



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
VICERRECTORADO DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN
INSTITUTO DE POSGRADO

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGÍSTER

EN:
GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:
MODELO DE COMERCIO JUSTO PARA LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE
QUINUA ORGÁNICA DEL CANTÓN GUAMOTE DE LA PROVINCIA DE
CHIMBORAZO.

AUTOR:
BOLÍVAR ALEXIS RICAURTE COTO

TUTOR:
ING. WILSON SALTOS MGS.

RIOBAMBA - ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Certifico que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del Grado de Magíster en Gestión Empresarial con el tema: “Modelo de comercio justo para los pequeños productores de quinua orgánica del Cantón Guamote de la Provincia de Chimborazo” ha sido elaborado por Bolívar Alexis Ricaurte Coto, el mismo que ha sido elaborado con el asesoramiento permanente de mi persona en calidad de Tutor, por lo que certifico que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

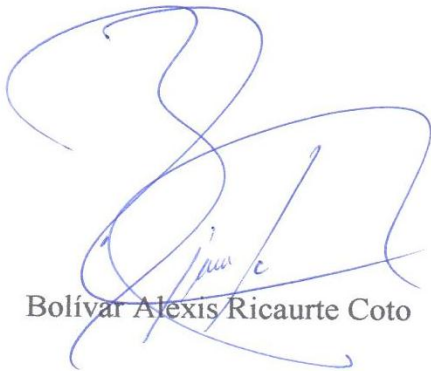
Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.



**ING. WILSON SALTOS MSG.
DIRECTOR DE TESIS**

AUTORÍA

Yo Bolívar Alexis Ricaurte Coto con cédula de identidad N° 0916882848 soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y lineamientos alternativos realizados en la presente investigación y el patrimonio intelectual del trabajo investigativo pertenece a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Bolívar Alexis Ricaurte Coto

AGRADECIMIENTO

Mi sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Chimborazo al Instituto de Posgrado y con profundo admiración agradezco a mi director de tesis, Magister Wilson Saltos, y al Magister Stalin Arguello por el apoyo incondicional brindado en el desarrollo de la tesis, y demás miembros también a todos los docentes de la Maestría en Gestión Empresarial de la Universidad Nacional de Chimborazo que con sus conocimientos se logró plasmar lo aprendido en este trabajo final.

A todos mis compañeros de la Maestría de la Unach y de la Espoch por el trabajo en equipo, los apoyos académicos, profesionales y de amistad.

Bolívar Alexis Ricaurte Coto

DEDICATORIA

A:

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres, por darme la vida, por sus consejos, cariño y tremenda paciencia para escuchar todas mis venturas y desventuras, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaron y en especial a mí querida madre Rosita por su sacrificio y cariño incondicional gracias a ella soy lo que soy.

A mi hermano Diego, por su cariño y apoyo, porque en todo momento siempre está presente.

Bolívar Alexis Ricaurte Coto

ÍNDICE

Contenido	N° de página
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	¡Error! Marcador no definido.
AUTORÍA	ii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE CUADROS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN	i
ABSTRACT	ii
INTRODUCCIÓN	iii
CAPÍTULO I	4
1. MARCO TEÓRICO	4
1.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES ANTERIORES	4
1.2 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA	7
1.2.1. Fundamentación epistemológica.	7
1.2.1.1. F.W. Taylor y la Administración científica.	8
1.2.1.2. El Fordismo.....	8
1.2.1.3. Teoría de la gerencia administrativa	9
1.2.1.4. Teoría de sistemas.....	9
1.2.2. Fundamentación axiológica	10
1.2.3. Fundamentación legal	13
1.2.3.1. Constitución del Ecuador.....	14
1.2.3.2. El plan del buen vivir.....	16
1.2.3.3. Ley de economía popular y solidaria.....	18

1.2.3.4. Código de la producción	19
1.2.3.5. Acuerdo Ministerial N° 299, Registro oficial N° 34 del 11 de Julio de 2013 Instructivo de la normativa general para promover y regular la producción orgánica - ecológica - biológica en el Ecuador	21
1.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	21
1.3.1. Modelo	21
1.3.2 El Comercio Justo	22
1.3.3. Modelos de comercio justo	23
1.3.3.1. Cadenas productivas	25
1.3.3.2. Actores del comercio justo	26
1.3.3.3. Los principios de comercio justo	27
1.3.3.4. Organizaciones de comercio justo	29
1.3.3.5. El comercio justo en Ecuador	30
1.3.4. Agricultura orgánica	34
1.3.4.1. Productos orgánicos certificados	35
1.3.5. Quinoa.....	35
CAPÍTULO II.....	37
2. METODOLOGÍA.....	37
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	37
2.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	37
2.2.1 Exploratoria	37
2.2.2 Descriptiva	37
2.2.3 Explicativa	37
2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	38
2.3.1 Método hipotético- deductivo	38
2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS.	38
2.4.1 Entrevista	38
2.4.2. Encuesta.....	38

2.4.3 Observación	39
2.4.4 Recolección Bibliográfica.....	39
2.5 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
2.5.1. Población	39
2.5.2. Muestra	39
2.6 VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA.....	41
2.7. HIPÓTESIS	41
2.7.1. Hipótesis General	41
2.7.2. Hipótesis Específicas	41
2.8. ANÁLISIS SITUACIONAL	42
2.8.1. Análisis del Macroentorno.....	42
2.8.1.1. Factores Externos Económicos.....	42
2.8.1.2. Factores Externos Sociales	51
2.8.1.3. Factores Externos Tecnológicos.	53
2.8.1.4. Factores Externos Medioambientales	53
2.8.2. ANÁLISIS COMPETITIVO DE LA QUINUA.....	54
2.8.3. ANÁLISIS INTERNO	60
2.8.4. FODA.....	60
2.8.5. FODA cruzada o cruce de variables.	62
2.8.5.1 Estrategias del Modelo.....	63
CAPÍTULO III.....	64
3. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS	64
3.1 TEMA	64
3.2 PRESENTACIÓN	64
3.3 OBJETIVOS	65
3.3.1. Objetivo general.....	65
3.3.2 Objetivos específicos	65

3.4 FUNDAMENTACIÓN.....	65
3.4.1. Modelo.....	65
3.4.2. Modelo de comercio justo.....	65
3.5 CONTENIDO.....	66
3.6 OPERATIVIDAD.....	67
CAPÍTULO IV.....	68
4. EXPOSICIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	68
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	68
4.2 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	80
CAPÍTULO V.....	88
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	88
5.1 CONCLUSIONES.....	88
5.2 RECOMENDACIONES.....	89
Bibliografía.....	90
ANEXOS.....	94

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro	N° de página
Cuadro N.1.1 Composición del valor nutritivo de la quinua en comparación con alimentos básicos (%)	36
Cuadro N.2.1. Validación de la primera encuesta spss.....	41
Cuadro N.2.2 Importaciones de Quinua	44
Cuadro N. 2.3 Principales Proveedores de Quinua en el Mundo	45
Cuadro N.2.4 Destinos de las Exportaciones de Quinua del Ecuador	46
Cuadro N.2.5 Producción, Exportaciones y Consumo del Ecuador	47
Cuadro N. 2.6 Inflación	48
Cuadro N. 2.7 Impuesto a la Renta.....	49
Cuadro N. 2.8 Tasas de interés activas efectivas vigentes.....	50
Cuadro N. 2.9 Desempleo.....	52
Cuadro N. 2.10 Calendario agrícola: Siembra y cosecha en el Ecuador	55
Cuadro N. 2.11 Siembra de Quinua por provincia: Orgánica o Químico.....	56
Cuadro N. 12 Precio de la Quinua Local e Internacional	57
Cuadro N. 2.13 Labores por tipo de manejo.....	57
Cuadro N. 2.14 Costos comparativos de la quinua.....	59
Cuadro N. 2.15 FODA.....	60
Cuadro N. 2.16 Cruce de variables	62
Cuadro N 2.17 Aplicación de Estrategias	63
Cuadro N.3.1 Operatividad del modelo de comercio justo	67
Cuadro N.4.1 Semilla utilizada.....	68
Cuadro N.4.2 Hectáreas sembradas de quinua	69
Cuadro N.4.3 Conocimiento acerca de que es una certificación orgánica.....	70
Cuadro N.4.4 Conocimiento acerca de cómo certificar	71

Cuadro N.4.5 Trimestre de cosecha.....	72
Cuadro N.4.6 Tipo de producción	73
Cuadro N.4.7 Precio por quintal	74
Cuadro N.4.8 Conocimiento de la comercialización justa.....	75
Cuadro N.4.9 Principales problemas que tiene como productor de quinua.....	76
Cuadro N.4.10 Conocimiento acerca de los beneficios de una asociación.....	77
Cuadro N.4.11 Aceptación de formar parte de una asociación.....	78
Cuadro N.4.12 ¿Conoce usted el proceso para certificar la quinua orgánica?	79
Cuadro N.4.13 ¿Conoce usted que es la comercialización justa?	79
Cuadro N.4.14 ¿Conoce los beneficios de formar parte de una asociación de productores de quinua orgánica?	80
Cuadro N.4.15 Datos hipótesis específica 1	81
Cuadro N.4.16 Datos hipótesis específica 2	83
Cuadro N.4.17 Datos hipótesis específica 3	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras	N° de página
Figura N.1.1 Principios éticos.....	12
Figura N. 1.2 Esquema de comercio justo	24
Figura N.1.3 Esquema del funcionamiento económico comercio justo	25
Figura N.1.4 Actores del comercio justo	27
Figura N.1.5 Los principios de comercio justo.....	28

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráficos	N° de página
Grafico N.2.1 PIB de Ecuador y América Latina	43
Grafico N.2.2 Contribución por actividad al PIB	43
Grafico N.2.3 Destinos de las Exportaciones de Quinoa del Ecuador.....	46
Grafico N. 2.4 Inflación.....	48
Grafico N. 2.5 Variación impuesto a la renta	49
Grafico N. 2.6 Desempleo	52
Grafico N. 2.7 Tipos de manejo.....	56
Gráfico N.4.1 Semilla utilizada	68
Gráfico N.4.2 Hectáreas sembradas de quinoa	69
Gráfico N.4.3 Conocimiento acerca de que es una certificación orgánica	70
Gráfico N.4.4 Conocimiento acerca de cómo certificar	71
Gráfico N.4.5 Trimestre de cosecha	72
Gráfico N.4.6 Tipo de producción	73
Gráfico N.4.7 Precio por quintal.....	74
Gráfico N.4.8 Conocimiento de la comercialización justa	75
Gráfico N.4.9 Principales problemas que tiene como productor de quinoa	76
Gráfico N.4.10 Conocimiento acerca de los beneficios de una asociación	77
Gráfico N.4.11 Aceptación de formar parte de una asociación	78
Gráfico N. 4.12 Chi cuadrado: Hipótesis específica 1	82
Gráfico N. 4.13 Chi cuadrado: Hipótesis específica 2.....	84
Gráfico N. 4.14 Chi cuadrado: Hipótesis específica 3.....	86

RESUMEN

La presente investigación es un modelo de comercio justo para los pequeños productores de quinua orgánica del Cantón Guamote de la Provincia de Chimborazo, su objetivo es proponer a través de una serie de pasos secuenciales una manera adecuada para que los productores se organicen, conozcan procedimientos de certificación y comercialicen sus productos mediante cadenas de comercio justo que otorguen a los mismos un precio justo por su producto, además de mostrarles la forma de comercializar hacia el exterior.

El comercio involucra movimiento económico, generando empleo y recursos, concediendo una vida digna, sin embargo existen sectores que circunstancialmente no han podido desarrollarse y han sido objeto de injusticias económicas, sociales y laborales, este es el caso de los pequeños productores de Quinua del sector de Guamote Provincia de Chimborazo, los cuales se enfrentan a múltiples obstáculos para comercializar sus productos en especial los que pertenecen al sector agrícola.

Por esta situación necesita un modelo alternativo de comercialización mediante una alianza comercial estratégica donde participan por voluntad propia las organizaciones de pequeños productores, los comercializadores y consumidores bajo el sistema de “Comercio Justo” que permite a los pequeños productores obtener un ingreso digno y estable admitiendo cubrir los costos de producción y aumentar los márgenes de utilidad.

En relación a la metodología aplicada en la investigación, su diseño se muestra como no experimental, descriptiva y transeccional, el tipo de investigación es mixta pues se analizarán costos, proyecciones y variables numéricas, por lo que es cuantitativa y de tipo cualitativa al analizar el efecto de las variables externas macroeconómicas y como afectan al modelo de comercio justo.

Es así que se ha realizado un modelo de comercio justo basado en 3 fases: asociación, certificación y comercialización, el mismo que fue socializado en forma de una propuesta al principio aplicándose en cualquiera de sus fases.

ABSTRACT

This research is a model of fair trade for small producers of organic quinoa in Canton Guamote, Province of Chimborazo, the goal is to propose through a series of sequential steps an appropriate way for producers to organize, meet certification procedures and market their products through fair trade chains, giving them a fair price for their products, and show them how to market them outwards.

Trade movement involves generating employment and economic resources, giving a decent life, but there are sectors that have not been circumstantially developed and have been subject to economic, social and labor injustices, this is the case of small producers in the sector Quinoa in Guamote, Chimborazo Province, that face multiple barriers to market their products, especially those in the agricultural sector.

For this situation an alternative marketing model is needed through a strategic business alliance which voluntarily participating organizations of small producers, traders and consumers under the system of "fair trade" that allows small producers get a decent and stable income, allowing cover production costs and increase profit margins.

Regarding the methodology used in the research, design shows quasi-experimental, exploratory, descriptive and explanatory, the research is mixed as cost projections and numerical variables are analyzed, it is quantitatively and qualitatively by analyzing the effect of variables external Macroeconomic and how they affect the fair trade model.

Thus, there has been a fair trade model based on three 3 phases; association, certification and marketing, it was associated to apply in each of its phases.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es un modelo de comercio justo para los pequeños productores de quinua orgánica del Cantón Guamote de la Provincia de Chimborazo, la cual sigue un formato predefinido que inicia por el marco teórico, en el cual se ha investigado sobre antecedentes de investigaciones anteriores, con lo cual se puede tener una base que sirva tanto de complemento como de punto de partida, en cuanto a la fundamentación científica se la analizo el en ámbito epistemológico, axiológico y legal, el capítulo finaliza con la fundamentación teórica, en la cual se indica las teorías que hace referencia al tema de investigación y a las variables que en este caso contiene a los modelos de comercio justo y principalmente a los productos orgánicos.

El segundo capítulo detalla la metodología aplicada en relación al diseño, tipo y métodos de investigación, de igual manera de describen cada uno de los instrumentos que se utilizaran para la recolección de los datos y se identifica la población que son los pequeños productores de quinua orgánica del Cantón Guamote de la Provincia de Chimborazo de la cual se extrajo la muestra de la cual se obtendrá la información, seguido a esto se plantearon las hipótesis de la investigación donde se aplicaron y se tabularon encuestas.

En el capítulo tercero se realizó un análisis situacional que sirva de línea base a la investigación, el cual analiza las condiciones externas e interna de los productores de quinua, las condiciones externas se las clasifíco en el macroentorno, en el cual se analizaran factores económicos, sociales, tecnológicos y medioambientales, en cuanto al microentorno se realizó un análisis competitivo de la quinua y dentro del análisis interno se determinaron las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de los productores, concluyendo en un cruce de variables de la matriz FODA.

El cuarto capítulo es la propuesta, es decir el desarrollo del modelo de comercio justo en el cual se propusieron 3 fases: la asociación, la certificación y comercialización, las cuales son detalladas de tal manera que el modelo con su aplicación integral o en sus fases se comprobaron las hipótesis de la investigación y en capitulo quinto se realizaron las respectivas conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I.

1. MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES ANTERIORES

“Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica” escrito por el PhD. en Ciencias Políticas Gavin Fridell, investigador asociado al Center for Research on Latin América and the Caribbean-CERLAC , Universidad de York, Toronto, en el cual se explora la red de comercio justo en el contexto de desarrollo de la posguerra, considerando que en los últimos años el comercio justo de productos agrícolas básicos ha mantenido una gestión significativa para vincularse a instituciones estatales y transnacionales, de igual manera se hace constancia que este fenómeno es parte de una transformación en relación al comercio internacional al incrementarse los acuerdos neoliberales político-económicos y como contraparte el menoscabo de la interposición estatal y medidas dirigidas al control del mercado. (Fridell, 2006)

Lo que plantea Fridell, tiene razón, los gobiernos tienen que replantear sus políticas de producción mirar a otros productos no tradicionales para sustentar sus economías en el encaso de nuestra investigación uno de tantos productos originarios de nuestros suelos que tienen potencial es la quinua y que mejor que sea orgánica donde existe un mercado de consumo en franco desarrollo en especial en los mercados internacionales, la idea es que se generen programas de asistencia técnicas agropecuarias para fortalecer la inversión en el sector agrícola específicamente en las áreas como es la distribución de insumos (semilla certificada) a bajos costos, el desarrollo sustentable en promover capacitaciones en el cultivo limpio o orgánico y lo que es más importante darles la oportunidad a estos pequeños emprendimientos en contribuir con el PIB, que va de la mano de la propuesta del cambio de la matriz productiva, en vez de las políticas restrictivas que provienen del estado que hacen daño a las iniciativas empresariales.

“Del altiplano sur boliviano hasta el mercado global: Coordinación y estructuras de gobernancia en la cadena de valor de la quinua orgánica y del comercio justo.” escrito

por Pablo Laguna, Zina Cáceres y Aurélie Carimentrand, el cual presenta relevancia dentro su investigación, pues analiza la demanda de los mercados agroalimentarios de características concretas en relación a la cadena de valor de la quinua, en pertinencia a las empresas privadas nacionales y extranjeras y como las mismas han desarrollado modelos de gestión direccionados a la calidad orgánica y comercio justo, además del apareamiento de organizaciones campesinas y sucursales de los intermediarios de Europa. (Laguna, Cáceres, & Carimentrand, 2006)

La experiencia de hermanos países latinoamericanos como es el caso de Bolivia uno de los mayores productores y exportadores de quinua en el mundo y el primero en Latinoamérica les da una esperanza a los pequeños productores de quinua de nuestro país y en especial a los que cultivan este producto en la zona de Guamote, esto por el hecho de que en Latinoamérica todos los países tienen economías, culturas, procesos comerciales muy parecidos donde se han desarrollados modelos de gestión enfocados a la producción orgánica y al comercio justo, basándose en los sistemas asociativos, de certificación y comercialización de productos orgánicos sustentando una vez más el porqué de esta propuesta para los pequeños productores donde ellos identifican su verdadero rol en la cadena productiva de la quinua generando fortalezas para competir en los mercados Globales.

“El análisis comparado de las condiciones de producción de dos asociaciones de productores de fruta del Occidente de Colombia para su participación en proyectos de comercio justo”, escrito por Luz Elena Santacoloma Varón, en el que se realiza un análisis comparativo, estableciendo semejanzas con directrices del comercio justo, en relación a la metodología aplicada, en el desarrollo de la investigación, a través de fuentes primarias se recolectó información relevante como que ambos grupos comparados ofertan una diversidad de frutas, poseen extensiones de terreno pequeñas, se caracterizan por la no utilización de agroquímicos, y en cuanto a la comercialización es realizada en mercados, generado vínculo directo con el cliente. Un dato relevante es que los productores agroecológicos cumplen con muchos de los requisitos del comercio justo y que requieren una estrategia que les permita mejorar la calidad de su producto. (Santacoloma, 2011)

Generando un punto de vista en base al estudio de Santacoloma, suponemos que el comercio y los negocios en general serviría para que sus actores salgan de la pobreza y obtener un mejor estilo de vida pero en la práctica no es así la experiencia nos dice que el comercio mundial no tiene piedad como es el caso de las grandes cadenas denominadas multinacionales donde sus magnánimos capitales prevalecen ante el pequeño comerciante generando desigualdad pobreza e impactos negativos en las economías de donde provienen estos emprendimientos es ahí en el que nacen las diferencias entre los países desarrollados y subdesarrollados, el comercio justo entra a mitigar y a cambiar este sistema integrando a los consumidores responsables y los productores limpios u orgánicos asegurando un mercado de consumo de productos orgánicos bajo un principio de precio justo en condiciones más humanas con responsabilidad social preservando el ambiente como lo estipula el art. 306 de nuestra actual constitución.

“La red del Comercio Justo y sus principales actores” escrito por Brisa y Eliane Ceccon, realiza una descripción de la participación del comercio justo en el comercio mundial y los diferentes actores y grupos de interés inmiscuidos dentro de esta, considerando toda la cadena productiva, de la cual se pueden determinar puntos de interés para la presente investigación, como la poca vinculación de los productores y las redes de comercio justo, escasa participación de certificadoras, inexistencia de un marco legal adecuado, problemas de comercialización. (Ceccon & Ceccon, 2010)

Ceccon expone los problemas que tienen los productores bajo el sistema comercialización tradicional desde nuestro punto de vista esto se debe a las marginales condiciones de vida de los agricultores del Ecuador y a su escasa preparación académica, desconocen y por ende no aplican actividades relacionadas a los procesos administrativos u organizativos, necesarios para sustentar una actividad económica empresarial por eso la red de comercio justo, se presenta como una alternativa comercial basada en el dialogo, la transparencia de las negociaciones, y el respeto entre sus actores tomando en cuenta los valores éticos que abarcan aspectos sociales y ambientales bajo este tipo de relaciones comerciales será muy interesante que los pequeños productores de quinua orgánica aprovechen esta nueva alternativa de comercialización sabiendo que en los actuales momentos existe una estructura jurídica que ampara al sistema social y solidario que cumple con los mismo preceptos que el

comercio justo además existe organizaciones y secretarías gubernamentales que promueven y controlan a las agencias que certifican a los productos orgánicos en el Ecuador, generándose una cultura de certificación cumpliendo así con los requisitos de la calidad de los alimentos exigidos en los mercados locales e internacionales.

“Comercio justo: Una propuesta histórica y conceptual” de Elena del Pilar Infante Sánchez, puntualiza los aspectos más representativos del comercio justo, tanto en estructura como en relación a instituciones, lo más representativo de esta investigación es la consideración de que el comercio justo se ha convertido en una estrategia enfocada a un modelo de economía nuevo que requiere el apoyo de organizaciones que expongan al comercio justo como una política de inclusión que se pueda aplicar en los gobiernos, dirigida a la reducción de la pobreza. (Infante, 2012)

El gobierno nacional en función a sus políticas sociales, ha incrementado la asignación del presupuesto general del estado a las obras sociales como es el caso de la educación y salud, y habla mucho del cambio de una matriz productiva en función a las industrias básicas, pero a ciencia cierta no se especifica un cambio dentro este sistema (comercio justo) en lo que tiene que ver con la industrialización de productos provenientes de la agricultura, todavía seguimos siendo productores primarios si bien es cierto en el caso de los beneficiarios de este estudio los productores de quinua orgánica del sector de Guamote producen quinua orgánica esta no deja de ser un producto primario, es decir se lo comercializa exactamente igual de cómo se lo cosecha, es importante que en el futuro o durante el desarrollo de su actividad productiva se piense en evolucionar a una faceta agroindustrial para darle un verdadero valor agregado a la quinua orgánica por el momento solo se tratara de producir más en base una política gubernamental.

1.2 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

1.2.1. Fundamentación epistemológica.

Existen algunas teorías administrativas, las cuales han ido evolucionando en el tiempo y que de seguro contribuyen al desarrollo organizativo de los productores de quinua orgánica del cantón Guamote a continuación se presentan las principales.

1.2.1.1. F.W. Taylor y la Administración científica.

La administración científica es el estudio sistemático de las relaciones entre las personas y tareas, con el objetivo de trazar métodos del trabajo y conseguir un aumento en la eficiencia. Taylor fue el fundador de la administración científica y uno de los pioneros en analizar la conducta y el desempeño de los empleados en el trabajo. (Jones & George, 2006)

Taylor pregonaba en su teoría básicamente aspectos tales como la especialización que en el caso de los productores de Guamote lo que se requiere es que se especialicen en la producción de quinua orgánica, esto les proporciona una mayor competitividad en los mercados extranjeros, luego tenemos la motivación si se especializan eso también les genera mayores ingresos y sabemos que para todo inversionista o trabajador lo económico es lo que más les motiva y por ende les proporciona una mejor condición social, Taylor también decía que el ambiente de trabajo es importante para la productividad, que mejor que los ingresos de los productores de quinua provengan de la agricultura ya que ese es su ambiente por tradición familiar, todos ellos nacieron y crecieron en el campo es lo que mejor saben hacer, además de esta forma evitamos el abandono de sus tierras. Por último con la optimización de los tiempos los productores mediante la aplicación y el conocimiento de un modelo de comercio justo podrán identificar los diferentes procesos que mediante la práctica del día a día serán más eficaces y eficientes.

1.2.1.2. El Fordismo

Entre los años 1908 y 1914, un equipo de gerentes de producción de Ford, mediante una actividad de prueba y error, crearon una banda transportadora generando movimientos estandarizados, revolucionando las prácticas de producción y a través de esta, generaron un notable éxito económico, pero este descubrimiento, les ocasionó algunos problemas tanto humanos como sociales, en relación principalmente a la monotonía de la banda transportadora, lo que ocasionaba una alta rotación del personal, para mitigar eso se mejoró el sueldo y se redujo las horas de trabajo. (Jones & George, 2006)

Henry Ford uno de los empresarios e inventores más famosos de la historia Administrativa puso a disposición su teoría de la estandarización les enseña a los productores de quinua que todos deben producir bajo los mismos parámetros exigidos por sus clientes y para ello tienen que conocer cuáles son los requisitos y las características que se exigen en los mercados competitivos y el requisito fundamental para cumplir este cometido es la certificación orgánica, otorgándoles mayores ingresos.

1.2.1.3. Teoría de la gerencia administrativa

La teoría de la gerencia administrativa se enfocó en el análisis y estudio de diseño de una estructura orgánica enfocada a la producción eficiente y eficaz, los autores más reconocidos fueron el sociólogo alemán Max Weber y el francés Henry Fayol. (Jones & George, 2006)

Esta teoría admite que toda organización tiene que registrar una estructura funcional y estructural con su misión, políticas y valores corporativos, esto se hace realidad con la decisión de los productores de trabajar mediante una empresa de economía popular y solidaria que con sus estatutos definirán funciones, obligaciones y derechos de sus fundadores, complementado con los aportes de estas teorías administrativas están listos para funcionar como compañía comercializadora legalmente registrada.

1.2.1.4. Teoría de sistemas

La teoría general de sistemas tiene sus inicios en los trabajos del biólogo alemán Ludwig von Bertalanffy, esta teoría está dirigida a diseñar teorías y formulaciones conceptuales para aplicaciones en la realidad empírica, se basa en presuposiciones como la existencia de una tendencia a la integración de las ciencias naturales y sociales que está orientada a una teoría de sistemas, la cual desarrolla principios unificadores. (Chiavenato, 2007)

Todo lo que el ser humano realiza tiene un orden natural secuencial nacemos, crecemos y luego morimos esto es un proceso secuencial, traducido esto en las actividades de los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamate la teoría de sistemas

propone que los productores deben identificar y tener en claro cuál es su cadena de valor y cuál es su rol dentro de esa cadena de valor por que es importante interactuar con los otros componentes de la cadena de valor con el objetivo que exista un trabajo en común y en equipo cumpliendo con las características de calidad del producto requerido que en este caso es la quinua orgánica.

1.2.2. Fundamentación axiológica

Por definición, la empresa tiene el objetivo de generar un beneficio monetario para sus accionistas. De hecho, esta obligación es una responsabilidad en relación a los mismos, sin embargo, su responsabilidad más allá de buscar simplemente metas económicas. Para Raimond-Kedilhac (1997, citado por Llano, 1998) existen siete grandes finalidades de toda empresa: (Soto & Cárdenas, 2007)

- **Producir bienes y servicios que satisfagan necesidades del medio socioeconómico.**

Esta finalidad indica el centrar las actividades de las organizaciones en el cliente considerando sus necesidades y satisfaciendo las mismas cumpliendo con sus expectativas.

- **Generar valor económico agregado.**

Se refiere a que los productos o servicios tengan un valor económico superior al que se compra en este caso la quinua.

- **Establecer y cumplir de modo equilibrado y razonable los compromisos económicos con los elementos o factores que participan en la empresa, sin olvidar a los trabajadores, empleados, clientes, proveedores, inversionistas, entre otros.**

Se refiere a cumplir con las expectativas de todos grupos de interés con responsabilidad social.

- **Propiciar y mantener un ambiente donde los trabajadores y empleados se desarrollen individualmente y como comunidad social, permitiendo y estimulando en ellos motivaciones trascendentes.**

En cuanto a los trabajadores este fin indica la necesidad de que la empresa no solo les conceda un salario a sus trabajadores, si no que los capacite y le otorgue beneficios de orden cualitativo.

- **Generar autocontinuidad de la empresa, que garantice su permanencia en el mercado.**

Existen empresas que por su actividad no generan permanencia, específicamente las empresas extractoras, por lo que es necesaria la aplicación de estrategias enfocadas a que la mayoría de empresas sean sostenibles.

- **Multiplicar oportunidades para que un mayor número de personas tenga acceso a ellas, es decir, dar preferencia al crecimiento que hay por incrementar oportunidades laborales, además del crecimiento de las ganancias y el acceso a los mercados.**

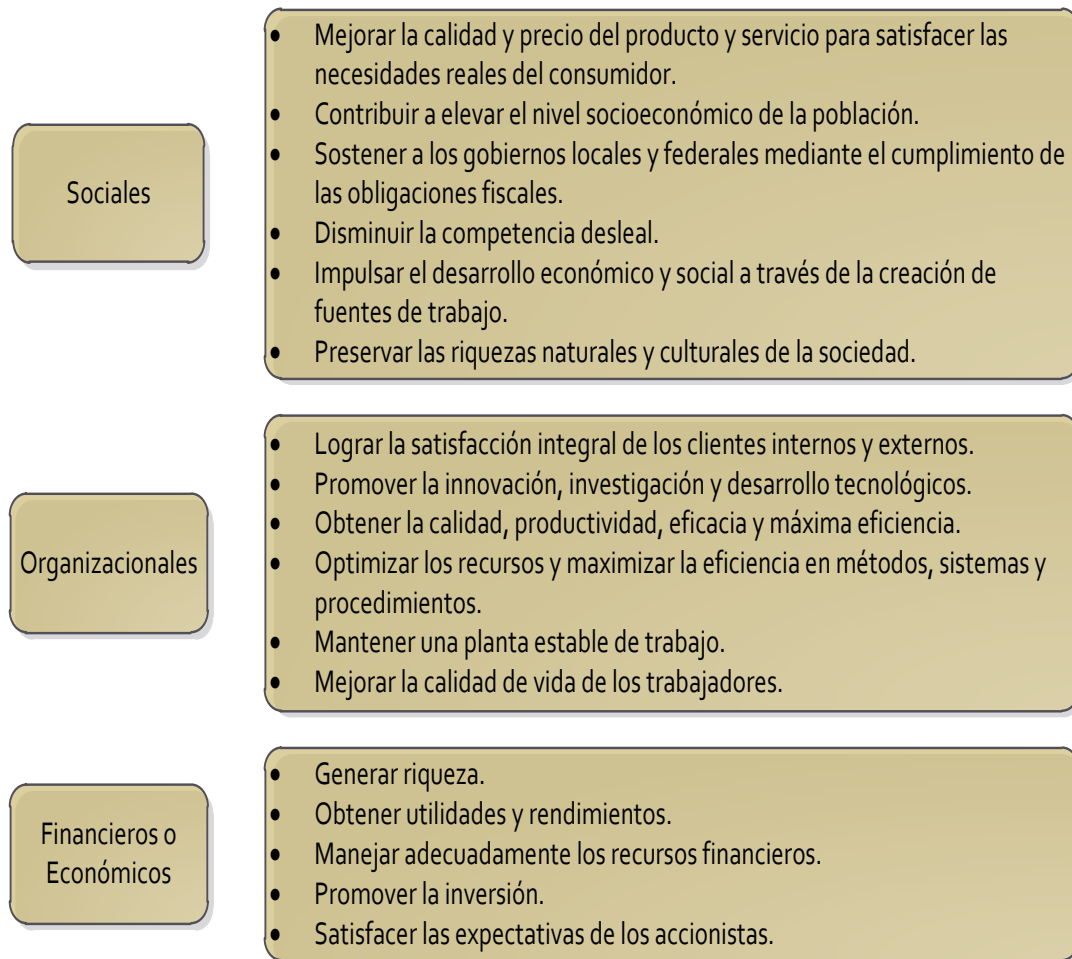
Se refiere a la creación de nuevas oportunidades tanto en la creación de nuevas empresas, como en el crecimiento sostenido de las que ya se encuentran en el mercado generando así fuentes de trabajo.

- **Responsabilizarse del efecto en la ecología y las consecuencias secundarias negativas de la empresa y propiciar efectos positivos.**

El fin está dirigido a generar actividades responsables con el medio ambiente y a disminuir el impacto negativo de las empresas y el consumismo a través de aplicar externalidades positivas.

Los valores organizacionales son el conjunto de principios que orientan la conducta de los individuos en la empresa. La administración, de carácter eminentemente social, se rige por una serie de principios y valores que le proporcionan no sólo una validez ante el mundo, sino también principios éticos que deben orientar la conducta del administrador en la sociedad. Los más importantes se presentan en la figura N.1.1 (Münch, 2007)

Figura N.1.1
Principios éticos



Fuente: (Münch, 2007)

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

La empresa, cuyo carácter es eminentemente social debe regirse por una serie de valores o principios tendientes a lograr el bienestar de la sociedad. Considerando factores competitivos, sociales y políticos en los último años las organizaciones se han enfocado únicamente en la obtención de utilidades, sin prestar importancia a factores humanos y ambientales, de igual manera se ha perdido algunos valores, pero la empresa actual ha constituido valores empresariales que le sirvan de guía, además de lineamientos de orden público, emitidos por organizaciones mundiales y el propio estado. (Münch, 2007)

Los valores primordiales que debe perseguir cualquier organización son:

- **Compromiso.** Satisfacción del bien común.
- **Respeto.** Protección del medio ambiente y respeto a los empleados y a la sociedad en general.
- **Equidad y justicia.** Creación de fuentes de trabajo y salarios justos.
- **Calidad.** Producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores y promuevan su bienestar.
- **Responsabilidad.** Mejoramiento de la situación económica de la comunidad.
- **Honestidad.** La honradez y la integridad en las relaciones con los clientes, proveedores y empleados.

La tendencia del comercio justo es un rescate a los valores empresariales que en teoría las empresas deben tener como directrices, como se observa en el listado anterior existen valores predeterminados para el funcionamiento de las organizaciones, pero a través del tiempo las empresas se han enfocado en la minimización de costos y maximización de utilidades, dejando de lado valores que son necesarios para no olvidar al ente más importante en la sociedad, el ser humano, de ahí la importancia además de generar una cultura donde se respete los valores y tornar las economías hacia la justicia social.

Esta investigación representa un aporte personal para mitigar las posibles injusticias comerciales que se generan en las cadenas productivas en nuestro país y específicamente en los productores de quinua orgánica, generando nuevas alternativas de comercialización de productos que por historia han soportado una competencia desleal de las grandes transnacionales en el país.

1.2.3. Fundamentación legal

A continuación se detallan las leyes que tienen pertinencia en relación al comercio justo:

- Constitución del Ecuador.
- Plan nacional del buen vivir.

- Ley de economía popular y solidaria.
- Código de la producción.
- Acuerdo Ministerial N° 299, Registro oficial N°34 del 11 de Julio de 2013 Instructivo de la normativa general para promover y regular la producción orgánica - ecológica - biológica en el Ecuador.

1.2.3.1. Constitución del Ecuador

La constitución en su artículo Art. 281 proporciona el marco en relación a la soberanía alimentaria, misma que es un objetivo estratégico y una obligación del Estado, enfocada a garantizar la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados, de forma permanente. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Para ello, será responsabilidad del Estado según el mismo artículo:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos.
3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.
4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.
5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.
6. Promover la preservación y recuperación de la agrobiodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.

7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable.
8. Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica apropiada para garantizar la soberanía alimentaria.
9. Regular bajo normas de bioseguridad el uso y desarrollo de biotecnología, así como su experimentación, uso y comercialización.
10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.
11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios.
12. Dotar de alimentos a las poblaciones víctimas de desastres naturales o antrópicos que pongan en riesgo el acceso a la alimentación. Los alimentos recibidos de ayuda internacional no deberán afectar la salud ni el futuro de la producción de alimentos producidos localmente.
13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.
14. Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras.

En relación al comercio justo la constitución, en el artículo 340, en su capítulo primero inclusión y equidad del título VII del régimen del buen vivir, se considera el sistema nacional de inclusión y equidad social que es un “conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.” (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

La carta magna pregona y pone énfasis en el buen vivir y esto significa mejores condiciones de vida para todos los Ecuatorianos tales como el tener acceso a un trabajo digno, contar con todos los servicios públicos básicos, comer sano mediante una producción orgánica sin químicos preservando en ambiente para dejar un legado a nuestros descendientes esto se hará realidad con el aporte de los sistemas productivos

del país y del mundo entero cambiando de mentalidad y concientizándonos que nos merecemos un mundo mejor.

1.2.3.2. El plan del buen vivir

En cuanto a los objetivos nacionales para el buen vivir en relación al comercio justo se pueden mencionar los más pertinentes como son:

Objetivo 2. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad.

El reconocimiento igualitario de los derechos de todos los individuos implica la consolidación de políticas de igualdad que eviten la exclusión y fomenten la convivencia social y política. El desafío es avanzar hacia la igualdad plena en la diversidad, sin exclusión, para lograr una vida digna, con acceso a salud, educación, protección social, atención especializada y protección especial. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013)

Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

El sistema económico mundial requiere renovar su concepción priorizando a la igualdad en las relaciones de poder, a la (re)distribución y al ser humano, sobre el crecimiento económico y el capital. Esta nueva concepción permitirá la concreción de aspectos como la inclusión económica y social de millones de personas, la transformación del modo de producción de los países del Sur, el fortalecimiento de las finanzas públicas, la regulación del sistema económico y la justicia e igualdad en las condiciones laborales. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013)

Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos

de las personas. En prospectiva, el trabajo debe apuntar a la realización personal y a la felicidad, además de reconocerse como un mecanismo de integración social y de articulación entre la esfera social y la económica. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013)

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.

La Constitución establece la construcción de un “sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo” (art. 276), en el que los elementos de transformación productiva se orienten a incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento, la inserción estratégica en la economía mundial y la producción complementaria en la integración regional; a asegurar la soberanía alimentaria; a incorporar valor agregado con eficiencia y dentro de los límites biofísicos de la naturaleza; a lograr un desarrollo equilibrado e integrado de los territorios; a propiciar el intercambio justo en mercados y el acceso a recursos productivos; y a evitar la dependencia de importaciones de alimentos (art. 284)

El objetivo 10 del plan nacional del buen vivir establece, impulsar la transformación de la matriz productiva y para ello se requiere la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada. Esto promoverá la sustitución de importaciones, desagregación y transferencia tecnológica, conocimiento endógeno, y priorizará la producción nacional diversificada, con visión de largo plazo en el contexto internacional. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013)

Los objetivos del buen vivir descritos tiene estrecha relación con el comercio justo, pues se basa en los mismos valores, específicamente en relación a la igualdad, inclusión, justicia, trabajo digno y un sistema económico social y solidario, el mismo que se dirige a mantener una sostenibilidad que permita que todas las actividades desde la

producción hasta la comercialización, sean justas para todos sus implicados y grupos de interés.

1.2.3.3. Ley de economía popular y solidaria

En el artículo 1 del título Ámbito, Objeto y Principios de la ley de economía popular y solidaria, “Se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.” (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2011)

La Ley de economía popular y solidaria en su artículo séptimo indica el objeto de la misma que es “reconocer, fomentar, promover, proteger, regular, acompañar y supervisar la constitución, estructura y funcionamiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria; además, normar las funciones de las entidades públicas responsables de la aplicación de la presente ley.” (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2011)

La ley de economía popular y solidaria presenta el marco en el cual se desarrollan las actividades comerciales entre otras, tiene relación al comercio justo al poner al buen vivir sobre el lucro y la acumulación de capital.

Las economías populares y solidarias, base social y económica, son el mayor empleador del país y cuenta con millones de socios. La economía popular y solidaria dio empleo en 2009 el 64% de los ocupados a nivel nacional, constituye un ejemplo palpable de que un sistema económico que privilegie al ser humano sobre el capital es posible. Por ello es fundamental insistir en la urgencia de cambiar las conductas individuales (los patrones consumistas), que son las que provocan y aceleran la insostenibilidad del consumo

capitalista en el mediano plazo, aunque sean el fundamento de las utilidades del capital en el corto plazo. (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2011)

La ley de economía popular y solidaria presenta el marco en el cual se desarrollan las actividades comerciales entre otras, tiene relación al comercio justo al poner al buen vivir sobre el lucro y la acumulación de capital el cual este cuerpo legal sustenta el porqué de los beneficios que tienen los productores de quinua orgánica del cantón Guamote al momento de constituirse en empresa de economía popular y solidaria bajo los lineamientos del comercio justo.

1.2.3.4. Código de la producción

El código de la producción tiene algunos fines en sí mismo, detallados en el artículo 4, en el título Del Objetivo y Ámbito de Aplicación, que otorgan un marco legal para la realización del comercio justo, a continuación se detallan algunos: (Código de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

Fines del código de la producción:

- Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria.
- Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativa.
- Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales.
- Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza.

- Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables.
- Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo.
- Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados.
- Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico –institucional.
- Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico.
- Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador.
- Fomentar y diversificar las exportaciones.
- Facilitar las operaciones de comercio exterior.
- Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley.
- Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas, el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos y nacionalidades.

- Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente.

Como se puede apreciar el código de la producción define lineamientos generales que aunque no tienen relación directa, ofrecen al comercio justo un ámbito en el cual puede desarrollarse e indica el papel del gobierno en el apoyo al desarrollo productivo del país, en relación al marco institucional, estímulos de desarrollo, fomento a la inversión, entre otros. En el caso de los productores de quinua orgánica o cualquier otra empresa de economía popular y solidaria una de las ventajas es la exoneración al impuesto a la renta siempre y cuando las utilidades sean reinvertidas en el negocio, el cual permitirá una sustentabilidad del mismo.

1.2.3.5. Acuerdo Ministerial N° 299, Registro oficial N° 34 del 11 de Julio de 2013 Instructivo de la normativa general para promover y regular la producción orgánica - ecológica - biológica en el Ecuador

Este instructivo de aplicación obligatoria regula a través de su normativa el marco que “promueve la investigación, la transferencia de tecnología, la capacitación y regula la producción, procesamiento, comercialización, etiquetado, almacenamiento, promoción y certificación de productos orgánicos de origen agropecuario, incluido la acuicultura, en el Ecuador.” (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, 2013)

Este instructivo es tomado en consideración a lo largo de la investigación y diseño del modelo, para la certificación, etiquetado, transporte entre otros aspectos de relevancia.

1.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.3.1. Modelo

Es un prototipo que debe imitarse a la hora de realizar un procedimiento, asimismo es el modo de cómo debe llevarse a cabo una determinada acción. El modelo se origina en el análisis del investigador de operaciones en lo que respecta a la experiencia de aquellos con quienes está tratando dentro de la organización. (Moskowitz, 1982)

Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor, El modelo de negocio se divide en nueve módulos básicos como es el segmento de mercado, las propuestas de valor, los canales de comercialización, las fuentes de ingresos, los recursos clave sean físicos, intelectuales, humanos y económicos, las actividades clave, las asociaciones clave y la estructura de costes, todos estos enfocados a cubrir las cuatro áreas principales: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. (Osterwalder, 2012)

Emulando el concepto de modelo, se dice que es una serie de actividades y procesos ligados entre sí en una secuencia lógica, que permite cumplir con un determinado objetivo, los mismos deberán tener una forma de retroalimentarse a sí mismos, con el fin de que exista una mejora continua, los modelos son propuestas que permiten organizar a las empresas a solucionar sus problemas para generar una mayor rentabilidad a los inversionistas en el caso de los pequeños productores de quinua orgánica la rentabilidad es compartida, solidaria y sustentable es decir más allá de lo lucrativo se enfatiza en el desarrollo integral, donde se toma en cuenta las dimensiones económicas, sociales, políticas, culturales, ecológicas y ética en las que se desempeñan las personas.

1.3.2 El Comercio Justo

“El Comercio Justo es una relación comercial entre socios, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto mutuo, que busca una mayor justicia en el comercio internacional. Este comercio contribuye al desarrollo duradero y sostenible proporcionando mejores condiciones comerciales y asegurando sus derechos a los productores y trabajadores marginados, especialmente en los países del Sur.” (Organización Mundial del Comercio Justo, 2014)

“El Comercio Justo es una estrategia que impulsa el desarrollo de los países en vías de desarrollo y, por tanto, contribuye a alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio.” (Área de Cooperación Internacional para el Desarrollo (ACOIDE), 2010)

“El comercio justo es posiblemente la alternativa más ambiciosa frente a los problemas provocados en el comercio internacional por la falta de respeto de determinados

derechos laborales. Esa ambición no se manifiesta en su volumen (extraordinariamente modesto en relación al comercio convencional), sino en su planteamiento.” (Gutiérrez & Lobejón, 2009)

“El programa Comercio Justo trabaja para mejorar el acceso a los mercados y las condiciones comerciales para los pequeños productores y los trabajadores en plantaciones agrícolas.” (Pazderka, 2003)

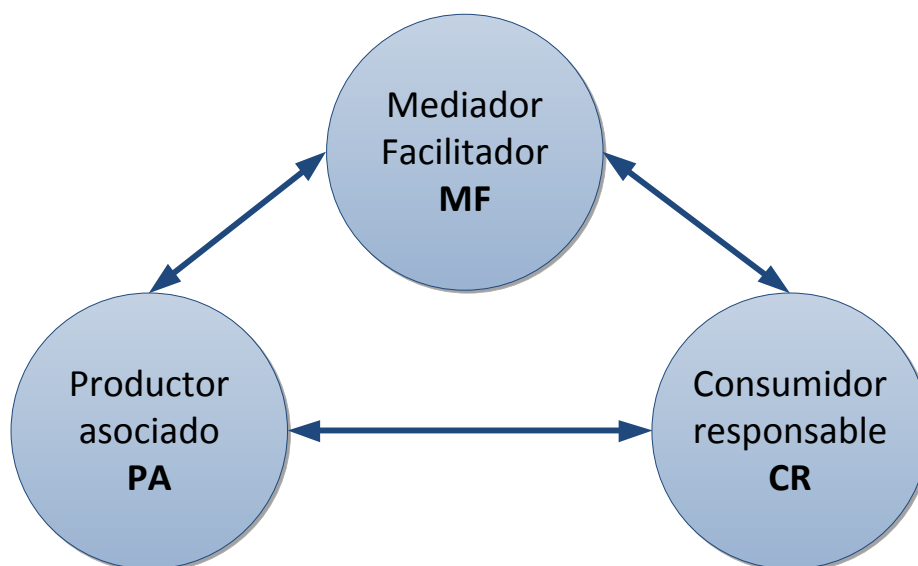
Considerando los conceptos anteriores de las diferentes organizaciones, se lo podría definir como la relación comercial basada en valores éticos, enfocados a dar un marco, en el cual exista una mayor justicia en cuanto a la producción y comercialización de ciertos productos incluyendo aspectos tales como la garantía de precios, el pago previo y el pago directo a los productores y sus asociaciones.

1.3.3. Modelos de comercio justo

En relación específica a modelos de comercio justo se han investigado los principales esquemas que se detallan a continuación:

En el artículo “Para entender el comercio justo” escrito por José Torres Pérez, Pilar Navarro Rico y Andrés Larrinaga Arechaga, se realiza una breve exposición sobre el Comercio Injusto, se determina una definición para comercio justo, además de considerar factores clave como la función del "sobreprecio" e indican un esquema para la realización de comercio justo considerando algunos de sus involucrados, los cuales se lo detalla a continuación a través de la figura (N. 1.2).

Figura N. 1.2
Esquema de comercio justo



Fuente: (Torres, Navarro, & Larrinaga, 1999)

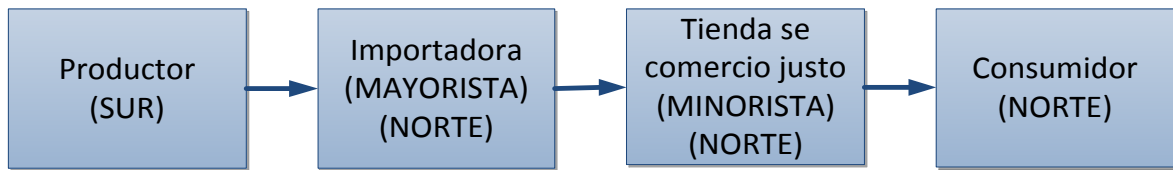
Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Otro modelo para comercio justo lo exponen Antonio Socías Salvá y Natividad Doblas en su artículo “El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias” en el cual deducen que el funcionamiento del comercio justo es complejo, puesto que se trata de un fenómeno de carácter internacional en el que se encuentran implicados muchos países y muchas organizaciones. Sin embargo podemos decir que en el comercio justo intervienen habitualmente los productores, las importadoras, las tiendas de comercio justo y, obviamente, los consumidores. (Socías & Doblas, 2007)

Los productores se encuentran en los países del sur, éstos elaboran los productos que compra y financia en parte la importadora que actúa como mayorista en los países del Norte, la cual vende a las tiendas de comercio justo (ubicadas en los países del Norte) los productos que finalmente compran los consumidores del Norte. Todo ello se presenta en la figura N.1.3 (Socías & Doblas, 2007)

Figura N.1.3

Esquema del funcionamiento económico del comercio justo



Fuente: (Socías & Doblás, 2007)

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

El comercio justo ha propiciado una serie de investigaciones, pues existe una gran tendencia hacia la práctica del mismo en el mundo y en el Ecuador, se debe considerar además que existen muchas organizaciones internacionales que favorecen las condiciones para que se pueda generar el mismo, de igual manera existen ya modelos de comercio justo los cuales pueden ser tomados como pauta para la realización de la presente investigación y tecnificar las prácticas de producción y comercialización. Estos modelos presentan procesos exitosos lo importante es tomar en cuenta cuáles de estos modelos presentados se adaptaría perfectamente a las circunstancias de los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote para cumplir con el objetivo fundamental que es generar un mejor estilo de vida para ellos y sus familias.

1.3.3.1. Cadenas productivas

Un sistema conformado por actores (hombres y mujeres) con características y roles específicos, que desarrollan actividades interrelacionadas e interdependientes alrededor de la evolución de un producto, desde la producción hasta su consumo, con el fin de generar competitividad para el desarrollo local. (Salazar & Van der Heyden, 2004)

El concepto de cadenas productivas, involucra un número de etapas interconectadas, a través de la unión entre producción, transformación y consumo. Esta dimensión implica que se considere los distintos procesos productivos y relaciones económicas que se producen entre la oferta inicial y la demanda final. Estas etapas son: (Gottret & Lundy, 2007)

- La producción y provisión de insumos y bienes de capital para el agro.
- El proceso de producción agropecuaria.
- El acondicionamiento, empaque y, en general, las actividades involucradas en el manejo pos cosecha de productos frescos.
- Los distintos procesos de transformación industrial.
- La comercialización de acopio, almacenamiento, la conservación en frío y otros.
- La distribución mayorista y minorista de alimentos.
- El consumo final.

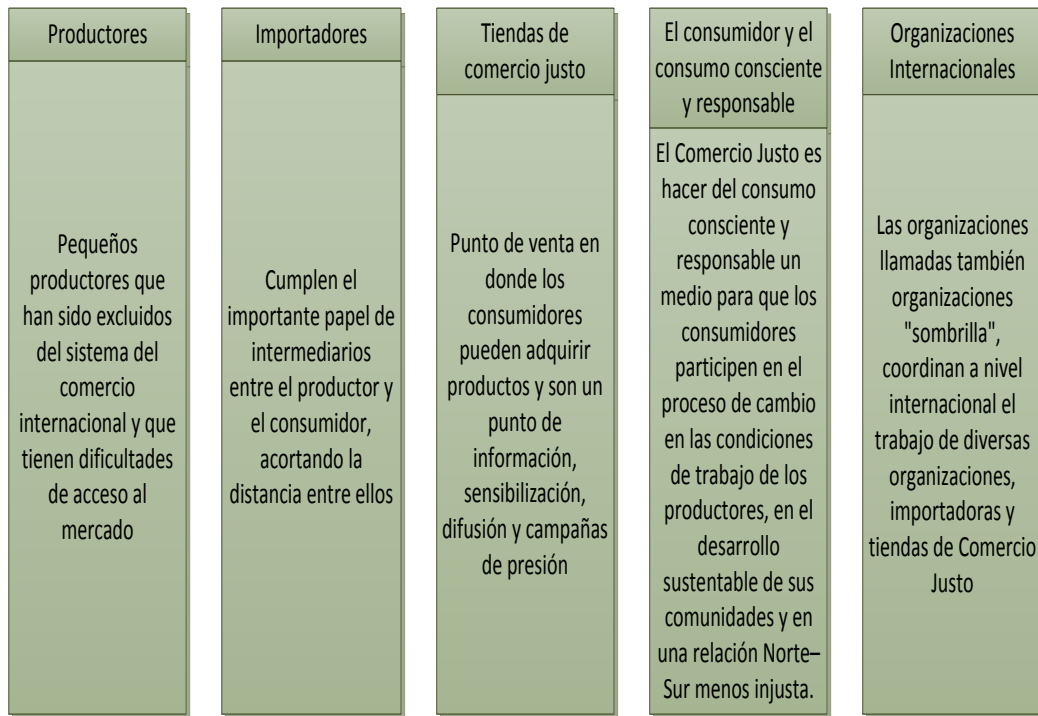
La cadena productiva es un conjunto de acciones desde la producción del producto considerando la adquisición de los insumos, hasta la compra del mismo por el consumidor final, además implica el conocimiento y responsabilidades de los involucrados en dichas actividades, con el fin de que estas se realicen de manera efectiva los productores de quinua orgánica lo primero que tiene que conocer son las necesidades del mercado su requisitos, normas y estándares esto se logra trabajando en conjunto con las posibles industrias transformadoras del producto y la cooperación de otros entes no gubernamentales y gubernamentales bajo un sistema de evaluación y monitoreo permitiendo la constitución de una red estable que permita el desarrollo territorial de estas zonas como es caso puntual del cantón Guamate.

1.3.3.2. Actores del comercio justo

Existen muchos actores del comercio justo, se ha considerado el artículo “La red del Comercio Justo y sus principales actores” escrito por Brisa y Eliane Ceccon, en el cual se describen algunos de ellos y los más importantes en la figura 1.4.

Figura N.1.4

Actores del comercio justo



Fuente: (Ceccon & Ceccon, 2010)

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto.

En la figura se pueden observar que el comercio justo se desenvuelve gracias al aporte de algunos actores, empezando por los productores, es decir los que siembran y cultivan en este caso la quinua, en el cantón Guamate de la provincia de Chimborazo, considerando que sus condiciones actuales no les permiten entrar al mercado extranjero, los importadores se presentan como un actor fundamental del proceso al ser los intermediarios entre los productores y las tiendas de comercio justo, que son los puntos de venta del producto y donde el consumidor responsable que es parte también de la cadena obtiene su producto, y todos estos actores están de una u otra manera coordinadas por las organizaciones de comercio justo.

1.3.3.3. Los principios de comercio justo

Según la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) existen 10 criterios, que necesariamente las organizaciones deben cumplir presentados en la figura N.1.5

Figura N.1.5
Los principios de comercio justo

1. Creación de Oportunidades para Productores en Desventaja Económica
2. Transparencia y Responsabilidad – Rendición de cuentas
3. Práctica Comerciales Justas
4. Pago de un Precio Justo
5. No al Trabajo Infantil y al Trabajo Forzoso
6. No Discriminación, la Igualdad de Género y el Empoderamiento Económico de la mujer y la Libertad de Asociación.
7. Condiciones del Trabajo
8. Desarrollo de Capacidades
9. Promoción del Comercio Justo
10. El Medio Ambiente

Fuente: (Organización Mundial del Comercio Justo, 2014)

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto.

La disminución de la pobreza, es fundamental dentro del comercio justo, por lo que el primer objetivo está enfocado, a la ayuda a los pequeños productores, que no puedan competir o tengan desventajas frente al comercio tradicional, el segundo objetivo indica que las organizaciones deben manejarse a través de una administración transparente en cuanto a comercio de los productos, el tercer objetivo exhorta a las responsabilidad frente a los pequeños productores y no a explotarlos en relación a tener mayor lucro, el cuarto objetivo, señala la necesidad de establecer un precio justo que sea acordado entre los actores, el quinto objetivo cumple con el convenio de las Naciones Unidas en materia de los derechos del niño, además de garantizar que no haya existido trabajo forzoso, el sexto objetivo es en relación a la no discriminación al momento de emplear, compensar, entrenar, promover, en el despido o en la jubilación por razones de raza, clase social, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, membresía sindical , afiliación política, estatus de IVH/SIDA o edad, el séptimo objetivo indica que se debe ofrecer un ambiente de trabajo seguro y sano para sus empleados y/o miembros,

el octavo objetivo busca incrementar las destrezas y capacidades de los productores, el noveno objetivo, está enfocado a dar a conocer los principios del Comercio Justo, y el último objetivo se lo dirige hacia el cuidado del ambiente, a través de la reducción del impacto de las diferentes actividades los pequeños productores de quinua del cantón Guamote durante toda su actividad económica por lejos nunca han experimentado o vivido ningunos de estos principios es por eso que la contribución de esta propuesta sin duda es un paso muy grande para las vidas de este grupo social.

1.3.3.4. Organizaciones de comercio justo

A continuación se muestra a las organizaciones internacionales más relevantes, en relación al comercio justo, muchas de las cuales tienen certificaciones para poder comercializar sus productos.

La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO)

La Organización Mundial del Comercio Justo es el órgano de representación global de más de 400 miembros comprometidos con el de Comercio Justo, opera en más de 70 países de África, Asia, Europa, América Latina y América del Norte y la Cuenca del Pacífico, con tablas globales y regionales electos, para crear el acceso al mercado a través de la política, incidencia política y campañas, marketing y seguimiento. Es la única red global cuyos miembros representan a la cadena de comercio justo desde la producción hasta la venta. (The World Fair Trade Organization, 2013)

La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO - LA)

WFTO-LA es la Oficina Regional para Latinoamérica de la Organización Mundial del Comercio Justo (World Fair Trade Organización – WFTO). Actualmente, la red regional está formada por 63 miembros provenientes de 13 países de América Latina. Su misión institucional es fortalecer las capacidades de incidencia, comercialización y monitoreo de los miembros de WFTO-LA y promover relaciones de cooperación entre los mismos y con otros actores sociales, de modo a contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de pequeños productores de América Latina, atendiendo a los principios del Comercio Justo”. (WFTO América Latina, 2014)

Fairtrade

Fairtrade está compuesta por 25 organizaciones que trabajan para garantizar un trato más justo para los productores. Desde su sede en Bonn, Alemania, establecen los criterios de Comercio Justo Fairtrade y proporcionan apoyo a las organizaciones de productores certificadas Fairtrade. (Fairtrade, 2014)

AELC (Asociación Europea de Comercio Justo)

Es una asociación de diez importadores de comercio justo en nueve países europeos (Austria, Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, España, Suiza y el Reino Unido). AELC se estableció informalmente en 1987 por algunos de los importadores de comercio justo más antiguas y más grandes. Ganó estatus formal en 1990. AELC tiene su sede en los Países Bajos, el objetivo de la AELC es apoyar a sus organizaciones miembros en su trabajo y para animarles a cooperar y coordinar. Facilita el intercambio de información y la creación de redes, crea las condiciones para la división del trabajo y que identifica y desarrolla proyectos conjuntos. También mantiene una base de datos de proveedores de la AELC, llamado Fairdata, que contiene información detallada sobre los proveedores y sus productos. (European Fair Trade Association, 2012)

International Resources for Fair Trade.

Recursos internacionales para un comercio más justo se dedica a capacitar a agricultores, artesanos, empresas y organizaciones no gubernamentales para el desarrollo de la capacidad empresarial y la promoción de medios de vida sostenibles para todos los involucrados en la producción de las cosas que consumimos todos los días. (International Resources for Fairer Trad, 2009)

1.3.3.5. El comercio justo en Ecuador

En el Ecuador existen algunas organizaciones miembro de La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO - LA) entre fundaciones, tiendas de comercio justo y empresas de turismo comunitario responsable.

BCS ÖKO GARANTIE Cía. Ltda. Ecuador (Oficina Regional para América del Sur)

BCS ÖKO-GARANTIE se desarrolla y se establece como empresa en Riobamba en 2002, llegando hasta la actualidad a cubrir más del 70% de la certificación de productos orgánicos que se comercializan dentro y fuera del país.

Contacto: Ing. Hansjörg Götz

Km. 3 1/2 vía a Chambo, pasando el puente

T/F: + 593 (0)3 2 910 333 / 2 910 253 / 2910 271

Apt. 06-01-567

info@bcsecuador.com

CAMARI

Camari comercializa solidariamente productos agropecuarios y artesanales de calidad, con honestidad y eficiencia, logrando la satisfacción de los clientes y pequeños productores, tomando como base el mejoramiento continuo de sus procesos y servicios orientados al equilibrio social y empresarial, con liderazgo y competitividad.

QUITO

Dirección: Manchena OE2-38 y Versailles, Santa Clara, Quito.

Contacto: Vilma Allauca.

Teléfono: 22523613.

LATACUNGA

Dirección: Av. 5 de junio 5719 y Río Langoa.

Teléfono. (03) 2812484.

RIOBAMBA

Dirección: Tarqui 1824 y Chile.

Teléfono: (03) 2969874.

Sitio web: www.camari.org

MAQUITA CUSHUNCHIC

Maquita es una Operadora de Turismo Responsable y Comunitario del Ecuador, que comercializa paquetes turísticos de calidad y calidez con alto contenido social, basados en los principios de la socio-economía solidaria, generando recursos económicos sostenibles equitativos para las comunidades, a través de actividades culturales, étnico-

espirituales y agro ecológicas, orientados a satisfacer las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros.

Dirección: Avda. Rumichaca S26-365 y Calle Moro Moro, Barrio Turubamba.

Contacto: Augusto Estrella.

Teléfono: 22670925/7.

Sitio web: <http://www.maquitaturismo.com/>

FUNDACIÓN CHANKUAP

La Fundación Chankuap, nació en 1996, según acuerdo ministerial 00137 de 25 de junio de 1996, como respuesta a los requerimientos de apoyo para el desarrollo comunitario, que, se van percibiendo y escuchando en el acompañar a la gente en sus actividades diarias. La Fundación Chankuap nace de la experiencia de 20 años de la Misión Salesiana de Wasakentsa ubicada en territorio Achuar. La Fundación surge en respuesta a la necesidad de dar más sostenibilidad al trabajo de la misión, ampliar y estructurar las actividades de manera más especializada con un enfoque de desarrollo comunitario.

Dirección: Vidal Rivadeneira s/n y Hernando de Benavente, barrio La Loma, Quito

Contacto: Paul Arévalos y Adriana Sosa

Teléfono: 2703457.

Sitio web: <http://www.chankuap.org>

GRUPO SALINAS

Desde 1970, el pueblo de Salinas de Guaranda en la provincia de Bolívar, Ecuador, apostó al Cooperativismo como la forma efectiva y democrática de enfrentar la pobreza y marginación, con el apoyo de voluntarios extranjeros y la Misión Salesiana y especialmente al impulso que dio la iglesia en la persona de Mons. Cándido Rada.

Dirección: Vía El Calvario y Samilagua, Parroquia Salinas, Cantón Guaranda.

Contacto: Luís Gonzales

Teléfono: 2210185

Sitio web: <http://www.salinerito.com>

KUEN S.A.

Kuen S.A. es una empresa con sede en la ciudad de Cuenca-Ecuador, que desde el año 2002 se ha dedicado a la elaboración de productos y complementos de aromaterapia, con la marca Amazon Aroma.

Dirección: Avda. Nueva Loja 2-12 y Guayas. Loja

Contacto: Andrea Abad y Tatiana Cisneros

Teléfono: 2880093

Sitio web: <http://es.amazon-aroma.com/>

FUNDACIÓN SINCHI SACHA

La Fundación Sinchi Sacha es una institución no gubernamental que aporta de manera estratégica al desarrollo sustentable del Ecuador. Se crea el 27 de diciembre de 1991 como una institución privada y sin fines de lucro, mediante Acuerdo Ministerial Nro. 02671, del Ministerio de Inclusión Social, de la República del Ecuador.

Dirección: Reina Victoria 17-80 y la niña

Contacto: Catalina Sosa

Teléfono: 2527240

Sitio web: <http://es.amazon-aroma.com/>

<http://es.amazon-aroma.com/amazon-aroma/historia/>

FUNDACIÓN PROPUEBLO

ProPueblo se fundó en 1992 como fundación privada, sin fines de lucro y con el apoyo del Grupo cementero suizo HOLCIM, para cooperar con las comunidades situadas en las laderas occidentales de la cordillera Chongon Colonche. ProPueblo se concentra en mejorar el nivel de vida por medio de apoyo a proyectos de infraestructura básica, entrenamiento en oficios y mercadeo internacional de productos artesanales de alta calidad.

Dirección: Avda. Francisco Orellana y M.Alcivar. Edf. Las Cámaras, 5to piso

Contacto: Patrick Bretahver / Nadia Bretahver

Teléfono: 2683598

Sitio web: www.propueblo.org

La mayoría de estas instituciones se presentan como posibles intermediarios del comercio justo es decir se convierten en potenciales clientes de los productores de quinua orgánica del cantón Guamote en el mercado interno pero bajo los principios de comercio justo, en la propuesta de nuestro modelo se les da la oportunidad de comercializar libremente a cada productor es decir de vender en forma individual lo que cosechan, porque puede existir la posibilidad de que este tipo de organizaciones mejoren el precio, siempre y cuando no allá de por medio un compromiso de compra de su asociación o agrupación para exportar la quinua a clientes externos, antes de esta investigación esporádicamente algunos productores aprovecharon el apoyo de estas organizaciones en cuanto a cursos de capacitación, asistencia técnica y orientación en temas de comercialización y producción en forma gratuita y otras son las que promueven y certifican la producción limpia.

1.3.4. Agricultura orgánica

El término se refiere a un sistema integral en relación a la producción direccionado a proteger el agroecosistema, biodiversidad, periodos biológicos y el suelo en general, este modelo se enfoca en prácticas adecuadas en relación a la utilización de procedimientos culturales, biológicos y mecánicos. (OMS & FAO, 2000)

El objetivo de esta propuesta es inducir a los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote a dedicarse cien por ciento a la producción orgánica, pero hay que dejar en claro que en el Ecuador no solo la quinua es el único producto que se cultiva orgánicamente o bajo los lineamientos de comercio justo, existen algunos otros productos como el café, cacao, banano, flores, cebada, papas, frejol etc. En otras palabras esta propuesta no solo servirá para la producción de quinua sino para todo tipo de producción orgánica producida en el país.

1.3.4.1. Productos orgánicos certificados

Los productos orgánicos certificados son aquellos que se producen, almacenan, elaboran, manipulan y comercializan de conformidad con especificaciones técnicas precisas (normas), y cuya certificación de productos "orgánicos" corre a cargo de un organismo especializado. Una vez que una entidad de este tipo ha verificado el cumplimiento de las normas que rigen el ámbito de los productos orgánicos, se concede una etiqueta al producto. Esta etiqueta variará de acuerdo con el organismo de certificación que la expida, pero puede tomarse como garantía de cumplimiento de los requisitos fundamentales de un producto "orgánico" desde la finca hasta el mercado. Es importante señalar que la etiqueta de calidad orgánica se aplica al proceso de producción, y garantiza que el producto se ha creado y elaborado en forma que no perjudique al medio ambiente. Esta etiqueta respalda, pues, un proceso de producción, a diferencia de la certificación de calidad. (FAO, 2014)

Para la certificación de la quinua orgánica ecuatoriana en base al comercio justo se recomienda el sello FAIRTRADE que garantiza el cumplimiento de los estándares del comercio justo si la quinua exportada llega a los centros o tiendas de comercio justo sin este tipo de certificación no se consume.

1.3.5. Quinua

La Quinua es un cereal originario de Sudamérica. Para los antiguos habitantes de los Andes, tanto como el maíz y la papa, constituía una de las comidas básicas y cada año el Inca, en una ceremonia especial, plantaba las primeras semillas de temporada y durante el solsticio, los sacerdotes en vasijas de oro llenas de quinua se las ofrecían al Dios Sol, el Inti. Esta planta fue domesticada y cultivada desde hace 5,800 años en los Andes, domesticada en Perú, Bolivia y Ecuador. (Camacho, 2009)

Las bondades peculiares del cultivo de la quinua están dadas por su alto valor nutricional. El contenido de proteína de la quinua varía entre 13,81 y 21,9% dependiendo de la variedad. Debido al elevado contenido de aminoácidos esenciales de su proteína, la quinua es considerada como el único alimento del reino vegetal que

provee todos los aminoácidos esenciales, que se encuentran extremadamente cerca de los estándares de nutrición humana establecidos por la FAO. (PROINPA, 2011)

Cuadro N.1.1
Composición del valor nutritivo de la quinua en comparación con alimentos básicos (%)

Componentes (%)	Quinua	Carne	Huevo	Queso	Leche Vacuna	Leche Humana
Proteínas	13	30	14	18	3,5	1,8
Grasas	6,1	50	3,2		3,5	3,5
Hidratos de carbono	71					
Azúcar					4,7	7,5
Hierro	5,2	2,2	3,2		2,5	
Calorías 100 g	350	431	200	24	60	80

Fuente: (PROINPA, 2011)

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

La quinua, como se observa que posee un alto contenido proteico con baja grasa, no contiene azúcar es una buena fuente de hierro, además de poseer aminoácidos esenciales, oligoelementos, vitaminas y no contiene gluten la quinua se convierte en un alimento natural que reemplaza a productos de origen animal que en su consumo excesivo tiene efectos secundarios por eso existe un potencial mercado de consumidores responsables a nivel mundial.

CAPÍTULO II.

2. METODOLOGÍA

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación se basó en una investigación cuasi experimental, y longitudinal debido a que se la realizó en el tiempo.

2.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se aplica una investigación mixta y los tipos de estudios fueron los siguientes:

2.2.1 Exploratoria

La investigación exploratoria permitió aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos en el tema a investigar obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre el modelo de comercio justo y su incidencia en los pequeños productores de quinua orgánica.

2.2.2 Descriptiva

Permitió la recopilación de datos y su tabulación correspondiente al aplicar la encuesta antes de proponer el modelo de comercio justo y posterior al mismo, además de relacionar los datos obtenidos con posibles escenarios y enlaces existentes, opiniones de los involucrados, puntos de vista, procesos similares en marcha.

2.2.3 Explicativa

Se comprobó las hipótesis específicas mediante herramientas estadísticas para analizar las relaciones causales, entre las variables de las hipótesis formuladas.

2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1 Método hipotético- deductivo

El método hipotético-deductivo tiene varios pasos esenciales, los cuales fueron aplicados a la investigación:

- Creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno.
- Deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y
- Verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS.

2.4.1 Entrevista

Se mantuvo entrevistas previas, con los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote y sus representantes con la finalidad de llegar acuerdos al inicio por la aprobación del tema propuesto, y en el desarrollo de la investigación para la obtención de datos.

2.4.2. Encuesta

A través de esta técnica se obtuvo información de los pequeños productores de quinua orgánica del Cantón Guamote de la Provincia de Chimborazo, en relación a la producción y procesos de producción y comercialización, luego se aplica la misma encuesta para conocer el impacto de la propuesta de la investigación realizada, para establecer el análisis correspondiente.

2.4.3 Observación

Se observó cada uno de los procesos que involucra la comercialización de los productores de quinua Orgánica.

2.4.4 Recolección Bibliográfica

Se recolectó información en libros, leyes y páginas institucionales, acerca de modelos, comercio justo, variables macroeconómicas, procesos de comercialización y exportación con el fin de diseñar un modelo de comercio justo sostenible.

2.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.5.1. Población

La población de estudio fueron los pequeños productores de quinua orgánica del Cantón Guamote de la Provincia de Chimborazo que mediante un estudio de la Dirección Provincial Agropecuaria de Chimborazo, coordinación zonal 3 MAGAP son 441 Productores que pertenecen a las comunidades de: San Miguel de Pomachaca, San Francisco de Bishud, Galte Ambrosio Lasso, Atapo el Carmen, Galte Laime, Galte Miraloma, Galte San Juan, Tagmo Chakapalan, Via Oriente, Curiquina Rosaspamba, Yanachagar, Telán, Atapo Santa Cruz, Cabecera Parroquial, Palmira Davalos, Quishuar Yacunay, Tabial, Pancun Ichubamba, Pancun Ichubamba San Nicolás, Guanilche, Guantug, Ichubamba Bajo, La Inmaculada, Gauron, Cecel Airon, Bazan Chico, Bazan Grande, Asoc. San Nicolás de Telan, Corporacion Puruwa, Chacaza, Pull Quishuar, Tejar Rayoloma, Airon Cruz, Santa Rosa de Lima, Cochaloma Totorillas, Asociación El Inca, Achullay, Pull Chico.

2.5.2. Muestra

Se tomó la fórmula para poblaciones finitas es decir menos de 100.000 habitantes.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

En donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza que equivale a 1,96 (como más usual)

e² : Error bajo un determinado nivel de confianza.

P: Probabilidad de ocurrencia del evento*

Q: Probabilidad de NO ocurrencia del evento *

*Si no se dispone del dato de p y q se aplica generalmente 50% para cada uno de estos, considerando que su sumatoria debe ser 100%)

En base a la población económicamente activa del cantón Guamote, y con un porcentaje de error del 5% se procede a reemplazar los valores en la fórmula y se obtiene el número óptimo de encuestas a realizar.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 441}{0,05^2(441 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{423,54}{1,1 + 0,9604}$$

$$\frac{423,54}{2,0604}$$

$$n = 205,56 \cong 206$$

El número de encuestas a realizar será de 206, el diseño de la encuestas se encuentra en los anexos.

2.6 VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

La validación de la encuesta se la realizó utilizando el programa estadístico SPSS, a través del análisis de fiabilidad llamando el alfa de Cronbach.

Cuadro N.2.1.

Validación de la primera encuesta spss

Número de elementos	Casos validos	Casos excluidos	Alfa de Cronbach
11	10	0	0.79

Fuente: Aplicación spss

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

El resultado del Alfa de Cronbach es de 79%, el cual se considera un valor aceptable.

2.7. HIPÓTESIS

2.7.1. Hipótesis General

Un modelo de comercio justo determinará un sistema alternativo de comercialización para los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote de la provincia de Chimborazo.

2.7.2. Hipótesis Específicas

1. El modelo de Comercio justo les permitirá conocer los procesos y procedimientos de la certificación a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.
2. El modelo de Comercio justo les permitirá conocer los procesos de comercialización justa a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.
3. El desarrollo de un modelo de Comercio justo les permitirá a los pequeños productores de Quinua orgánica conocer los beneficios de una asociación.

2.8. ANÁLISIS SITUACIONAL

Dentro del análisis situacional se analizarán el macroentorno, el microentorno y se realizará un análisis interno de las fortalezas y debilidades que poseen los productores de quinua orgánica del Cantón Guamote de la Provincia de Chimborazo.

2.8.1. Análisis del Macroentorno

El estudio del macroentorno se basará en 4 factores externos generales que son el factor económico, social, político – legal, y tecnológico, los cuales según su comportamiento se transformarán en oportunidades o amenazas.

2.8.1.1. Factores Externos Económicos.

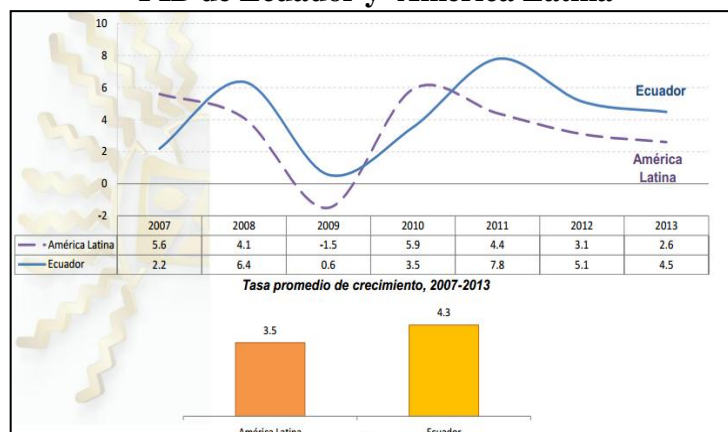
En relación a los factores económicos se expondrá el comportamiento de los más representativos, considerando el diseño de un modelo de comercio justo, el mismo que deberá considerar el mercado extranjero es decir las exportaciones e importaciones del producto, de igual manera será necesario considerar la inflación y la variación de la moneda a nivel internacional.

Producto Interno Bruto.

El producto interno bruto del Ecuador ha mantenido un comportamiento similar al de América Latina considerando que las condiciones de los países también son parecidas, pero se puede observar en la gráfica que el promedio de crecimiento del Ecuador es mayor que la del promedio latinoamericano, lo cual indica que en términos relativos el país ha mantenido una producción total de venta y servicios superior a los otros países, lo que se ve reflejado en las condiciones de vida de los ecuatorianos.

Grafico N.2.1

PIB de Ecuador y América Latina

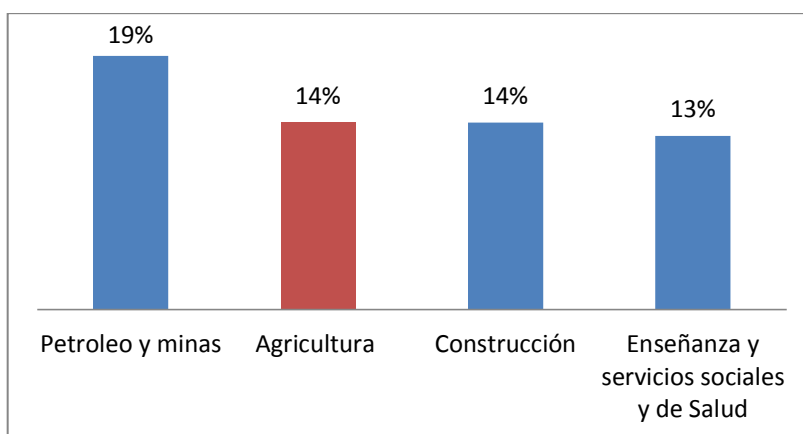


Fuente: Banco Central del Ecuador

Para la investigación se considera específicamente el producto interno bruto en relación a la agricultura, las actividades económicas que presentaron una mayor contribución a la variación de 1.2% del PIB fueron: Petróleo y Minas, 0.19 pp; Agricultura, 0.14 pp; Construcción, 0.14 pp; y, Enseñanza y servicios sociales y de Salud, 0.13 pp.

Grafico N.2.2

Contribución por actividad al PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto.

El producto interno como tal no tiene una repercusión directa en las actividades pues por su temporalidad muestra solo datos históricos, los cuales pueden indicar cierta tendencia, en relación a posibles variaciones en las diferentes ramas que lo componen, de todas maneras se lo podría considerar una oportunidad de seguir una tendencia donde la agricultura sea una de las actividades que más contribuye al mismo.

Importaciones de Quinua.

Como se observa en la tabla a continuación los países que más importan el producto son Holanda, Alemania, Palestina e Italia.

Cuadro N.2.2
Importaciones de Quinua

VALORES EXPRESADOS EN MILES (USD)						
Importadores	Valor Importado en 2008	Valor Importado en 2009	Valor Importado en 2010	Valor Importado en 2011	Valor Importado en 2012	Valor Importado en 2013*
Países Bajos (Holanda)	27300	47486	48405	41290	17777	42879
Alemania	27485	39076	37096	42272	8346	20330
Palestina	31964	29798	21488	12694	-	844
Italia	15086	19770	21973	32639	5417	17036
Francia	13918	15325	15238	15397	3512	6456
Bélgica	8730	12259	9097	10182	6425	7333
Canadá	6024	5072	9406	14076	5618	10497
España	6103	5987	5959	6893	6730	10182
Estados Unidos	5959	5911	5707	10138	7127	8937
Polonia	14901	2407	9707	2896	524	2392

Fuente: Trademap

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto.

Impacto

Impacta de buena manera pues las importaciones de los países son altas y existe una tendencia de crecimiento en el consumo, aunque ha existido un decremento en 2012 en base a la crisis económica que afecta todavía al mercado Europeo.

Principales Proveedores de Quinua.

Como se observa en la tabla a continuación los principales países proveedores de quinua a nivel mundial son: Estados Unidos de América, Bolivia, Alemania, Francia y Polonia.

Cuadro N. 2.3

Principales Proveedores de Quinoa en el Mundo

VALORES EXPRESADOS EN MILES (USD)						
Exportadores	Valor Exportado en 2008	Valor Exportado en 2009	Valor Exportado en 2010	Valor Exportado en 2011	Valor Exportado en 2012	Valor Exportado en 2013
Estados Unidos de América	45447	40903	43,64	43129	34380	26808
Bolivia	23252	43352	47195	63651	2844	29904
Alemania	33606	28488	32900	34110	5205	11508
Francia	39808	18869	20648	17024	19876	10732
Polonia	6677	34408	39405	25262	3613	17291
China	16813	12752	14830	16053	17626	17093
Perú	7454	9279	15170	26140	4470	15771
Lituania	11302	28450	11450	6521	861	1127
Tailandia	10165	9676	9546	10603	7958	8544
Hungría	9159	8386	15710	4330	3139	3316

Fuente: Trademap

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto.

Principales Destinos de las Exportaciones de Quinoa del Ecuador

En el siguiente cuadro se puede observar a Estados Unidos como principal comprador de la quinoa, seguido en menos medida por Países Bajos, Alemania, Reino Unido, Canadá.

Cuadro N.2.4

Destinos de las Exportaciones de Quinoa del Ecuador

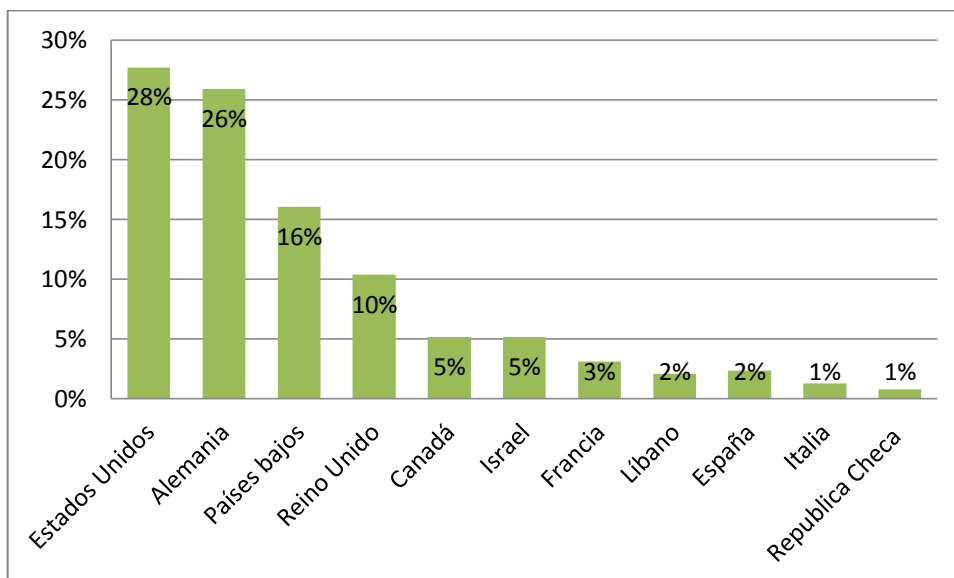
País	Toneladas
Estados Unidos	407
Alemania	350
Países bajos	200
Reino Unido	90
Canadá	50
Israel	45
Francia	30
Líbano	25
España	10
Italia	8
Republica Checa	7
Total	1.222

Fuente: Trade map

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto.

Grafico N.2.3

Destinos de las Exportaciones de Quinoa del Ecuador



Fuente: Cuadro N.2.4

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto.

Cuadro N.2.5

Producción, Exportaciones y Consumo del Ecuador

Año	Producción (ton)	Exportaciones (ton)	% exportado (ton)	consumo local (ton)	%consumo local (ton)
2010	2087	1565.25	75%	521.71	25%
2011	2386	1789.50	75%	596.50	25%
2012	2427	1941.60	80%	485.40	20%
2013	2840	2272.00	80%	568.00	20%

Fuente: Cuadro N.2.4 - FAO

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto.

Impacto

Se observa que el 75% de la quinua producida en el Ecuador en el 2010 y 2011 es exportada hacia otros países, en base al precio competitivo del mercado extranjero y la demanda internacional en el 2012 y el 2013 creció la producción y por ende el porcentaje exportado generando una mayor contribución en el PIB y el PIBA la diferencia entre 25% y 20% queda para el consumo nacional.

Datos a considerar:

- Principal comprador: Países Bajos (Holanda).
- Principal proveedor: Estados Unidos de América.
- Principales tres destinos de exportación desde Ecuador: Estados Unidos de América, Canadá y España.

Inflación

La inflación describe una disminución del valor del dinero en relación a la cantidad de bienes y servicios que se pueden comprar con el mismo y su comportamiento se muestra a continuación.

Cuadro N. 2.6

Inflación

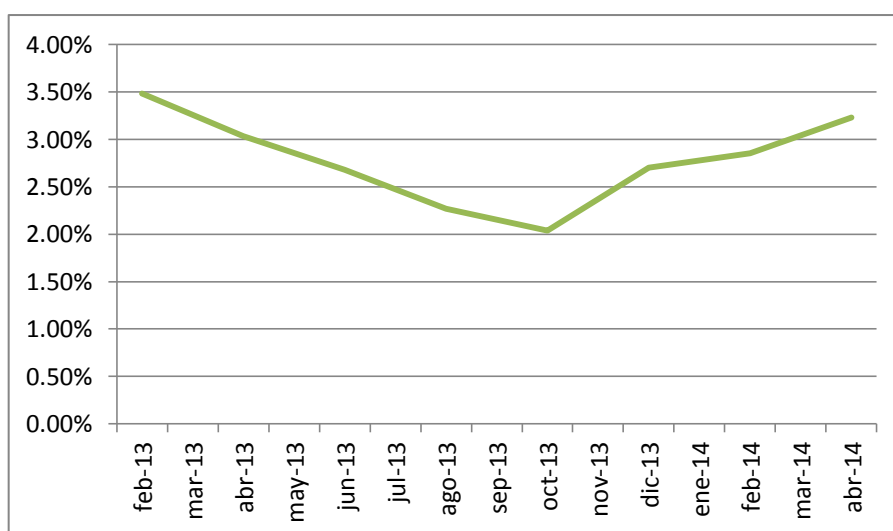
Fecha	feb-13	abr-13	jun-13	ago-13	oct-13	dic-13	feb-14	abr-14
Valor	3,48%	3,03%	2,68%	2,27%	2,04%	2,70%	2,85%	3,23%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Grafico N. 2.4

Inflación



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Impacto

La inflación tiene una leve tendencia a la alza y se la debe tener en cuenta debido a que la misma muestra como pierde poder adquisitivo el dinero, y se encarecen los productos e insumos para siembra y cosecha de la Quinua.

Impuestos

Son las contribuciones obligatorias establecidas en la Ley, el comportamiento de esta variable ha sido estable en lo que se refiere al IVA, y en lo que respecta al impuesto a la renta existió una reducción progresiva de la tarifa 24% el 2011, 23% en 2012, y a partir del 2013, en adelante, la tarifa impositiva es del 22%.

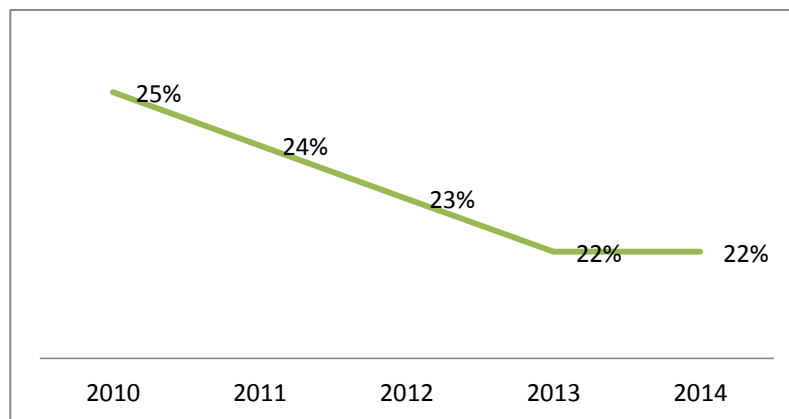
Cuadro N. 2.7
Impuesto a la Renta

Años	2010	2011	2012	2013	2014
Impuesto a la renta	25%	24%	23%	22%	22%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Grafico N. 2.5
Variación impuesto a la renta



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto.

Impacto

Afecta directamente y beneficiosamente, pues en relación a años anteriores la reducción de los impuestos permite a los productores tener mayores ingresos y utilidades en lo que respecta a pagos de cargas impositivas estatales.

Tasa Activa Referencial.

Es el promedio ponderado semanal de las tasas de operaciones de crédito de entre 84 y 91 días, otorgadas por todos los bancos privados, al sector corporativo.

Comportamiento:

Cuadro N. 2.8

Tasas de interés activas efectivas vigentes

Noviembre 2014			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:		Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	
Productivo Corporativo	7.64%	Productivo Corporativo	9.33%
Productivo Empresarial	9.46%	Productivo Empresarial	10.21%
Productivo PYMES	11.08%	Productivo PYMES	11.83%
Consumo	15.96%	Consumo	16.30%
Vivienda	10.92%	Vivienda	11.33%
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.15%	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50%
Microcrédito Acumulación Simple	25.00%	Microcrédito Acumulación Simple	27.50%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Impacto

La tasa activa mantiene un comportamiento estable, lo cual beneficia a las actividades que puedan requerir los productores de quinua orgánica, en relación al financiamiento de activos fijos, la adquisición de insumos o capital de trabajo, etc.

El Dólar a Nivel Mundial.

Se refiere a con qué frecuencia se utiliza esta moneda para transacciones sean internacionales o nacionales, el dólar es una moneda respaldada por la economía de Estados Unidos, por lo que provee una relativa estabilidad económica que para sostenerla se necesita que ingrese al país una gran cantidad de dólares posibles para aquello tenemos que exportar más y que a nivel mundial el dólar no se aprecie para que nuestros productos sigan gozando de un precio competitivo como es el caso de la quinua orgánica dado que nuestros costos de producción se lo calcula en dólares.

2.8.1.2. Factores Externos Sociales

Migración Interna.

Traslado de personas de un lugar a otro para residir en él, dentro de un país definido. Existe una tendencia a la migración interna en Ecuador, y específicamente en la provincia de Chimborazo, la gente está saliendo a la ciudad para residir en ella y abandona el campo.

Esta variable tiene un impacto pues las personas que antes cultivaban la quinua se están alejando de los cultivos, además de que encarece la mano de obra al existir menos personas que se dediquen y conozcan sobre las actividades agrícolas.

Distribución del Ingreso.

El coeficiente GINI es el índice que mide la desigualdad de los ingresos entre la población, de un determinado país, en un intervalo de 0 a 1 (el 0 corresponde a la perfecta igualdad). El indicador GINI muestra una mejora en la distribución de la riqueza, así el en el 2013 se ubicó en 0,471 frente al 0,462 del 2012.

El indicador GINI muestra una mejora en la distribución de la riqueza, lo que tiene un impacto beneficioso para la población en general, y aumenta los ingresos de las personas lo que les permite incrementar su capacidad de consumo para los consumidores internacionales podemos aplicar el análisis el ingreso percapital.

Desempleo.

Muestra el paro forzoso o desocupación de los asalariados que pueden y quieren trabajar pero no encuentran un puesto de trabajo. El desempleo es una variable que posee entre el marzo 2012 y marzo 2014, un mínimo de 4,55% y un máximo de 5,60%, es decir que tiene una variación muy baja, pero por su impacto es importante considerarla en cualquier estudio.

Cuadro N. 2.9

Desempleo

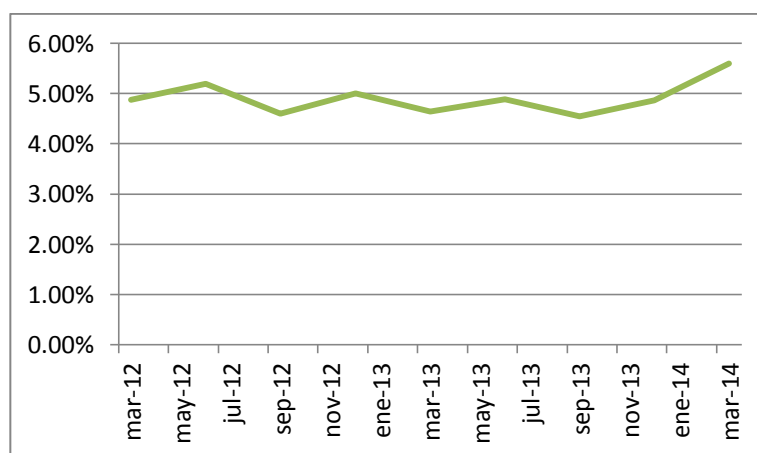
Fecha	mar-12	jun-12	sep-12	dic-12	mar-13	jun-13	sep-13	dic-13	mar-14
Valor	4,88%	5,19%	4,60%	5,00%	4,64%	4,89%	4,55%	4,86%	5,60%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Grafico N. 2.6

Desempleo



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Impacto

Tiene un impacto positivo, pues el empleo hace que aumente la cantidad de dinero de los consumidores que hasta marzo 2014, se presenta en asenso beneficiando la capacidad adquisitiva de los ecuatorianos, esto se debe a que existe fuentes de trabajo y sobretodo oportunidades y facilidades de emprender o crear empresa bajo un respaldo gubernamental y cuerpos legales que sustentan la producción creando fuentes de trabajo.

2.8.1.3. Factores Externos Tecnológicos.

Telecomunicaciones

Las telecomunicaciones se refieren a la infraestructura destinada a proporcionar servicios de comunicaciones y transferencias de datos. En Ecuador existen tres compañías que proporcionan servicios de comunicación, Claro, Movistar y la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, las cuales están en constante competencia por captar clientes en el mercado. Existe beneficio considerando que se reducen los costos de comunicación además que existe cobertura para los agricultores, al estar en áreas donde no hay cobertura de telefonía fija permitiéndoles con estos servicios concretar negocios tanto locales como externos en el caso de la comercialización de la quinua orgánica.

Accesibilidad a Internet.

Es la capacidad que tiene el usuario para acceder a internet. En los últimos años la accesibilidad a internet se ha visto incrementada, beneficiando a la población y reduciendo costos en relación a la publicidad y comunicación. Beneficia directamente pues a través de internet se pueden implementar estrategias para hacer conocer el producto, además de poder investigar mercados para ubicar y contactar posibles compradores de la quinua orgánica a nivel mundial.

2.8.1.4. Factores Externos Medioambientales

Clima

La temperatura promedio de Guamote es de 13,7 °C, el invierno es húmedo frío, se da entre octubre a mayo, el verano es cálido seco y ventoso se da entre junio – septiembre. (Ilustre Municipalidad de Guamote, 1999) El clima en relación al cultivo de la quinua le da una ventaja competitiva al cantón, pues es propicio para la labranza del producto que por historia este producto se origina en climas frío y de altura es por eso que nuestra hermana república de Bolivia está en primer lugar en la producción de quinua en latino América por ser un país situado en la cordillera de los Andes.

Actividad Volcánica.

La actividad volcánica para el estudio se considera a las constantes erupciones de lava, y ceniza del volcán Tungurahua.

El volcán Tungurahua desde hace muchos años ha causado un impacto en las provincias de Tungurahua y Chimborazo principalmente, pues eventualmente erupciona causando daños en los cultivos, plantaciones y la crianza de animales, mas no por el flujo de lava o piro plástico si no por la ceniza volcánica que inyecta.

El Cantón Guamote no se ve directamente afectado por la ceniza, eventualmente no suele llegar a las plantaciones de quinua, pero es una constante amenaza pues si existiera una erupción más grande, puede perjudicar al cultivo de la misma disminuyendo su producción y calidad perder toda la producción.

2.8.2. ANÁLISIS COMPETITIVO DE LA QUINUA

La quinua tuvo gran importancia nutricional para las civilizaciones precolombinas andinas, sus uso van desde tostar los granos de quinua y convertirla en harina para hacer pan o ser cocinada, añadida a sopas, usada como cereal, pasta e incluso fermentada para elaborar cerveza o chicha, bebida tradicional de los Andes, su cultivo se ha extendido más allá de Bolivia, Perú, Ecuador, Chile, Colombia y Argentina, pues ahora se la cosecha en Estados Unidos, Canadá, Francia, Reino Unido, Suecia, Dinamarca, Italia, Kenia e India. La FAO ha realizado esfuerzos para fomentar los cultivos tradicionales para batallar con el hambre además de promover una alimentación saludable. (FAO, 2013)

La quinua tiene alto valor nutritivo, aminoácidos esenciales, elevada lisina en sus semillas y hojas, buen contenido de vitaminas, calcio y hierro, considerando que las tierras agrícolas están deteriorándose, la quinua surge para hacer frente a estos problemas, por ello, la FAO prioriza este cultivo, para aliviar y poner a disposición de agricultores y gobiernos, alternativas viables. (Izquierdo, 2001)

En el cuarto congreso mundial de la quinua se realizó una caracterización de la producción de quinua en el país, en el cual se identificaron los siguientes puntos de importancia: (Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca, 2013)

- Los sistemas de producción son diversificados y en propiedades de menos de 5 ha de agricultura familiar campesina.
- De la superficie familiar total, entre 25 al 50% se destina a la producción de quinua.
- En el Ecuador la quinua se desarrolla en sistema complejos en rotación o asociación de cultivos.
- Las rotaciones y asociaciones de cultivos con quinua más frecuentes son: papa, fréjol, maíz, pasto, vicia, avena, cebada, trigo, arveja, lenteja, hortalizas, oca, mashua, jícama, cebolla o amaranto.

Cuadro N. 2.10

Calendario agrícola: Siembra y cosecha en el Ecuador

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
SIEMBRA												
COSECHA												

Fuente: (Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca, 2013)

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto.

- El cultivo de Quinua es un cultivo tradicionalmente de secado, la siembra se inicia en los meses de lluvia, aproximadamente en septiembre y la cosecha en Mayo.
- Riesgos: la quinua es un cultivo de un manejo altamente complejo puesto que enfrenta condiciones climáticas y productivas a los que pocos cultivos han logrado adaptarse. Las prácticas tradicionales de las familias campesinas andinas han

desarrollado todo un sistema diversificado de rotaciones que minimiza el riesgo familiar de su producción.

Cuadro N. 2.11

Siembra de Quinoa por provincia: Orgánica o Químico

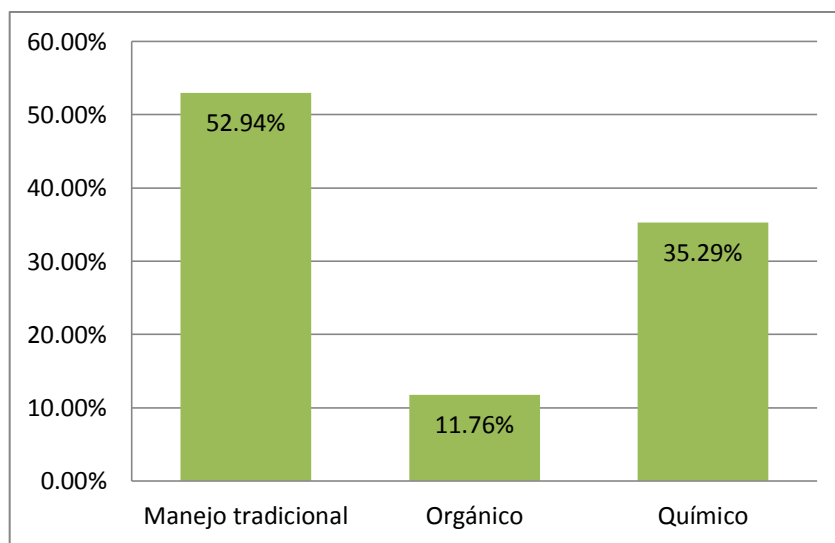
Provincias	Tipo de manejo		
	Manejo Tradicional	Orgánico	Químico
Carchi	x	x	x
Imbabura	x	x	x
Pichincha	x		
Cotopaxi	x		x
Bolívar	x		x
Tungurahua	x	x	
Chimborazo	x	x	
Cañar	x		x
Azuay	x	x	x

Fuente: (Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca, 2013)

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Grafico N. 2.7

Tipos de manejo



Fuente: (Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca, 2013)

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Cuadro N. 12
Precio de la Quinua Local e Internacional

MERCADO	PRECIO DE LA QUINUA	
	Orgánico (qq)	Químico (qq)
Internacional	\$140-160	\$90
Local	\$90-120	\$60-70

Fuente: (Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca, 2013)

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Como se puede observar el precio de venta para exportación y del mercado local del quintal de la quinua orgánica es superior a la convencional por ser un producto limpio de químicos el cual este tipo de mercancía se cotiza muy bien en los mercados Internacionales debido a que sus consumidores prefieren cuidar su salud con productos orgánicos antes que fijarse en el precio el cual tiene una tendencia al alza.

De las diferentes formas de manejo de la quinua, el manejo más representativo de los sistemas de producción de quinua es el tradicional.

Cuadro N. 2.13
Labores por tipo de manejo

LABORES	MANEJO TRADICIONAL (SUP PEQUEÑAS)	ORGÁNICO	CONVENCIONAL
Preparación suelo	Yunta, manual, arado, surcada	Uso de yunta, manualmente	Rastra, arado, rastra, surcado,
Siembra	Surcos distancia de 70 cm a chorro continuo (25 lib/Ha). Luna oscura. Conocimientos ancestrales.	Chorro continuo o localizada (25 a 30 lib/Ha)	70–80 cm entre surco. Sembradora (25 a 30 libras Ha).
Fertilización	Abonos orgánicos descompuestos animales como cuyes, borregos, chanchos, conejos, pollos (30 sacos/Ha), procesado	Compost (30 a 40 qq /Ha), humus (antes siembra), Bio 120 litros	18-46-0;12,24,12 (2a4qq/Ha). Aplicación a la siembra y al aporque. Se puede aplicar boro y calcio

	lombricultura a la siembra.		para el llenado del grano
Riego		Inicio para germine	Un riego en verano; y en cuando está en tiempo de formación de la panoja
Manejo de plagas	(Polilla, Mariposa, Gusano Blanco) manejo tradicional asociación, rotación.	NeemX (Gusano Trozador)	Pulgón (Cipermetrina) Trozador (Cipermetrina + Ac.Hémico); Minador de hoja (sequía), aplica Curacron 200cc /200 litros de agua.
Manejo de enfermedades	(Roya) No manejo		Mildiu (Fungicidasistémico);Oidium(1kg/HaAzufrol)
Control de malezas: Rastrillo, herbicidas	Deshierba a los 60 días. Aprovechar para sacar Ashpaquinua	30 días control manual	Preemergente, Herbicidas 45 días
Aporque		40 -65 días	80-90 días
Cosecha	Manual (hoz) se realiza tres veces.	Manual	Manual 1,5 T/Ha
Poscosecha	Manual. Seca en plástico al sol, trilla en piedra golpea con palo, saca impurezas, a venta(manual)	Parvado (hozotijera); secado; trillar y aventada	Secado, Trilla (2-5USD/qq), aventar, zarandear, aventar y secar. Escarificado, enfundado.

Fuente: (Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca, 2013)

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Cuadro N. 2.14

Costos comparativos de la quinua entre orgánica y convencional

RUBROS	UNIDAD	VALOR TOTAL DE LA QUINUA TRADICIONAL POR HECTÁREA USD	UNIDAD	VALOR TOTAL DE LA QUINUA ORGÁNICA POR HECTÁREA USD
COSTO DE PRODUCCIÓN				
COSTO DIRECTOS				
PREPARACIÓN DEL SUELO		\$ 80,00		\$ 100,00
MANO DE OBRA	8 PERSONAS	\$ 300,00	10 PERSONAS	\$ 380,00
INSUMOS		\$ 600,00		\$ 850,00
TOTAL DE COSTOS PRODUCCIÓN		\$ 980,00		\$ 1.330,00
GASTOS OPERATIVOS				
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
GASTOS VENTAS		\$ 30,00		\$ 30,00
GASTOS FINANCIEROS		\$ 106,00		\$ 106,00
TOTAL DE COSTOS OPERATIVOS		\$ 136,00		\$ 136,00
COSTOS TOTALES		\$ 1.116,00		\$ 1.466,00
QUINTAL DE 45 KG	1 H/20 qq		1 H/20 qq	
INGRESOS	20 qq * \$ 90	\$ 1.800,00	20 qq * \$ 120	\$ 2.400,00
UTILIDAD BRUTA POR HECTÁREA		\$ 684,00		\$ 934,00

Fuente: (Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca, 2013)

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

2.8.3. ANÁLISIS INTERNO

En el análisis interno se analizarán las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de los productores de quinua orgánica del Cantón Guamote de la Provincia de Chimborazo.

2.8.4. FODA

Cuadro N. 2.15

FODA

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• PIB Agrícola (muestra que la agricultura tiene una gran contribución al (PIB nacional)• Altas importaciones de quinua (amplio mercado extranjero)• Impuesto a la renta bajo del 25%(2010) al 22% 2013 (Mayor competitividad)• Tasas de interés estables (permiten realizar planes sin variaciones significativas)• Mejor distribución del ingreso (mejora el ingreso de la población y posibles consumidores del producto)• Desempleo (Existirá mano de obra para el cultivo de la quinua)• Telecomunicaciones (Reduce costos de comunicación, provee cobertura)• Accesibilidad a internet (Reduce costos de comunicación y marketing, conocimiento de mercados)• Clima (Ventaja competitiva - adecuado para el cultivo de a quinua)	<ul style="list-style-type: none">• Inflación con leve tendencia al alza (precios de insumos y semillas)• Comportamiento del dólar a nivel mundial (puede afectar si las variaciones son demasiado continuas o significativas, en relación al comercio exterior)• Migración interna (encarece la mano de obra al existir menos personas que puedan y sepan cultivar la quinua)• Desempleo (afecta a una parte de los posibles consumidores)• Ceniza volcánica (posible amenaza para el cultivo y calidad del producto)

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de las personas que cosechan la quinua. • Existe un buen ambiente de trabajo. • La mayoría de los agricultores no poseen deudas • Los asociados obtienen un precio adecuado para su producto. • Predisposición para formar una asociación 	<ul style="list-style-type: none"> • No se maneja un registro adecuado de costos. • No existen capacitaciones. • Desconocimiento sobre que es una certificación orgánica y los procesos de certificación. • Desconocimiento de cómo realizar exportaciones. • Desconocimiento acerca de la cadena actual de suministro. • Poca organización. • No se utiliza semilla certificada. • Falta de capital de trabajo. • Precios inestables. • Dificultad de acceso al canal de riego.

Fuente: Productores de quinua orgánica del cantón Guamote.

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

2.8.5. FODA cruzada o cruce de variables.

Cuadro N. 2.16
Cruce de variables

	Fortalezas	Debilidades
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencia de las personas que cosechan la quinua. 2. Existe un buen ambiente de trabajo. 3. La mayoría de los agricultores no poseen deudas. 4. Los que producen quinua orgánica obtienen un precio más alto. 5. Predisposición para formar una asociación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No existen capacitaciones. 2. Desconocimiento sobre que es una certificación orgánica y los procesos de certificación. 3. Desconocimiento de cómo realizar exportaciones 4. No se utiliza semilla certificada. 5. No están constituidos legalmente.
Oportunidades	(FO)	(DO)
<ol style="list-style-type: none"> 1. PIB Agrícola 2. Altas importaciones de quinua en el mercado internacional. 3. Impuesto a la renta 4. Tasas de interés estables. 5. Mejor distribución del ingreso. 	Identificar empresas en el exterior para adquirir el producto.(F4,O2)	Capacitar y constituirse en una asociación para aprovechar sus beneficios. (D5,O3)
Amenazas	(FA)	(DA)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Inflación con leve tendencia al alza. 2. Comportamiento del dólar a nivel mundial. 3. Migración interna. 4. Desempleo. 5. Ceniza volcánica. 	Diseñar un modelo de comercialización para exportar directamente.(F4,A2)	Capacitar en el proceso y obtener la certificación orgánica.(D2,O2)

Fuente: Productores de quinua orgánica del cantón Guamote.

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

2.8.5.1 Estrategias del Modelo

- Identificar empresas en el exterior para adquirir el producto.
- Capacitar y constituirse en una asociación para aprovechar sus beneficios.
- Diseñar un modelo de comercialización para exportar directamente.
- Capacitar en el proceso y obtener la certificación orgánica.
- Mostrar los beneficios del cultivo de productos orgánicos.

Cuadro N 2.17

Aplicación de Estrategias

FACTORES	APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS
MERCADO	Es importante de terminar el mercado objetivo del consumo de la quinua mediante una e investigación de mercado o la búsqueda de un directorio internacional de compradores de quinua orgánica a través de la web.
ASOCIATIVIDAD	Aprovechar la ley de economía popular y solidaria para que los productores se constituyan en una asociación para ejercer el comercio justo.
COMERCIALIZACIÓN	Cumplir con todos los requisitos internos y externos para poder exportar el producto.
CERTIFICACIÓN	Para que los productores obtengan mayores ingresos los productores de quinua tendrán que certificar sus productos bajo un sello orgánico otorgado por una agencia certificadora del país.
PRODUCCIÓN	La producción orgánica genera beneficios ecológicos para el ambiente preservando la capa de ozono, haciéndolos más atractivos para en consumo mundial.

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

CAPÍTULO III.

3. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

3.1 TEMA

“Modelo de comercio justo para los pequeños productores de quinua orgánica del Cantón Guamote de la Provincia de Chimborazo”

3.2 PRESENTACIÓN

El presente modelo muestra una serie de actividades y procesos integrados, direccionados a la realización de guía de comercialización justa, la misma tiene como línea base, un análisis de la situación actual de los productores de quinua del Cantón Guamote, de la Provincia de Chimborazo, así como un análisis del macroentorno en sus diferentes componentes, como factores de orden económico, social, tecnológico y medioambiental.

El modelo tiene 3 componentes básicos que inicia por la formación de una asociación que es necesaria pues los canales de comercialización, incluyen la exportación, por lo que es necesario, poseer una figura legal que permita realizar la misma, de igual manera tiene beneficios en relación a la comercialización local.

El segundo componente es la certificación, pues la base del comercio justo es la producción de productos orgánicos, por lo que es necesario la certificación de una institución abalizada, de igual manera la certificación es un requisito para poder exportar.

El tercer y último componente es la comercialización, misma que ha sido planeada para comercializar tanto a nivel local como a nivel internacional.

3.3 OBJETIVOS

3.3.1. Objetivo general

Diseñar un modelo de comercio justo para los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote provincia de Chimborazo.

3.3.2 Objetivos específicos

1. Identificar los requisitos para la creación de una asociación para los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.
2. Determinar los procesos y procedimientos para la obtención de una certificación orgánica para los pequeños productores de Quinua del cantón Guamote.
3. Identificar un esquema de comercialización justa para los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.

3.4 FUNDAMENTACIÓN

3.4.1. Modelo

Serie de actividades y procesos ligados entre sí en una secuencia lógica, que permite cumplir con un determinado objetivo, los mismos deberán tener una forma de retroalimentarse a sí mismos, con el fin de que exista una mejora continua.

3.4.2. Modelo de comercio justo

Un modelo de comercio justo es un conjunto de procesos, enfocados a la creación de alternativas y estrategias direccionadas a la creación de una cadena justa para todos los actores dentro de la cadena productiva, es decir que reciban un pago justo por su trabajo, siempre y cuando cumplan con una serie de parámetros en relación a la calidad del producto.

3.5 CONTENIDO

El contenido del modelo siguió el siguiente esquema:

1. Lineamientos estratégicos
- 1.2. Modelo de comercio justo para los pequeños productores de quinua orgánica del Cantón Guamote de la provincia de Chimborazo
 - 1.2.1. Asociación
 - 1.2.1.1. Constitución de la asociación
 - 1.2.1.2. Plan de socialización o capacitación de los beneficios de asociarse.
 - 1.2.2. Certificación
 - 1.2.2.1. Proceso de certificación
 - 1.2.2.2. Flujograma del proceso de certificación
 - 1.2.2.3. Costos de la certificación
 - 1.2.2.4. Plan de socialización o capacitación de los procesos de certificación
 - 1.2.3. Comercialización
 - 1.2.3.1. Comercialización al mercado externo
 - 1.2.3.1.1. Requisitos y documentos para exportar
 - 1.2.3.1.2. Registro en Ecuapass.
 - 1.2.3.1.3. Proceso de exportación
 - 1.2.3.1.4. Documentos para exportar
 - 1.2.3.1.5. Certificados de exportación.
 - 1.2.3.1.6. Transporte y Almacenamiento
 - 1.2.3.1.7. Aranceles
 - 1.2.3.1.8. Etiquetado
 - 1.2.3.1.9. Embalaje
 - 1.2.3.2. Comercialización al mercado interno
 - 1.2.4. Estudio financiero
 - 1.2.4.1. Inversión
 - 1.2.4.2. Costo de venta
 - 1.2.4.3. Ventas
 - 1.2.4.4. Gasto administrativos
 - 1.2.4.5. Gastos de venta
 - 1.2.4.6. Presupuesto mensual de Ingresos y egresos

1.2.4.7. Flujo de caja

1.2.5. Evaluación financiera

1.2.5.1. Valor actual neto

1.2.5.2. Tasa interna de retorno

1.2.5.3. Relación beneficio-costos

1.2.5.4. Periodo de recuperación de la inversión

1.2.5. Análisis del impacto

1.2.6. Plan de socialización o capacitación de los procesos de comercialización justa.

3.6 OPERATIVIDAD

Cuadro N.3.1
Operatividad del modelo de comercio justo

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
1) Capacitar y constituirse en una asociación para aprovechar sus beneficios.						
2) Capacitar en el proceso y obtener la certificación orgánica.						
3) Diseñar una estructura y ejecutar la comercialización para exportar directamente la quinua.						

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto.

CAPÍTULO IV

4. EXPOSICIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se muestra el resultado de las encuestas aplicadas a los productores de quinua.

1. ¿La semilla de quinua que usted utiliza es?

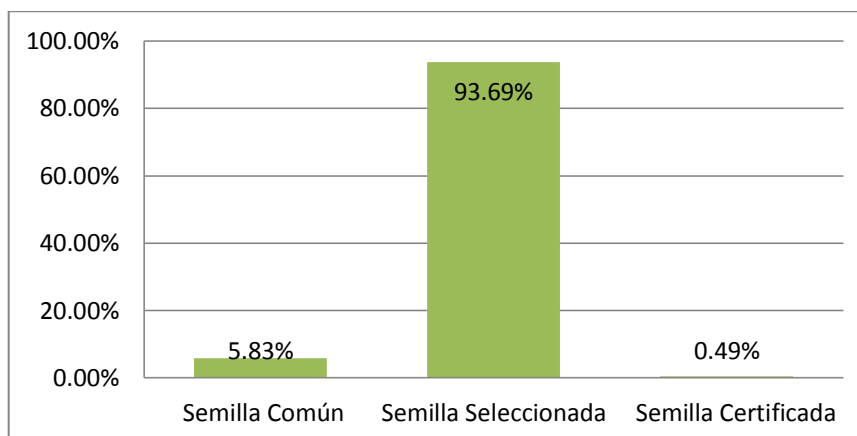
Cuadro N.4.1
Semilla utilizada

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Semilla Común	12	5,83%
Semilla Seleccionada	193	93,69%
Semilla Certificada	1	0,49%
Total	206	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Gráfico N.4.1
Semilla utilizada



Fuente: Cuadro N.4.1

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Interpretación: La principal semilla utilizada por los productores es la semilla seleccionada, en un 5,83% seguida por la semilla común que se usa escasamente, con un 5,83% y en menor grado la semilla certificada con él 0,49%.

2. ¿Cuántas hectáreas siembra usted de quinua?

Cuadro N.4.2

Hectáreas sembradas de quinua

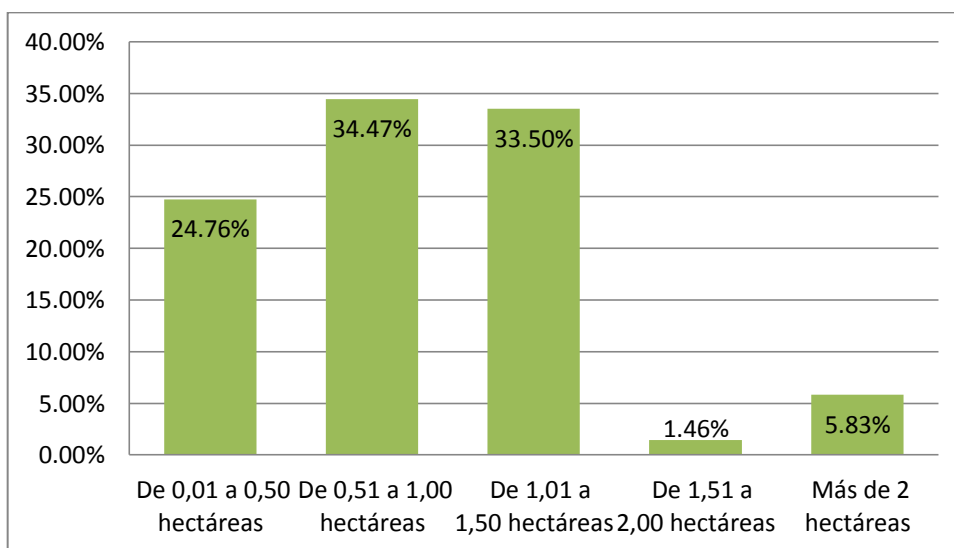
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De 0,01 a 0,50 hectáreas	51	24,76%
De 0,51 a 1,00 hectáreas	71	34,47%
De 1,01 a 1,50 hectáreas	69	33,50%
De 1,51 a 2,00 hectáreas	3	1,46%
Más de 2 hectáreas	12	5,83%
Total	206	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Gráfico N.4.2

Hectáreas sembradas de quinua



Fuente: Cuadro N.4.2

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Interpretación: En relación a las hectáreas sembradas la mayoría lo hace entre 0,51 y 2 hectáreas, seguido por los de 0,01 a 0,5 hectáreas, se observa que muy pocos productores tienen más de una hectárea y media, de ahí la necesidad de asociarse por los altos costos que incurrirían individualmente cada productor.

3. ¿Conoce usted que es una certificación orgánica?

Cuadro N.4.3

Conocimiento acerca de que es una certificación orgánica

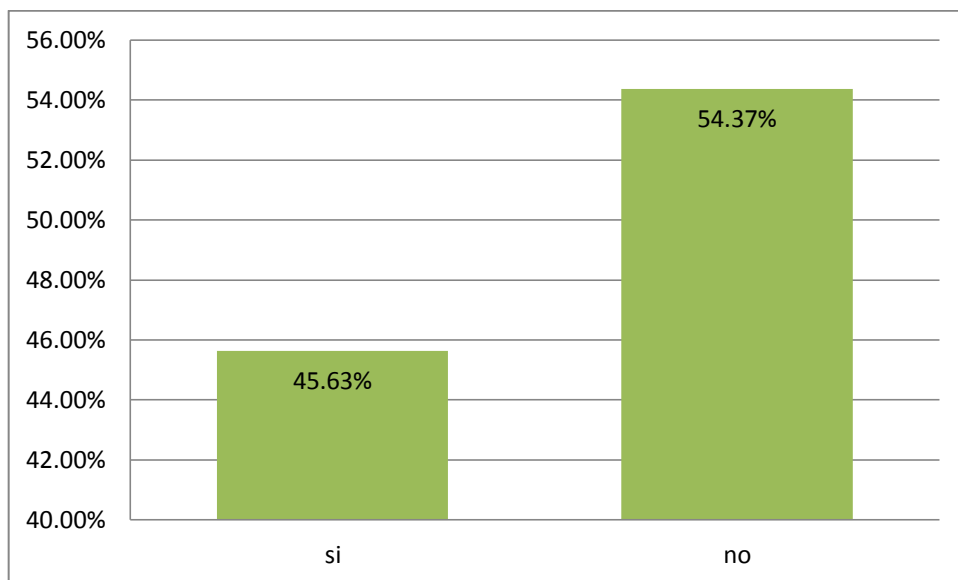
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
si	94	45,63%
no	112	54,37%
Total	206	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Gráfico N.4.3

Conocimiento acerca de que es una certificación orgánica



Fuente: Cuadro N.4.3

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Interpretación: De los productores encuestados un 45,63% conoce lo que es una certificación orgánica, frente a un 54,37% que no lo sabe, lo que muestra la necesidad de incentivar y realizar un plan de capacitación dirigido a los productores en cuanto a los beneficios de certificar su producto ya que el precio de los productos orgánicos son muchos más altos en el mercado local y en el internacional debido a su proceso orgánico.

4. ¿Conoce usted el proceso para certificar la quinua orgánica?

Cuadro N.4.4

Conocimiento acerca de cómo certificar

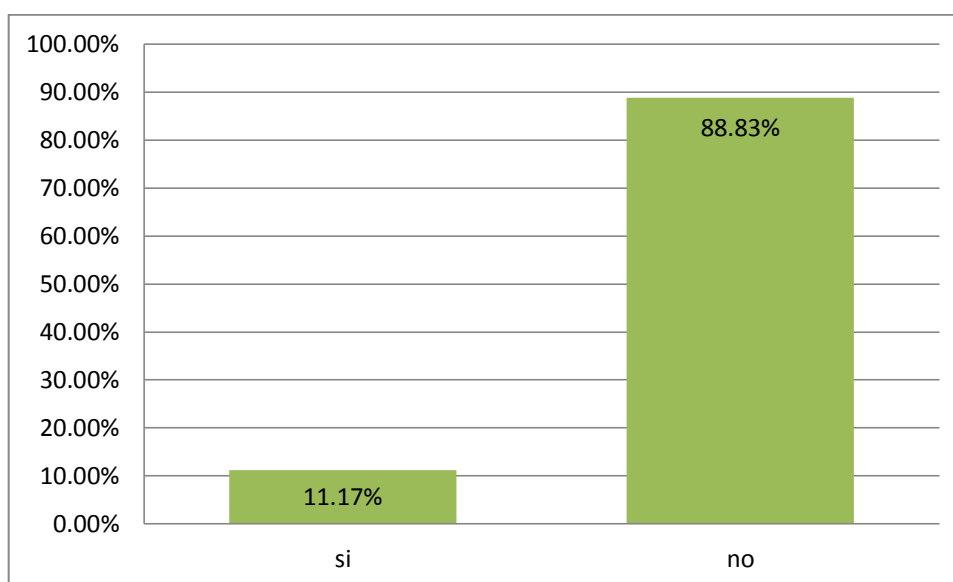
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
si	23	11,17%
no	183	88,83%
Total	206	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Gráfico N.4.4

Conocimiento acerca de cómo certificar



Fuente: Cuadro N.4.4

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Interpretación: De los productores encuestados un 88,83% desconoce cómo certificar su producto, como se observa es la mayoría, por lo que será necesario capacitarles también en la gestión y en los procedimientos para obtener la certificación de la quinua, bajo el sello de comercio justo, con el fin de que puedan beneficiarse de precios constantes y justos, pues un producto certificado, posee la ventaja competitiva sobre productos no certificados, además de su capacidad de ser exportados.

5. ¿En qué trimestre usted cosecha la quinua?

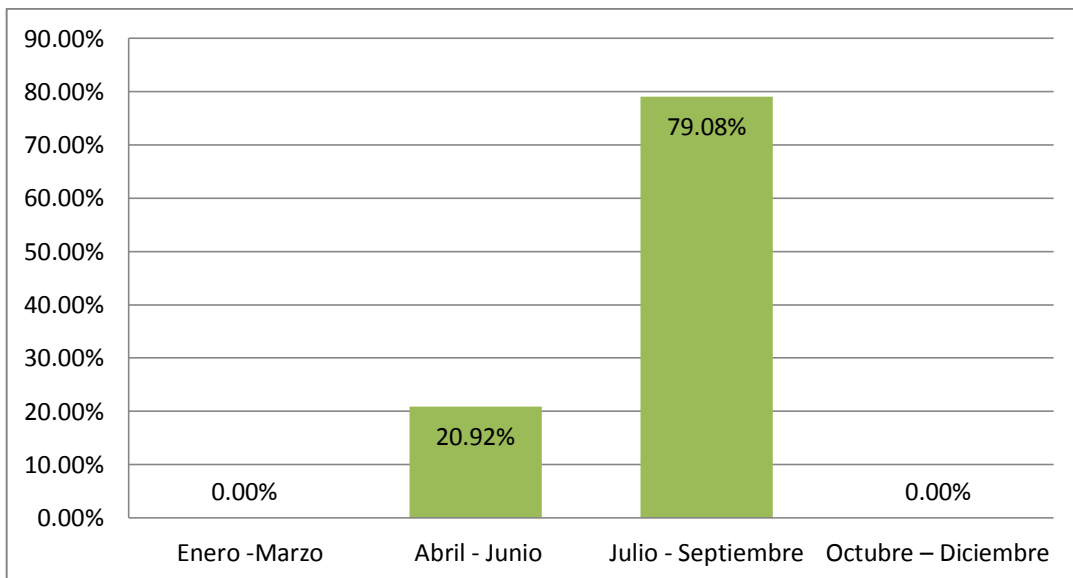
Cuadro N.4.5
Trimestre de cosecha

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Enero -Marzo	0	0,00%
Abril - Junio	45	21,84%
Julio - Septiembre	161	78,16%
Octubre – Diciembre	0	0,00%
Total	206	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Gráfico N.4.5
Trimestre de cosecha



Fuente: Cuadro N.4.5

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Interpretación: Los productores encuestados cosechan principalmente en el trimestre de Julio a Septiembre, seguido en menor grado por los que lo realizan de Abril a Junio, hallazgo de relevancia para la investigación pues permitirá conocer en que fechas existe más oferta del producto para su comercialización interna o externa.

6. ¿Su producción es?

Cuadro N.4.6

Tipo de producción

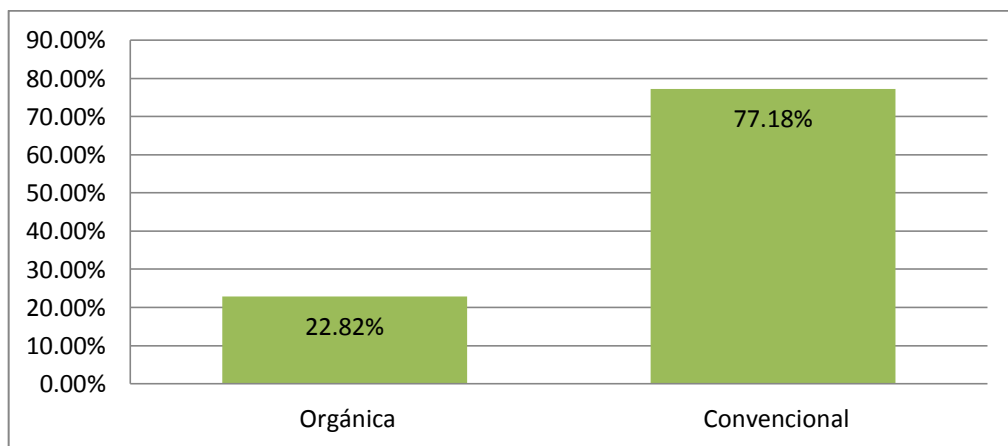
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Orgánica	47	22,82%
Convencional	159	77,18%
Total	206	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Gráfico N.4.6

Tipo de producción



Fuente: Cuadro N.4.6

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Interpretación: En relación al tipo de producción, los encuestados indican que es convencional principalmente (77,18%), seguido por los productores orgánicos (22,82%). Con esta información se tiene una línea base para la realización de la capacitación y el uso de experiencias adquiridas por los productores que poseen producción orgánica.

7. ¿Qué precio le pagan por un quintal (45 kg) de quinua?

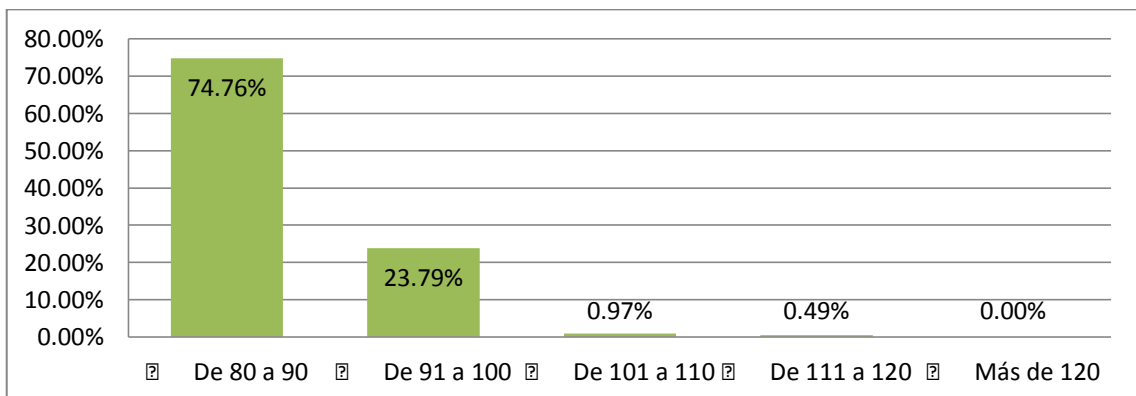
Cuadro N.4.7
Precio por quintal

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De 80 a 90	154	74,76%
De 91 a 100	49	23,79%
De 101 a 110	2	0,97%
De 111 a 120	1	0,49%
Más de 120	0	0,00%
Total	206	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Gráfico N.4.7
Precio por quintal



Fuente: Cuadro N.4.7

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Interpretación: El precio que pagan a los productores por un quintal de quinua, se encuentra entre 80 y 90 dólares, seguido por los productores que les pagan de 91 a 100, por la quinua convencional, a esto se deberá considerar que un producto certificado dentro de un esquema de comercio justo, mantienen precios constantes que llegan a 120 dólares en el mercado local hasta 160 dólares en el mercado Internacional, beneficiando directamente a los productores.

8. ¿Conoce usted que es la comercialización justa?

Cuadro N.4.8

Conocimiento de la comercialización justa

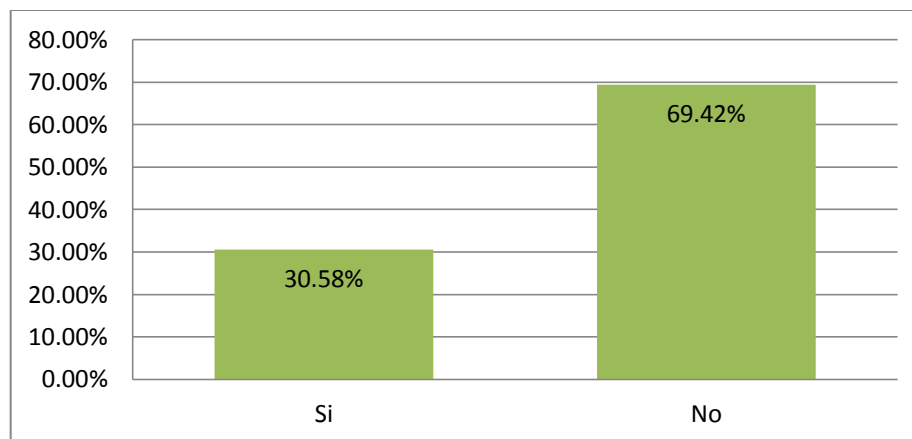
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	63	30,58%
No	143	69,42%
Total	206	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Gráfico N.4.8

Conocimiento de la comercialización justa



Fuente: Cuadro N.4.8

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto.

Interpretación: El 30,58% apenas conoce que es un proceso de comercialización justa, frente a un 69,42% que desconoce sobre el tema, de ahí la necesidad del diseño de un esquema alternativo de comercialización basado en el comercio justo que muestre a los productores los beneficios de asociarse y certificar su producto.

9. ¿Cuáles son sus principales problemas que tiene como productor de quinua?

Cuadro N.4.9

Principales problemas que tiene como productor de quinua

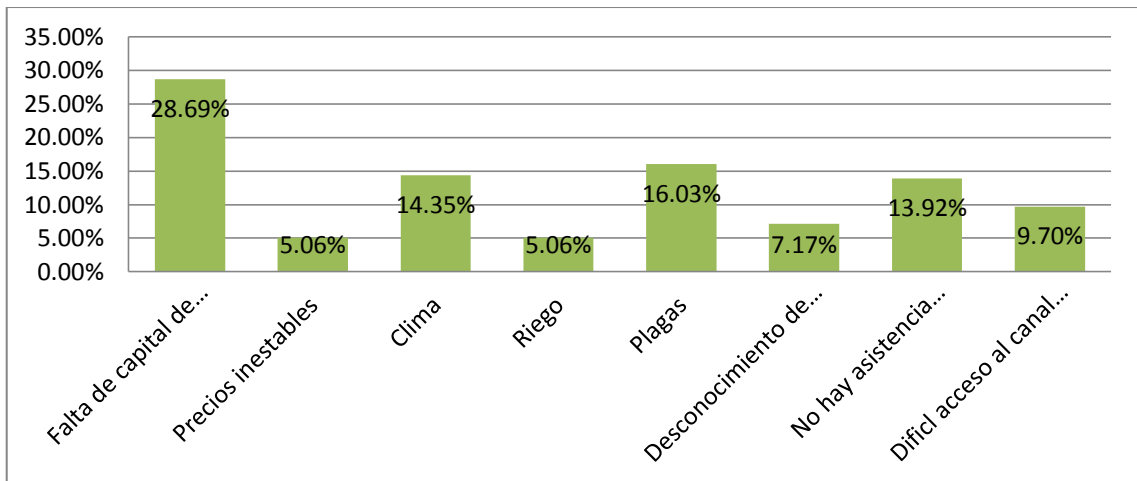
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Falta de capital de trabajo	68	28,69%
Precios inestables	12	5,06%
Clima	34	14,35%
Riego	12	5,06%
Plagas	38	16,03%
Desconocimiento de como exportar	17	7,17%
No hay asistencia técnica	33	13,92%
Difícil acceso al canal de riego	23	9,70%
Total	237	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Gráfico N.4.9

Principales problemas que tiene como productor de quinua



Fuente: Cuadro N.4.9

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Interpretación: El principal problema para los productores es la falta de capital de trabajo, seguido principalmente por el clima, las plagas y la falta de asistencia técnica, factores que se convierten en debilidades las cuales deberán ser mitigadas con alternativas como convenios institucionales tanto con instituciones financieras como con el ministerio de agricultura y otros.

10. ¿Conoce los beneficios de formar parte de una asociación de productores de quinua orgánica?

Cuadro N.4.10

Conocimiento acerca de los beneficios de una asociación

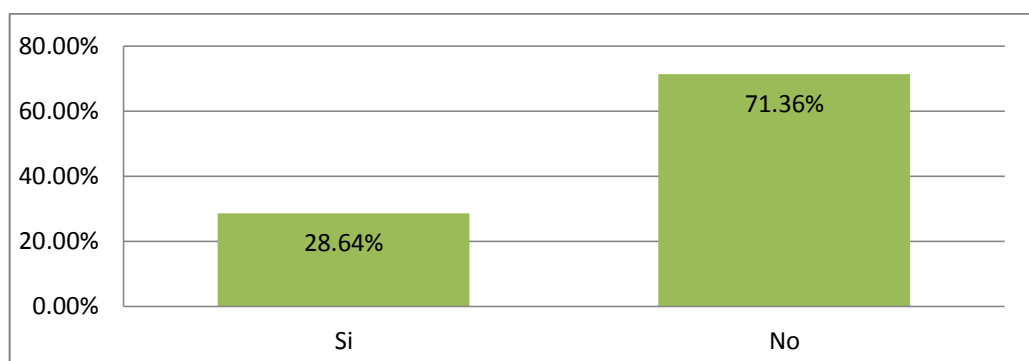
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	28,64%
No	147	71,36%
Total	206	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Gráfico N.4.10

Conocimiento acerca de los beneficios de una asociación



Fuente: Cuadro N.4.10

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Interpretación: En relación al conocimiento de los beneficios de formar una asociación, un 22,64% los conoce, frente a un 71,36% que no. Considerando la importancia que tiene la asociación entre cualquier entidad, persona o institución que mantenga un fin común o requiera similares recursos, es necesaria la capacitación y asesoramiento en este aspecto, pues mejorará la competitividad y reducirá costos a los productores si actúan en forma individual.

11. ¿Quisiera formar parte de una asociación de productores de quinua orgánica?

Cuadro N.4.11

Aceptación de formar parte de una asociación

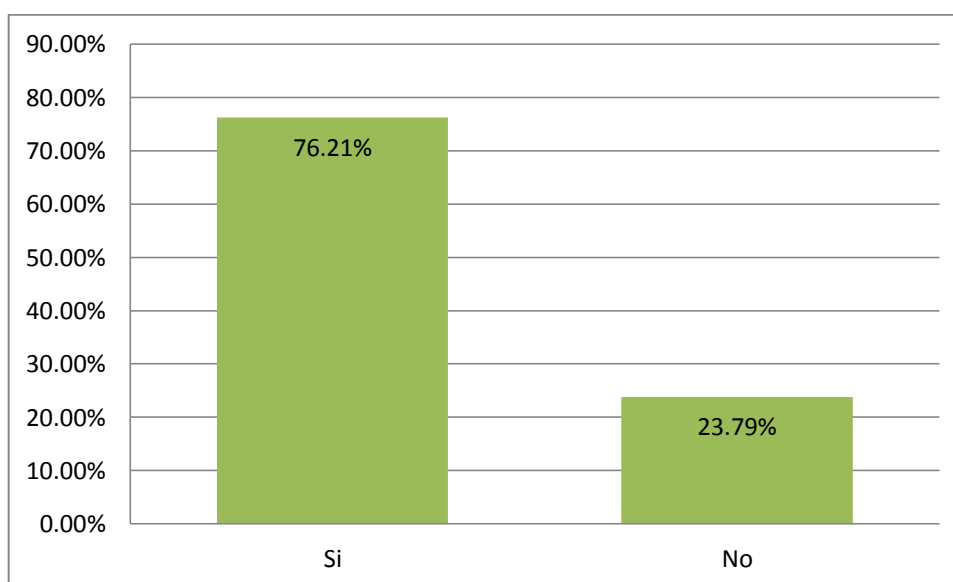
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	157	76,21%
No	49	23,79%
Total	206	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Gráfico N.4.11

Aceptación de formar parte de una asociación



Fuente: Cuadro N.4.11

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Interpretación: La mayoría de los productores de quinua (76,21%) estarían de acuerdo a formar una asociación, frente a un 23,79% que no, lo cual es beneficioso considerar la constitución de una asociación que les permita aumentar su oferta, aprovechando las ventajas legales que existen en el país como es el caso de la asociatividad con la posibilidad de exportar asegurando la venta del producto a mercados externos.

Se ha realizado una nueva encuesta a los productores de quinua y se aplicó la misma muestra con la que se recolectó la información, es decir se realizaron 206 encuestas, la misma ha sido formulada considerando las preguntas en las cuales a través de las capacitaciones se previó una variación y están relacionadas directamente con las hipótesis a comprobar.

Cuadro N.4.12

1. ¿Conoce usted el proceso para certificar la quinua orgánica?

Respuesta	Antes		Después	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
SI	23	11%	131	64%
NO	183	89%	75	36%
TOTAL	206	100%	206	100%

Fuente: Cuadro N.4.4 – 2da Encuesta realizada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Como se puede observar existe un impacto positivo después de la capacitación, en relación al conocimiento del proceso para certificar la quinua orgánica, para determinar si es estadísticamente significativo se aplicará el chi cuadrado.

Cuadro N.4.13

2. ¿Conoce usted que es la comercialización justa?

Respuesta	Antes		Después	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
SI	63	31%	121	59%
NO	143	69%	85	41%
TOTAL	206	100%	206	100%

Fuente: Cuadro N.4.8 – 2da Encuesta realizada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Como se puede observar existe un impacto positivo después de la capacitación, en relación al conocimiento del proceso de comercialización justa, para determinar si es estadísticamente significativo se aplicará el chi cuadrado.

Cuadro N.4.14

3. ¿Conoce los beneficios de formar parte de una asociación de productores de quinua orgánica?

	Antes		Después	
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
SI	59	29%	177	86%
NO	147	71%	29	14%
TOTAL	206	100%	206	100%

Fuente: Cuadro N.4.10 – 2da Encuesta realizada

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Como se puede observar existe un impacto positivo después de la capacitación, de los beneficios de formar parte de una asociación de productores de quinua orgánica, para determinar si es estadísticamente significativo se aplicará el chi cuadrado.

4.2 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Las hipótesis planteadas a comprobar son:

- 1) El modelo de Comercio justo les permitirá conocer los procesos y procedimientos de la certificación a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.
- 2) El modelo de Comercio justo les permitirá conocer los procesos de comercialización justa a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.
- 3) El desarrollo de un modelo de Comercio justo les permitirá a los pequeños productores de Quinua orgánica conocer los beneficios de una asociación.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

El modelo de Comercio justo si les permitirá conocer los procesos y procedimientos de la certificación a los pequeños productores de Quinoa orgánica del cantón Guamote.

Ho El modelo de Comercio justo no les permitirá conocer los procesos y procedimientos de la certificación a los pequeños productores de Quinoa orgánica del cantón Guamote.

Ha El modelo de Comercio justo si les permitirá conocer los procesos y procedimientos de la certificación a los pequeños productores de Quinoa orgánica del cantón Guamote.

Fórmula de Chi cuadrado

$$x^2 = \sum \frac{(o - e)^2}{e}$$

Dónde:

o = Frecuencia observada o real

e = Frecuencia teórica o esperada

v = grados de libertad (k-1) (j-1); k = filas. j=columnas

Datos:

Cuadro N.4.15

Datos hipótesis específica 1

	ANTES	DESPUÉS	TOTAL
SI	23	131	154
NO	183	75	258
TOTAL	206	206	412

Fuente: Cuadro N.4.12

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Frecuencias esperadas

$$e1 = 206(154/412) = 77$$

$$e2 = 206 (238/412) = 129$$

$$e_3 = 206 (154/412) = 77$$

$$e_4 = 206 (238/412) = 129$$

$$x^2 = \frac{(o_1 - e_1)^2}{e_1} + \frac{(o_2 - e_2)^2}{e_2} + \frac{(o_3 - e_3)^2}{e_3} + \frac{(o_4 - e_4)^2}{e_4}$$

$$x^2 = \frac{(23 - 77)^2}{77} + \frac{(183 - 129)^2}{129} + \frac{(131 - 77)^2}{77} + \frac{(75 - 129)^2}{129}$$

$$x^2 = 37,87 + 22,60 + 37,87 + 22,60$$

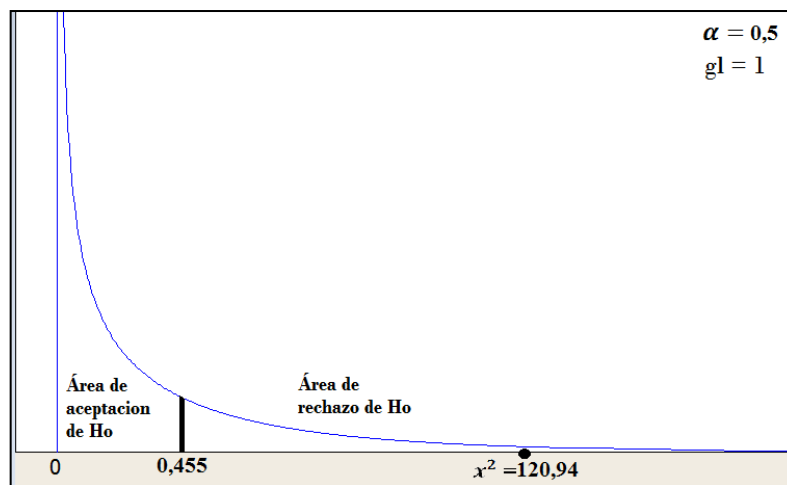
$$x^2 = 120,94$$

$$v = \text{grados de libertad} = (2-1)*(2-1) = 1$$

$$\alpha = 0,5$$

Gráfico N. 4.12

Chi cuadrado: Hipótesis específica 1



Fuente: Cuadro N.4.16

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Decisión: H_0 es rechazada, ya que 0,455 el chi de la tabla es menor que el chi calculado que es de 120,94 por lo tanto se encuentra en el área de rechazo, por lo que se acepta la hipótesis alternativa: El modelo de Comercio justo si les permitirá conocer los procesos y procedimientos de la certificación a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

El modelo de Comercio justo si les permitirá conocer los procesos de comercialización justa a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.

Ho El modelo de Comercio justo no les permitirá conocer los procesos de comercialización justa a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.

Ha El modelo de Comercio justo si les permitirá conocer los procesos de comercialización justa a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.

Fórmula de Chi cuadrado

$$x^2 = \sum \frac{(o - e)^2}{e}$$

Dónde:

o = Frecuencia observada o real

e = Frecuencia teórica o esperada

v = grados de libertad (k-1) (j-1); k = filas. j=columnas

Datos:

Cuadro N.4.16

Datos hipótesis específica 2

	ANTES	DESPUÉS	TOTAL
SI	63	121	184
NO	143	85	228
TOTAL	206	206	412

Fuente: Cuadro N.4.13

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Frecuencias esperadas

$$e_1 = 206 (184/412) = 92$$

$$e_2 = 206 (228/412) = 114$$

$$e_3 = 206 (184/412) = 92$$

$$e_4 = 206 (228/412) = 114$$

$$x^2 = \frac{(o_1 - e_1)^2}{e_1} + \frac{(o_2 - e_2)^2}{e_2} + \frac{(o_3 - e_3)^2}{e_3} + \frac{(o_4 - e_4)^2}{e_4}$$

$$x^2 = \frac{(63 - 92)^2}{92} + \frac{(143 - 114)^2}{114} + \frac{(121 - 92)^2}{92} + \frac{(85 - 114)^2}{114}$$

$$x^2 = 9,14 + 7,37 + 9,14 + 7,37$$

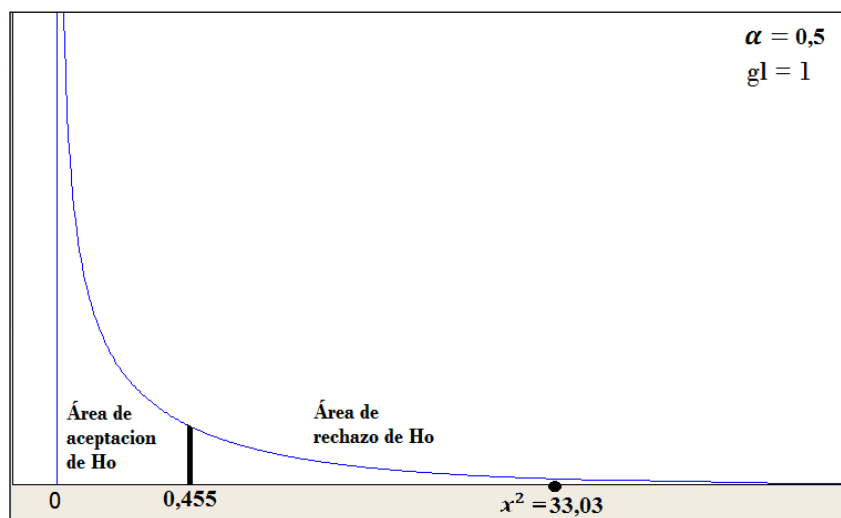
$$x^2 = 33,03$$

$$v = \text{grados de libertad} = (2-1)*(2-1) = 1$$

$$\alpha = 0,5$$

Gráfico N. 4.13

Chi cuadrado: Hipótesis específica 2



Fuente: Cuadro N.4.17

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Decisión: Ho es rechazada, ya que 0,455 el chi de la tabla es menor que el chi calculado que es de 33,03 por lo tanto se encuentra en el área de rechazo, por lo que se acepta la hipótesis alternativa: El modelo de Comercio justo si les permitirá conocer los procesos de comercialización justa a los pequeños productores de Quinoa orgánica del cantón Guamate.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3

El desarrollo de un modelo de Comercio justo si les permitirá a los pequeños productores de Quinoa orgánica conocer los beneficios de una asociación.

Ho El desarrollo de un modelo de Comercio justo no les permitirá a los pequeños productores de Quinoa orgánica conocer los beneficios de una asociación.

Ha El desarrollo de un modelo de Comercio justo si les permitirá a los pequeños productores de Quinoa orgánica conocer los beneficios de una asociación.

Fórmula de Chi cuadrado

$$x^2 = \sum \frac{(o - e)^2}{e}$$

Dónde:

o = Frecuencia observada o real

e = Frecuencia teórica o esperada

v = grados de libertad (k-1) (j-1); k = filas. j=columnas

Datos:

Cuadro N.4.17

Datos hipótesis específica 3

	ANTES	DESPUÉS	TOTAL
SI	59	177	236
NO	147	29	176
TOTAL	206	206	412

Fuente: Cuadro N.4.14

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Frecuencias esperadas

$$e_1 = 206(236/412) = 118$$

$$e_2 = 206(176/412) = 88$$

$$e_3 = 206(236/412) = 118$$

$$e_4 = 206(176/412) = 88$$

Cálculo de Chi cuadrado (x^2)

$$x^2 = \frac{(o_1 - e_1)^2}{e_1} + \frac{(o_2 - e_2)^2}{e_2} + \frac{(o_3 - e_3)^2}{e_3} + \frac{(o_4 - e_4)^2}{e_4}$$

$$x^2 = \frac{(59 - 118)^2}{118} + \frac{(147 - 88)^2}{88} + \frac{(177 - 118)^2}{118} + \frac{(29 - 88)^2}{88}$$

$$x^2 = 29,5 + 39,55 + 29,5 + 39,55$$

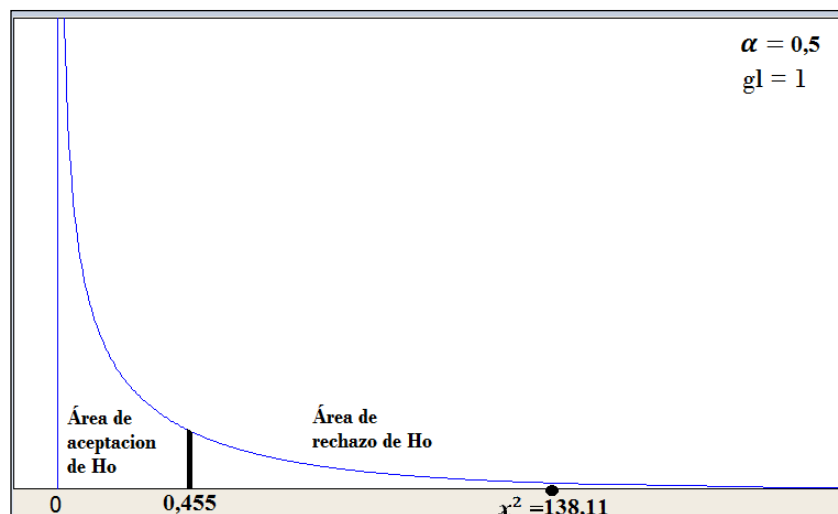
$$x^2 = 138,11$$

$$v = \text{grados de libertad} = (2-1) * (2-1) = 1$$

$$\alpha = 0,5$$

Gráfico N. 4.14

Chi cuadrado: Hipótesis específica 3



Fuente: Cuadro N.4.18

Elaborado por: Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Decisión: Ho es rechazada, ya que chi de la tabla 0,455 es menor que chi calculado que es de 138,11 por lo tanto se encuentra en el área de rechazo, por lo que se acepta la hipótesis alternativa: El desarrollo de un modelo de Comercio justo si les permitirá a los pequeños productores de Quinoa orgánica conocer los beneficios de una asociación.

CAPÍTULO V.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

1. Se identificaron los requisitos para la creación de una asociación para los pequeños productores de Quinoa orgánica del cantón Guamote, la misma estará basada en la economía popular y solidaria, cuyo objeto social principal sea la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios con fines sociales.
2. Se han determinado los procesos y procedimientos para la obtención de una certificación orgánica para los pequeños productores de Quinoa del cantón Guamote, la cual se la debe realizar en la BCS ÖKO-GARANTIE, que es una agencia de certificación independiente con casa matriz en Alemania, el proceso contiene 8 pasos que inicia por el contacto con la certificadora y termina en el certificado entregado al cliente. En relación a la certificación se determinó la factibilidad de realizar como grupo de productores y no por agricultor.
3. Se identificó un esquema de comercialización justa para los pequeños productores de Quinoa orgánica del cantón Guamote, la comercialización se realizará tanto a nivel local como internacional, la primera se la realizará a través de un convenio con Sumak Life, y en relación a la exportación, se elegirá una o varias empresas de la lista de importadores de quinoa orgánica que se encuentra en el anexo 3.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Se recomienda la creación de una asociación para los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote, basada en la economía popular y solidaria, pues la misma tiene algunas ventajas sobre las empresas de orden estrictamente comercial como son compañías limitadas o sociedad anónimas, pues la asociación está exenta del impuesto a la renta y tiene figura jurídica, la cual le permite la exportación, se debe considerar que la asociación tendrá que reinvertir las utilidades en sí misma, es decir que se podrán realizar capacitaciones , asistencia técnica y compra de activos que podrían reducir los costos.
2. Se recomienda a los productores de quinua que certifiquen su producto, pues se beneficiarán al no utilizar químicos que a la larga perjudican al suelo y a la calidad de su producto, considerando la tendencia de consumo de productos orgánicos, además que el precio por un producto orgánico certificado es mayor, y en relación a la quinua existe un gran mercado para el mismo, de igual manera es adecuado que se realicen capacitaciones semestrales de como certificar y cuáles son los requisitos, considerando que es un proceso que puede durar hasta 3 años, si es que el terreno ya había sido expuesto a químicos.
3. Se recomienda a los productores aplicar el esquema de comercialización justa propuesto principalmente en relación a la exportación, pues se eliminaran intermediarios, las ganancias serán las mismas para los productores, pero poseerán beneficios que les permitirán volver más competitivo a su producto a través de capacitaciones, de igual manera podrán reducir los costos al planear la compra de vehículo, que sea pagado con los beneficios de la asociación.

Bibliografía

- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (2013) “*Instructivo de la normativa general para promover y regular la producción orgánica - ecológica - biológica en el Ecuador*” Registró oficial N° 34 Editorial: Corporación de estudios y publicaciones Quito-Ecuador
- Área de Cooperación Internacional para el Desarrollo (ACOIDE). (2010). *Plan de comercio justo de la Universidad de Cantabria*. Cantabria: Universidad de Cantabria.
- Camacho, S. (2009). *Manual Técnico de cultivo de Quinoa Orgánica*. Huancavelica: Ministerio de agricultura del Perú.
- Ceccon, B., & Ceccon, E. (2010). La red del Comercio Justo y sus principales actores. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM*, 88-101.
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2010) “*Registro oficial N.351*”, Edición: Corporación de estudios y publicaciones Quito-Ecuador.
- Constitución de la República del Ecuador (2008) “*Registro oficial N.449*”, Edición: Corporación de estudios y publicaciones Quito-Ecuador
- European Fair Trade Association. (2012). *European Fair Trade Association*. Recuperado el 18 de Mayo de 2014, de <http://www.european-fair-trade-association.org/efta/>
- Fairtrade. (2014). *Fairtrade*. Recuperado el 23 de Agosto de 2014, de <http://www.sellocomerciojusto.org/es/sobrefairtrade/>
- FAO. (20 de Febrero de 2013). *Quinoa 2013 año internacional*. Recuperado el 12 de Junio de 2014, de <http://www.fao.org/quinoa-2013/press-room/news/detail/es/>

- FAO. (2014). *Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura*. Recuperado el 27 de Mayo de 2014, de <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq2/es/>
- Fridell, G. (2006). Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, 1 -15.
- Gottret, M., & Lundy, M. (2007). *Gestión de cadenas productivas*. Calí: Centro internacional de agricultura tropical.
- Gutiérrez, F., & Lobejón, L. (2009). Cláusulas sociales, comercio internacional y derechos laborales. La perspectiva de los países subdesarrollados. *Revista de economía crítica*, 66 - 72.
- Ilustre Municipalidad de Guamote. (1999). *Plan Participativo de desarrollo del Canton Guamote*. Guamote: Ilustre Municipalidad de Guamote.
- Infante, E. (2012). Comercio justo: Una propuesta histórica y conceptual. *Suma de Negocios*, 123 - 134.
- International Resources for Fairer Trad. (2009). *International Resources for Fairer Trad*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de <http://www.irft.org/introduction.html>
- Izquierdo, J. (2001). *Quinua: Ancestral cultivo andino, alimento del presente y futuro*. Santiago de Chile: FAO.
- Jones, G., & George, J. (2006). *Administración contemporánea*. México D.F.: McGraw Hill.
- Laguna, P., Cáceres, Z., & Carimentrand, A. (2006). Del altiplano sur boliviano hasta el mercado global: Coordinación y estructuras de gobernanza en la cadena de valor de la quinua orgánica y del comercio justo. *Agroalimentaria*, 1 - 12.
- Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (2011) “*Registro oficial N.444*, Edición: Corporación de estudios y publicaciones Quito-Ecuador.

- Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca. (2013). IV Congreso mundial de la quinua. *Ecuador, innovando para la soberanía alimentaria producción, consumo y comercio quinua* (págs. 5 - 19). Ibarra: Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca.
- Moskowitz, H. (1982). *Investigación de Operaciones*. Londres: Prentice Hall.
- Münch, L. (2007). *Administración: Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor*. México: Pearson.
- OMS, & FAO. (2000). *Comisión del Codex Alimentarius*. Roma: FAO.
- Organización Mundial del Comercio Justo. (2014). *World Fair Trade Organization*. Recuperado el 18 de Mayo de 2014, de <http://wfto-la.org/comercio-justo/wfto/10-principios/>
- Osterwalder, A. (2012). Generación de modelos de negocio. *BBVA Centro de Innovación*, 3 - 4.
- Pazderka, C. (2003). *¿Es la certificación algo para mí? - Una guía práctica sobre por qué, cómo y con quién certificar productos agrícolas para la exportación / RUTA-FAO*. San José: Andersen, M.
- Plan Nacional del Buen Vivir (2013) “*Objetivo 2. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad*”. Edición: Corporación de estudios y publicaciones Quito-Ecuador.
- PROINPA. (2011). *La Quinua: Cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria mundial*. Bolivia: FAO.
- Salazar, M., & Van der Heyden, D. (2004). *Metodología de análisis de cadenas productivas con equidad para la promoción del desarrollo local*. Perú: SNV Perú.

- Santacoloma, L. E. (2011). Análisis comparado de las condiciones de producción de dos asociaciones de productores de fruta del Occidente de Colombia para su participación en proyectos de comercio justo. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental*, 77 - 87.
- Socías, A., & Doblas, N. (2007). El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 7 - 24.
- Soto, E., & Cárdenas, J. (2007). *Ética en las organizaciones*. México: Mcgraw-Hill/Interamericana.
- The World Fair Trade Organization. (17 de Septiembre de 2013). *The World Fair Trade Organization*. Recuperado el 2014 de Mayo de 19, de http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=890&Itemid=292
- Torres, J., Navarro, P., & Larrinaga, A. (1999). *Para entender el comercio justo*. Madrid: Instituto Juan de Herrera.
- WFTO América Latina. (2014). *WFTO América Latina*. Recuperado el 19 de Mayo de 2014, de <http://wfto-la.org/wfto-la/quienes-somos/>

ANEXOS

Anexo 1

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

VICERRECTORADO DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

INSTITUTO DE POSGRADO

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

DECLARACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

“MODELO DE COMERCIO JUSTO PARA LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE QUINUA ORGÁNICA DEL CANTÓN GUAMOTE DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

PROPONENTE:

BOLÍVAR ALEXIS RICAURTE COTO

RIOBAMBA- ECUADOR

2013

1. TEMA

Modelo de Comercio Justo para los Pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote de la provincia de Chimborazo.

2. PROBLEMATIZACIÓN

2.1.1. UBICACIÓN DEL SECTOR DONDE SE VA A REALIZAR LA INVESTIGACIÓN

Macro localización:

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Se encuentra en el centro geográfico del país. El clima en Guamote es por lo general frío y consta de dos estaciones, invierno y verano. Está dividida en 3 parroquias una urbana: cabecera cantonal Guamote y dos rurales Palmira y Cebadas tiene una población de 45.153 habitantes Su principal actividad económica es la agricultura y la ganadería.

Micro localización:

El presente estudio se lo realizará para los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote, donde existen un importante número de productores individuales y asociados o llamados también cooperarios distribuidos en diversas comunidades de este cantón.

2.2. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

El Comercio Internacional es un factor de crecimiento económico por ser fuente de intercambio de bienes, servicios, tecnología, personas y capital donde las naciones y sus habitantes se relacionan con los demás con el objetivo de recibir ingresos adicionales de divisas e incrementar la oferta exportable de sus productos mejorando sustancialmente su estilo de vida, esto gracias a los sistemas de comercialización locales e internacionales.

El comercio como sistema implica movimiento económico y por tanto, las actividades comerciales son generadoras de empleo y riqueza otorgando a sus actores una vida digna acercándoles de esta manera al buen vivir. Pero sin embargo en el actual entorno económico del Ecuador y de muchos países en vías de desarrollo, son objetos de injusticias económicas, sociales y laborales que violan los derechos humanos de los habitantes que generan actividades económicas como es el caso de los pequeños productores de Quinoa del sector de Guamote Provincia de Chimborazo, ellos se enfrentan a múltiples obstáculos para comercializar sus productos en especial los que pertenecen al sector agrícola, dentro de los principales tenemos una desigualdad en el precio de venta de los productos por debajo de sus costos de producción debido a la despiadada presencia del intermediario comercial y las desleales prácticas en el mercado, de las grandes transnacionales que casi siempre pertenecen a grupos económicos de poder esto se da por la falta de competitividad en el valor agregado del producto incumpliendo los requisitos mínimos certificación de calidad que exigen los mercados generando una competencia desleal entre los grandes y micro productores de Quinoa además se practica un manejo irresponsable del desarrollo sostenible perjudicando el ambiente dejando de lado las actividades de producción orgánica, todo esto ha generado una baja de la oferta exportable de quinoa de la zona y una desmotivación del productor obligándole abandonar sus tierras o parcelas migrando a las grandes ciudades a dedicarse a otras actividades que no necesariamente son productivas.

Es por esta situación que se presenta la necesidad de realizar una investigación, para analizar la aplicación de un nuevo modelo alternativo de comercialización mediante una

alianza comercial estratégica donde participan por voluntad propia las organizaciones de pequeños productores, los comercializadores y consumidores bajo el sistema de “Comercio Justo” que permite a los pequeños productores obtener un ingreso digno y estable admitiendo cubrir los costos de producción y aumentar los márgenes de utilidad. Generando una nueva alternativa de compra-venta de quinua orgánica que difiera del comercio tradicional para lograr el mejoramiento de la situación económica del pequeño productor con productos de calidad material, social y ambiental.

2.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influye un modelo de “ Comercio Justo” para los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote de la provincia de Chimborazo?

2.4 PROBLEMAS DERIVADOS

- ¿Cómo beneficia la organización a través de una asociación a los pequeños productores de Quinua orgánica del Cantón Guamote?
- ¿En qué medida una certificación de producto beneficia a los pequeños productores de Quinua del Cantón Guamote?
- ¿Cómo un esquema de comercialización justa beneficia a los pequeños productores de Quinua orgánica del Cantón Guamote?

3. JUSTIFICACIÓN

Aseguramos que en el ámbito mundial actual se va tomando conciencia cada vez mayor del consumo de productos agrícolas sanos, esto está relacionado al cuidado del ambiente y al consumo de productos orgánicos de calidad esto requiere propiciar la práctica de una agricultura sostenible, basada en el uso racional y el cuidado del suelo y el control de la trazabilidad de la cadena de producción de la quinua orgánica.

En este contexto, la agricultura orgánica y asociativa se presenta como una alternativa de producción que da respuesta a las necesidades de los agricultores de quinua en mantener una competencia equilibrada, leal y segura en el campo del acopio, comercialización y consumo de sus productos porque este sistema considera de manera integral los aspectos económicos, ecológicos y socioculturales de los pequeños productores agrícolas.

Por eso es importante aportar con una investigación que contribuya a mejorar los ingresos de los pequeños productores de quinua orgánica a través de mecanismos comerciales que permitan una competencia equitativa en los mercados locales e internacionales cumpliendo con las normativas de certificación de productos orgánicos preservando el medio ambiente y perfeccionando un nuevo estilo de vida de los productores, creemos que esa alternativa es la aplicación de un sistema de "comercio justo" para comercialización de productos agrícolas representativos del país.

La factibilidad de esta investigación se ve enmarcada en el apoyo e interés de los pequeños agricultores de quinua del sector de Guamote de la provincia de Chimborazo, también del gobierno nacional a través de sus programas de asistencia agrícola propuesta por el MAGAP y otras instituciones del estado, para cumplir con muchos de los objetivos propuesto en el plan del buen vivir y sobretodo entregar un producto de calidad orgánico a los diferentes consumidores de quinua que son uno los principales beneficiarios del proyecto, accediendo con este proceso a mejorar la calidad de vida de los pequeños productores de quinua orgánica.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de comercio justo para los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote provincia de Chimborazo.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los procesos y procedimientos para la obtención de una certificación orgánica para los pequeños productores de Quinoa del cantón Guamote.
- Identificar un esquema de comercialización justa para los pequeños productores de Quinoa orgánica del cantón Guamote.
- Identificar los requisitos para la creación de una asociación para los pequeños productores de Quinoa orgánica del cantón Guamote.

5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

5.1. Antecedentes de Investigaciones Anteriores

TEMA: “Diseño de un Sistema Solidario de Comercialización para los Agricultores del Recinto Monterrey, Cantón la Concordia, Provincia de Esmeraldas.”

Antecedentes.

Teorías del Desarrollo

Las teorías de desarrollo fueron concebidas como una iniciativa en la búsqueda de explicar el o los motivos por los que unos países son más pobres que otros y, al mismo tiempo recetar medidas para convertir a los países pobres en ricos.

Después de la segunda guerra mundial se produjo un desequilibrio en la economía mundial, debido a que muchos países superaron y prácticamente se impusieron sobre economías menores, las primeras teorías establecidas precisamente lo que buscaban era definir una modalidad en la cual estas economías en crisis alcanzaran a aquellas que habían logrado el éxito. Los países modelo de desarrollo y progreso de ese tiempo propusieron la mayoría de las teorías concebidas para generar desarrollo, sobre todo económico. Estos países pertenecían a Europa occidental y los Estados Unidos, se

establece entonces una clasificación para los países en base a sus diferencias económicas: desarrollados y subdesarrollados. Posteriormente se dieron nuevos términos para referirse a los países con menores niveles de ingresos: países periféricos, dependientes, tercermundistas, en vías de desarrollo, etcétera. (Cárdenas, 2011)

(Perroux, 1962) señala que en los países subdesarrollados, las estructuras productivas arrastran rasgos que se conservan y reproducen desde el pasado, como es la desarticulación y la heterogeneidad, muy a lo contrario de lo que ocurre en los sistemas productivos del centro que mantienen una homogeneidad y son bastante articulados, lo que produce el establecimiento de relaciones de dominación y dependencia para los sistemas productivos de la periferia.

En este sentido el desarrollo no puede ser el resultado espontáneo del mercado, pues éste carece de horizonte social y de horizonte temporal, por lo cual es necesario **generar** de manera deliberada una estrategia que involucre una redistribución y reciprocidad social. (Prebisch, 1961)

Economía Solidaria

La economía solidaria se concibió como una alternativa a la visión de desarrollo vinculada básicamente al crecimiento económico, pues velaba por los intereses humanos más allá de los netamente económicos y buscaba socializar la posesión y utilización de los medios de producción y su equitativa distribución.

La economía solidaria busca también que los valores económicos que han sido generados por el trabajo puedan realimentar el proceso de consumo y producción, y que al mismo tiempo promuevan el buen vivir de las colectividades y el desarrollo ecológico y socialmente sustentable, así como la expansión de las libertades públicas y privadas. (Coraggio, 2007)

Dentro de la economía solidaria se encuentra el enfoque del consumo responsable que pretende crear conciencia en los consumidores sobre las condiciones de los productos que se comercializan, buscando una corresponsabilidad para impedir la explotación laboral, así como las prácticas ecológicamente peligrosas.

La economía solidaria a través de su aplicación en el comercio justo lo que busca principalmente es: la igualdad, el empleo, la cooperación, la protección del medioambiente, esto no quiere decir que constituye la solución de aquellos problemas que precedan del modelo económico establecido. Lo que en realidad se persigue es crear conciencia social respecto a todos los elementos que conforman el proceso económico: desde la producción (incluyendo la materia prima, la tecnología, la mano de obra requeridas), la comercialización y el acopio, hasta el consumo (incluyendo el post consumo, la basura), sin olvidar el sector de los servicios. Dentro de este proceso obviamente son importantes todos los actores que intervienen en el mismo. (Razeto, 1999)

5.2. Fundamentación Teórica

Teoría de la Industrialización

La teoría de la industrialización surge en 1945, después de la segunda guerra mundial donde también nacieron algunas instituciones preocupadas por generar desarrollo a nivel mundial a través de mecanismos de asesoramiento e inyección monetaria para generar proyectos de desarrollo e inversión sobre todo en países de economías pobres, en un contexto en el que se consideraba que la industrialización era la clave del desarrollo, y que ésta permitía la absorción de la mano de obra en los sectores intensivos de trabajo, y al mismo tiempo generaba mayor productividad de los factores de la producción. Consideraban además que para alcanzar el anhelado desarrollo, era necesaria la acumulación de capital y específicamente la industrialización, la protección del mercado interior y la intervención estatal.

Se consideraba que el sector moderno podía utilizar el excedente de la mano de obra que se encontraba en el sector tradicional, y cuyo desplazamiento en tiempo dependería básicamente de la tasa de ahorro interior y la entrada de capital extranjero; y de la intervención estatal para corregir las imperfecciones del mercado. (Bustelo, 1999)

La CEPAL propuso implantar medidas en América Latina para enfrentar las desigualdades y los problemas recesivos dados después de la gran depresión generada en 1929. Estas medidas se enfocaban principalmente en reducir la demanda de importaciones de materias primas y productos alimenticios, generando una

Industrialización Sustitutiva de Importaciones (ISI). La orientación clave estaba basada en el crecimiento industrial.

Teoría de la Modernización

Este concepto aparece esporádicamente desde finales de la década del 50', intensificándose en la década del 60' y ya hacia los años 70' emerge en las Ciencias Sociales como un paradigma alternativo.

En lo concerniente a la “teoría de la modernización” esta tiene como supuestos básicos, la solución de los problemas del hombre, garantizando un estándar de vida aceptable y progresivamente alto, establecer el vínculo entre el individuo y el colectivo. Concibiendo a este último, como un prerrequisito fundamental para la transformación; de lo que se deriva la concepción de crear estructuras sociales para enfrentar los cambios. Es decir, significa asumir un complejo proceso de transformaciones interdependientes, con la finalidad de promover una alta movilidad y participación del individuo.(Bustelo, 1999)

(Mc Namara, R. 1975) decía que el desarrollo debía estar lejos de ser expresado simplemente en términos de crecimientos, enfatizando en la necesidad de una mejor distribución del ingreso, y en el mejoramiento de la calidad de vida, como medidas importantes de desarrollo.

Teoría del Desarrollo Humano

A mediados de la década del 70', durante la séptima sesión especial de la asamblea general de las naciones unidas se registra un documento el cual, plantea la idea del “**otro desarrollo**”. Esta perspectiva de futuro sugería un desarrollo necesariamente orientado, con énfasis en los factores internos, sobre bases propias, ecológicamente sano, y basado en transformaciones estructurales.

La idea sobre el “**otro desarrollo**” reconoce la importancia de la equidad, la libertad de expresión, así como, el desarrollo de la capacidad de convicción y creatividad. Según esta perspectiva, cada sociedad es libre de operar de acuerdo con sus valores y cultura, articulando su propia visión del futuro. Propugna sobre esta base la idea de que no

deben de existir modelos universales, y de que, una sociedad tiene que confiar en sus fortalezas. Esta postura sugiere además, colocar en el centro del desarrollo el uso racional de la biosfera, respetando los ecosistemas locales.

En una dimensión que interrelaciona lo local y lo global, -la concepción del “otro desarrollo”- destaca la necesidad de transformaciones estructurales que tomen en consideración desde la pequeña comunidad hasta los vínculos humanos de carácter global, sugiriendo que ello involucre la participación de los diferentes mecanismos de decisión. Otro punto que plantea como importante en el desarrollo, es la capacidad de autogobierno, al indicar que este debería contar con fortalezas para la acción. (González, M. 2006)

En una dimensión que interrelaciona lo local y lo global, -la concepción del “otro desarrollo”- destaca la necesidad de transformaciones estructurales que tomen en consideración desde la pequeña comunidad hasta los vínculos humanos de carácter global, sugiriendo que ello involucre la participación de los diferentes mecanismos de decisión. Otro punto que plantea como importante en el desarrollo, es la capacidad de autogobierno, al indicar que este debería contar con fortalezas para la acción.

Economía Popular y Solidaria

Desde la perspectiva de la corriente latinoamericana de economía social y solidaria esto significa que, a partir de la realidad actual, sociedad organizada y estado deben reinstitucionalizar los procesos económicos de producción, distribución, circulación y consumo, de manera de impedir que el mecanismo global de mercado se autonomice de las sociedades y se naturalice como “la economía”, generando consecuencias sociales no atribuibles a ningún actor responsable sino a “los mercados”, típico lema neoliberal.

Significa además que el utilitarismo individualista y el fin del lucro privado, co-constitutivos con el mercado libre, deben subordinarse a los principios de solidaridad (seguridad y autocontrol de condiciones básicas de la propia vida, reciprocidad simétrica, redistribución progresiva, planificación democrática) y la corresponsabilidad de todos por la satisfacción de las necesidades y la calidad del modo de convivencia de todos, bajo la racionalidad reproductiva, incluida la naturaleza. (Hinkelammert, F. 2009)

Se presenta un segundo significado que implica que no se trata meramente de desmonopolizar y hacer competitivo al mercado de acuerdo a la utopía del mercado perfecto, pues éste en ningún caso puede ser solidario o asegurar la justicia social, por su fragmentación intrínseca y su ética del cuidado egocéntrico de sí mismo y la irresponsabilidad por los otros. Implica también admitir que partimos de una economía de mercado periférica y deformada y que es posible construir otra economía, socialmente integrada y solidaria, sin tener que pasar por el intento de desarrollar una economía de mercado pretendidamente autorregulada como en los países considerados más desarrollados. (Coraggio, J. 2007)

La Constitución del Ecuador (2008) indica en su Art. 283 que “el sistema económico es social y solidario”. Asimismo especifica en su Art. 276 “El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Al definir el sistema económico por su relación con la sociedad, por su valor central y por sentido antes que por determinada institucionalidad prefijada ideológicamente (como es el caso de neoliberalismo con respecto al mercado total), los constituyentes adoptaron una definición sustantiva y plural de economía, que no se define por los procedimientos de cálculo e instituciones de asignación óptima de recursos sino por garantizar de manera solidaria el sustento de todos los ciudadanos combinando diversas formas de organización económica: “Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El Buen Vivir

El Buen Vivir es un concepto colectivo, un modo de vida en convivencia cuya concreción será definida a lo largo de la historia por el pueblo ecuatoriano, y que no se reduce a las preferencias de los consumidores limitados por la escasez de sus recursos. En tal sentido, la Constitución establece que las políticas públicas (y por tanto su orientación del Buen Vivir) deberán ser definidas participativamente.

El sistema económico mundial requiere renovar su concepción priorizando a la igualdad en las relaciones de poder tanto entre países como al interior de ellos, a la (re)distribución y al ser humano, sobre el crecimiento económico y el capital. Esta nueva concepción permitirá la concreción de aspectos como la inclusión económica y social de millones de personas, la transformación del modo de producción de los países del Sur, el fortalecimiento de las finanzas públicas, la regulación del sistema económico y la justicia e igualdad en las condiciones laborales.

Las economías populares y solidarias, base social y económica, son el mayor empleador del país y cuentan con millones de socios. La economía popular y solidaria que empleo en 2009 el 64% de los ocupados a nivel nacional, constituye un ejemplo palpable de que un sistema económico que privilegie al ser humano sobre el capital es posible. Por ello es fundamental insistir en la urgencia de cambiar las conductas individuales (los patrones consumistas), que son las que provocan y aceleran la insostenibilidad del consumo capitalista en el mediano plazo, aunque sean el fundamento de las utilidades del capital en el corto plazo.(Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017)

Cadenas productivas asociativas

La utilización de nuevas tecnologías en los procesos industriales, en reemplazo de la mano de obra, y la aparición de poderosos grupos económicos multinacionales que imponen los productos y controlan el movimiento de los mercados, son dos factores que han incidido notablemente en el ámbito de la generación de bienes y servicios.

La globalización -basada en el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación- han facilitado la conexión de personas y organizaciones en todo el planeta, modificando sustancialmente las características del mundo del trabajo,

excluyendo a una gran cantidad de trabajadores, ya sea por considerarlos “mano de obra no calificada” o simplemente reemplazándolos por trabajadores más jóvenes, que se suponen más fácilmente adaptables a los nuevos sistemas productivos y comerciales.

Por tal motivo, se genera un flujo permanente de nuevos desocupados que incrementa la población del sector de los que “buscan trabajo” infructuosamente, exigiendo una disminución constante de las expectativas sobre la calidad de vida y provocando un sentimiento de frustración que afecta la autoestima e inmoviliza a los que deberían ser el motor del desarrollo social he aquí que se presenta una alternativa de emprendimiento asociativo para solucionar el desempleo que afectan a los países.

Cuando hacemos referencia a emprendimientos productivos hacemos alusión a realizar actividades económicas, producir bienes y/o servicios; se trata de micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. Esta clasificación es tomada considerando diversos parámetros. A continuación se opta por una clasificación basada en la cantidad de trabajadores y la facturación anual. Es importante destacar que la forma asociativa no incide en esta clasificación, es decir que, por ejemplo, una cooperativa o una sociedad de responsabilidad limitada -SRL- puede estar encuadrada dentro de las microempresas, las Pymes o ser una gran empresa. Los emprendimientos asociativos conceden a los emprendedores importantes beneficios, tanto desde el punto de vista empresarial como gremial.

Las cadenas productivas se construyen en base a una concentración geográfica de emprendedores e instituciones que interactúan entre sí, y que al hacerlo, crean un clima en el que todos pueden mejorar su desempeño. Es decir, que pueden lograr la sinergia necesaria para generar un proceso de crecimiento acompañado de un desarrollo económico y social sustentable, basado en la equidad, en el compromiso y en la participación de toda la comunidad.

Si consideramos a las cadenas productivas como herramientas del desarrollo local debemos analizar si las mismas se sustentan sobre una realidad existente en la región, o se basan en relaciones que se pueden crear a partir de una estrategia de desarrollo Público.

El proceso para poner a funcionar una cadena productiva debe surgir “de abajo hacia arriba”. Es desde el propio territorio de donde deben emerger las estrategias de desarrollo, teniendo en cuenta no solo los aspectos que hacen al crecimiento económico,

sino todos aquellos relacionados con la idiosincrasia del lugar, los valores existentes y las cuestiones directamente ligadas a la identidad y a la cultura de la comunidad.

Podemos decir entonces que una cadena productiva es:

Un mecanismo de cooperación entre micro, pequeñas y medianas empresas, entidades intermedias representativas de la comunidad, organismos estatales de promoción, fiscalización y control, instituciones educativas y organismos de investigación y desarrollo científico tecnológico, en donde cada participante -manteniendo su independencia jurídica y su autonomía- decide voluntariamente sumarse en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. (Bertolini, 2011)

Este mecanismo de cooperación, es una forma alternativa de impulsar el desarrollo local o regional a partir de la identificación y fortalecimiento de redes de concentración geográfica, de empresas e instituciones que interactúan en un campo determinado. En el mismo participan los productores, los proveedores de insumos y materias primas, los transformadores de productos, las empresas comercializadoras, los organismos estatales vinculados al proceso, y todo actor relacionado con la actividad.

Para que las conexiones entre los eslabones de una cadena productiva sean sólidas, deben estar basadas en la confianza. Se requiere, por un lado, un reentrenamiento empresario y un proceso de capacitación de todos los actores, para que actúen con el convencimiento necesario para la elaboración de proyectos comunes a mediano y largo plazo. Por otro lado, es esencial que el Estado comprenda cuál es su rol en este proceso y contribuya al logro de los objetivos del conjunto, evitando las interferencias que se originan en criterios personalistas de funcionarios, que están al frente de determinados organismos públicos.

Desarrollo Productivo Ecuatoriano

El Código de la Producción Ecuatoriano tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, ecoeficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

En el Art. 4.- de los fines, de la COPCI, en su inciso c. sostiene que el estado a través de este código fomentara en el ámbito del desarrollo productivo del país, la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas.

Para sustentar lo anterior el Art. 5 del COPCI, en su inciso e. esboza lo siguiente: Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de: La implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular, de los actores de la economía popular y solidaria y de la micro, pequeñas y medianas empresas, y para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo.

Comercio Justo

De acuerdo a la Organización Mundial de Comercio Justo, (World Fair Trade Organization, WFTO por sus siglas en inglés) el concepto de Comercio Justo está dentro del marco de la concepción de Economía Solidaria como alternativa al comercio tradicional. Su objetivo principal es generar una relación de intercambio basada en el diálogo, la transparencia y la confianza (buscando mayor justicia en la actividad comercial) y contribuir al desarrollo sustentable de los pequeños productores,

ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando que se cumplan sus derechos y libertades, en especial al sur del planeta. (WFTO, 2009)

6. HIPÓTESIS

6.1. Hipótesis General

Un modelo de comercio justo determinará un sistema alternativo de comercialización para los pequeños productores de Quinoa orgánica del cantón Guamote de la provincia de Chimborazo.

6.2. Hipótesis Específicas

- El modelo de Comercio justo les permitirá conocer los procesos y procedimientos de la certificación a los pequeños productores de Quinoa orgánica del cantón Guamote.
- El modelo de Comercio justo les permitirá conocer los procesos de comercialización justa a los pequeños productores de Quinoa orgánica del cantón Guamote.
- El desarrollo de un modelo de Comercio justo les permitirá a los pequeños productores de Quinoa orgánica conocer los beneficios de una asociación.

7. OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS

7.1 Operacionalización de la Hipótesis No 1

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Conocimiento de los procesos y procedimientos de certificación	Indica el conocimiento de los pequeños productores acerca de las actividades y requisitos a cumplir para obtener una certificación orgánica	Conocimiento de las actividades Conocimiento de requisitos	Número de productores que conocen como certificar el producto	Encuesta
VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Modelo de Comercio justo	Conjunto de parámetros enfocados a mejorar la calidad de vida de los productores, a través de la comercialización de un producto certificado a un precio justo	Calidad de vida Producto certificado Precio justo	Ingresos Certificación Precios Costos	Encuestas Entrevistas Análisis documental

Operacionalización de la Hipótesis No 2

VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Conocimiento de los procesos y procedimientos de la comercialización.	Indica el conocimiento de los pequeños productores acerca de las de actividades secuenciales enfocadas a la venta de un producto	Conocimiento venta del producto	Número de productores que conocen como comercializar el producto	Encuesta
VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Modelo de Comercio justo	Conjunto de parámetros enfocados a mejorar la calidad de vida de los productores, a través de la comercialización de un producto certificado a un precio justo	Calidad de vida Producto certificado Precio justo	Ingresos Certificación Precios Costos	Encuestas Entrevistas Análisis documental

Operacionalización de la Hipótesis No 3

VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Conocimiento de los beneficios de una asociación	Indica el conocimiento de los pequeños productores acerca de los beneficios de organizarse en una asociación	Conocimiento de cómo asociarse Beneficios	Número de productores que conocen como asociarse Número de productores que conocen los beneficios de asociarse	Encuesta
VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Modelo de Comercio justo	Conjunto de parámetros enfocados a mejorar la calidad de vida de los productores, a través de la comercialización de un producto certificado a un precio justo	Calidad de vida Producto certificado Precio justo	Ingresos Certificación Precios Costos	Encuestas Entrevistas Análisis documental

8. METODOLOGÍA

8.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación es cuantitativa pues se recogen y analizan datos cuantitativos sobre las variables en estudio, para conseguir un resultado mucho más exacto de las variaciones de cada período. Logrando de esta manera determinar los factores que inciden en la comercialización de Quinoa orgánica.

8.2. Diseño de la Investigación

Es una investigación de campo, pues la información obtenida se la hará directamente en el lugar de los hechos, permitiéndonos que estemos seguros de las condiciones reales en que se han conseguido los datos. Dando importancia a los principales actores como son los productores de Quinoa orgánica del cantón Guamote. La investigación se la realizara a productores, intermediarios y consumidores de quinoa orgánica para una correcta medición de los datos que servirán de soporte en la investigación.

Tipo de estudio

El tipo de estudio está determinado según el período de tiempo en que se desarrolla, en esta investigación es transversal porque apunta a un momento y tiempo definido.

8.3. Población

El presente estudio se lo realizará para los pequeños productores de Quinoa orgánica del cantón Guamote, donde existen un importante número de productores individuales y asociados o llamados también cooperarios distribuidos en diversas comunidades de este cantón.

8.4. Muestra

La muestra de estudio será aplicada mediante la fórmula básica para el número de productores totales identificados en la zona de estudio que es la del cantón Guamate.

8.5 Métodos de Investigación

En la presente investigación se usará el método inductivo, que consiste en observar un fenómeno, analizar información y los datos recolectados, definiendo una conclusión que se juzga válida para todos los casos semejantes. Teniendo que comprobar la hipótesis planteada, como en mi investigación se lo realizará de una manera técnica empleando los principales métodos existentes y adaptándolos al medio de estudio para lograr un resultado más realista y que al definir los resultados, estos sirvan como herramienta para la mejorar la comercialización y producción de quinua orgánica del cantón Guamate.

8.6 Técnicas de Instrumentos de Recolección de Datos

Técnicas

Para la recolección de datos se trabajará con la técnica de:

LA ENCUESTA: Esta técnica de recolección de información, permite posteriormente poder tabular con más claridad los datos obtenidos.

LA ENTREVISTA: Esta técnica permitirá recopilar opiniones y experiencias cualitativas de los involucrados en la investigación.

Instrumento

El instrumento usado será el cuestionario, elaborado con toda claridad y objetividad sobre la base de los indicadores correspondientes a las variables en estudio, enfatizando en sus preguntas las partes principales de la problemática en estudio. Estableciendo los parámetros que sirvan de medición de las variables involucradas.

8.7 Técnicas de procedimientos para el análisis de resultados.

Para el procesamiento de la información usaremos los programas de:

- Microsoft Word y
- Excel.

Los resultados obtenidos se los presentara en gráficos y cuadros estadísticos con su respectivo análisis e interpretación.

- Para el análisis estadístico se usará la prueba de **Chi-cuadrado**

9. RECURSOS HUMANOS Y FINANCIEROS

9.1 RECURSO HUMANO

- Tutor
- Investigador
- Productores
- Comercializadores
- clientes

9.2 RECURSO MATERIAL

- Encuestas con su formato respectivo
- Material de Oficina
- Copias
- Cartuchos para impresora
- Empastados
- Impresiones

9.3 RECURSO TECNOLÓGICO

- Computador
- Internet
- Cámara fotográfica
- Memory flash

9.4 PRESUPUESTO

La investigación tendrá un costo aproximado de \$ 2618,00 dólares americanos, los mismos que cubrirán los siguientes gastos:

DETALLE	VALOR (USD)
✓ Formularios de encuestas	\$ 200,00
✓ Material de Oficina	\$ 200,00
✓ Empastados y Anillados	\$ 100,00
✓ Horas Trabajadas-Investigación	\$ 800,00
✓ Asesorías	\$ 400,00
✓ Internet	\$ 80,00
✓ Transporte	\$ 100,00
✓ Literatura	\$ 450,00
✓ Cartucho para Impresora	\$ 100,00
TOTAL PARCIAL	\$2430,00
IMPREVISTOS (10%)	\$ 238,00
TOTAL	\$ 2668,00

10. CRONOGRAMA

ACTIVIDAD DE TRABAJO	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
✓ Diseño del proyecto de tesis	■	■																						
✓ Presentación y aprobación			■	■																				
✓ Elaboración del capítulo I					■	■	■	■																
✓ Elaboración del capítulo II									■	■	■	■												
✓ Procesamiento de información										■	■	■	■	■	■	■								
✓ Elaboración del Capítulo III y IV														■	■	■	■	■	■	■				
✓ Redacción del Informe Final																			■	■	■	■	■	■
✓ Aprobación y defensa																							■	■

11. MATRIZ LÓGICA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
<p>¿Cómo influye un modelo de “ Comercio Justo” para los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote de la provincia de Chimborazo?</p>	<p>Diseñar un modelo de comercio justo para los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote provincia de Chimborazo.</p>	<p>Un modelo de comercio justo determinará un sistema alternativo de comercialización para los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote de la provincia de Chimborazo.</p>
PROBLEMAS DERIVADOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICA
<p>¿En qué medida una certificación de producto beneficia a los pequeños productores de Quinua del cantón Guamote?</p>	<p>Determinar los procesos y procedimientos para la obtención de una certificación orgánica para los pequeños productores de Quinua del cantón Guamote.</p>	<p>El modelo de Comercio justo les permitirá conocer los procesos y procedimientos de la certificación a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.</p>
<p>¿Cómo un esquema de comercialización justa beneficia a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote?</p>	<p>Identificar un esquema de comercialización justa para los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.</p>	<p>El modelo de Comercio justo les permitirá conocer los procesos de comercialización justa a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.</p>
<p>¿Cómo beneficia la organización a través de una asociación a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote?</p>	<p>Identificar los requisitos para la creación de una asociación para los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.</p>	<p>El desarrollo de un modelo de Comercio justo les permitirá a los pequeños productores de Quinua orgánica conocer los beneficios de una asociación.</p>

BIBLIOGRAFÍA:

Asamblea constituyente, (2008), *Nueva Constitución Política del Estado Ecuatoriano*. Aprobación en el pleno, Montecristi, Ecuador.

Bertolini, G. (2011) *Las cadenas productivas*, Centro de Investigaciones, consultor CIESO.

Bustelo, P. (1999). *Teorías Contemporáneas del Desarrollo Económico*. Madrid: Síntesis.

Cárdenas, C. (2011) Tesis de grado. ESPE.

Coraggio, J. (2007). Una perspectiva Alternativa para la Economía Social. La economía social desde la periferia. Contribuciones latinoamericanas. (págs. 145-200). Buenos Aires: Altamira.

COPCI, (2010), *Título Preliminar del Objetivo y Ámbito de Aplicación*, Registro oficial, Asamblea nacional. Quito, Ecuador.

González Arancibia, M. (2006) *Una gráfica de la Teoría del Desarrollo*. Del crecimiento al desarrollo humano sostenible Editorial: mgarencibia Cuba, Ciudad de la Habana.

Hinkelammert, F. y Mora, H. (2009), *Economía, sociedad y vida humana*. Preludio a una segunda Crítica de la economía política, Buenos Aires, Argentina.

Mc Namara, R. (1975) Presidente del Banco mundial.

Perroux, F. (1962) *Economía y sociedad*. Barcelona: Ediciones Ariel.

Prebisch, R. (1961). *El desarrollo económico de América Latina y algunos de sus principales problemas*. Boletín económico para América Latina. México: CEPAL.

Senplades, (2013), *Plan Nacional del Buen Vivir*, Consejo nacional de Planificación, Primera Edición, Quito- Ecuador.

Razeto, L. (1999). *La economía de solidaridad: concepto, realidad y proyecto*. Santiago de Chile: Economía y sociedad.

Anexo 2

MODELO DE LA ENCUESTA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Objetivo: Determinar la situación actual de los productores de quinua y sus necesidades en relación a la comercialización.

1. ¿La semilla de quinua que usted utiliza es?
 - Semilla Común
 - Semilla Seleccionada
 - Semilla Certificada
2. ¿Cuántas hectáreas siembra usted de quinua?
 - De 0,01 a 0,50 hectáreas
 - De 0,51 a 1,00 hectáreas
 - De 1,01 a 1,50 hectáreas
 - De 1,51 a 2,00 hectáreas
 - Más de 2 hectáreas
3. ¿Conoce usted que es una certificación orgánica?
 - Si
 - No
4. ¿Conoce usted el proceso para certificar la quinua orgánica?
 - Si
 - No
5. ¿En qué trimestre usted cosecha la quinua?
 - Enero -Marzo
 - Abril - Junio
 - Julio - Septiembre
 - Octubre – Diciembre
6. ¿Su producción es?
 - Orgánica

- Convencional
7. ¿Qué precio le pagan por un quintal (45 kg) de quinua?
- De 80 a 90
 - De 91 a 100
 - De 101 a 110
 - De 111 a 120
 - Más de 120
8. ¿Conoce usted que es la comercialización justa?
- Si
 - No
9. ¿Cuáles son sus principales problemas que tiene como productor de quinua?
- Falta de capital de trabajo
 - Precios inestables
 - Clima
 - Riego
 - Plagas
 - Desconocimiento de como exportar
 - No hay asistencia técnica
 - Difícil acceso al canal de riego
 - Otros.....
 -
 -
10. ¿Conoce los beneficios de formar parte de una asociación de productores de quinua orgánica?
- Si
 - No
11. ¿Quisiera formar parte de una asociación de productores de quinua orgánica?
- Si
 - No

Gracias por su ayuda

Anexo 3

Modelo de encuesta aplicada luego de las capacitaciones

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Objetivo: Determinar el conocimiento actual de los productores de quinua, en relación a la certificación, comercialización y beneficios de una asociación

1. ¿Conoce usted el proceso para certificar la quinua orgánica?
 - Si
 - No

2. ¿Conoce usted que es la comercialización justa?
 - Si
 - No

3. ¿Conoce los beneficios de formar parte de una asociación de productores de quinua orgánica?
 - Si
 - No

Anexo 4

Tabulación de distribución chi2

G/ (v)	Proporción de área										
	0.995	0.990	0.975	0.950	0.900	0.500	0.100	0.050	0.025	0.010	0.005
1	0.00004	0.00016	0.00098	0.00393	0.0158	0.455	2.71	3.84	5.02	6.63	7.88
2	0.0100	0.0201	0.0506	0.103	0.211	1.386	4.61	5.99	7.38	9.21	10.60
3	0.072	0.115	0.216	0.352	0.584	2.366	6.25	7.81	9.35	11.34	12.84
4	0.207	0.297	0.484	0.711	1.064	3.357	7.78	9.49	11.14	13.28	14.86
5	0.412	0.554	0.831	1.145	1.61	4.251	9.24	11.07	12.83	15.09	16.75
6	0.676	0.872	1.24	1.64	2.20	5.35	10.64	12.59	14.45	16.81	18.55
7	0.989	1.24	1.69	2.17	2.83	6.35	12.02	14.07	16.01	18.48	20.28
8	1.34	1.65	2.18	2.73	3.49	7.34	13.36	15.51	17.53	20.09	21.96
9	1.73	2.09	2.70	3.33	4.17	8.34	14.68	16.92	19.02	21.67	23.59
10	2.16	2.56	3.25	3.94	4.87	9.34	15.99	18.31	20.48	23.21	25.19
11	2.60	3.05	3.82	4.57	5.58	10.34	17.28	19.68	21.92	24.73	26.76
12	3.07	3.57	4.40	5.23	6.30	11.34	18.55	21.03	23.34	26.22	28.30
13	3.57	4.11	5.01	5.89	7.04	12.34	19.81	22.36	24.74	27.69	29.82
14	4.07	4.66	5.63	6.57	7.79	13.34	21.06	23.68	26.12	29.14	31.32
15	4.60	5.23	6.26	7.26	8.55	14.34	22.31	25.00	27.49	30.58	32.80
16	5.14	5.81	6.91	7.96	9.31	15.34	23.54	26.30	28.85	32.00	34.27
17	5.70	6.41	7.56	8.67	10.09	16.34	24.77	27.59	30.19	33.41	35.72
18	6.26	7.01	8.23	9.39	10.86	17.34	25.99	28.87	31.53	34.81	37.16
19	6.84	7.63	8.91	10.12	11.65	18.34	27.20	30.14	32.85	36.19	38.58
20	7.43	8.26	9.59	10.85	12.44	19.34	28.41	31.42	34.17	37.57	40.00
21	8.03	8.90	10.28	11.59	13.24	20.34	29.62	32.67	35.48	38.93	41.40
22	8.64	9.54	10.98	12.34	14.04	21.34	30.81	33.92	36.78	40.29	42.80
23	9.26	10.20	11.69	13.09	14.85	22.34	32.01	35.17	38.08	41.64	44.18
24	9.89	10.86	12.40	13.85	15.66	23.34	33.20	36.42	39.36	42.98	45.56
25	10.52	11.52	13.12	14.61	16.47	24.34	34.38	37.65	40.65	44.31	46.93
26	11.16	12.20	13.84	15.38	17.29	25.34	35.56	38.89	41.92	45.64	48.29
27	11.81	12.83	14.57	16.15	18.11	26.34	36.74	40.11	43.19	46.96	49.64
28	12.46	13.56	15.31	16.93	18.94	27.34	37.92	41.34	44.46	48.28	50.99
29	13.12	14.26	16.05	17.71	19.77	28.34	39.09	42.56	45.72	49.59	52.34
30	13.79	14.95	16.79	18.49	20.60	29.34	40.26	43.77	46.98	50.89	53.67
40	20.71	22.16	24.43	26.51	29.05	39.34	51.81	55.76	59.34	63.69	66.77
50	27.99	29.71	32.36	34.76	37.69	49.33	63.17	67.50	71.42	76.25	79.49
60	35.53	37.43	40.48	43.19	46.46	59.33	74.40	79.08	83.30	88.38	91.95
70	43.28	45.44	48.76	51.74	55.33	69.33	85.53	90.53	95.02	100.4	104.2
80	51.17	53.54	51.17	60.39	64.28	79.33	98.58	101.9	106.6	112.3	116.3
90	59.20	61.75	65.65	69.13	73.29	89.33	107.6	113.1	118.1	124.1	128.3
100	67.33	70.06	74.22	77.9	82.36	99.33	118.5	124.3	129.6	135.8	140.2