de los principales sectores dentro de la economía del país y por lo tanto requiere de mayor interés, así como este es un llamado a la necesidad de que los gobiernos actuales y entidades asociadas con la economía popular y solidaria y comercio justo del Ecuador unan esfuerzos para promover de su parte campañas, e incluir en sus presupuestos anuales la ayuda correspondiente para este sector agrícola, que en muchos aspectos se siente olvidado, cumpliendo así con

la labor del Estado que consiste en ser “el órgano garante del cumplimiento de derechos”, tal como menciona la Constitución del Ecuador por tratarse de un país democrático y soberano.

- Fue posible verificar la hipótesis alternativa “La existencia de comercio justo SI se relaciona con el desarrollo económico y social del sector agrícola de hortalizas en Machachi”, esto porque la investigación reveló que la ausencia de este en el sector del Machachi incide en la situación económica de las UPA`s de AF de subsistencia, puesto que los ingresos generados por la producción de la UPA no son suficientes para completar la necesidad de ingreso total y el núcleo familiar se ve obligado a buscar actividades económicas complementarias, fuera de la producción agrícola, generándose un círculo no virtuoso, en el que la producción de la UPA se descuida y pierde eficiencia por la ausencia de un trabajo adecuado sobre la misma del núcleo familiar, lo que impide que la AF logre su transición desde la subsistencia hasta la UPA AF de transición y finalmente hacia una UPA de producción agrícola consolidada donde el grupo familiar

pueda generar al menos el 90% de sus necesidades de ingreso y genere plazas de empleo temporales o permanentes para personas ajenas al núcleo familiar.

11. BIBLIOGRAFÍA

- Amador, M. G. (29 de Mayo de 2009). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 21 de Agosto de 2016
- Constitución de la República. (2008). *Constitución de la República*. Montecristi.
- Constitución del Ecuador. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi.
- Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo. (2014). *CECI*. Quito.
- COPADEF; CECOCAFEN. (2011). *Comercio Justo*. http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2011/10/El_ABC_del_CJ_1.pdf: El Comercio Justo.
- Cotera, F. (2009). *Comercio Justo Sur-Sur Problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones*. Perú: RIPESS LAC.
- Cruz, L. (2015). *Enfoque Teórico Epistemológico del Comercio Justo-Caso de Estudio Ecuador*. Quito.
- Ecocert. (2013). *Ecocert*. Obtenido de Ecocert: <http://www.ecocertgroup.com>
- Estudios sobre Economía Popular y Solidaria. (2013). *Estudios sobre Economía Popular y Solidaria*. Intendencia de Estadísticas y Normas de la EPS y SFPS.
- FAO. (2005). *Ecuador. Nota de Análisis Sectorial, Agricultura y Desarrollo Rural*. <http://www.fao.org/3/ak168s/ak168s00.pdf>.
- FAO. (2015). <http://www.fao.org/3/x8826s/x8826s04.htm>.
- Fridell, G. (2006). *Iconos revista*. Obtenido de Instituto de Estadísticas y Censos
- González, C. (2018). *Definición de Pequeño Productor Campesino y de Pequeño Producto de Hoja de Coca*. Bogotá: <http://www.indepaz.org.co/wp-content/uploads/2018/04/DEFINICIO%CC%81N-DE-PEQUEN%CC%83O-PRODUCTOR-CAMPESINO-Y-DE-PEQUEN%CC%83O-PRODUCTOR-DE-HOJA-DE-COCA.pdf>.
- Hernández, C., & Urriola, R. (1993). *Los pequeños productores agropecuarios y la apertura comercial*. Quito: https://www.fesecuador.org/fileadmin/user_upload/pdf/indice_libros-los-productores-0235.pdf.

- MAGAP. (2018). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Quito.
- Ministerio de Comercio Exterior. (2013). *Estudios sobre Economía Popular y Solidaria*. Quito: Intendencia de Estadísticas, Estudios y Normas de la EPS, SFPS.
- Negocios, C. (13 de Noviembre de 2013). *Crece Negocios* . Recuperado el 21 de Agosto de 2016
- Nogales, A. F. (2004). *Investigación y Tecnicas de Mercado*, (5ta. ed.). Madrid: ESIC.
- Pedro Juez Martel, F. J. (1996). *Probabilidad y Estadística Matemática*. Diaz de Santos .
- Pinto, R. (2015). *Enfoque Teórico Epistemológico del Comercio Justo-Caso de Estudio Ecuador*. Quito: 2015.
- PROECUADOR. (2015). *PROECUADOR*. Quito.
- Universidad Nacional de Chimborazo. (2019). <http://www.unach.edu.ec/trabajamos-por-la-declaratoria-como-universidad-latinoamericana-del-comercio-justo/>.
- World Fair Trade Organization Latin America. (2014). *World Fair Trade Organization* .
- Wong, S. (2015). *Caracterización de la Agricultura Familiar en el Ecuador*. Obtenido de FAO: http://www.fao.org/tempref/GI/Reserved/FTP_FaoRlc/old/prior/desrural/fao-bid/tlc/pdf/ideecu.pdf

ANEXO No. 1

TABLAS DE CHI CUADRADO

Pruebas de chi-cuadrado de Pearson

		Considera que el tamaño de su finca es el adecuado para la producción que realiza	Cuántas has de hortalizas cosecha aproximadamente cada mes	Cuáles son los tipos de hortalizas que más produce al mes	Considera que recibe un valor monetario justo en relación al producto que ofrece	Qué problemas percibe acerca de la comercialización de sus productos en Machachi	Considera que le hacen falta recursos para mejorar su producción de hortalizas	Qué tipo de recursos incluiría para potencializar la producción de hortalizas y así obtener mayor rentabilidad	Si tuviera oportunidad de incluir tecnología de punta en su producción de hortalizas a precios cómodos, la adquiriría?	Considera usted que en el Ecuador falta incentivos para los pequeños productores de hortalizas en Machachi?	Conoce usted sobre los requisitos para allanarse a programas de comercio justo en su provincia	Ha recibido capacitaciones por parte de entidades públicas para mejorar sus procesos agrícolas para la producción de hortalizas	Si ha recibido capacitaciones sobre procesos agrícolas para mejorar la producción de hortalizas, cuáles son las instituciones que las han dictado
Considera que el tamaño de su finca es el adecuado para la producción que realiza	Chi-cuadrado		0,064	7,435	2,148	4,387	.	4,618	.	0,393	0,173	8,496	0,741
	gl		1	3	1	3	.	1	.	1	1	2	1
	Sig.		0,8	0,059	0,143	0,223	.	0,032	.	0,531	0,678	0,014	0,389
Cuántas has de hortalizas cosecha aproximadamente cada mes	Chi-cuadrado			2,895	0,064	5,756	.	0,004	.	0,165	3,819	1,075	0,392
	gl			3	1	3	.	1	.	1	1	2	1
	Sig.			0,408	0,8	0,124	.	0,952	.	0,684	0,051	0,584	0,531
Cuáles son los tipos de hortalizas que más produce al mes	Chi-cuadrado				0,923	16,938	.	2,41	.	4,714	7,686	6,831	1,944
	gl				3	9	.	3	.	3	3	6	3
	Sig.				0,82	0,05	.	0,492	.	0,194	0,053	0,337	0,584
Considera que recibe un valor monetario justo en	Chi-cuadrado					3,57	.	0,009	.	2,794	0,528	5,795	0,423
	gl					3	.	1	.	1	1	2	1

de hortalizas en Machachi?											
Conoce usted sobre los requisitos para allanarse a programas de comercio justo en su provincia	Chi-cuadrado										
	gl									2,884	0,741
	Sig.									2	1
Ha recibido capacitaciones por parte de entidades públicas para mejorar sus procesos agrícolas para la producción de hortalizas	Chi-cuadrado										
	gl										1,349
	Sig.									0,236	0,389
Si ha recibido capacitaciones sobre procesos agrícolas para mejorar la producción de hortalizas, cuáles son las instituciones que las han dictado	Chi-cuadrado										
	gl										2
	Sig.										0,509

Resumen de relaciones de dependencia entre variables

	Cuáles son los tipos de hortalizas que más produce al mes	Qué problemas percibe acerca de la comercialización de sus productos en Machachi	Qué tipo de recursos incluiría para potencializar la producción de hortalizas y así obtener mayor rentabilidad	Considera usted que en el Ecuador falta incentivos para los pequeños productores de hortalizas en Machachi?	Conoce usted sobre los requisitos para allanarse a programas de comercio justo en su provincia	Ha recibido capacitaciones por parte de entidades públicas para mejorar sus procesos agrícolas para la producción de hortalizas	Si ha recibido capacitaciones sobre procesos agrícolas para mejorar la producción de hortalizas, cuáles son las instituciones que las han dictado
--	---	--	--	---	--	---	---

Considera que el tamaño de su finca es el adecuado para la producción que realiza	0,059	0,223	0,032	0,531	0,678	0,014	0,389
Cuáles son los tipos de hortalizas que más produce al mes		0,05	0,492	0,194	0,053	0,337	0,584
Considera que recibe un valor monetario justo en relación al producto que ofrece		0,312	0,926	0,095	0,467	0,055	0,515
Qué problemas percibe acerca de la comercialización de sus productos en Machachi			0,662	0,098	0,115	0,64	0,38
Considera usted que en el Ecuador falta incentivos para los pequeños productores de hortalizas en Machachi?					0,059	0,095	0,002