



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA  
Y HOTELERA**

**TEMA: COMERCIO JUSTO DE ARTESANÍAS Y SU  
INFLUENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA  
PARROQUIA DE SIMIATUG.**

**AUTOR: ALVEAR CONSTANTE, MARIA CAROLINA**

**DIRECTOR: ING. HUARACA VERA LUIS ERNESTO MSC.**

**SANGOLQUÍ**

**2019**

**CERTIFICADO DE TUTOR**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**CERTIFICACION**

Certifico que el trabajo de titulación **“COMERCIO JUSTO DE ARTESANÍAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE SIMIATUG”** fue realizado por la **señorita ALVEAR CONSTANTE, MARIA CAROLINA** el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que los sustente públicamente.

Sangolquí, 7 de junio de 2019

**Msc. LUIS ERNESTO**

**HUARACA VERA**

**TUTOR**

**AUTORIA DE RESPONSABILIDAD**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**AUTORIA DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **ALVEAR CONSTANTE, MARIA CAROLINA** declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación "**COMERCIO JUSTO DE ARTESANÍAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE SIMIATUG**" es de mi autoría y responsabilidad cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando el derecho intelectual de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolqui, 7 de junio de 2019

**Carolina Alvear**

**CC: 1723593313**

**AUTORIZACION**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**AUTORIZACION**

Yo, **ALVEAR CONSTANTE, MARIA CAROLINA**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación "**COMERCIO JUSTO DE ARTESANÍAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE SIMIATUG**" en el repositorio institucional, cuyo contenido, ideas y criterio son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 7 de junio de 2019

**Carolina Alvear**

**CC: 1723593313**

**DEDICATORIA**

*A mi compañero de vida Alfonso Bolívar, mi hijo Nicolás Tahiel, mi padre Jorge Alvear, mi madre Consuelo Constante y mis hermanos Edison y Christian porque a través de sus ojos puedo ver la existencia de Dios.*

***María Carolina Alvear Constante***

## **AGRADECIMIENTO**

*Gracias a Dios por tan hermoso regalo, la vida.*

*María Carolina Alvear Constante*

## INDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO DE TUTOR.....	i
AUTORIA DE RESPONSABILIDAD.....	ii
AUTORIZACION.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
INDICE DE CONTENIDOS .....	vi
INDICE DE FIGURAS.....	viii
INDICE DE TABLAS .....	x
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT .....	xiii
INTRODUCCION .....	xiv
Planteamiento del problema .....	xiv
Objetivos .....	xv
Objetivo general .....	xv
Objetivos específicos.....	xv
Justificación.....	xvi
CAPITULO I.....	1
1. Marco teórico.....	1
1.1 Marco referencial .....	5
1.3 Marco conceptual .....	14
1.4 Normativa que rige el contexto de comercio justo en el Ecuador .....	21
CAPITULO II .....	26
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	26
2.1. Diagnóstico de la zona de estudio. ....	26
<b>2.1.1 Ubicación Geográfica.....</b>	<b>26</b>
<b>2.1.2 Entorno Sociocultural.....</b>	<b>28</b>
<b>2.1.3 Entorno Socioeconómico .....</b>	<b>30</b>

<b>2.1.4 Entorno Político</b> .....	32
2.2 Diagnostico parroquial .....	33
<b>2.2.1 Ubicación Geográfica</b> .....	33
<b>2.2.2 Entorno Sociocultural</b> .....	35
<b>2.2.3 Entorno Sociopolítico</b> .....	37
<b>2.2.4 Entorno Cultural</b> .....	39
<b>2.2.5 Entorno Turístico</b> .....	43
CAPITULO III .....	49
3.1 DESARROLLO METODOLÓGICO.....	49
<b>3.1.1 Enfoque de investigación</b> .....	49
<b>3.1.3 Instrumentos de recolección de información</b> .....	50
<b>3.1.4 Procedimiento para recolección de datos</b> .....	50
<b>3.1.5 Cobertura de las unidades de análisis</b> .....	50
<b>3.1.6 Procedimiento para tratamiento y análisis de información</b> .....	51
3.2 Resultados.....	52
3.2.1 Encuesta .....	52
<b>3.2.2 Análisis</b> .....	53
<b>3.3 ENTREVISTA</b> .....	63
3.4 Comercio Justo Simiatug.....	66
3.4.1 Organización Base .....	66
3.4.2.1 Grupo Social Feep (Fondo Ecuatoriano Popolorun Progressio).....	66
3.4.2 Empresa Comercializadora de Comercio Justo CAMARI. ....	67
3.4.3 Principios de Comercio Justo aplicados en la Asociación Simiatug Llakta a través de Camari.....	68
3.5 Cuadro Resumen de análisis de aplicación de los principios de comercio justo de artesanías entre Simiatug Llakta y Camari.....	86
3.6 CONCLUSIONES .....	88
3.7 RECOMENDACIONES .....	89
BIBLIOGRAFIA.....	89



## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Principios de comercio justo.....	4
<b>Figura 2:</b> Ubicación Geográfica del Cantón Guaranda .....	26
<b>Figura 3:</b> Auto identificación de la población.....	29
<b>Figura 4:</b> Actividades Económicas de la población.....	30
<b>Figura 5:</b> Ingresos Promedio de los habitantes de Guaranda .....	31
<b>Figura 6:</b> Ubicación Geográfica de la parroquia de Simiatug.....	33
<b>Figura 7:</b> Nivel de educación de los habitantes de la parroquia de Simiatug .....	36
<b>Figura 8:</b> La preparación de los alimentos .....	40
<b>Figura 9:</b> La comunidad .....	41
<b>Figura 10:</b> Estola Andina .....	41
<b>Figura 11:</b> Bolsos de cabuya .....	42
<b>Figura 12:</b> Protectores de Agendas de cabuya .....	42
<b>Figura 13:</b> Zapatos artesanales .....	43
<b>Figura 14:</b> ¿Sabía usted que, la parroquia de Simiatug está ubicada en la provincia de Bolívar?.....	53
<b>Figura 15:</b> ¿Conoce usted el proceso de elaboración de las shigras a base de cabuya? .....	54
<b>Figura 16:</b> ¿Sabía usted qué el Comercio Justo es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza? .....	55
<b>Figura 17:</b> Cuando adquiere un producto ¿está pensando en el impacto ambiental que tendrá su decisión? .....	56
<b>Figura 18:</b> Cuando adquiere un producto artesanal ¿está pensando en el impacto social que tendrá su decisión? .....	57
<b>Figura 19:</b> De los siguientes sellos certificadores de productos éticos/ responsables, ¿cuáles conoce? .....	58
<b>Figura 20:</b> ¿Con qué frecuencia encuentra productos de "Comercio Justo"? .....	60

<b>Figura 21:</b> En cuanto a la calidad de los productos de Comercio Justo, ¿Con cuáles de las siguientes afirmaciones se siente identificado?.....	61
<b>Figura 22.</b> ¿Después de comprar un producto elaborado artesanalmente, usted se siente satisfecho por el precio pagado? .....	63
<b>Figura 23:</b> Estrategia empresarial CAMARI.....	70
<b>Figura 24:</b> Informe General FEPP.....	72
<b>Figura 25:</b> Bordado en tiempo de pastoreo.....	74
<b>Figura 26:</b> Mujeres de Simiatug Llakta.....	78
<b>Figura 27:</b> Talleres .....	81
<b>Figura 28:</b> Capacitaciones del uso de Excel básico .....	83
<b>Figura 29:</b> Resumen del cumplimiento de los principios de CJ en Simiatug .....	87

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> <i>Límites del cantón Guaranda</i> .....	27
<b>Tabla 2:</b> <i>Superficie por parroquias del Cantón de Guaranda</i> .....	27
<b>Tabla 3:</b> <i>Población por parroquias</i> .....	28
<b>Tabla 4:</b> <i>Datos generales de la población del cantón Guaranda</i> .....	29
<b>Tabla 5:</b> <i>Parroquias Urbanas y Rurales</i> .....	30
<b>Tabla 6:</b> <i>Índice de pobreza</i> .....	32
<b>Tabla 7:</b> <i>Límites de la parroquia de Simiatug</i> .....	34
<b>Tabla 8:</b> <i>División Territorial de la parroquia de Simiatug</i> .....	34
<b>Tabla 9:</b> <i>Habitantes de la parroquia de Simiatug</i> .....	35
<b>Tabla 10:</b> <i>% de cobertura de los servicios básicos de la parroquia</i> .....	37
<b>Tabla 11:</b> <i>Comunidades socias de la Fundación Runacunapac Yachana</i> .....	38
<b>Tabla 12:</b> <i>Marcas de artesanías de la Asociación Simiatug LLakta</i> .....	39
<b>Tabla 13:</b> <i>Accesibilidad a la Parroquia</i> .....	43
<b>Tabla 14:</b> <i>Atractivos Turísticos de la Parroquia de Simiatug</i> .....	44
<b>Tabla 15:</b> <i>TourOfertas Simiatug</i> .....	46
<b>Tabla 16:</b> <i>FODA de la parroquia de Simiatug</i> .....	47
<b>Tabla 17:</b> <i>¿Sabía usted que, la parroquia de Simiatug está ubicada en la provincia de Bolívar?</i> .....	53
<b>Tabla 18.</b> <i>¿Conoce usted el proceso de elaboración de las shigras a base de cabuya?</i> .....	54
<b>Tabla 19:</b> <i>¿Sabía usted qué el Comercio Justo es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza?</i> .....	55
<b>Tabla 20:</b> <i>Cuando adquiere un producto ¿está pensando en el impacto ambiental que tendrá su decisión?</i> .....	56
<b>Tabla 21:</b> <i>Cuando adquiere un producto artesanal ¿está pensando en el impacto social que tendrá su decisión?</i> .....	57

<b>Tabla 22:</b> <i>De los siguientes sellos certificadores de productos éticos/ responsables, ¿cuáles conoce?</i> .....	58
<b>Tabla 23:</b> <i>¿Con qué frecuencia encuentra productos de "Comercio Justo"?</i> .....	59
<b>Tabla 24:</b> <i>En cuanto a la calidad de los productos de Comercio Justo, ¿Con cuáles de las siguientes afirmaciones se siente identificado?</i> .....	61
<b>Tabla 25:</b> <i>¿Después de comprar un producto elaborado artesanalmente, usted se siente satisfecho por el precio pagado?</i> .....	62
<b>Tabla 26:</b> <i>Criterios de medición del principio de creación de oportunidades para productores en desventaja económica</i> .....	69
<b>Tabla 27:</b> <i>Criterio de medición del principio de transparencia y rendición de cuentas</i> .....	71
<b>Tabla 28:</b> <i>Criterios de medición del principio de prácticas comerciales justas</i> .....	73
<b>Tabla 29:</b> <i>Criterios de medición del principio de pago de un precio justo</i> .....	75
<b>Tabla 30:</b> <i>Criterio de medición del principio de garantizar que no exista el trabajo infantil y el trajo forzado</i> .....	77
<b>Tabla 31:</b> <i>Criterio de medición del principio de Compromiso con la no discriminación</i> .....	79
<b>Tabla 32:</b> <i>Criterio de medición del principio de Garantizar buenas condiciones de Trabajo</i> .....	80
<b>Tabla 33:</b> <i>Criterios de medición del principio de Proporcionar el desarrollo de Capacidades</i> .....	82
<b>Tabla 34:</b> <i>Criterios de medición del principio de Promoción del comercio justo</i> .....	84
<b>Tabla 35:</b> <i>Criterios de medición del principio del respeto al medio ambiente</i> .....	85
<b>Tabla 36:</b> <i>Resumen de los principios de comercio justo entre Simiatug Llakta y Camari</i> .....	86

## **RESUMEN**

La parroquia de Simiatug, cuyo significado es “boca de lobo” está ubicado en la Provincia de Bolívar en el cantón Guaranda, es llamado el pueblo fantasma ya que sus actividades se realizan hasta las seis de la tarde, en esta parroquia existe un grupo de mujeres emprendedoras que se han reunido para compartir sus ideas y para crear a Simiatug Llakta que es una asociación de artesanas, que se dedican a la elaboración de shigras y otros productos utilitarios tejidos manualmente con cabuya, con diseños muy coloridos, expresando a través de ellos su idiosincrasia y las diferentes formas de relacionarse con la naturaleza, estas artesanías son comercializadas en la feria que se hace cada día miércoles, de esta forma ellas pueden obtener un ingreso extra para sus familias y ofrecerles mejores condiciones de vida, con este fin además la asociación tiene relaciones comerciales con Camari, en este sentido esta investigación pretende observar si los principios de comercio justo se cumplen en las actividades comerciales entre la empresa social Camari, la cual es parte del grupo Social FEPP (Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio), y la asociación de artesanas Simiatug Llakta, además si estas prácticas comerciales justas contribuyen al desarrollo de la parroquia.

**PALABRAS CLAVES:**

**PRINCIPIOS DE COMERCIO JUSTO**

**ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA**

**ARTESANIAS**

**CABUYA**

## **ABSTRACT**

The parish of Simiatug, whose meaning is "boca de lobo" is located at the Province of Bolívar in the Guaranda canton, it is called the ghost town because of its activities are carried out until six in the afternoon, in this parish there is a group of enterprising women who have come together to share their ideas and to create Simiatug Llakta which is an association of artisans, who are dedicated to the elaboration of shigras and other utilitarian products manually woven with cabuya, with very colorful designs, expressing through them their idiosyncrasy and the different ways of relating to nature, these crafts are marketed at the fair that is held every Wednesday, so they can get extra income for their families and offer them better living conditions, with this purpose also the association has commercial relations with Camari, in this sense this research aims to observe if the principles of fair trade are they fulfill in the commercial activities between the social enterprise Camari, which is part of the Social FEPP (Ecuadorian Populorum Progressio Fund) group, and the Simiatug Llakta artisan association, in addition if these fair commercial practices contribute to the development of the parish.

### **KEYWORDS:**

**FAIR TRADE PRINCIPLES**

**POPULAR AND SOLIDARITY ECONOMY**

**HANDICRAFTS**

**CABUYA**

## INTRODUCCION

### Planteamiento del problema

El Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SISE,2014) afirma que existe un índice del 80% de pobreza en la parroquia de Simiatug, es así que pobladores han optado por salir de la parroquia hacia ciudades principales para buscar un mejor estilo de vida, pues en la parroquia no existe condiciones de empleo saludables, además no se valora los oficios ancestrales tales como la elaboración de artesanías y de ciertos productos alimenticios propios de la Zona.

Según (Tonello, 2018) el alto índice de pobreza de los pobladores se da debido a que la historia de la comunidad se desarrolla en un ambiente donde ha prevalecido la dominación mestiza, generando esto división de las organizaciones indígenas, falta de obras de accesibilidad a las diferentes comunidades y desvalorización de la identidad indígena ; en el ámbito comercial existe una lucha por la imposición de precios dejando esto bajas utilidades para el productor pues reciben un valor inapropiado por los productos que cosechan y elaboran en el caso de las artesanías ; en el ámbito turístico aunque existe potencialidad turística , existen problemas estructurales que no permiten su desarrollo como es el tema del servicio de agua potable y luz eléctrica, sin embargo indirectamente existen grupos de mujeres artesanas que se vinculan con temas de comercio justo.

Considerando que el comercio Justo es un sistema de economía popular y solidaria que se desarrolla en un ambiente de inclusión y trato consiente a los pequeños productores, cuidando el medio ambiente y principalmente garantizando el pago justo por sus productos, se generan las siguientes preguntas:

¿Existe comercio justo en la parroquia de Simiatug?

¿Qué relación tiene el comercio justo con el turismo?

¿Constituye el Comercio Justo de artesanías una opción para impulsar el turismo que beneficie económicamente a la parroquia?

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

- Analizar el comercio justo de artesanías y su influencia en el desarrollo turístico de la parroquia de Simiatug

### **Objetivos específicos**

- Sustentar el Comercio Justo a través de teorías, conceptos, y aspectos normativos que servirán para fortalecer este trabajo de investigación.
- Elaborar un diagnóstico situacional general turístico y específico de la Parroquia de Simiatug.
- Establecer el diseño metodológico de la investigación y el instrumento de análisis para conocer la opinión del consumidor en cuanto al comercio justo.
- Realizar un análisis del cumplimiento de los principios de comercio justo de artesanías en la parroquia de Simiatug



## **Justificación**

El comercio justo es un sistema mediante el cual el pequeño artesano es el principal beneficiario en la venta de sus productos, es por ello que se da la necesidad de incentivar la aplicación de este sistema en la parroquia de Simiatug, para que de este modo sus productos sean comercializados conscientemente y reconocidos por su valor histórico-cultural es por esto que el presente documento analiza y conceptualiza el Comercio Justo como un elemento clave en el fortalecimiento comunitario y que ello contribuya al desarrollo turístico de la región que ha sido desplazada por la dinámica del comercio nacional e internacional convencional. Así, la pregunta que da lugar a la investigación es la siguiente, ¿el Comercio Justo de artesanías constituye una opción para impulsar alternativas de desarrollo turístico que beneficie a la parroquia? En esta nueva forma de relación comercial se considera a las personas y su entorno regional, cultural, de tradiciones milenarias como el eje de desarrollo y no el mercado que solo visualiza la matriz de precios y costos de producción que no aportan al desarrollo turístico de Simiatug.

La desigualdad en la distribución de las riquezas del Ecuador es evidente, tanto en el marco de la comercialización internacional como en la nacional se ven beneficiados por esta desigualdad las transnacionales y los productores masivos, que además no toman en cuenta lo valioso de la mano de obra, y las afectaciones que producen al medio ambiente, influyendo en las personas a caer en un círculo vicioso de trabajar para consumir-desechar sin conciencia social, mucho menos ambiental, creando necesidades irreales. Por otro lado, existe un sector comercial en comunidades rurales, grupos de indígenas y campesinos que han sido excluidos de los beneficios del proceso de comercialización, apartándolos de todo beneficio monetario y reduciendo así un mejor estilo de vida, educación y crecimiento comercial. Frente a este hecho evidente nace una alternativa de comercio, cuyo principal objetivo es cuidar tanto los derechos de estos productores excluidos. (Charlton, 2006)

## CAPITULO I

### 1. Marco teórico

#### 1.1 Teoría de economía solidaria

Para desarrollar la teoría de economía popular y solidaria se considerará al autor Luis Razeto Migliario quien se basó en fundamentos específicamente socioeconómicos.

Según Razeto:

“La economía solidaria o economía de solidaridad es una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo. El principio o fundamento de la economía de solidaridad es que la introducción de niveles crecientes y cualitativamente superiores de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, tanto a nivel de las empresas como en los mercados y en las políticas públicas, incrementa la eficiencia micro y macroeconómica, junto con generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad.”

El modo de producción capitalista, desde sus inicios, ha sido criticado y por ello han nacido alternativas de comercio que se han denominado de diferentes formas: cooperativismo, mutualismo, economía social, entre otros; sin embargo, la economía solidaria reúne integralmente los principios de los términos mencionados abarcando principios, formas de trabajo y de organización de forma mejorada. La economía solidaria plantea acciones para el desarrollo económico comunitario, se maneja de forma filosófica y se intenta a través de ella estudiar formas complejas como la economía, la sociedad, la política, la cultura y el medio ambiente. Este estudio se respalda en esta teoría pues el comercio justo se desarrolla en el marco de la sustentabilidad abarcando algunos principios que busca el bienestar del productor y de la naturaleza en general. (Giuseppina, 2007)

Según Razeto las asociaciones que se han formado bajo el concepto de economía solidaria han sido orientadas por bases éticas, filosóficas, doctrinarias e ideológicas, positivándolas y derivando

así normas de carácter jurídico que regulen las actividades, las formas de organización y el funcionamiento de las asociaciones que son parte de este modo de producción alternativa sin embargo existen limitaciones en algunos aspectos que tienen que ver con el desarrollo de estas organizaciones: falta de criterio de eficiencia económica, pérdida de objetividad del proyecto olvidando los propósitos iniciales de desarrollo y alineándose a las formas convencionales capitalistas, el respaldo de confiabilidad para poder retener el recurso humano y financiero. Estas limitaciones solo se pueden superar a través de una teoría científica específicamente relacionada con la economía que contribuye proporcionando un modo de lenguaje moderno, motivador y positivo respetando el contexto cultural, proponiendo posibilidades de integración tomando en cuenta la identidad social, permitiendo la inserción de grupos con experiencias diferentes en cuanto a economía solidaria para adoptar nuevas formas de organización alternativa que permitan la activación de proceso de experimentación con el fin de mejorar este sistema económico alternativo al convencional. (Razeto, 2001)

Por un lado, está la tendencia latinoamericana de economía solidaria cuya filosofía es involucrar a pequeños grupos en donde prevalezcan nexos de familiaridad, exista ayuda mutua y que las necesidades comunes que surgen frente a problemas específicos como la falta de trabajo, el difícil acceso a la vivienda propia, la explotación laboral, el pago injusto a los productores, el daño al medio ambiente e incluso el desarrollo personal sean satisfechas. En Latinoamérica, la economía popular y solidaria adopta caracteres más radicales comparados con otros contextos, inclusive la tendencia está más inclinada a la revolución, incidiendo en la estructura productiva y caminando en contracorriente del sistema capitalista. Según la tendencia latinoamericana la economía solidaria se define como un modo de producción-distribución alternativa que permite la libre asociación de trabajadores y que implica varios desafíos: la lucha en contra del sistema comercial capitalista, construir y reforzar identidad de nuevos sujetos solidarios. Por otro lado, la economía solidaria con tendencia europea, que, según varios autores, este término no solo abarca la asociación de trabajadores, sino que es un factor que integra el estudio de la problemática social y económica, de igual manera se puede identificar dos vertientes de esta tendencia la primera es la cristiana que se basa prácticamente en los aspectos sociales y morales y la segunda es la vertiente

socialista que se centra en la capacidad de auto-organización de los trabajadores. (Giuseppina, 2007)

La teoría de la economía solidaria respalda el lema de diversos movimientos sociales que ha cambiado de : “otro mundo es posible por otra economía es posible”, con otra economía el autor no hace referencia a una economía utópica en donde sus objetivos son imposibles de cumplir sino más bien se busca logro a través de ella el desarrollo humano a través del fortalecimiento en temas de autogestión, creación de nuevos emprendimientos, comunidad, prácticas ecológicas, adopción de consumo responsable y las prácticas de comercio justo. (Loaiza, 2014)

Existen además varios aspectos que definen la teoría de economía solidaria y que es relevante para esta investigación, entre estos aspectos están: la identificación con un grupo social determinado, el nivel cultural de los miembros y el sentido de pertenencia que esto genera, los valores éticos, debe existir un espacio común en donde se reúnan para crear acciones importantes para su desarrollo, estrategias colectivas, responsabilidad y compromiso colectivo, el desarrollo integral de todas y todos los miembros, equidad, compartir cosmovisión ancestral, capacitación integral en aspectos sociales, gestión transparente y compartida, respeto por la creatividad colectiva e individual, y trabajar conjuntamente buscando beneficios colectivos ; claramente estos aspectos reflejan que para tener una economía solidaria exitosa es necesario reconocer una necesidad individual y para resolverla interviene la colectividad en forma solidaria . (Giuseppina, 2007, pág. 25)

Según (Socias & Doblas, 2005) la influencia de la teoría de la economía solidaria en el comercio justo es de gran relevancia pues el comercio justo vendría a ser parte de ella, siendo un instrumento para el desarrollo de quien adopte esta forma alternativa de economía, proponiendo sobretudo el consumo consciente, solidario y responsable a través de principios que permitirán medir el cumplimiento filosófico de los grupos, países y ciudades asociadas, estos principios están claramente establecidos y que están detallados en la figura 1.



**Figura 1:** Principios de comercio justo

Fuente: (CECJ, 2000)

Los principios del comercio justo se han ido formando a lo largo de la experiencia que ha permitido poner en marcha esta tendencia económica que en general busca el bienestar de la colectividad excluida. Según la (World Fair Trade Organization, s.f.) cada principio tiene su conceptualización:

Para el presente trabajo los principios del comercio justo son de gran importancia ya que a través de ellos se podrá medir el nivel del cumplimiento de comercio Justo que mantiene la Asociación Simiatug Llakta, centro de artesanías que trabaja con más de 500 artesanas mujeres.

Existen también las denominadas ciudades por el comercio justo, que es una forma de relacionar a los productores directamente con los consumidores urbanos, los principales países que tienen ciudades a las que se le ha otorgado un título de “ciudad por el comercio justo” son Francia, Bélgica, Australia, Costa Rica, Canadá, EEUU. En el caso de Ecuador Riobamba y Quito están consideradas como ciudades por el comercio justo pues son estas las que en reciben productos que defienden este tipo de economía, aunque es un tema que aún no es muy conocido. (Heller, 2018)

## 1.1 Marco referencial

Para este trabajo de investigación se ha considerado tomar como referencias a estudios, investigaciones, folletos, manuales, fundaciones y empresas que se manejan en temas de comercio justo.

### 1.1.1 Comercio Justo

En lo referente a Comercio Justo se ha tomado en cuenta referencias de impactos de la introducción del sistema de comercio justo como una alternativa de desarrollo de los medianos y pequeños productores es así que se toma como herramientas investigaciones, manuales y artículos que han sido elaborados nacional e internacionalmente. Aunque existen dos versiones del origen del comercio justo, es importante tomar como referencia el enfoque Europeo, pues tienen una visión más generalizada del manejo del comercio ortodoxo y comercio justo de América en general.

La Educación Europea (*Ethical Consumerism in European Education*, ECEE) es una asociación que persigue un interés común y este es crear conciencia en el consumo y reivindicar el Comercio Justo han realizado una investigación cuyo resultado final es un manual de técnicas de iniciación para comercio justo y un estilo de consumo responsable, el objetivo principal de este instrumento es motivar, llevar, dirigir hacia un desarrollo sostenible a través del uso de los valores, que son los que trascienden, a los miembros de la sociedad empezando con el núcleo de la misma, la familia, y después contagiando de ello a la comunidad ya que cada día la sociedad se va metiendo en el sistema de consumismo pensando que este es el camino a la solución de problemas sin nota que esto genera un daño al desarrollo del ser humano y del planeta. Esta guía es una orientación para las Organizaciones No Gubernamentales, y todos los interesados en los procesos para el cambio como: activistas, organizaciones sociales, educadores etc. y además es un referente práctico para este presente trabajo debido a que este manual ofrece ejemplos de buenas prácticas tomadas de ciertos países europeos además que busca sensibilizar a los seres humanos al consumo responsable y consiente. Este manual servirá como recurso para que los individuos que hayan hallado esa conciencia se involucren con sus propias comunidades para generar soluciones de esta problemática poco sostenible a través de metodologías educativas y el uso de otras herramientas para incentivar la conciencia y el pensamiento crítico, llevando esto hacia las posibles soluciones

partiendo desde una base medioambiental, la metodología de este manual es un aporte al desarrollo comunitario en cuestión de consumo y comercio justo. (GRUNDTVIG, 2012, pág. 4)

Es evidente además en este manual la relación que el comercio justo tiene con el consumo responsable según los autores de este texto:

“Apostar por el Comercio Justo es la oportunidad más clara que tenemos de tomar decisiones éticas como consumidores. El Comercio Justo se opone a la naturaleza injusta de los sistemas de comercio convencionales y se centra especialmente en los productores marginados (agricultores, granjeros, artesanos y trabajadores) de los países del Sur. Se trata de una herramienta efectiva para animar y capacitar a los consumidores a pensar en las consecuencias sociales, económicas y ecológicas de sus compras”. (GRUNDTVIG, 2012, pág. 7)

Existen además otros enfoques en cuanto al comercio justo, es así que la fundación española para la innovación de la artesanía junto con el Ministerio de asuntos exteriores y de cooperación española crea una guía de comercio justo para artesanos y artesanas de Latinoamérica con el fin de compartir información visualizando un camino consiente de comercio. Es así que se recolecta información de diferentes personas que se han ido involucrando en esta lucha de dignidad económica y cultural. El gerente general de la Fundación Maquita Cushunchic comentó lo siguiente:

“El Comercio Justo ha contribuido a mejorar las condiciones de vida de nuestras asociaciones y cooperativas. Asimismo, ha sido una fuente de información sobre el mercado, sus exigencias y necesidades, lo que nos ha hecho mejorar en términos de calidad y cumplimiento” (FUNDESARTE, 2006)

Esta guía para el artesano o artesana es un estudio que aporta de gran manera a la referencia histórica, social y de desarrollo del comercio justo. Las consecuencias del actual modelo económico y social ha generado una crisis social y medioambiental pues se vive en un sistema capitalista nada consiente en donde existe explotación laboral infantil, pobreza, deforestación y además efecto invernadero, el reparto de la riqueza es injusto no solo en el Ecuador sino a nivel mundial un dato interesante es que el 5% más rico de la población tiene 114 veces más ingresos

que el 5% más pobre de la misma, América Latina y el Caribe posee 56 millones de personas que viven con \$1 dólar diario aunque Latinoamérica es una región rica en recursos es estigmatizada como pobre, y además proveedora de materia prima y posee bajo nivel de productos elaborados, esta información recolectada por FUNDESARTE al crear esta guía es un aporte de gran calidad para investigaciones de comercio justo enfocado a nivel artesanal (FUNDESARTE, 2006, págs. 11-13)

Existe también un estudio sobre “Comercio justo. De la asistencia a la competencia” de Loachamin Pablo, (2009) su aporte a esta investigación es de gran ayuda para el tema planteado en este documento pues existe dirección a nivel de certificaciones de comercio justo y la influencia que puede tener en el desarrollo económico:

“La aparición de los procesos de certificación *Fair Trade* y de las comercializadoras transnacionales, como característica de la Segunda generación, también generan reacciones en los pequeños productores que ven en peligro su espacio. El análisis del caso muestra la visión de los productores respecto a esta situación.” (Loachamin, 2009, pág. 8)

Loachamin, 2009, después de terminar con su investigación concluyó que la intervención de la red de comercio justo para ser comprendida integralmente debe ser analizada fuera del contexto proporcionado por el Movimiento de Comercio justo esto es un gran aporte para el tema que se quiere proponer que es comercio justo de artesanías como desarrollo turístico-económico de la parroquia de Simiatug, pues el comercio justo también tiene sus críticas tomando en cuenta que su principal objetivo sería beneficiar al productor, pero en muchos casos no es así y esta investigación es la demostración de este hecho. El principal motivo por lo que no se cumplen los principios de comercio justo es que este marco de discusión no contempla las diferencias funcionales entre movimiento y red. Tampoco puede ser entendida dentro de un debate sobre lo “alternativo” o lo “convencional” porque la red participa comercialmente de ambas categorías, tampoco puede ser comprendida en el debate sobre la justicia de los precios porque, muchas veces son considerados “injustos” por sus propios beneficiarios. Los esquemas referentes a la regulación o transformación del sistema comercial, difícilmente pueden ser aplicados a un proceso como el de la red de comercio



justo ya que su incipiente regulación se limita al comportamiento del productor. (Loachamin, 2009, pág. 88).

### 1.1.3 Certificaciones

Por otro lado se tiene de referencia en la obtención de certificaciones de comercio justo al documento de investigación “Comercio Justo: Impacto de la certificación en Argentina” cuyo autor menciona a “Proyecto de Sistemas Productivos Sustentables a través de Mercados de Comercio Justo”, este documento tiene diferentes casos de estudios, de los cuales dos pueden ser de gran utilidad para el estudio de comercio justo de artesanías como alternativa de desarrollo turístico en la parroquia de Simiatug. Uno de los casos es la producción artesanal de miel y el otro la producción de uvas para vino, estos productos son aptos para obtener una certificación internacional ya que esto aporta mayor valor monetario a los productos (Saldias, 2017, pág. 24).

“Este estudio permitirá al lector obtener información objetiva sobre las implicancias que representa la certificación de Comercio Justo a nivel económico, lo cual puede ayudar en la toma de decisiones al momento de desarrollar estrategias comerciales, haciendo la salvedad de que el modelo de Comercio Justo se encuentra poco desarrollado en Argentina, por lo que el presente estudio busca brindar un precedente dentro de este campo de investigación.” (Saldias, 2017, pág. 7)

El aporte de esta investigación con respecto a las certificaciones de comercio justo ha sido muy favorecido para los productores de miel y uvas de la Argentina así mismo este es un referente documental para el presente trabajo puesto que de igual manera menciona la carencia de información cuantitativa a nivel nacional lo que facilitaría medir el impacto de dichas certificaciones en el comercio artesanal.

Según (Keisling, 2013), que tiene por tema “La realidad de Comercio Justo: una investigación de las fallas y los éxitos del sistema en el Valle de la Convención, Perú, desde la perspectiva de los productores”, pues en la mayoría de documentos que se han recopilado para esta investigación se habla del comercio justo insertado desde Europa ya que se vio la necesidad de los pueblos de Latinoamérica de tener un crecimiento en su economía, la preocupación es que somos países ricos en materia prima pero no existe el capital necesario para crear ciertas industrias que mejoren la

calidad de los productos que poseemos, pero el valor histórico-artesanal que ellos tienen es invaluable, sus técnicas ancestrales de elaboración y su riqueza artística hacen de los productos algo muy cotizado pero también es importante hablar en este punto de comercio justo y porque no aumentar la palabra consciente ya que con el pasar del tiempo exactamente 25 años desde su aparición es un tema que ya ha sido manipulado y paulatinamente va perdiendo su objetivo que es mejorar la calidad de vida de los artesanos, es por eso que este documento es un referente trascendental para el presente estudio. (pag.10)

“Aunque el Comercio Justo se trata de valores económicos, sociales, culturales y ecológicos, para los productores, el aspecto de Comercio Justo que más valoran es el precio. También, dice que en el caso de COSART, el “precio justo” es negociable, basado en lo que piensan los productores y lo que dicen COSART sobre el precio vendible. En esta manera, dice la autora, la relación está en “riesgo de regresar a la lógica del sistema que el movimiento de comercio justo quiere corregir: la lógica de mercado sin valor humano, ni social, ni cultural, ni ecológico” (Keisling, 2013, pág. 14).

En este estudio el autor analiza la manera en la que el verdadero propósito de Comercio Justo y la praxis se encuentran, aspectos relevantes para analizar la coherencia con la que se maneja el comercio justo y analizar si es realmente consciente el precio de lo artesanal tomado en cuenta beneficio del pequeño productor vs. Lucro del comerciante, en Ecuador existen varios establecimientos con certificaciones de comercio justo pero si se indaga a profundidad se puede determinar que es un comercio justo muy manipulado por el comerciante y el pequeño productos no recibe los beneficios que el comercio justo en su momento de creación buscó satisfacer. (Keisling, 2013, pág. 18).

#### 1.1.4 Referencias Regionales

Después de haber buscado referentes para el tema a desarrollar y encontrar un alto nivel de influencia europea en el desarrollo del comercio justo es necesario también buscar un enfoque vecino, es por eso que se toma como referente al documento de tesis “Influencia de la aplicación del modelo comercio justo en el desarrollo de la asociación central de artesanas y artesanos tradicionales del sur andino “*inkakunaq ruwaynin*”, desarrollado en Arequipa, Perú. Este estudio

es relevante porque se basa en la investigación de un modelo de ventas consiente, en donde los beneficios son sociales, medioambientales y comunales además en donde se da valor justo al trabajo del artesano “así mismo, este estudio es importante ya que se aprecia la dimensión de beneficio de pequeñas asociaciones de artesanos que aplican criterios de comercio justo sin poseer una certificación”. Principalmente esta investigación es muy cercana a lo que se quiere proponer como tema de tesis que es Comercio Justo de artesanías (Caceres R. , 2016, pág. 7)

En el documento de tesis “Enfoque teorico-epistemologico del comercio justo-caso de estudio Ecuador” según Cruz, 2015 aporta a lo referente a principios de comercio justo y su desarrollo en el Ecuador, las referencias anteriores han sido enfocadas en el artesano, en las certificaciones y en estudios internacionales, pero este documento ya hace un estudio más específico nacionalmente, este estudio posee datos muy relevantes; uno de ellos habla sobre el porcentaje de exportaciones no petroleras que se han sometido a los principios de comercio justo, que no representa más del 1% , además como país, el Ecuador no ha definido aún políticas públicas de regulación de este sistema, el Ministerio de Comercio exterior hasta el 2015 había generado una “estrategia ecuatoriana de comercio justo”, herramienta cuya ayuda fue importante para la implementación, impulso y regulación de este tipo de comercio que cada día va en crecimiento. Este estudio posee datos referentes al Ecuador en materia de comercio justo el “recomienda la asignación de un órgano estatal que norme y posteriormente regule la implementación de una política de Comercio Justo en el país, difunda sus teorías y apoye el proceso a todos los beneficiarios” (Cruz, 2015, pág. 10)

#### 1.1.5 Artesanías

Después de recopilar información relevante sobre la parroquia de Simiatug y de comercio justo, otro tema de igual importancia es la artesanía como tal y la relación que esta tiene con el medio ambiente, el medio cultural y el medio económico, a continuación se detalla la información que se encontró con respecto a este tema:

Existe una publicación elaborada por el grupo impulsor de artesanías y medio ambiente el cual fue integrado después del primer foro nacional artesanal en el 2005, esta publicación es una herramienta que sirve para artesanos, promotores, capacitadores y además es útil para esta investigación pues es importante conocer la problemática artesanal tomando en cuenta los aspectos

medioambientales que influyen en su desarrollo, si se considera los cientos de años que esta actividad tiene a lo largo de la historia de los seres humanos. En este documento además se trata de no anecdotizar a los conocimientos que guardaban los artesanos y que les permite una relación de equilibrio con su medio. En los referentes de este estudio cuenta que los artesanos se dejaban guiar por las diferentes etapas lunares para realizar la tala de árboles y arbustos para evitar la polilla, o que conocían formas de cortar y recolectar plantas para propiciar de esta manera la propagación de ciertas especies, en lo referente a la conciencia ambiental se puede afirmar que existe conocimiento por parte de los artesanos en relación con la naturaleza y el trato responsable que se merece pero por otro lado este documento de investigación hace entrevistas a los artesanos y concluyen el dominio que tienen por su oficio logrando desarrollar técnicas muy complicadas y con herramientas básicas, estas características son el valor agregado de las artesanías que realizan los pequeños productores en este caso mexicanos pero es también una realidad en América del Sur. (Turok, 2009, págs. 4-6)

“En la mayoría de los procesos de producción artesanal, todos los recursos naturales empleadas son fundamentales y si se carece de alguno, el proceso de producción podría suspenderse. Por otro lado, su uso exagerado o inadecuado puede afectar la calidad y abundancia de la producción. Existen varios casos de contaminación de agua y/o suelos debido al empleo de productos químicos. Tan sólo la basura que se genera durante el proceso de producción es factor contaminante, es decir, la producción artesanal tiene un impacto en el medio ambiente y la magnitud de ésta debe ser evaluada y mitigada”. (Turok, 2009, pág. 39)

El tema de explotación de recursos también es relevante para nuestro estudio pues esto también está relacionado con la responsabilidad social.

En cuanto al tema de las artesanías, existen modelos de comercialización, uno de ellos es una trabajo de tesis cuyo contenido investigativo es útil para este tema puesto que indica los tipos de canales de distribución para la venta de artesanías ecuatorianas, tomando en cuenta los medios tecnológicos para poder expandirse hacia Europa, es importante centrarse en los objetivos de este referente, Según Silva uno de ellos es : “Promover el cambio positivo en el clima de negocios de

las artesanías ecuatorianas a través del diseño de un modelo de comercialización de artesanías, que analice diversos canales de distribución, nacionales e internacionales, tendiente a abrir nuevos mercados que le permitan al artesano satisfacer sus más sentidas aspiraciones”. (Silva, 2005, pág. 15). Ya que el tema de comercio justo llega ser un tema muy utópico se ve la necesidad de buscar referentes comerciales de artesanías ecuatorianas y su sistema de distribución pues posicionar a la artesanía ecuatoriana en los mercados internacionales, se puede lograr solo a través de la colocación de productos artesanales en todo el mundo, principalmente en Europa y América Latina, a través de la presencia en ferias internacionales y ruedas de negocios, procesos de intermediación comercial por catálogos promocionales, sitios Web, ventas vía Internet y una base de contactos directos de intermediarios y compradores en todos los países y puede llegar a tener más peso con certificaciones de comercio justo. (Silva, 2005, pág. 15)

El nuevo modelo pretende, además de asegurar un mercado nacional para las artesanías ecuatorianas, promocionar y posicionar en el extranjero los artículos artesanales del país, para ello se establecerá en Europa una empresa comercializadora de artesanías ecuatorianas, con sede en España, aprovechando los recursos humanos y financieros de los emigrantes. El nuevo modelo permitirá desarrollar nuevas formas asociativas de producción y comercialización de artesanías, tales como cooperativas, unión de artesanos, empresas comunitarias etc. ellas permitirán abrir almacenes artesanales, organizar ferias con mecanismos modernos de mercadeo y utilizar canales virtuales de comercialización. Por la estructura productiva del sector artesanal ecuatoriano, no todas las artesanías tendrán acceso al mercado internacional, ya que éste exige calidad, cantidad y costos, variables que muchos talleres cumplen, únicamente las ramas más representativas de la artesanía ecuatoriana tendrán cabida en los mercados europeos: entre otras actividades la de cerámica, productos de fibras vegetales duras, madera y cuero. El diseño constituirá el vehículo que permitirá promocionar los productos artesanales en todo el mundo, principalmente en Europa y Estados Unidos. Diseño que tomará en cuenta el entorno natural, histórico, cultural y ambiental, fomentando la cultura, tradición e identidad de nuestros pueblos. (Silva, 2005, pág. 19)

Artesanía Patrimonial, oficios y tradiciones ecuatorianas es otro referente en el tema de las artesanías elaborado por varios autores pertenecientes al Ministerio de Industria y productividad, en esta investigación la Ex Ministra Verónica Sion de Josse afirma que “se está avanzando hacia

una economía popular, participativa y propietaria, en donde convergen los esfuerzos de la comunidad, la política pública y la cooperación de organismos comprometidos con el desarrollo, en un verdadero plan con sostenibilidad” (Sion, 2010)

#### 1.1.6 Referentes nacionales

El 2 de abril del 2012, en la República del Ecuador se declara el Consorcio Ecuatoriano de Economía Solidaria y Comercio Justo con el propósito de incentivar el cumplimiento de los principios de Comercio Justo, en este consorcio se asocian los siguientes integrantes:

- Fundación Maquita Cushunchic
- Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP) -
- CAMARI,
- la Fundación Sinchi Sacha,
- la Corporación RELACC y
- la Corporación Grupo Salinas.
- Chankuap.

En el marco del sistema económico social y solidario, estas instituciones sin fines de lucro buscan incrementar la productividad, la complementación productiva y la diversificación de los mercados de destino nacional e internacional a través del modelo de Comercio Justo, lo que permite una relación comercial sostenible. El consorcio tiene la responsabilidad además de facilitar procesos de capacitación, información y promoción de comercio justo con el fin de promover el consumo responsable, influir en la política pública y motivar el desarrollo de los y las productoras. (MARCILLO Cesar, s.f.)

La Fundación Maquita Cushunchic, cuyo lema es “comercializando como hermanos”; esta organización social trabaja en el tema de comercio justo y de economía popular y solidaria hace más de 30 años practicando valores cristianos y humanos. Con el propósito de incidir positivamente en la economía de la población menos favorecida en el Ecuador y con el fin de mejorar su calidad de vida, que se ha visto afectada por los procesos comerciales convencionales faltos de equidad, basan su filosofía en los 11 principios de Comercio Justo, entre ellos están: la creación de oportunidades para productores y productoras en desventaja económica, transparencia y rendición

de cuentas, relaciones comerciales justas, pago de un precio justo, respeto a las normas de trabajo infantil y explotación laboral, compromiso con la equidad de género , la no discriminación y la libertad de asociación, condiciones de trabajo saludables, desarrollo de capacidades, promoción del comercio justo, respeto por el medio ambiente, respeto y difusión de la identidad cultural. (CECJ e. a., 2014)

La fundación Maquita Cushunchic ha promovido emprendimientos productivos, comerciales , asociativos e inclusivos que reúnen alrededor de 500.000 participantes en donde el 45% de la población es femenina, ha sido parte de la capacitación a organizaciones para la autogestión comercial y además cuenta con 55 proyectos comunitarios de producción y comercialización, con estos procesos ha conseguido brindar capacitación y desarrollar habilidades en los sectores de mayor vulnerabilidad económica aportando esto procesos positivos a más de 127 000 familias. Está conformada por tres empresas sociales reconocidas por la marca “Maquita”, cuyas actividades comerciales cuentan con certificaciones de Flo, Rainforest, Ecocert y Comercio Justo. La primera es Agromaquita, que se dedica a la exportación de cacao en grano y en polvo; la segunda es Maquita Turismo, que se desenvuelve en el marco de turismo comunitario en Costa, Sierra y Amazonia; y la tercera es Maquita Solidaria, que trabaja con “*private label*” comercializando nacional e internacionalmente productos tales como: artesanías, alimentos agrícolas y procesados. (CECJ e. a., 2014, pág. 43)

### **1.3 Marco conceptual**

#### **1. ARTESANÍAS**

Según la UNESCO artesanía es

“un producto elaborado por manos de un artesano sea este realizado a mano en su totalidad o con el uso de herramientas manuales que incluye también medios mecánicos, pero donde la intervención manual continúe siendo lo más importante en sus terminados”. (UNESCO, 1997)

## **2. ARTESANO**

Es quien “realiza labores manuales y se dedica a vender sus productos de forma particular, sin intermediarios. Muchas veces, incluso, trabaja bajo demanda, elaborando piezas a gusto de sus clientes. Generalmente los fines de ese trabajo son artísticos: la pasión por una tarea más que el resultado monetario de la misma” (Perez J. , 2013)

## **3. CABUYA**

“Es una planta típica de las yungas y vertientes occidentales andinas. Este vegetal es de múltiples usos: de su fibra se hacen hilos, de sus hojas papel, de sus espinas agujas, y sus hojas jabonosas sirven como detergente. Además el zumo fermentado da una agradable bebida, es por ello que los cronistas decían que esta maravillosa planta regalaba, aguja, hilo, vestido, cuerdas, miel , vino, vinagre” (Rodriguez, 2010)

## **4. CAPITALISMO**

Según Karl Marx el capitalismo es “un sistema económico, donde el capital prevalece sobre el trabajo y es la base de la riqueza.” (Marx, 1848)

## **5. CERTIFICACION**

“La certificación es el procedimiento mediante el cual un organismo da una garantía por escrito, de que un producto, un proceso o un servicio está conforme a los requisitos especificados.” (Sivardiere, 2002)

## **6. COMERCIO**

El termino comercio “se refiere a la transacción que se lleva a cabo con el objetivo de comprar o vender un producto” (Porto, 2012)

## **7. COMERCIO JUSTO**

“El Comercio Justo es una asociación de comercio, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur” (FINE, 1998)



## **8. CONCIENCIA SOCIAL**

Este término puede definirse como “el conocimiento que una persona tiene sobre el estado de los demás integrantes de su comunidad.” (Porto, 2012)

## **9. DESARROLLO TURÍSTICO URBANÍSTICO - GEOGRÁFICO**

Desde este enfoque el desarrollo turístico se desenvuelve en el estudio de la configuración que van teniendo los espacios que son preferidos para realizar alguna actividad turística, las características que hacen atractivo este lugar y cuáles son las formas en que transforma esta actividad a los espacios (Rodríguez., 2000)

## **10. DESARROLLO TURÍSTICO SOCIO-ECONÓMICO**

Por otro lado según (Varisco, 2008) el termino desarrollo turístico ha sido definido como el medio de mejora continua de las instalaciones y servicios que sirven para brindar satisfacción al turista, generando esto diversidad de empleos e ingresos económicos. (pag.19)

## **11. DEMANDA TURÍSTICA**

“el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado” (OMT, 2008)

## **12. DESARROLLO DE CAPACIDADES**

Según la PNUD:

“es el proceso mediante el cual los individuos, grupos, organizaciones, instituciones y sociedades incrementan sus habilidades para realizar funciones esenciales, resolver problemas, definir y lograr objetivos y entender y responder a sus necesidades de desarrollo en un contexto amplio y de manera sostenible.” (United Nations Development Programme, 2008)

### **13. DIGNIDAD**

Según Kant la Dignidad es:

“aquello expropiable que hace al individuo resistente a todo, incluso al interés general y al bien común: el principio con el que nos oponemos a la razón de Estado, protegemos a las minorías frente a la tiranía de la mayoría y negamos al utilitarismo su ley de la felicidad del mayor número.” (Lanzon, 2016)

### **14. DISTRIBUCION**

El termino distribución “es el proceso que consiste en hacer llegar físicamente el producto al consumidor” (Porto, 2012)

### **15. ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

“es la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, se basa 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.” (EPS, 2017)

### **16. EFECTO INVERNADERO**

Según el centro internacional para la investigación del fenómeno del niño el efecto invernadero es “fenómeno por el cual determinados gases, que son componentes de la atmósfera planetaria, retienen parte de la energía que el suelo emite por haber sido calentado por la radiación solar” (CIIFEN, 2016)

### **17. GESTION DE RESIDUOS**

La gestión de residuos es la

“minimización del el impacto de su flujo de residuos en el medio ambiente. Productores de productos básicos agrícolas de comercio justo minimizan su impacto ambiental mediante

métodos de producción con bajo uso o uso orgánico de pesticidas siempre que sea posible.” (WFTO, 2013)

## **18. IDENTIDAD SOCIAL**

Según Taifel (1981) define la identidad social como “aquella parte del auto concepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia.” (Taifel, s.f.)

## **19. IGUALDAD DE GÉNERO**

Según Naciones Unidas, la igualdad de género se refiere a “la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres, y las niñas y los niños” (García, 2018)

## **20. LIBRE ASOCIACION**

La libre asociación es un derecho que “importa una vinculación permanente de varias personas con vistas a cumplir diversos fines” (Jimenez, 2005)

## **21. MATERIA PRIMA**

“Materia prima es todo bien que es transformado durante un proceso de producción hasta convertirse en un bien de consumo” (Economipedia, 2015)

## **22. MEDIO AMBIENTE**

“remite a un conjunto de elementos del medio natural como la vegetación, la fauna, la tierra, el clima, el agua, y su interrelación.”(Dehays, 2000)

## **23. MERCADO OBJETIVO**

“Un mercado objetivo es el segmento del mercado al que un producto en particular es dirigido. Generalmente, se define en términos de edad, género o variables socioeconómicas.” (Caceres J. , 2008)

## **24. OFERTA TURÍSTICA**

Se define oferta turística “al conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones” (virtuales, 2010)

## **25. OPORTUNIDAD**

“hace referencia a lo conveniente de un contexto y a la confluencia de un espacio y un periodo temporal apropiada para obtener un provecho o cumplir un objetivo.” (Perez J. , Definiciones, 2012)

## **26. PAGO JUSTO**

“Pago justo significa fijación de una remuneración socialmente aceptable (en el contexto local) considerado por los mismos productores como justo, y que tiene en cuenta el principio de igual remuneración por igual trabajo entre mujeres y hombres.” (WFTO, 2013)

## **27. PRACTICAS COMERCIALES JUSTAS**

Las prácticas comerciales justas son parte de los principios de comercio justo a través de la cual “se busca el bienestar de los y las productores y no maximizar las ganancias a su costa.” (Anonimo, El portal de la economía solidaria, 2006)

## **28. PRECIO**

El precio es “aquello que es entregado a cambio para adquirir un bien o servicio. También puede ser el tiempo perdido mientras se espera para adquirirlos” (Lamb Charles, 2006)

## **29. PRECIO JUSTO**

“Es el movimiento internacional que lucha por la justicia global a través de la comercialización de productos elaborados en condiciones justas, la movilización social y la incidencia política.” (Anonimo, Portal de la Economía solidaria , 2006)

## **30. PROMOCION**

la promoción es "el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados" (Farber, pág. 44)

## **31. SISTEMA ADMINISTRATIVO**

“Es el conjunto de componentes que interactúan entre sí y se encuentran interrelacionados recibe el nombre de sistema. Administrativo, por su parte, es aquello vinculado a la administración (Perez & Gardey, Definiciones.de, 2016)

### **32. SUSTENTABILIDAD**

“Es el equilibrio que existe entre una especie con los recursos del entorno en el cual se desenvuelve, este término principalmente lo que propone es satisfacer las necesidades de las personas sin comprometer los recursos de las generaciones futuras, busca un equilibrio justo entre el medio ambiente y los seres humanos” (Olamendi, 2015)

### **33. TRABAJO DECENTE**

Según la Organización Internacional del Trabajo, el trabajo decente es :

“El Trabajo Decente resume las aspiraciones de la gente durante su vida laboral. Significa contar con oportunidades de un trabajo que sea productivo y que genere un ingreso digno, seguridad en el lugar de trabajo y protección social para las familias, mejores perspectivas de desarrollo personal e integración a la sociedad, libertad para que la gente exprese sus opiniones, organización y participación en las decisiones que afectan sus vidas, e igualdad de oportunidad y trato para todas las mujeres y los hombres”. (Organización Internacional del Trabajo, 2014)

### **34. TRABAJO INFANTIL**

Según la Organización Internacional del Trabajo “el trabajo infantil es todo aquel que priva a los niños de su niñez, su potencial y su dignidad, y es perjudicial para su desarrollo físico y psicológico” (Coto, 2012)

### **35. TRABAJO FORZOSO**

"todo trabajo o servicio exigido a un individuo bajo la amenaza de una pena cualquiera y para el cual dicho individuo no se ofrece voluntariamente". (Organización Internacional del Trabajo, 1930)

### **36. TRANSPARENCIA**

“conjunto de nuevas disciplinas comerciales de la OMC así como los nuevos tratados de libre comercio, bilaterales y multilaterales y que tienen relación con la obligación de los Países Miembros de anunciar, con debida antelación, la medida de política comercial o de restricción al comercio que van a aplicar así como de notificar, sobre todo en el caso de la OMC, toda medida de política nacional que incida en el comercio internacional” (Dominguez, 2018)

### **37. VALOR**

Valor “es una cualidad que confiere a las cosas, hechos o personas una estimación, ya sea positiva o negativa. La axiología es la rama de la filosofía que se encarga del estudio de la naturaleza y la esencia del valor”. (Perez J. , 2008)

#### **1.4 Normativa que rige el contexto de comercio justo en el Ecuador**

Según la (Constitucion de la Republica del Ecuador, 2008), el comercio justo y todo su contexto es respaldado con los siguientes artículos:

**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.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.
6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.

7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

En el marco del régimen de desarrollo se propone por objetivo mejorar la calidad de vida, mediante un sistema económico justo y solidario. Este artículo no nombra al comercio justo específicamente, pero respalda los principios del mismo pues busca fortalecer la distribución económica igualitaria y la obtención de trabajos dignos para todos y todas.

**Art. 281.-** La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Para ello, será responsabilidad del Estado:

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 agro biodiversidad 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.

Artículo que respalda a mi proyecto pues en la parroquia en donde se desarrolla la investigación existen artesanos asociados, una de estas asociaciones se denomina “SIMIATUG LLAKTA”, que es un grupo dedicado a la extracción de la materia prima para generar productos utilitarios y artesanales.

**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 sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Según la (LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO, 2011)

## **Título I**

### **Del Ámbito, Objeto y Principios**

**Art. 4.- Principios.-** Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda: a) La búsqueda del buen vivir y del bien común; b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales; c) El comercio justo y consumo ético y responsable; d) La equidad de



género; e) El respeto a la identidad cultural; f) La autogestión; g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y, h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes

## **Sección 1**

### **De las Organizaciones del Sector Comunitario**

**Art. 15.- Sector Comunitario.-** Es el conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la presente Ley.

**Art. 16.- Estructura interna.** - Las organizaciones del Sector Comunitario adoptarán, la denominación, el sistema de gobierno, control interno y representación que mejor convenga a sus costumbres, prácticas y necesidades, garantizando su modelo de desarrollo económico endógeno desde su propia conceptualización y visión.

**Art. 17.- Fondo Social.** - Para el cumplimiento de sus objetivos, las organizaciones del Sector Comunitario, contarán con un fondo social variable y constituido con los aportes de sus miembros, en numerario, trabajo o bienes, debidamente evaluados por su máximo órgano de gobierno. También formarán parte del fondo social, las donaciones, aportes o contribuciones no reembolsables y legados que recibieren estas organizaciones. En el caso de bienes inmuebles obtenidos mediante donación, éstos no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social que produjo la donación.

**Art. 73.- Unidades Económicas Populares.** - Son Unidades Económicas Populares: las que se dedican a la economía del cuidado, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad.

## **PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR**

Dentro de las políticas del plan nacional del buen vivir se encuentra lo siguiente:

“Promover la competencia en los mercados a través de una regulación y control eficientes de prácticas monopólicas, concentración del poder y fallas de mercado, que generen condiciones adecuadas para el desarrollo de la actividad económica, la inclusión de nuevos actores productivos y el comercio justo, que contribuyan a mejorar la calidad de los bienes y servicios para el beneficio de sus consumidores.” (Plan nacional del buen vivir, 2013)

## CAPITULO II

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 2.1. Diagnóstico de la zona de estudio.

##### 2.1.1 Ubicación Geográfica



**Figura 2:** Ubicación Geográfica del Cantón Guaranda  
Fuente: Instituto Geográfico Militar

Localizada en la hoya de Chimbo, en el corazón del Ecuador, Guaranda se encuentra al noroeste de la Provincia de Bolívar,

#### 2.1.1.1 Límites:

Guaranda está localizada en la hoya de Chimbo, al noroeste de la Provincia de Bolívar, sus límites son:

**Tabla 1:**

*Límites del cantón Guaranda*

<b>LIMITES DEL CANTON GUARANDA</b>	
<b>Norte</b>	Provincia de Cotopaxi
<b>Sur</b>	Los cantones Chimbo y San Miguel
<b>Este</b>	Provincia de Chimborazo y Tungurahua
<b>Oeste</b>	Los cantones de Las Naves, Caluma y Echeandía

Fuente: (GAD Guaranda, 2016)

#### 2.1.1.2 Superficie

La superficie del Cantón Guaranda es de 1,897 Km<sup>2</sup>, a continuación, se presentará un cuadro de superficies por parroquia:

**Tabla 2:**

*Superficie por parroquias del Cantón de Guaranda*

<b>PARROQUIA</b>	<b>SUPERFICIE</b>
Facundo Vela	162.57 Km <sup>2</sup>
Guaranda	519.56 Km <sup>2</sup>
Julio E. Moreno	83.75 Km <sup>2</sup>
Salinas	469.56 Km <sup>2</sup>
San Lorenzo	94.96 Km <sup>2</sup>
San Luis de Pambil	125.52 Km <sup>2</sup>
San Simón Yacoto	96.73 Km <sup>2</sup>
Santa Fe	26,40 Km <sup>2</sup>
Simiatug	312.96 Km <sup>2</sup>

Fuente: (INEC, 2010)

### 2.1.1.3 Clima a nivel cantonal:

El Cantón Guaranda al estar ubicado en la Región Interandina o sierra su clima tiene paramos fríos llegando a tener desde 4° C a 7° C, y además tiene el subtropical cálido que va desde 18° C hasta 24°C se encuentra a 2.668 m.s.n.m. (GAD Guaranda, 2016)

### 2.1.2 Entorno Sociocultural

#### 2.1.2.1 Población

El total de la población del cantón es de 91. 877 habitantes de los cuales 44. 353 son hombres representado el 48.27% y 47 524 son mujeres representando el 51.73 %.

**Tabla 3:**

*Población por parroquias*

PARROQUIA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Facundo Vela	1.712	1.607	3.319
Guaranda	26.155	29.219	55.374
Julio E. Moreno	1.443	1.505	2.948
Salinas	2.944	2.877	5.821
San Lorenzo	929	928	1.857
San Luis de Pambil	2.779	2.578	5.357
San Simón (Yacoto)	2.048	2.155	4.203
Santafe (Santa fe)	822	930	1.752
Simiatug	5.521	5.725	11.246
<b>Total</b>	<b>44.353</b>	<b>47.524</b>	<b>91.877</b>

Fuente: (INEC, 2010)

Entre hombres y mujeres del cantón se obtuvo una edad promedio de la dicha población como resultado de ello se dice que es de 27,9 años además se obtuvieron los siguientes datos de la población con respecto a factores que podrían incidir en mejorar sus estilo de vida, lamentablemente los porcentajes son muy bajos como se observara en el siguiente cuadro:

**Tabla 4:**

Datos generales de la población del cantón Guaranda

<b>Población</b>	
Personas con cedula de ciudadanía	63 671
Ocupados con Seguro General	14 517
Personas con seguro privado	3 859

Fuente: (INEC, 2010)

### 2.1.2.2 Etnias

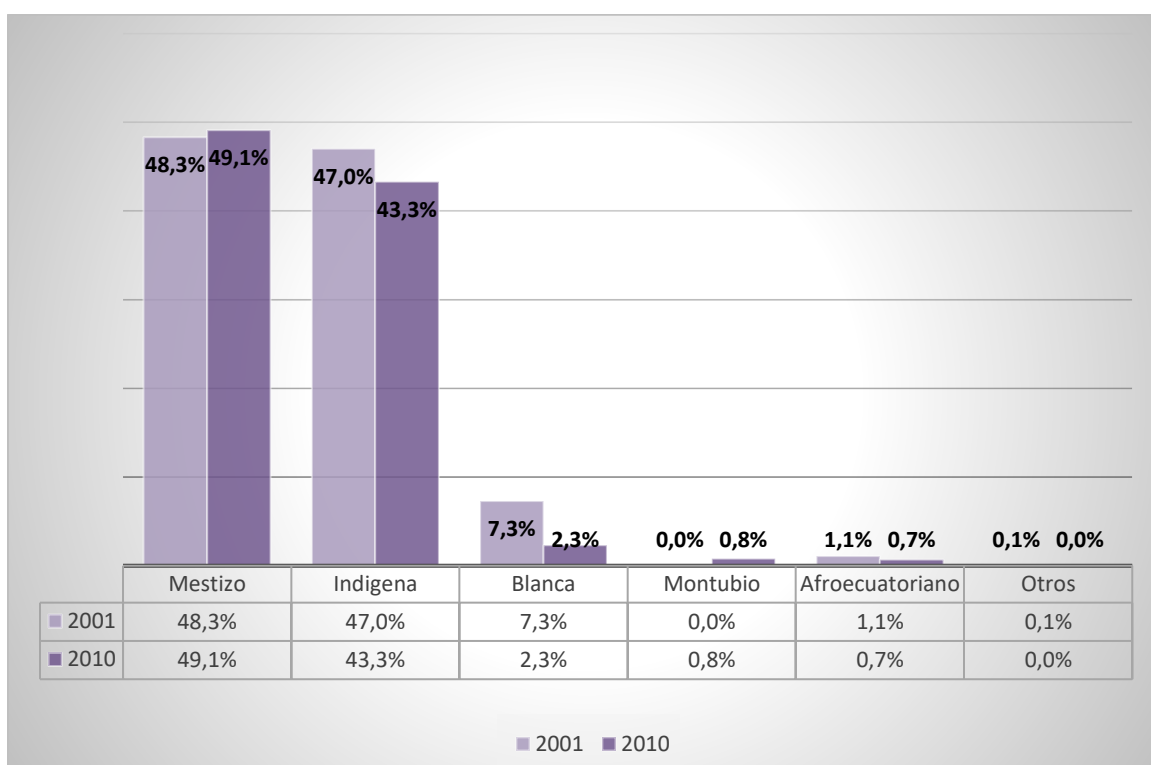


Figura 3: Auto identificación de la población

Fuente: (INEC, 2010)

### 2.1.2.3 División política.

Guaranda está conformado por 3 parroquias urbanas y 6 parroquias rurales, el caso de estudio de esta investigación se basará en la parroquia rural Simiatug. En el siguiente cuadro se puede visualizar la división de las parroquias en sectores urbanos y en sectores rurales

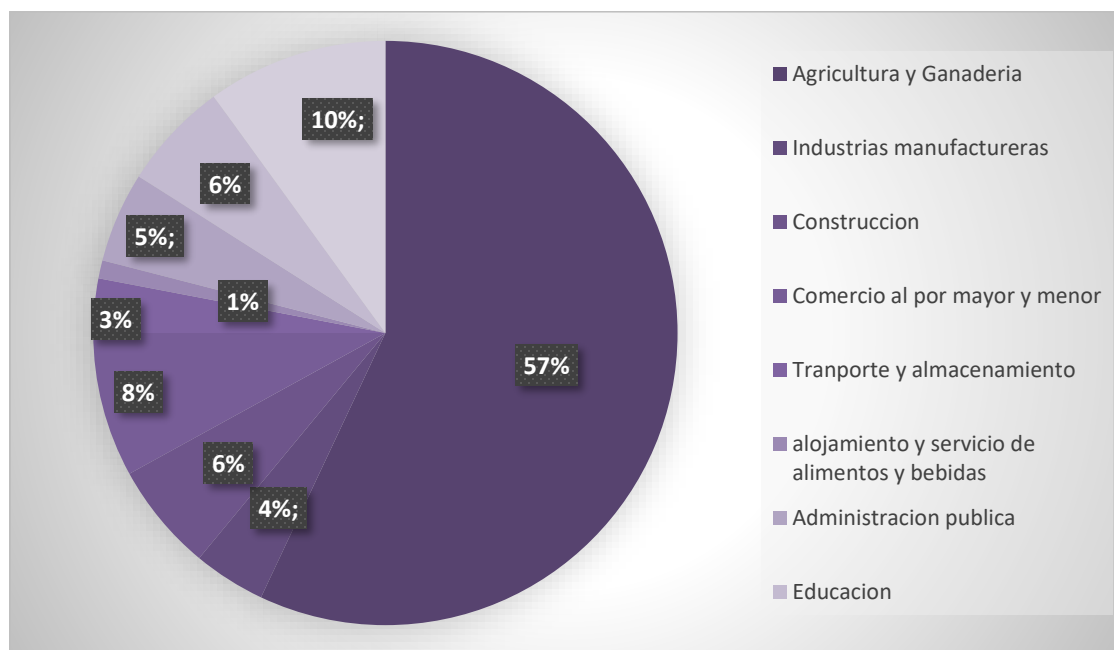
**Tabla 5:***Parroquias Urbanas y Rurales*

PARROQUIAS RURALES	PARROQUIAS URBANAS
Salinas	Ángel Polibio
Simiatug	Manuel Ignacio Veintimilla
San Simón	Guanujo
San Lorenzo	
Santa Fe	
Julio Moreno	
Facundo Vela	
San Luis de Pambil	

Fuente: (GAD Guaranda, 2016)

### 2.1.3 Entorno Socioeconómico

#### 2.1.3.1 Actividades Económicas de la población

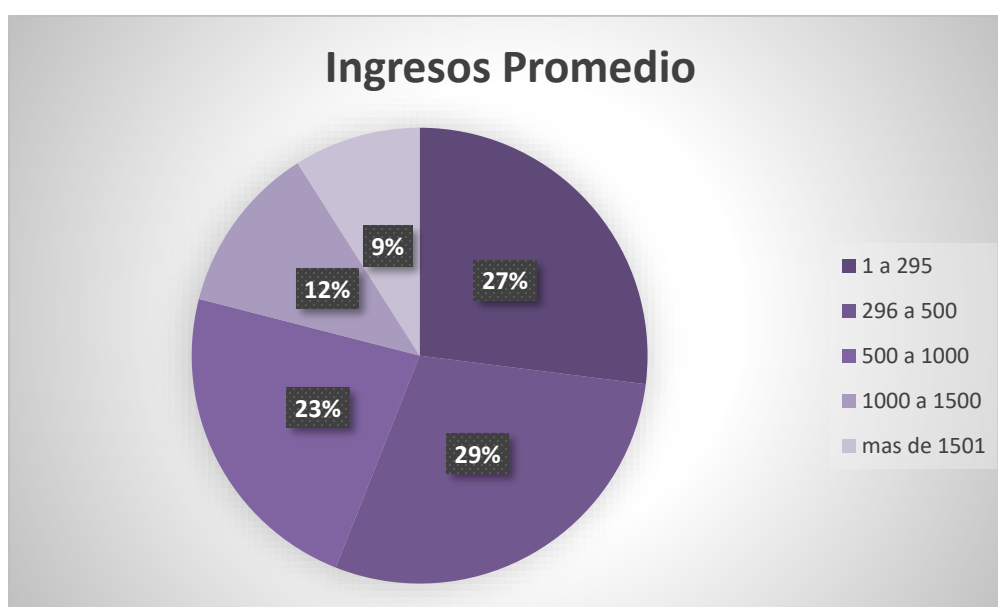
**Figura 4:** Actividades Económicas de la población

Fuente: (INEC, 2010)

La principal actividad económica que realizan los guarandños en su mayoría, es la agricultura y la ganadería, representando el 57% del total de la población, esto en consecuencia que existe un extenso territorio rural, por otro lado, se realizan actividades relacionadas al alojamiento y servicio de alimentos y bebidas que corresponde al 1%, con este dato se puede observar que el sector hotelero no es tendencia en el desarrollo de actividades económicas pues los guarandños prefieren el comercio, la administración pública, la construcción entre otras actividades para obtener recursos económicos.

### 2.1.3.2 Ingresos Promedio

Según una encuesta realizada en el 2012 por un grupo técnico de la Universidad Estatal de Bolívar se pudo obtener los siguientes datos:



**Figura 5:** Ingresos Promedio de los habitantes de Guaranda

Fuente: (Paucar et.al, 2013)

Elaborado por: Autor

En el año 2012; el 29% de la población tenía un ingreso mensual promedio que va desde los 296,00 hasta los 500,00 dólares americanos y una minoría que representa el 9% con un ingreso



promedio mayor a 1550,00 dólares americanos, dedicados a realizar actividades primarias y

PARROQUIA	POBLACION NO POBRES	POBLACION POBRES
Guaranda	31,0%	69,0%
Facundo Vela	8,6%	91,4%
Julio E. Moreno	2,9%	97,1%
Salinas	10,8%	89,2%
San Lorenzo	7,4%	92,6%
San Simón (Yacoto)	7,3%	92,7%
Santafe (Santa Fe)	20,9%	79,1%
Simiatug	1,1%	98,9%
San Luis De Pambil	23,4%	76,6%

burocráticas y/o estatales respectivamente.

**Tabla 6:** Índice de pobreza

Fuente: (INEC, 2010)

Según el último censo del INEC, la parroquia con el mayor porcentaje de población pobre es Simiatug con 98,9% y con 1,1 % de población no pobre; por otro lado, se observa que de Guaranda es la parroquia que concentra el menor porcentaje de población pobre con el 69% de la población mientras que el 31% corresponde a la población no pobre. La población pobre vive con un promedio de 350 dólares mensuales por cada familia, con 6 o 7 miembros por familia aproximadamente, generando esto bajos niveles de educación, por esto se crean iniciativas de economía popular y solidaria para que las artesanas tengan un ingreso extra para sus familias y puedan vivir en mejor condiciones de vida

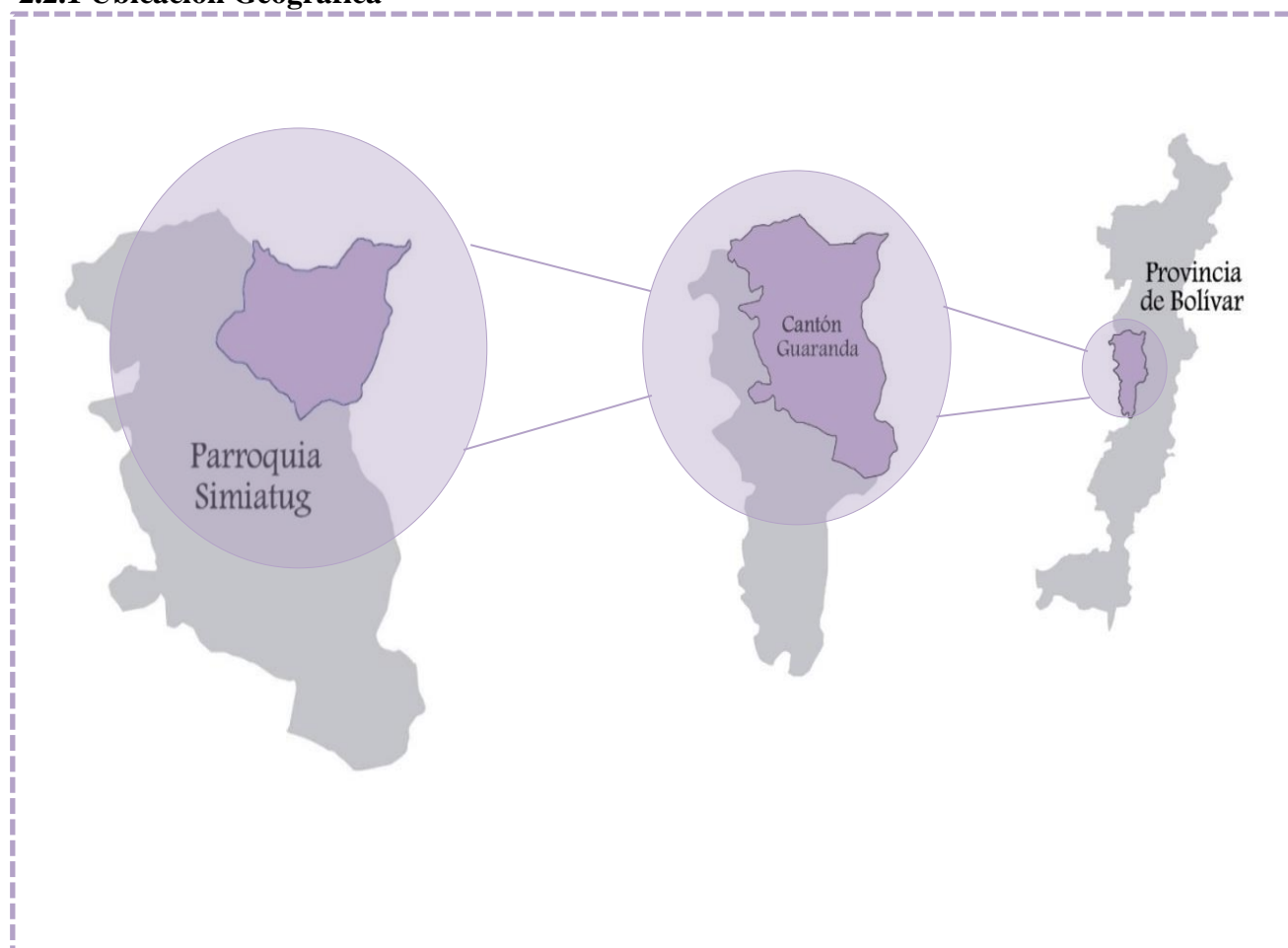
#### 2.1.4 Entorno Político

El gobierno provincial de Bolívar ha sido parte de la lista de organizaciones e instituciones participantes en la construcción de la “Estrategia ecuatoriana de comercio justo” que se desarrolló en el periodo del 2014-2017 con el propósito de reivindicar políticamente a los productores que pertenecen al Comercio Justo del Ecuador y así poder respaldar todo proceso democrático contando

con la participación activa de cada uno de los miembros trabajando en conjunto a través de la autogestión. Esta política pública es una propuesta que se desarrolla frente a la creciente demanda de productos que son parte del comercio justo, ya que el 1% de las exportaciones no petroleras del país pertenecen a este tipo de productos, y del cambio de estructura que se produjo con el MRECI (Ministerio de relaciones exteriores y comercio internacional), creándose así el Ministerio de Comercio Exterior quienes se responsabilizan de la creación de políticas públicas con respecto al tema de Comercio justo. (Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo, 2014).

## 2.2 Diagnostico parroquial

### 2.2.1 Ubicación Geográfica



**Figura 6:** Ubicación Geográfica de la parroquia de Simiatug

Fuente: Instituto Geográfico Militar

La parroquia de Simiatug está ubicada en la Provincia de Bolívar, Cantón Guaranda, en la cordillera occidental, está a 4 350 m.s.n.m. al este en donde se encuentra paramos conservados y al oeste con bisques húmedos a 2 000 m.s.n.m., el Casco parroquial lleva su mismo nombre.

### 2.2.1.1 Límites:

Simiatug está limitada de la siguiente manera:

**Tabla 7:**

*Límites de la parroquia de Simiatug*

<b>LIMITES DE LA PARROQUIA DE SIMIATUG</b>	
<b>Norte</b>	Provincia de Cotopaxi
<b>Sur</b>	Provincia de Tungurahua
<b>Este</b>	Provincia de Cotopaxi y parroquia Facundo Vela
<b>Oeste</b>	Parroquia de Salinas.

Fuente: (*SIMIATUG, 2012*)

### 2.2.1.2 Organización Territorial:

La parroquia de Simiatug, es muy diversa y se encuentra dividida en 4 zonas y en 38 comunidades:

**Tabla 8:**

*División Territorial de la parroquia de Simiatug*

<b>ZONAS</b>	<b>COMUNIDADES</b>
<b>Zona alta 1 Pimbalo</b>	Boliche, Lullimunllu, Cutahua, Pimbalo, Papaloma, Laigua-Chiquisungo
<b>Zona baja 1 Santa Teresa</b>	Puñahua, Pungadahuas, Santa Teresa, Potrerillos; La Y, Tahuato, Candio, Silagato, Mushucllacta, Ingapirca, La cabaña, San Francisco, Tacarpo, Yatalo, Chinhue
<b>Zona baja 2 Mindina</b>	Padrehuasi, Cascarilla, Mindina, Salaleo, Guaguliquin

<b>Zona alta 2 Santo Domingo</b>	Tingo, Concha Colorada, Tomaloma, Potrero, Playapamba, Pucara, Pampa de Allago, Santo Domingo, Rayopamba, Quilalo, Potrerillos.
--------------------------------------	---

Fuente: (SIMIATUG, 2012)

### 2.2.2 Entorno Sociocultural

La relación en la que se desarrolla la parroquia es comunitaria y se desenvuelven en un medio de relaciones de parentesco y vecindad; es comunitaria porque en ciertas formas de organización el estado no interviene, además poseen bienes comunales, que necesitan ser cuidados y regulados, por lo que son dirigidos por una institución de carácter comunitario. (SIMIATUG, 2012)

#### 2.1.2.1 Población

Simiatug está conformado por 11246 habitantes aproximadamente que según el último censo están divididos de la siguiente manera:

**Tabla 9:**

*Habitantes de la parroquia de Simiatug*

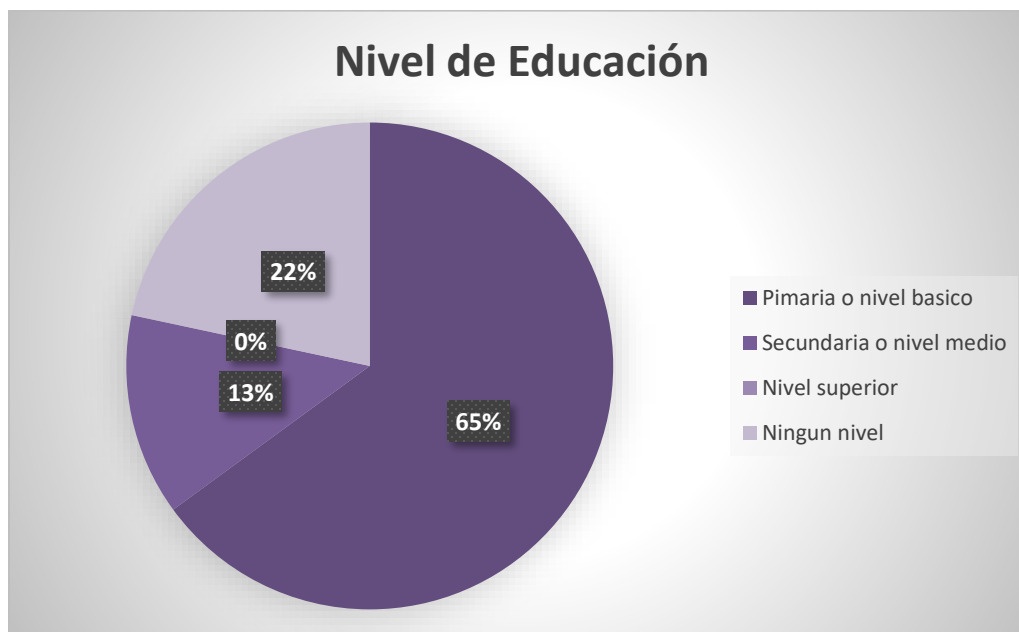
<b>Población</b>	
<b>No. De habitantes</b>	11 246 aproximadamente
<b>Tasa de crecimiento</b>	1.77%
<b>Mujeres</b>	51%
<b>Hombres</b>	49%
<b>Edades</b>	1 a 19 años con un 52%

Fuente: (SIMIATUG, 2012)

#### 2.1.2.2 Educación

En cuanto a la educación, el nivel es muy bajo pues los pobladores invierten su tiempo a la agricultura y dejan en segundo lugar a la academia, con el Gobierno de Rafael Correa se

implementó una institución del milenio en la parroquia para que así se facilite e incremente el nivel escolar. Según el censo del 2010, se obtuvo los siguientes datos



**Figura 7:** Nivel de educación de los habitantes de la parroquia de Simiatug  
Fuente: (SIMIATUG, 2012)

### 2.1.2.3 Servicios Básicos

Los servicios básicos de la parroquia son limitados, y es por esto que ellos no pueden pensar más allá en el desarrollo turístico pues tienen como prioridad luchar por el acceso a servicios básicos y solucionar el problema estructural que tienen como comunidad. Sin servicios básicos estables y de buena calidad ellos no pueden ofrecer servicio turístico que compitan con las parroquias cercanas en temas turísticos incluso siendo ricos culturalmente incluso en temas de emprendimiento, como es el caso de Salinas de Guaranda que se ha levantado a través de estos emprendimientos, pero sus servicios básicos están mucho más consolidados incluso reciben turistas en buenas condiciones de estadía, lamentablemente aunque la parroquia tenía una riqueza cultural amplia, los servicios básicos siguen siendo limitantes estructurales fuertes para el desarrollo del turismo.

El cuadro que se muestra a continuación detallara la situación crítica de la parroquia en cuanto a los servicios básicos que poseen, así como el % de cobertura de cada uno de los servicios básicos que posee la parroquia

**Tabla 10:**  
*% de cobertura de los servicios básicos de la parroquia*

<b>Servicio Básico</b>	<b>Detalle</b>	<b>% de cobertura</b>
<b>Agua potable</b>	El 53,4% de las familias se abastecen de agua mediante pozos, vertientes, carro repartidor o agua lluvia	46,6%
<b>Alcantarillado</b>	El porcentaje de familias que no posee el servicio de alcantarillado es alarmante, ya que representa un problema ambiental	7,25%
<b>Desechos solidos</b>	El 91,41% que no posee el servicio de recolección de basura procura utilizar las basura como un medio ecológico de abono	8,59%
<b>Energía</b>	El porcentaje que no tiene luz es el 32,44% por falta de redes eléctricas	67,56%
<b>Teléfono convencional</b>	De 2512 viviendas, solo 58 poseen este servicio a través de CNT	2,31%
<b>Telefonía móvil</b>	Este servicio se recibe a través de CLARO, donde 820 de 2512 viviendas se benefician de este servicio	32,60%
<b>Internet</b>	Las viviendas no poseen este servicio, este llega solo hasta la cabecera cantonal , donde existen tan solo 5 establecimientos con internet de uso publico	1,03%

Fuente: (SIMIATUG, 2012)

### 2.2.3 Entorno Sociopolítico

La organización comunitaria es predominante en la parroquia de Simiatug, es decir se organizan en comunas, cada determinado tiempo se reúne la asamblea general y se elige la directiva de forma democrática, generalmente el tiempo que se le otorga a la directiva para dirigir es de un año aunque depende de cada recinto pues hay casos en los que el presidente continua sus funciones por más de 10 años, por otro lado existe también comunidades que han decidido evaluar la gestión de la directiva, tomando en cuenta los resultados y logros que ha conseguido y posteriormente a ello se decide si continua o no en el cargo. (SIMIATUG, 2012)

En cuanto a la participación de las juntas parroquiales se puede decir que participan activamente en asuntos relativos a turismo comunitario; por otro lado, existe la intervención del Municipio, que,

en cuanto al desarrollo de la parroquia, ha sido muy baja y según los comuneros el municipio de Guaranda no pone en práctica los planes de desarrollo turístico, esto porque existen falencias en el personal y tampoco existe un espacio físico para que el servidor municipal pueda trabajar. El Ministerio de Turismo, es otra entidad que debería estar activa en el ámbito del desarrollo turístico a través de programas y proyectos e incluso motivando para que los comuneros sigan creciendo con sus emprendimientos en el área de turismo, sin embargo, la percepción de los pobladores es que la participación de este ente es también nula. El Gobierno provincial es el encargado de del mantenimiento de las vías, este trabaja a nivel comunitario y su trabajo influye en gran magnitud en el desarrollo de la comunidad. (SIMIATUG, 2012)

Según el Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT) de la parroquia de Simiatug, existe una organización que es la Fundación Runacunapac Yachana que tiene un objetivo claro y es la organización comunal. Esta fundación mediante charlas, talleres, conversatorios, busca disminuir el índice de analfabetismo, pobreza, injusticia con el fin de aportar con alternativas que brinden soluciones. (GAD SIMIATUG, 2015)

**Tabla**

**11:**

*Comunidades socias de la Fundación Runacunapac Yachana*

ZONA	COMUNIDAD	ORGANIZACIÓN	H	M	TOTAL
1	Boliche	Asociación de Desarrollo Campesino Ji Nambi Boliche	17	10	27
	Llullimunllo	Asociación de Desarrollo Social e integral Tapa Yupanki comunidad Llullimunllo	41	4	45
	Pimbalo	Asociación de Desarrollo Social e integral de la comunidad de Pimbalo	76	21	97
	Papaloma	Asociación de Desarrollo Social e integral de la comunidad de Papaloma	42	15	57
2	El Tingo	Asociación de Desarrollo Social e integral de la comunidad del Tingo	72	8	80
	Cocha Colorada	Asociación de Desarrollo Social e integral Cocha Colorada	55	5	60
	Allago	Asociación de Desarrollo Social e integral de Allago			
	Santo domingo	Asociación de Desarrollo Social e integral de Santo Domingo	20	7	27

4	Pambukloma	Asociación de Desarrollo Social e integral Pambuk urku	26	9	35
6	Santa Teresa	Asociación de Desarrollo Social e integral de la comunidad de Santa Teresa de Simiatug	37	16	53

Fuente: (GAD SIMIATUG, 2015)

Esta Fundación ha venido trabajando con la parroquia desde hace más de 25 años, enfocados principalmente en la educación, creando pequeños espacios en donde los que tenían mayor conocimiento en leer y escribir puedan transmitirlo a los demás, con el paso del tiempo, la fundación vio la necesidad de enseñar con más técnicas metodológicas, sin embargo esto no incidió de gran manera en la economía de las familias de Simiatug, pues los jóvenes se veían obligados a migrar para conseguir un mejor estilo de vida, es por esto que en el año 2000 cuando el Ecuador se dolarizó y Simiatug sintió aun con más fuerza venir la pobreza, nace una iniciativa por parte de un grupo de mujeres de la parroquia, frente a la firmeza, creatividad y la necesidad de un grupo de mujeres empoderadas nace la Asociación Simiatug Llakta, más adelante en el gobierno de la Revolución ciudadana Simiatug Llakta recibió apoyo en sus proyectos artesanales del Instituto de Economía popular y solidaria IEPS (SIMIATUG, 2012)

## 2.2.4 Entorno Cultural

### 2.2.4.1 Artesanías

En la parroquia de Simiatug existe una Asociación de mujeres llamada Simiatug LLakta, conformada por 500 bordadoras, aproximadamente, que desarrollan artesanías realizadas a base de cabuya, hacen shigras, paneras, telares, zapatos, canastas e incluso elaboran material didáctico para niños, esta asociación comercializa estas artesanías bajo algunas marcas.

**Tabla 12:** *Marcas de artesanías de la Asociación Simiatug LLakta*

Marca	Tipo de artesanía
Artsimiatug Samai	Bordado artístico
Artsimiatug Llakta	Cabuya
Artrayo uksha	Canastera en paja de paramo
Artsisapakari	Gobelino
Artsawar Maki	Tejido de Cabuya



Fuente: (Simiatug, 2012)

Según Juana Chimborazo (2006), presidenta de la asociación Simiatug Llakta el nombre nace de considerar a Simiatug como su “llakta”, el lugar en donde han crecido y a donde pertenecen, nace del “espíritu, de la creatividad y de la fuerza interna por la que son sostenidas”. Existe un taller en donde cada bordadora crea sus diseños reflejando su diario vivir, porque, aunque la mayoría no sabe ni leer ni escribir, están conscientes que son mujeres artistas y que a través de estas artesanías ellas pueden expresar lo que sienten y lo que ven, en este lugar se recibe todo lo producido para ser despachado a tiendas de otras provincias e incluso a otros países. (Chimborazo, 2006)

A continuación, se detalla el trabajo textil que reúne la asociación Simiatug Llakta



**Figura 8:** Artesanía “La preparación de los alimentos”  
Fuente: (SIMIATUG, 2012)



**Figura 9:** Artesanía “La comunidad”  
Fuente: (SIMIATUG, 2012)

En el marco de lo religioso, elaboran la Estola Andina bordada a mano que representa la simbología sincretista de este pueblo, el precio de este artículo va desde los 80 a 90 dólares y les toma alrededor de un mes para terminarlo. (Chimborazo, 2006)



**Figura 10:** Artesanía “Estola Andina”  
Fuente: (SIMIATUG, 2012)

Las shigras es otro producto que realizan las bordadoras, están elaboradas a base de cabuya o agave andino, materia prima, que es traída especialmente del cantón Pangua, con este material se consigue elaborar productos funcionales tales como forros para agendas, carteras, monederos, zapatos e incluso tapetes, lo hermoso de estas artesanías son sus colores, otra línea de producción de esta asociación son los baúles de wawakamayukwasi que son materiales educativos que

representan las formas de vida del pueblo y que son útiles para enseñar a sus niñas y niños la importancia de mantener su cultura y de crecer en armonía con la naturaleza. En el 2011 la UNESCO entrego un reconocimiento de Excelencia para la artesanía debido a que el producto artesanal que realizan las mujeres de Simiatug es caracterizado por la técnica que utilizan, los colores saludables y la trascendencia que va de abuela a madre e hija. (SIMIATUG, 2012)

Las artesanías que elaboran principalmente las mujeres de la parroquia, en el 2011, obtuvieron un reconocimiento por parte de la UNESCO, como “EXCELENCIA ARTESANAL” pues a través de sus artículos se demuestra la gran habilidad manual que poseen las artesanas, por este motivo tienen gran acogida principalmente en Italia y Suiza.



*Figura 11:* Artesanía “Bolsos de cabuya”  
Fuente: (SIMIATUG, 2012)



*Figura 12:* Artesanía Protectores de Agendas de cabuya  
Fuente: (SIMIATUG, 2012)



**Figura 13:** Artesanía Zapatos artesanales  
Fuente: (SIMIATUG, 2012)

## 2.2.5 Entorno Turístico

### 2.2.5.1 Accesibilidad

En la parroquia de Simiatug al estar ubicada en una zona rural, el acceso es bastante limitado, las vías son lastradas es decir de segundo orden.

**Tabla 13:**

*Accesibilidad a la Parroquia*

Carretera	Acceso
Carretera principal	Conecta la parroquia de Simiatug con la parroquia de Salinas y Guaranda
Vía 1	Comunica a Rio Blanco y Ambato
Carretera 2	Simiatug-Riobamba
Carretera 3	Facundo Vela - Simiatug
Carretera en reconstrucción	Salinas - Simiatug

Fuente: (PDOT, 2015)

### 2.2.5.2 Transporte

Según el (PDOT, 2015) existen varias líneas de transporte público que pueden llegar a Simiatug, pero los horarios no son constantes y además no existe este servicio de forma rápida, entre las principales líneas de transporte están:

1. Cooperativa Cándido Rada
2. Ambateñita
3. Águila Dorada
4. San Luis de Pambil

### 2.2.5.3 Atractivos y Recursos Turísticos

**Tabla 14:**

*Atractivos Turísticos de la Parroquia de Simiatug*

COMUNIDAD	RECURSO	DESCRIPCION
<b>EL TINGO:</b> Se encuentra localizada al sureste de Simiatug, se puede acceder por Ambato o por Guaranda	1.Cueva Pachakamak	El origen de su nombre es kichwa y significa “protectora de la naturaleza”, tiene un santuario con su virgen, quien bendice cultivos y cosechas.
	2.Cascada Yurakpakcha	Se encuentra a 20 minutos caminando desde el centro de la parroquia su nombre significa “cascada blanca” su caída es de 15m.
	3.Cascada Quishuar	Se encuentra a 45 minutos caminando desde el centro, su caída es de 20 metros aproximadamente
	4.Cascada Curipacha	Se encuentra a 1 hora caminando desde el centro, el origen de su nombre es “cascada de oro”
<b>PIMBALO:</b> Se encuentra al este del centro de Simiatug, está rodeada de	5.Yanalaywa	Es una montaña en donde se pueden realizar diferentes actividades tales como: fotografía, caminata, observación de flora y fauna etc.
	6.Laguna Itsipuylla grande	Su nombre significa “borrego de orejas cortas”, en este lugar se pueden realizar diferentes actividades tales como: fotografía, caminata, observación de flora y fauna etc.

montañas por esta razón tiene miradores con un paisaje hermoso.	7.Mirador Kilawa	Su nombre se da en honor a la planta nativa Kila que sirve para sanar algunas dolencias
	8.Mirador soldado Rikuna	Se encuentra a 45 minutos caminando desde el centro, en donde se pueden realizar diferentes actividades tales como: fotografía, caminata, observación de flora y fauna etc.
	9.Mirador ojo de Águila	Se encuentra a 30 minutos caminando desde el centro, aquí se puede observar águilas cuando el sol se opone.
<b>ALLAGO:</b> está a 3450 msnm, está cerca del centro de Simiatug, posee hermosas cuevas y miradores principalmente	10.Artesanías	Las mujeres son muy importantes en la elaboración de la artesanía , ellas realizan canastas, bolsas, carteras, tapetes bordados a mano en donde representan su diario vivir, estas artesanías se comercializan en Simiatug Llakta, que posteriormente ira a Camari y a la feria
	11. Cerro de Allago	Desde este mirador se puede admirar la comunidad e su totalidad y hasta el centro de Simiatug
	12.Cueva Casha	En este lugar se pueden realizar diferentes actividades tales como caminatas, relajación, yoga, picnic etc.

Fuente: (Vasconez, 2016)

Simiatug cuenta con atractivos turísticos tanto culturales como naturales, sin embargo el turismo no se puede potenciar porque existen problemas estructurales por resolver como son la irregularidad de los servicios básicos. Según el Inventario de atractivos turísticos elaborado por el ministerio de Turismo se encontró que principalmente las manifestaciones culturales son representadas a través de los grupos étnicos, los tejidos, las ferias y mercados coloridos; y los sitios naturales son representados por lagunas y cascadas (Simiatug, 2012)

En cuanto a los recursos turísticos en la investigación de campo se pudo evidenciar que existe una falta de equipamiento y de instalaciones para poder ofrecer servicios turísticos, a continuación se describe mediante un cuadro los recursos turísticos que posee Simiatug y que podrían ser utilizados para poder potenciar las posibilidades de desarrollo turístico de la zona.

En la parroquia de Simiatug varias comunidades se han organizado para ofrecer servicios turísticos, con el fin de obtener recursos económicos para mejorar su estilo de vida, estas comunidades son:

- Santa Teresa

- Rayopamba
- Pamba de Allago
- Cocha Colorada
- Tingo
- Cutahua
- Pimbalo
- Pambucloma

En conjunto ofrecen tours que va dirigido para grupos con interés de tener un intercambio cultural, que deseen tener experiencias con la naturaleza, conocer su historia y su geografía. Estos tours incluyen estadía, comida, transporte y logística los precios son los siguientes: desde 8 a 12 pax \$ 1500 dólares y para 13 a 18 pax el costo es de \$2000. (Simiatug, 2012)

El tour dura cinco días y cuatro noches. Es importante planificar el tour un día sábado para que finalice un miércoles, en la gran feria que organizan los comuneros, el itinerario es el siguiente:

**Tabla 15:**  
*TourOfertas Simiatug*

<b>Día</b>	<b>Actividad</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Día 1</b>	Llegada a Simiatug, merienda	Restaurante “el pasajero” Hostal “Sisapamba”
<b>Día 2</b>	Visita a las diferentes comunidades <ul style="list-style-type: none"> <li>•Visitas a los emprendimientos, de elaboración de queso, lácteos y yogurt, que se han realizado grupos de mujeres.</li> <li>•Además, se puede aprender las técnicas artesanales de elaboración de shigras a base de cabuya y de paja de paramo</li> <li>•Visita a los invernaderos subterráneos, cultivos subtropicales</li> </ul>	Grupos de 2 a 4 pax
<b>Día 3</b>	Visita a las diferentes comunidades <ul style="list-style-type: none"> <li>•Observación de flora de altura como la chuquiragua y fauna como el ganado bovino, las llamas etc.</li> <li>•Caminatas a peñas, bosques y cascadas.</li> </ul>	Grupos de 2 a 4 pax



	•Degustación de platos típicos	
<b>Día 4</b>	Regreso al pueblo , cena , fiesta	Recopilación de fotografías
<b>Día 5</b>	Acompañamiento a la feria	Salida

Fuente: (SIMIATUG, 2012)

La compañía encargada del transporte es ROGTOURS, el mismo que inicia el tour desde Ambato en donde el grupo será recogido.

### 2.2.4.3 FODA de la Parroquia de Simiatug

La parroquia cuenta con fortalezas que pueden ser muy útiles para que el turismo sea una de las fuentes principales de ingresos para la comunidad sin embargo también existen amenazas, así como debilidades que se deben mejorar para tener al turismo como un instrumento de trabajo y productividad.

**Tabla 16:**

*FODA de la parroquia de Simiatug*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
1. Diversidad Climática, lo que genera riqueza en Fauna y Flora.	1. La constitución respalda a través de leyes del Buen Vivir el desarrollo turístico comunitario.
2. Belleza paisajística ya que posee cascadas, lagunas y miradores.	2. El FEPP impulsa a los productores a desarrollar sus habilidades a través de capacitaciones
3. Organización comunitaria consolidada	3. El Banco de Desarrollo ha concedido créditos para aumentar el equipo de producción
4. Poseen Atractivos turísticos en buen estado	4. Camari ha logrado exportar sus productos pagando un precio justo por ellos.
5. Existe interés en el desarrollo del turismo como fuente de ingresos	5. El GAD parroquial está interesado en el impulso de emprendimientos turísticos.
6. Habilidad artesanal	6. Reconocimiento por parte de la UNESCO a la “Excelencia Artesanal”
7. Poseen recursos naturales para la elaboración de artesanías.	7. La iglesia apoya e impulsa el turismo receptivo
8. Existe un PDOT que respalda el turismo comunitario, priorizándolo como política pública.	8. Reciben ayuda por parte de voluntariado suizo
9. Interés por capacitarse y educar a sus niños	



<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Altos índices de pobreza</li> <li>2. Cobertura de Servicios básicos insuficiente</li> <li>3. Planta Turística subdesarrollada</li> <li>4. Vías de acceso en su mayoría lastradas y de segundo orden.</li> <li>5. Transporte publico limitado</li> <li>6. Bajo nivel de promoción turística</li> <li>7. Escasa información sobre viajeros visitantes recibidos</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Migración a la urbe en busca de empleo</li> <li>2. El estado climático en la época de invierno hace que el turismo sea casi nulo por la neblina y el difícil acceso a la parroquia que esta genera.</li> <li>3. Salinas de Guaranda resulta ser su principal competidor en temas de turismo comunitario.</li> <li>4. Costumbres y tradiciones no trascienden debido a la migración.</li> </ol>

## CAPITULO III

### 3.1 DESARROLLO METODOLÓGICO

#### 3.1.1 Enfoque de investigación

##### **Cualitativo**

Se ha establecido un estudio cualitativo que permita examinar los datos en función del comportamiento social de la población de la parroquia de Simiatug con respecto a su desarrollo turístico, para ello con la ayuda de herramientas de calificación y de muestreo; permitirá la realización de encuestas a más de reportes históricos y registros del Sector Turístico.

#### 3.1.2 Tipología de investigación

##### **Por su finalidad Aplicada**

Se considera una investigación aplicada porque que se basa en las aportaciones de los tres tipos de investigación existentes, que permiten detallar aspectos históricos, sucesos actuales y los que se plantean para aportar al desarrollo turístico. Se tiene como finalidad la búsqueda y consolidación del saber, y la aplicación de los conocimientos para el enriquecimiento del acervo económico y social en función del comercio justo.

##### **Por las fuentes de información: Mixto**

Se ha determinado que del comercio justo de artesanías y su influencia en el desarrollo turístico de la parroquia de Simiatug son medibles mediante el uso de fuentes de información primaria y secundaria que permitirán identificar los impactos existentes, mediante el procesamiento y evaluación de la información. Para la búsqueda y organización de la información y para generar aportes según las necesidades u objetivos que se persigan, además se tomarán en cuenta reportes ágiles que permiten un acceso afectivo a la información

##### **Por las unidades de análisis: Insitu**

El análisis de los fenómenos existentes se estudiará exactamente en el lugar y condiciones donde el mismo se desarrolla, es decir la parroquia de Simiatug.

##### **Por el control de las variables**

##### **No experimental**

Se ha considerado un control de las variables a través de la investigación no experimental; su estructura sistemática no tiene control sobre las variables independientes porque están establecidas o porque son intrínsecamente manipulables, por lo que se basa en la observación de situaciones ya existentes en el comercio justo de artesanías y su influencia en el desarrollo turístico de la parroquia, derribando la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos generando un aporte al desarrollo turístico (Hernández, 1991)

### **Por el alcance**

#### **Descriptivo**

El diseño de investigación descriptivo, permitirá observar y describir la influencia del comercio justo de artesanías, en el desarrollo turístico de la parroquia de Simiatug.

### **3.1.3 Instrumentos de recolección de información**

#### **Encuesta**

Se considerará la encuesta como instrumento principal del estudio, debido a la cantidad de población inmersa en la actividad, a más de facilitar su recolección y tratamiento de datos en la parroquia de Simiatug. También se considerará la entrevista, sobre todo para la recolección de datos por parte de miembros de la asociación Simiatug Llakta

### **3.1.4 Procedimiento para recolección de datos**

#### **Técnica de campo**

La técnica de campo, permitirá una recolección de datos efectiva, con datos auténticos y de fácil desarrollo, el aporte que esta técnica tiene con el estudio, está acorde a la exigencia de la información necesaria para conocer la influencia que tiene el comercio justo de artesanías en el sector analizado a más de su aporte en el desarrollo turístico.

### **3.1.5 Cobertura de las unidades de análisis**

#### **Muestra**

La cobertura que tendrá el análisis será mediante la obtención de una muestra, definida por conveniencia, relacionada al análisis no probabilístico.

La población del cantón Guaranda es de 91 877 personas, según (Aguilar, 2005) para variables de tipo cualitativo y cuando la población es infinita es decir que se desconoce el total de unidades que la conforman o la misma es mayor a 10 000 se utiliza la siguiente formula

$$n = \frac{Z^2 p * q}{d^2} = \frac{(1.65)^2 (0,5)(0,5)}{(0,05)^2} = n = \frac{0,680625}{0,0025} = n = 272,25 = n$$

Dónde:

Z = Nivel de Confiabilidad 90% = 1.65

n = Tamaño de la muestra

p = Porcentaje que tiene el atributo deseado = 50% = 0.5

q = 1-p= 0,5

d= precisión = 95% = 0,05

MUESTRA=272 encuestados
-------------------------


### 3.1.6 Procedimiento para tratamiento y análisis de información

#### Estadística descriptiva

Se ha considerado la estadística descriptiva para el análisis de resultados de este proyecto ya que la misma se desarrolla en un ámbito organizado y sistemático de tal manera que permite la recolección y clasificación de información facilitando así el análisis de los datos de investigación

## 3.2 Resultados

### 3.2.1 Encuesta







**Encuesta**





**TEMA:** Comercio Justo de artesanías y su influencia en el desarrollo turístico de la Parroquia de Simiatug

**OBJETIVO:** Obtener datos específicos sobre la opinión que tienen los consumidores sobre comercio justo y sobre la Parroquia de Simiatug

- ¿Sabía usted que la parroquia de Simiatug está ubicada en la provincia de Bolívar?  
Si  No
- ¿Conoce usted el proceso de elaboración de las shigras a base de cabuya?  
Si  No
- ¿Sabía usted que el Comercio Justo es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza?  
Si  No
- Cuando adquiere un producto artesanal, ¿está pensando en el impacto social que tendrá su decisión?  
Siempre  A veces  Nunca
- Cuando adquiere un producto artesanal ¿está pensando en el impacto social que tendrá su decisión?  
Siempre  A veces  Nunca

6. De los siguientes sellos certificadores de productos éticos/ responsables, ¿cuáles conoce?

Ninguno

7. ¿Con qué frecuencia encuentra productos de "Comercio Justo"?

Siempre  A veces  Nunca

8. En cuanto a la calidad de los productos de Comercio Justo, ¿Con cuáles de las siguientes afirmaciones se siente identificado?

- El origen del producto no es importante, siempre y cuando me garantice la máxima calidad.
- Generalmente los productos de "Comercio Justo" son de mejor calidad.
- Tomo muy en cuenta que tipo de certificación tienen los productos que consumo.
- Me da igual.
- Creo que la relación entre el distribuidor final y el proveedor, si afecta tanto el precio como la calidad del producto.
- Pésima calidad

9. ¿Después de comprar un producto elaborado artesanalmente, usted se siente satisfecho por el precio pagado?

Siempre  A veces  Nunca

### 3.2.2 Análisis

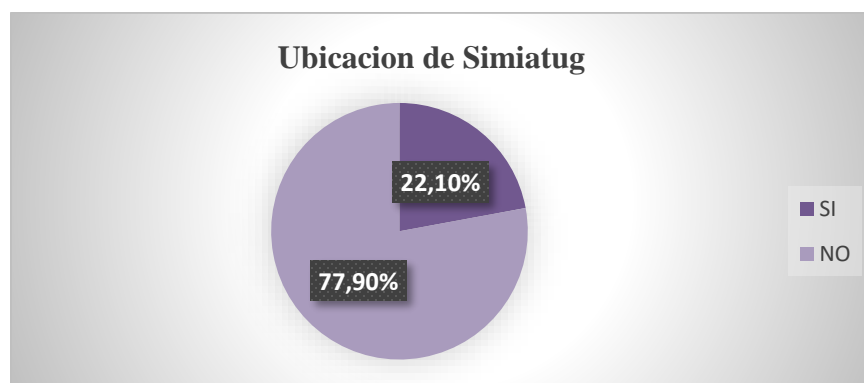
#### 3.2.2.1 Pregunta 1

**Tabla 17:**

*¿Sabía usted que, la parroquia de Simiatug está ubicada en la provincia de Bolívar?*

Opciones	Respuestas	Porcentajes
SI	60	22,10%
NO	212	77,90%
<b>Total</b>	272	100,00%

Fuente: Pregunta 1 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda



**Figura 14:** *¿Sabía usted que, la parroquia de Simiatug está ubicada en la provincia de Bolívar?*

Fuente: Pregunta 1 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda

**Análisis.** - De los 272 encuestados el 22,10% respondieron afirmativamente, es decir que 60 personas tienen conocimiento de la parroquia de Simiatug, mientras que el 77,90% desconocen de su existencia, este resultado se le puede atribuir a la frase comúnmente utilizada, Simiatug, pueblo fantasma, que cobra vida solo una vez a la semana, en donde realizan sus actividades comerciales. Según un artículo del diario el telégrafo, cada miércoles de todas las semanas se da una feria que es la más importante del cantón Guaranda, en donde se reúnen varios comerciantes a vender sus productos y artesanías que llenan de colores al lugar, la gente que conoce de Simiatug es justamente por esta feria, además según este artículo el resto de la semana Simiatug permanece desolado y según el Novoa, antropólogo, explica que este hecho se da porque aproximadamente el 80% de la población económicamente activa madruga a trabajar sembrando y cosechando sus

cultivos y si se habla de artesanías, las mujeres artesanas permanecen en sus hogares tejiendo y realizando actividades domésticas. (Novoa, 2016)

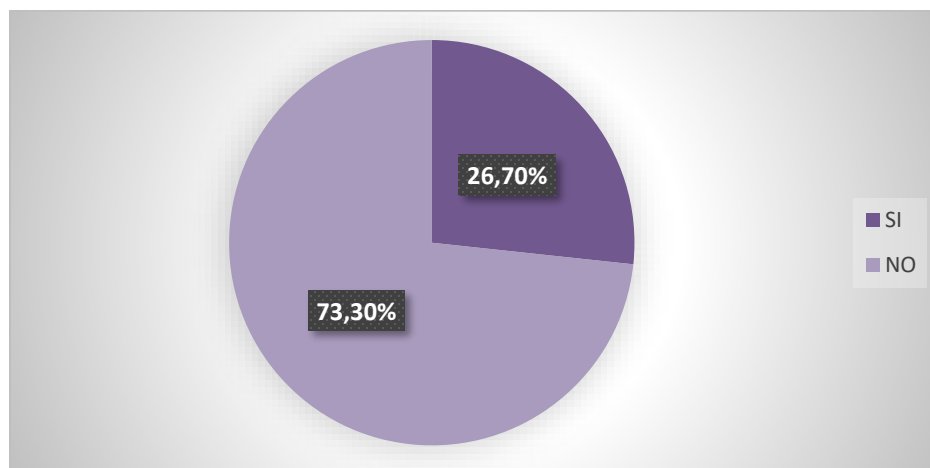
### 3.2.2.2 Pregunta 2

**Tabla 18.**

*¿Conoce usted el proceso de elaboración de las shigras a base de cabuya?*

Opciones	Respuestas	Porcentajes
SI	200	26,70%
NO	72	73,30%
<b>Total</b>	272	100,00%

Fuente: Pregunta 2 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda



**Figura 15:** *¿Conoce usted el proceso de elaboración de las shigras a base de cabuya?*

Fuente: Pregunta 2 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda

**Análisis.** - En esta pregunta el 26,70% conoce el proceso de elaboración de las shigras a base de cabuya, por otro lado, el 73,30% de los encuestados lo desconoce. Tener conocimiento del proceso de elaboración de algún producto artesanal es muy importante a la hora de adquirirlo pues los productos generalmente tienen un precio y un valor, este último es subjetivo pues se basa en la razón de ser del producto, su significado, su origen e incluso la cosmovisión que se plasma en la creación del mismo, en esta pregunta se puede analizar que un alto porcentaje desconoce del proceso de elaboración e incluso desconoce de dónde viene la cabuya.

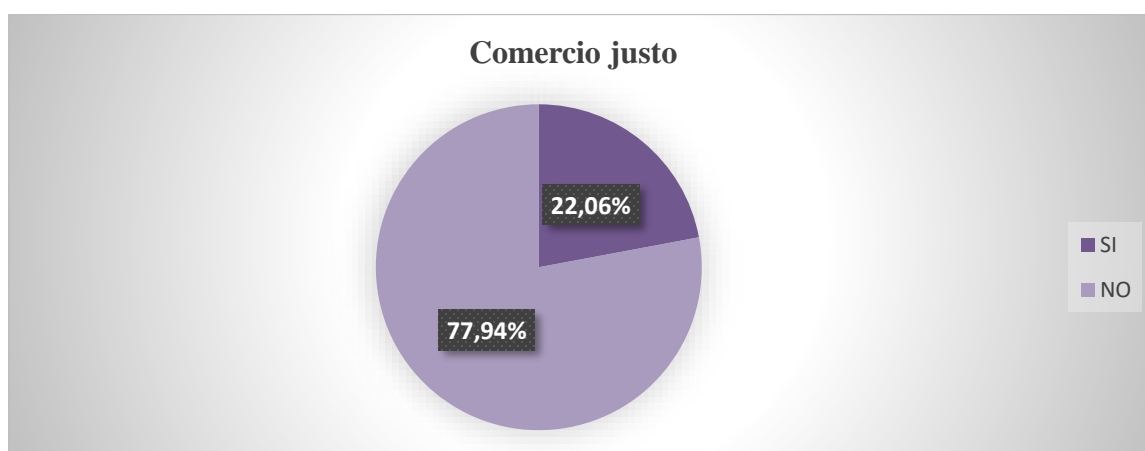
### 3.2.2.3 Pregunta 3

**Tabla 19:**

*¿Sabía usted qué el Comercio Justo es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza?*

Opciones	Respuestas	Porcentajes
SI	60	22,06%
NO	212	77,94%
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Pregunta 3 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda



**Figura 16:** *¿Sabía usted qué el Comercio Justo es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza?*

Fuente: Pregunta 3 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda

**Análisis.** – El feudalismo, socialismo, comunismo y por último el capitalismo son los sistemas económicos convencionales y conocidos, pero al momento de hablar de comercio justo en esta pregunta se puede observar que en un 77,94% desconocen del significado del comercio justo y obviamente de los principios que se desarrollan bajo el mismo nombre, mientras que una minoría representada por el 22,06 % tiene conocimiento de este sistema alternativo de comercio basado en la conciencia de consumo, respetando la naturaleza y dando el valor a los productores y a su creatividad.



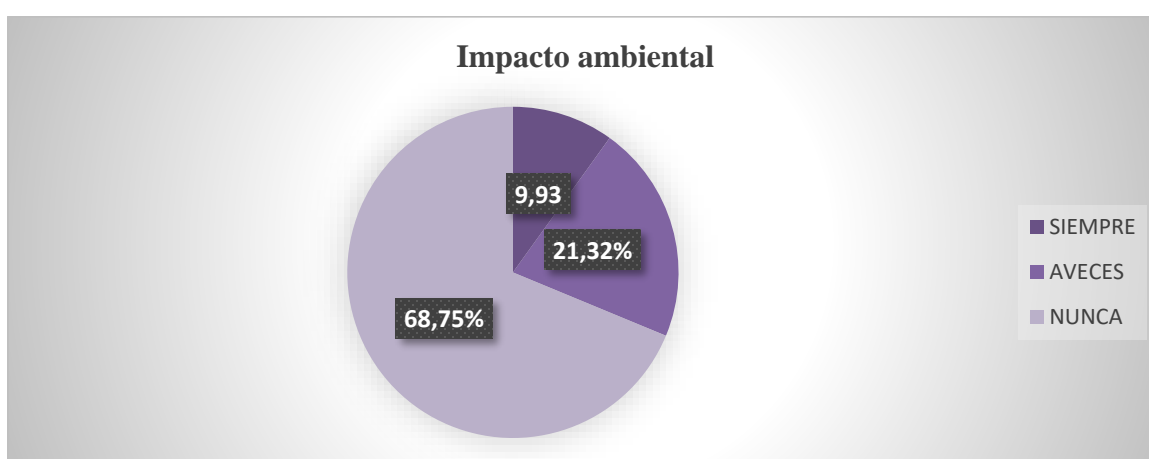
### 3.2.2.4 Pregunta 4

**Tabla 20:**

*Cuando adquiere un producto ¿está pensando en el impacto ambiental que tendrá su decisión?*

Opciones	Respuestas	Porcentajes
SIEMPRE	27	9,93%
AVECES	58	21,32%
NUNCA	187	68,75%
<b>Total</b>	272	100,00%

Fuente: Pregunta 4 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda



**Figura 17:** Cuando adquiere un producto ¿está pensando en el impacto ambiental que tendrá su decisión?

Fuente: Pregunta 4 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda

**Análisis.** – Uno de los temas predominantes en el desarrollo del turismo, es la sostenibilidad que se basa en tres aspectos fundamentales el bienestar económico, social y el cuidado del medio ambiente, esta pregunta representa la conciencia de los consumidores frente a lo dañino que puede ser comprar productos sin conocer su origen, aun mas cuando son de consumo masivo y como el proceso de producción de los mismos es negativo para el medio ambiente. El respeto al medio ambiente es además uno de los principios del comercio justo, ya que su objetivo es concientizar sobre el consumo y los impactos que este ocasiona.

En esta pregunta el 68,75% de los encuetados respondió que al momento de adquirir algún producto no considera el impacto ambiental que este genera.

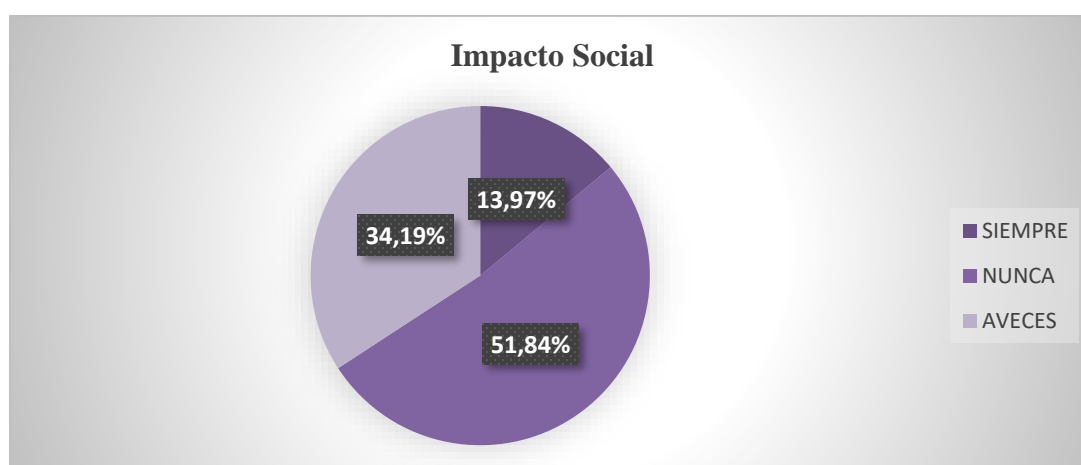
### 3.2.2.5 Pregunta 5

**Tabla 21:**

*Cuando adquiere un producto artesanal ¿está pensando en el impacto social que tendrá su decisión?*

Opciones	Respuestas	Porcentajes
SIEMPRE	38	13,97%
NUNCA	141	51,84%
AVECES	93	34,19%
<b>Total</b>	272	100,00%

Fuente: Pregunta 5 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda



**Figura 18:** Cuando adquiere un producto artesanal ¿está pensando en el impacto social que tendrá su decisión?

Fuente: Pregunta 5 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda

**Análisis.** – En esta pregunta el impacto social abarca ciertos principios de comercio justo como son las buenas condiciones de trabajo, las oportunidades para productores poco favorecidos, evitar el trabajo forzoso y el trabajo infantil, evitar la discriminación y respetar la igualdad de género, entre otras. El propósito de esta pregunta es analizar si los encuestados tienen conciencia social al momento de adquirir algún producto artesanal y como resultado se observa que el 51,84% nunca piensa en el impacto social que genera su compra, el 34,19% a veces lo hace y el 13,97% siempre.

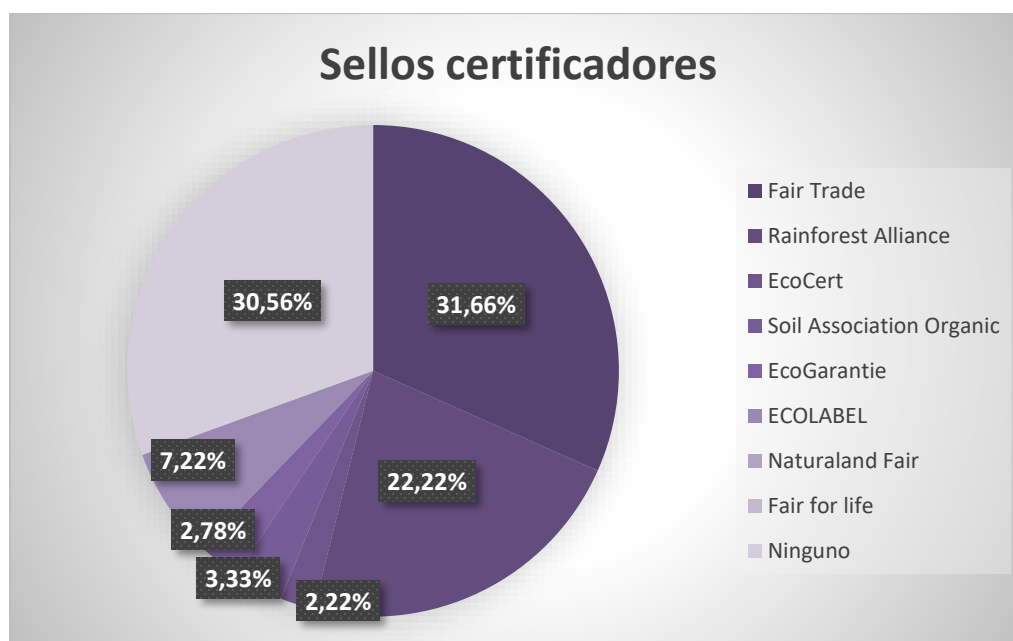
### 3.2.2.6 Pregunta 6.

**Tabla 22:**

*De los siguientes sellos certificadores de productos éticos/ responsables, ¿cuáles conoce?*

Opciones	Respuestas	Porcentajes
<b>WFTO</b>	114	31,66%
<b>Rainforest Alliance</b>	80	22,22%
<b>EcoCert</b>	8	2,22%
<b>Soil Association Organic</b>	12	3,33%
<b>EcoGarantie</b>	10	2,78%
<b>ECOLABEL</b>	26	7,22%
<b>Naturaland Fair</b>	0	0,00%
<b>Fair for life</b>	0	0,00%
<b>Ninguno</b>	110	30,56%
<b>Total</b>	360	100%

Fuente: Pregunta 6 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda



**Figura 19:** De los siguientes sellos certificadores de productos éticos/ responsables, ¿cuáles conoce?

Fuente: Pregunta 6 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda

### **Análisis. –**

Es importante mencionar que en esta pregunta el encuestado podía elegir una o más opciones por lo que se obtuvo un total de 360 respuestas.

Varios productos que son consumidos llevan sellos certificadores, que respaldan la ética y la responsabilidad en el proceso de producción de los mismos por ende cumplen con principios de comercio justo, desafortunadamente en su mayoría sus consumidores desconocen de estas certificaciones pues existe un consumo poco consciente de los productos, según los datos obtenidos en la encuesta se encuentra que 110 personas representando esto el 30,56% de los encuestados desconoce totalmente sobre estas certificaciones, mientras que la más conocida es la de WFTO con 31.66% seguida de la Rainforest Alliance con un 22,22% , esta es conocida por los consumidores de té negro , ECOLABEL con 7,22% mientras que las demás no llegan ni al 4%, como es el caso de EcoCert con un 2.22%, Soil Association organic con 3.33%, EcoGarantie con 2,78% Naturaland Fair con 0 % al igual que Fair for life.

Es necesario considerar que estas certificaciones no solo se desarrollan en el marco del comercio justo, sino que envuelve otros aspectos tales como responsabilidad social, responsabilidad ambiental y consumo responsable.

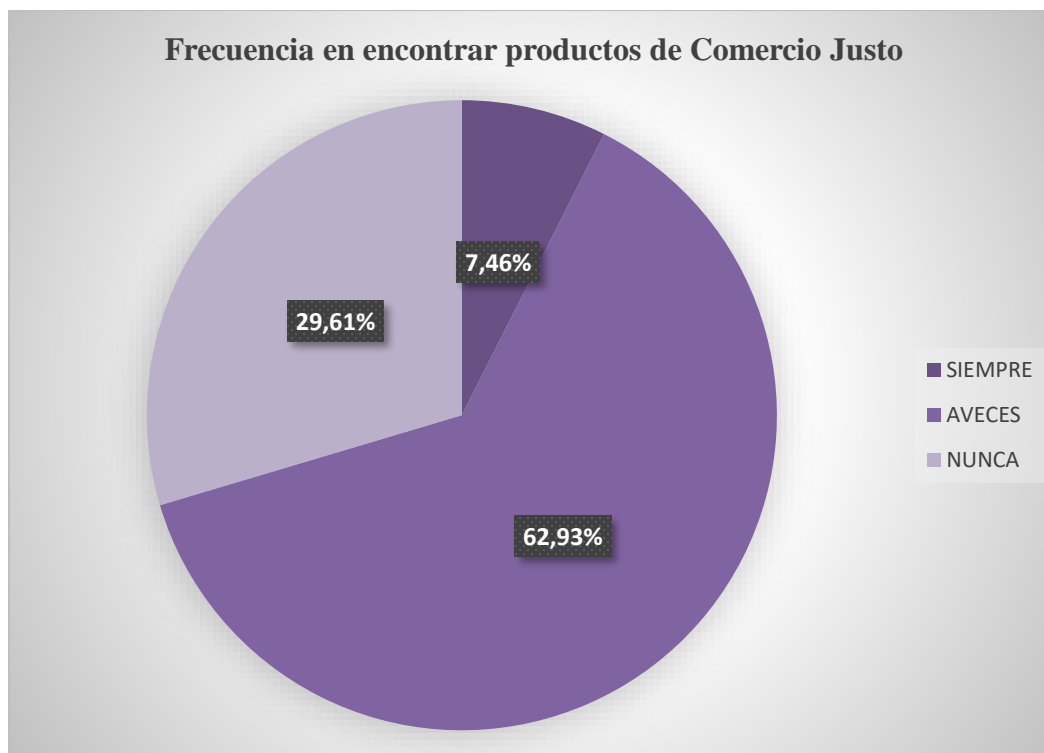
### **3.2.2.7 Pregunta 7**

#### **Tabla 23:**

*¿Con qué frecuencia encuentra productos de "Comercio Justo"?*

<b>Opciones</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentajes</b>
<b>SIEMPRE</b>	20	7,41%
<b>AVECES</b>	170	62,50%
<b>NUNCA</b>	80	29,63%
<b>Total</b>	270	99,32%

Fuente: Pregunta 7 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda



**Figura 20:** ¿Con qué frecuencia encuentra productos de "Comercio Justo"?

Fuente: Pregunta 7 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda

**Análisis.** – En cuanto a la frecuencia de aparición de productos de comercio justo se obtuvo que en un 7,41% de los encuestados siempre encuentra productos bajo esta certificación; 170 personas de 270 encuestados, representando esto un 62,50% respondió que a veces y el 29,63%, es decir 80 encuestados respondieron que nunca encuentran productos de comercio justo.

En esta pregunta se pudo analizar que los encuestados se preguntan como saben que un producto es elaborado bajo la modalidad de comercio justo, se les explico que generalmente estos tienen sellos certificadores, además que generalmente estos sellos se encuentran en productos no perecibles, y en productos que son elaborados manualmente y es importante considerar los productos que son elaborados manualmente ya que ellos son los que tienen mayor valor por el tiempo que les toma a los artesanos realizarlo.

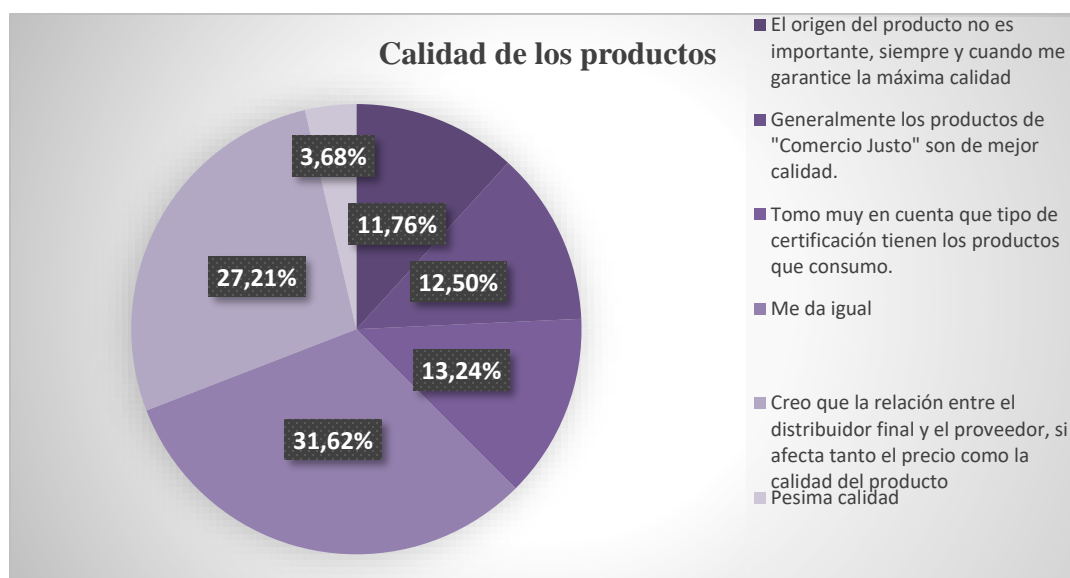
### 3.2.2.8 Pregunta 8

**Tabla 24:**

En cuanto a la calidad de los productos de Comercio Justo, ¿Con cuáles de las siguientes afirmaciones se siente identificado?

Opciones	Resp	%
El origen del producto no es importante, siempre y cuando me garantice la máxima calidad	32	11,76%
Generalmente los productos de "Comercio Justo" son de mejor calidad.	34	12,50%
Tomo muy en cuenta que tipo de certificación tienen los productos que consumo.	36	13,24%
Me da igual si el producto se maneja bajo comercio justo	86	31,62%
Creo que la relación entre el distribuidor final y el proveedor, si afecta tanto el precio como la calidad del producto	74	27,21%
Pésima calidad	10	3,68%
<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Pregunta 8 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda



**Figura 21:** En cuanto a la calidad de los productos de Comercio Justo, ¿Con cuáles de las siguientes afirmaciones se siente identificado?

Fuente: Pregunta 8 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda

**Análisis.** – En cuanto a la apreciación de la calidad de los productos de comercio justo que la gente percibe se observa que de 272 encuestados; 32 de ellos, representando un 11.76%, afirman que no importa si es un producto de CJ o no, lo importante es que la calidad sea la mejor; 34, representado un 12.50% de los encuestados que obviamente son los que consumen productos de CJ garantizan que estos son de mejor calidad; 36, representado un 13.24% de los encuestados si toman en cuenta las certificaciones que poseen los productos antes de comprarlos; 86 de ellos que representa el porcentaje más alto del 31.62% de la pregunta, le da igual, aquí se puede ver que existe un consumo inconsciente de ciertos productos; 74 de los encuestados, representando el 27.21% relacionan el costo y la calidad con la cadena de distribución de los productos; y solo 10 contestaron que los productos de CJ tienen pésima calidad.

En esta pregunta los encuestados pudieron concientizar que al momento de comprar un producto es necesario analizar su procedencia de no ser así estos entrarían a ser parte de un sistema de consumir y desechar sin darse cuenta, sin embargo, muchos de los productos a los que estamos acostumbrados tienen orígenes de explotación al productor y como han pasado por un sistema de distribución largo el costo es aún más elevado.

### 3.2.2.9 Pregunta 9

**Tabla 25:**

*¿Después de comprar un producto elaborado artesanalmente, usted se siente satisfecho por el precio pagado?*

Opciones	Respuestas	Porcentajes
<b>SIEMPRE</b>	76	27,94%
<b>AVECES</b>	134	49,26%
<b>NUNCA</b>	62	22,79%
<b>Total</b>	272	100,00%

Fuente: Pregunta 9 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda



**Figura 22.** ¿Después de comprar un producto elaborado artesanalmente, usted se siente satisfecho por el precio pagado?

Fuente: Pregunta 8 de la encuesta realizada a residentes del cantón Guaranda

**Análisis.-** En cuanto al nivel de satisfacción del precio al momento de adquirir un producto artesanal, 76 de 272 encuestados respondieron que siempre se sienten conformes con el precio pagado; 134 de los encuestados respondieron que, a veces y 62, que nunca.

### 3.3 ENTREVISTA

**3.3.1 Entrevista dirigida a Cornelia Kammermann, directora de proyectos de Simiatug LLakta, con el fin de conocer si manejan principios de comercio justo en sus relaciones comerciales.**

**1. ¿La asociación apoya a todos los productores que deseen ser parte de ella?**

Sí, indiscriminadamente; los criterios para que las Artesanas y Huerteras/os vendan sus producciones a la Asociación, son: únicamente la calidad de su tejido y las BPA, buenas prácticas agrícolas de sus plantas;

**2. ¿Considera usted que, la asociación es transparente en su gestión y en sus relaciones comerciales?**

Sí, frente a las Artesanas y Huerteras/os se manifiesta en que sus obras y producciones son pagadas al instante de la entrega, considerando el hecho de que mantienen a su familia a través de esta actividad; frente a nuestros clientes se manifiesta en cierta selectividad en que estén concordantes con nuestros principios de una Economía Social y Solidaria, de los ODS's



(Objetivos de Desarrollo Sostenible) y afinidad con el Pueblo, sobre todo las mujeres, de Simiatug;

**3. *¿Considera usted que La asociación realiza sus acuerdos comerciales considerando el bienestar social, económico y medioambiental de la parroquia de Simiatug?***

Absolutamente, es la razón de ser de la Asociación desde abril 2000 (dolarización): “hacer producir los recursos de las mujeres: sus talentos, habilidades artesanales, agrícolas y pecuarias / transformarlos en productos comerciables / y comercializarlos directamente, sin intermediarios, para mejorar las economías familiares de las/los productores”

**4. *¿Considera usted que recibe un pago justo por el producto que usted entrega a Camari?***

Sí, fijamos nosotras las tarifas y para resultar competitivas frente a productos similares, dos personas de la Asociación hemos sacado el Título-Profesional de la JNDA (Junta Nacional de Defensa del Artesano) que nos faculta vender sin tener que gravar IVA.

**5. *¿Existen niños trabajando en la asociación?***

Desde alrededor de los 12 años, la mayoría de las mamás enseñan a sus hijas a bordar y tejer la cabuya, tal que cuando estén en el Colegio (algo fortalecido durante los años por la Organización, no estaba por nada obvio mandar a las hijas al Colegio...) puedan solventar en algo sus gastos ellas mismas;

**6. *¿Trata usted de minimizar el impacto de los residuos en el medio ambiente?***

La actividad artesanal-textil no afecta el medio ambiente, la actividad de las/Huerteros más bien aporta al medio ambiente.

**7. *¿Considera usted que la asociación proporciona un entorno de trabajo seguro y saludable para sus empleados o socios, reciben las artesanas un sueldo mínimo vital, están asegurados al IESS?***

La Asociación no es empleadora, la Asociación proporciona ‘Mercado-garantizado’ a las/los que producen y promociona las producciones simiateñas.

Todas las partes son autónomas, dependiendo las Artesanas-domésticas, las confeccionadoras de artículos-artesanales ‘artSIMIATUG LLAKTA’ en sus propios Talleres y las compañeras

que procesan PLANTANDINA, de su propia iniciativa.

**8. *¿Considera usted que la asociación desarrolla las habilidades y capacidades de sus socias/os?***

Sí, con capacitaciones puntuales, formales y con atención personal al momento de entregarse obras; y son nuestros clientes que más aportan en sugerir nuevos diseños e ideas nuevas.

**9. *¿Conoce usted sobre comercio justo?***

Sin duda, es en el norte de la provincia de Bolívar donde nació el concepto del Comercio Justo a partir de los primeros voluntarios italianos en los años 70 que vinieron a esta zona extremadamente pobre y explotada movidos por el II Vaticano. Resonó en Mons. Cándido Rada y juntos institucionalizaron el concepto en el FEPP (Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio) difundiendo la idea y las estrategias a todo el país. Entre muchos otros conceptos de tipo 'igualdad' y 'justicia' recién hizo su entrada a nivel gubernamental en el año 2013 con el primer Plan Nacional del Buen Vivir.

**Análisis.-**

La entrevista realizada a Cornelia Kammermann ha sido un gran aporte a esta investigación, ya que ella es una voluntaria suiza que ha invertido su tiempo en ayudar al crecimiento de la Asociación, desde el año 2000 cuando empezó la dolarización con directrices basadas en comercio justo, y teniendo al FEPP como un ente importante para el desarrollo de la provincia en temas de creación de nuevos productos, mejora en la calidad de los servicios y en el proceso de distribución. Gracias a la información proporcionada por su parte se han podido resolver algunos cuestionamientos a esta investigación, ya que lamentablemente no existen datos estadísticos específicamente de la asociación.

### **3.4 Comercio Justo Simiatug**

#### 3.4.1 Organización Base

##### 3.4.2.1 Grupo Social Feep (Fondo Ecuatoriano Populorun Progressio)

El fondo ecuatoriano Populorun Progressio es un grupo social privado que a través de diferentes entidades y empresas sociales busca ayudar a organizaciones indígenas, afro ecuatorianas, montubias y a gente que ha sido excluida, a lograr sus aspiraciones en términos de asociación, educación, acceso a créditos, fuentes de empleo, capacitación, comercialización, conservación del medio ambiente (Fepp, 2018)

Las organizaciones que pertenecen a FEPP son:

- Banco de desarrollo
- NovoHabit
- Funder
- Protierras
- Imprefepp
- Agroimportadora
- Infofepp
- Camari

En esta investigación se hablará específicamente de la empresa social Camari, ya que el FEPP a través de Camari ayuda al desarrollo de las organizaciones indígenas de la parroquia de Simiatug.

Según el (PDOT, 2015) de la parroquia define al FEPP como un actor social privado que trabaja bajo ciertas líneas estratégicas, entre ellas se pueden mencionar el desarrollo territorial, la producción agropecuaria, recursos naturales, medio ambiente y la línea estratégica que es base para esta investigación, las finanzas populares y solidarias, para profundizar esta última es importante mencionar que el FEPP trabaja con la empresa privada

### 3.4.2 Empresa Comercializadora de Comercio Justo CAMARI.

La palabra “Camari” viene del origen quichua regalo o agrado, nace en 1981 para accionar en aspectos de comercialización agropecuaria y artesanal, los productos que vende son de alta calidad y sus principios se basan en la honestidad y la eficiencia con lo que logra la mayor satisfacción tanto para el consumidor como para el pequeño productor. Se maneja bajo conceptos sociales pues su proceso de comercialización no perjudica, paga siempre a tiempo a sus proveedores, los asiste con capacitación y asistencia técnica, sugiere para la mejora continua de la calidad del producto, paga más de lo que pagaría cualquier intermediario con el fin de favorecer a los productores más vulnerables; y bajo conceptos empresariales pues no subsidia , tampoco regala , enseña a administrar correctamente los recursos de tal manera que contribuye a que los pequeños productores puedan desarrollar un ambiente de sostenibilidad que trascienda en el tiempo, a diferencia de las ONG’s Camari es autofinanciada y no depende de recursos externos sino que en base a un margen de utilidad consciente mantiene su actividad comercial. (Camari, 2018)

Según el (PDOT, 2015) de la parroquia Camari trabaja con algunas empresas comunitarias de la parroquia entre ellas están; la quesera de Pimbalo, la procesadora de plantas herbazal y con Simiatug Llakta, que es el centro de este estudio. Entre las principales acciones de Camari están las siguientes:

- Capacitación a los productores
- Trabajo permanente en la innovación de los productos
- Buenas prácticas de manufactura (considerando los principios de comercio justo)
- Desarrollo de estrategias de comercialización y proyección de mercado.

Simiatug Llakta, es una organización parroquial conformada principalmente por mujeres que trabajan para el desarrollo de las siguientes actividades:

- Fortalecimiento del género femenino
- Transformación de hortalizas y plantas medicinales
- Turismo comunitario
- Artesanías.

Bajo este contexto, a continuación, se realizará un estudio de la aplicación de los principios de comercio justo en la organización Simiatug Llakta

### 3.4.3 Principios de Comercio Justo aplicados en la Asociación Simiatug Llakta a través de Camari

Según la (WFTO, 2013) en su manual de Normas y Sistema de garantías existen indicadores que miden el cumplimiento de los principios de comercio justo, es así que se analizara que tan efectiva es la Asociación Simiatug Llakta en el cumplimiento de los mismos.

Hay que considerar que en este tema de investigación los principios de Comercio Justo se aplican a través de la Camari, quienes poseen la certificación y que Simiatug Llakta es uno de los proveedores de Camari, definiéndolos según el sistema de garantías de la WFTO como “productor” de un producto de comercio justo.

Para medir la aplicabilidad de los principios se utilizara una ponderación del 0% si la asociación no cumple con el criterio, del 50% si cumple medianamente con el criterio y 100%, si lo cumple a cabalidad. Basándose en la columna de los indicadores y finalmente se obtendrá un promedio y si sobre pasa el 75% significa que si cumple con el principio de comercio justo. La mayoría de criterios de evaluación tienen que ver con prácticas internas por lo que Cornelia Kammermann, voluntaria suiza, quien ha impulsado el comercio no solo de artesanías sino también de “la planta andina”, será quien proporcione información sobre el tema.

Para comprender de mejor forma los criterios de cumplimiento es necesario detallar dos abreviaciones que son importantes:

- FTO (*Fair Trade Organization*): Representa a la organización de Comercio justo en el caso de esta investigación, CAMARI.
- FT (*Fair Trade*) : Representa al productor de comercio justo en el caso de esta investigación, SIMIATUG LLAKTA

### **Principio 1: Creación de oportunidades para productores en desventaja económica**

Este principio garantiza que la organización de comercio justo apoya a pequeños grupos de productores marginados guiando, capacitando, empoderándolos y acompañando en la distribución de sus productos con el fin de reducir la pobreza y mejorar su calidad de vida.

**Tabla 26:**

*Criterios de medición del principio de creación de oportunidades para productores en desventaja económica*

<b>Indicador</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Observación</b>	<b>%</b>
La FTO tiene una Declaración escrita de la misión o documento de política que expresa el compromiso de su organización para mejorar las condiciones sociales y económicas de los productores			X	Según la Página Web <a href="http://www.camari.org/index.php/camari">www.camari.org/index.php/camari</a> Camari cuenta con una estrategia empresarial desarrollada y publica	100%
El órgano de administración y el personal clave de la Organización entienden los principios del Comercio Justo de WFTO.		X		Según el PDOT de la parroquia 2015-2020, Cumple medianamente, ya que de 500 artesanas que pertenecen a Simiatug Llakta, han sido capacitados solo los miembros permanentes.	50%
La FTO trabaja y comercializa principalmente con los grupos de productores, productores y proveedores de grupos social y/o económicamente desfavorecidos.			X	Según PDOT de la parroquia 2015-2020 la cadena de comercialización es corta interviniendo en ella la FT- OFT- CF	100%
La Organización demuestra el compromiso a través de sus acciones y actividades comerciales para mejorar las condiciones económicas y sociales de los grupos de productores desfavorecidos, productores y proveedores de FT.			X	Según Cornelia Kammerman, Si cumple pues los impactos generados con la creación de una cadena de valor, ha mejorado la economía familiar y se ha logrado la formación de capacidades.	50%
<b>SUMA</b>					350
<b>PROMEDIO</b>					88%

Fuente: (WFTO, 2013)

Para poder analizar el compromiso que tiene CAMARI como Organización de Comercio a continuación se detalla la Misión y Visión de la Organización de Comercio Justo

**Misión**

Camari es un sistema nacional de comercialización solidaria, basado en los principios del comercio solidario y del Grupo Social FEPP, contribuye a mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores mediante la orientación de su producción y la comercialización de sus productos, a la vez que satisface las exigencias de clientes locales, nacionales e internacionales con productos y servicios de alta calidad.

**Visión**

Camari será una empresa solidaria del Grupo Social FEPP. Tendrá cobertura nacional, será líder en el comercio equitativo de productos agropecuarios, agroindustriales y artesanales provenientes de pequeños productores del campo y de la ciudad, cuyos productos serán comercializados en el mercado nacional e internacional. Con su intervención contribuirá a consolidar procesos de desarrollo social y económicos sostenibles.

**Figura 23:** Estrategia empresarial CAMARI

Fuente: (Camari, Camari, promoviendo el comercio justo, 2018)

Camari cumple este principio en un 88% según los indicadores revisados además en su estrategia empresarial lo que más resalta es el compromiso social que tiene tanto con sus proveedores (en este caso SIMIATUG LLAKTA) como con sus consumidores, en este sentido se puede afirmar también que este principio influye en el desarrollo turístico pues al brindar acompañamiento y capacitaciones en diferentes áreas se puede mejorar la calidad de los productos como de los servicios generando esto a su vez que los consumidores recomienden visitar la comunidad y que compren sus artesanías.

Además está el producto estrella elaborado de forma artesanal que es el Herbasal, que según fuentes primarias se dice este ha pasado por un proceso llamado la cadena de valor creada por su colaboradora Suiza Cornelia Kammermann, a través de estos productos se puede observar que los productores están siendo impulsados para poder no solo ser creadores de fuentes de ingresos sino entregar productos de buena calidad y para que más adelante estos puedan llegar a ser exportados en cantidades mayores.

**Principio 2: Transparencia y rendición de cuentas**

Este es un principio basado en la comunicación entre la organización y los socios, pues ellos también forman parte de la toma de decisiones, además existe total transparencia en la gestión y en las actividades comerciales.

**Tabla 27:***Criterio de medición del principio de transparencia y rendición de cuentas*

<b>Indicador</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Observación</b>	<b>%</b>
El miembro tiene una descripción de su estructura y gestión organizacional, y un sistema de trabajo administrativo financiero			X	Si cumple a través de los informes anuales que entrega al Fepp, organización social a la que pertenece	100%
La organización tiene cuentas anuales, tiene informes de sus actividades de comercio justo, poniéndolas a disposición de sus socios FT, así como a sus productores miembros y empleados.			X	Si cumple a través de los informes anuales que entrega al Fepp, organización social a la que pertenece	100%
La FTO tiene un buen proceso de comunicación con sus miembros, tales como reuniones periódicas o boletines internos.		X		Camari se reúne con Simiatug Llakta cada 3 meses para hacer sus pedidos.	50%
La organización recoge los comentarios de todos sus actores, trabajadores y productores más importantes, al menos una vez al año y considera estos cuando hace sus planes de mejora.			X	Cornelia Kammerman, Camari se reúne con Simiatug Llakta cada 3 meses para hacer sus pedidos, en donde receptan sugerencias que son evaluadas y posteriormente aceptadas	100%
<b>SUMA</b>					350
<b>PROMEDIO</b>					88%

Fuente: (WFTO, 2013)

Es importante mencionar que la vida de la parroquia gira en un entorno comunitario, por lo que específicamente hablando de SIMIATUG LLAKTA se reúnen en el centro de acopio una vez al mes según información receptada por parte de una de las artesanas de la asociación, en estas reuniones se hablan de términos económicos y de temas de mejora continua, en este espacio las artesanas pueden aportar con sus ideas y hablar además de sus inconformidades también, partiendo desde lo micro se puede decir que la asociación independientemente tiene sus reuniones en donde los coordinadores llevan y socializan también sus informes con respecto al tema económico principalmente.



En cuanto al aspecto macro existen también informes anuales más elaborados con resultados técnicos por parte de la FEPP, estos informes son públicos y muestran como se ha invertido los recursos y como se ha colaborado con cada comunidad que pertenece a este gran paraguas a través de sus diferentes empresas en este caso CAMARI

A continuación se muestra un balance del año 2014 del FEPP

**BALANCES DESGLOSADOS Y RESUMIDOS  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014  
OFICINA CENTRAL, REGIONALES Y EMPRESAS DEL GSFEP  
CON PERSONERÍA JURÍDICA ÚNICA**

OFICINA	ACTIVO	PASIVO	PATRIMONIO	INGRESOS	GASTOS	RESULTADOS
OF. CENTRAL	5.734.792,80	3.258.350,74	2.476.442,06	1.542.359,56	1.301.837,55	240.522,01
<b>REGIONALES</b>						
Coca	1.118.577,38	312.191,71	806.385,67	293.758,07	373.956,07	-80.198,00
Cuenca	1.030.259,91	403.391,51	626.868,40	328.540,11	373.160,21	-44.620,10
Esmeraldas	36.540,21	157.070,24	-120.530,03	241.893,73	297.235,74	-55.342,01
Guaranda	1.192.287,94	174.684,63	1.017.603,31	503.662,93	484.979,96	18.682,97
Ibarra	1.152.016,85	152.606,94	999.409,91	890.638,46	790.227,61	100.410,85
Lago Agrio	1.704.164,13	346.435,18	1.357.728,95	856.468,38	960.232,07	-103.763,69
Latacunga	812.140,97	157.307,95	654.833,02	750.052,83	765.941,71	-15.888,88
Loja	214.764,88	44.242,89	170.521,99	197.434,76	215.061,46	-17.626,70
Portoviejo	525.522,43	311.806,34	213.716,09	381.589,14	429.027,27	-47.438,13
Riobamba	1.197.270,88	297.317,36	899.953,52	611.142,40	578.009,36	33.133,04
<b>Subtotal Of. Central y Regionales</b>	<b>14.718.338,38</b>	<b>5.615.405,49</b>	<b>9.102.932,89</b>	<b>6.597.540,37</b>	<b>6.569.469,01</b>	<b>27.871,36</b>
<b>EMPRESAS</b>						
Agroimportadora	148.465,32	39.159,40	109.305,92	525.462,71	517.876,39	7.586,32
Camari Nacional	965.311,65	1.050.264,30	-84.952,65	3.050.478,43	2.958.014,72	92.463,71
Escuela de Formación Empresarial	245.286,96	50.967,20	194.319,76	46.000,44	47.920,73	-1.920,29
FEPP Construcciones	1.311.986,26	755.911,90	556.074,36	1.469.867,79	1.431.632,36	38.235,43
Imprefepp	410.869,27	333.897,53	76.971,74	394.220,60	391.901,20	2.319,40
Infofepp	4.967,52	38.325,70	-33.358,18	56.105,54	56.105,54	0,00
Protierrias	9.728,35	26.097,81	-16.369,46	19.828,85	19.828,85	0,00
<b>Subtotal Empresas</b>	<b>3.096.615,33</b>	<b>2.294.623,84</b>	<b>801.991,49</b>	<b>5.561.964,36</b>	<b>5.423.279,79</b>	<b>138.684,57</b>
<b>SUBTOTAL (1)</b>	<b>17.814.953,71</b>	<b>7.910.029,33</b>	<b>9.904.924,38</b>	<b>12.159.504,73</b>	<b>11.992.948,80</b>	<b>166.555,93</b>
<b>ENTIDADES DEL GSFEP CON PERSONERÍA JURÍDICA PROPIA</b>						
OFICINA	ACTIVO	PASIVO	PATRIMONIO	INGRESOS	GASTOS	RESULTADOS
BANCODESARROLLO	120.074.063,00	107.857.281,00	12.216.782,00	14.374.766,00	13.438.047,00	936.719,00
FUNDER	610.474,20	221.211,80	389.262,40	1.270.488,78	1.278.944,17	-8.455,39
NOVOHABIT	232.048,62	204.966,43	27.082,19	615.835,59	606.792,31	9.043,28
<b>SUBTOTAL</b>	<b>120.916.585,82</b>	<b>108.283.459,23</b>	<b>12.633.126,59</b>	<b>16.261.090,37</b>	<b>15.323.783,48</b>	<b>937.306,89</b>
<b>TOTAL GSFEP</b>	<b>138.731.539,53</b>	<b>116.193.488,56</b>	<b>22.538.050,97</b>	<b>28.420.595,10</b>	<b>27.316.732,28</b>	<b>1.103.862,82</b>

**Figura 24:** Informe General FEPP

Fuente: (Fepp, 2018)

### Principio 3: Prácticas comerciales justas

Es un principio que garantiza que los productores tendrán el recurso económico para elaborar sus productos en el caso de las artesanías y de cultivar en el caso de la agricultura, de esta manera se asegura que no existe endeudamiento para la materia prima, este principio también respalda al

consumidor o cliente pues el productor está en la obligación de entregar una mercadería de calidad y según los términos temporales establecidos.

**Tabla 28:**

*Criterios de medición del principio de prácticas comerciales justas*

<b>Indicador</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Observación</b>	<b>%</b>
Cuando compra productos de FT, la FTO tiene acuerdos escritos (por ejemplo, contratos u órdenes de compra) con sus socios de FT, miembros productores y proveedores.			X	Según Cornelia Kammermann, si existe un contrato de por medio en donde se definen pagos y plazos de entrega	100%
La FT productor respeta los contratos y entrega de productos a tiempo y con la calidad y especificación deseada			X	Los productos se entregan cada tres meses inmediatamente pues se procura tener un buen stock	100%
Cuando compra productos de FT, la FTO respeta las condiciones de pago acordadas, y garantiza el pago a tiempo, al momento de recibir los documentos completos.			X	Camari es muy responsable al momento de pagar, realizando un deposito 15 días después de la entrega	100%
La FTO mantiene relaciones a largo plazo con sus socios FT, productores y proveedores. No termina las relaciones comerciales o deja de comprar de ellos sin previo aviso			X	Camari trabaja con Simiatug Llakta desde el 2004, es decir aproximadamente 15 años	100%
Siempre que sea posible, se hacen esfuerzos para utilizar las habilidades tradicionales, los materiales y los productos de la zona.			X	El 100% de las artesanías es realizado en base al diario vivir de las artesanas y además usan materiales de la zona.	100%
				<b>SUMA</b>	500
				<b>PROMEDIO</b>	100%

Fuente: (WFTO, 2013)

En esta investigación las prácticas comerciales justas se desarrollan en un ambiente en donde intervienen SIMIATUG LLAKTA como proveedor, CAMARI como distribuidor y el Consumidor Final, que según las estadísticas de CAMARI en el año 2018 un 70% de sus consumidores fueron extranjeros, es por ello que la formalidad de la entrega recepción de los productos artesanales deben

seguir un proceso y este es respaldado con un contrato en donde se especifica la forma de pago, tiempo de entrega, calidad del producto.

Según Sagrario Angulo, Coordinadora central de CAMARI, los pagos se realizan con cheque inmediatamente recibido el producto, es decir que el comercio justo y sus principios no permiten que los productos artesanales sean consignados para que de esta forma se dinamiza la producción y no tengan que endeudarse para la materia prima sino que la venta de sus productos genere un ingreso representativo para las artesanas.

Aunque se debe considerar que la materia prima que utilizan es sostenible ya que en especial las shigras son elaboradas en base a la cabuya que sale del penco que a su vez abunda por las circunstancias climáticas de la Parroquia de Simiatug, y los bordados son elaborados con las enseñanzas que se han transmitido de madre a hija paulatinamente, el valor agregado que tienen los bordados es que el estilo de vida de los pobladores de la parroquia se ve plasmado en las diferentes artesanías utilitarias que ellas elaboran y la técnica que utilizan consiste en utilizar la punta del penco como aguja.



**Figura 25:** *Bordado en tiempo de pastoreo*  
Fuente: (SIMIATUG, 2012)

#### **Principio 4: Pago de un precio justo**

En cuanto a este principio se dice que todas las partes involucradas deben establecer el precio mediante conversaciones, tomando en cuenta que el principal beneficiario debe ser el pequeño

productor; a través de recibir una paga adecuada midiéndose esto en el nivel de satisfacción del productor.

**Tabla 29:**

*Criterios de medición del principio de pago de un precio justo*

<b>Indicador</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Observación</b>	<b>%</b>
El trabajador asalariado percibe al menos el sueldo mínimo vital vigente.	X			Según Cornelia Kammermann, la comercialización de artesanías ha constituido una fuente de ingresos, más no es suficiente para cubrir las necesidades básicas de las extensas familias, los ingresos varían para cada artesana según lo que dejen en el centro de acopio.	0%
El pago por unidad producida en un determinado tiempo, guarda relación con el sueldo mínimo vigente		X		Cada producto pasa por un proceso de análisis de costos para poder pagar el precio justo por ello, sin embargo no es suficiente para erradicar la pobreza, porque existen problemas estructurales grandes	50%
El precio del producto/servicio pagado al proveedor de servicios cubre al menos el costo de producción.			X	Existe el taller en donde las artesanas tienen acceso para realizar sus artesanías, ahí se manejan costos para pagar un precio justo por ello, sin embargo se considera que el valor que tiene la artesanía no puede ser cuantificable, en cuanto al precio siempre se toma en cuenta en tiempo dedicado y la calidad es muy importante también, se debe considerar que las artesanas reciben cursos para mejorar su artesanía. En conclusión si cubre el costo de producción sin embargo no es suficiente para erradicar la pobreza.	100%
<b>SUMA</b>					150
<b>PROMEDIO</b>					50%

Fuente: (WFTO, 2013)

El pago de un precio justo, en este principio se puede observar que, aunque el propósito del Comercio justo es la erradicación de la pobreza, no se cumple, tal vez termine siendo muy utópico pensar que una población puede erradicar totalmente la pobreza a través de prácticas comerciales

justas cuando existen problemas estructurales más grandes como por ejemplo la carencia de servicios básicos, en donde el estado debería intervenir a gran escala.

A pesar de los esfuerzos, de las iniciativas femeninas desde hace más de 18 años, cuando empezó la dolarización no se ha logrado lo esperado, se ha mejorado, en temas relacionados con el emprendimiento y con la calidad e innovación de los productos y es allí en donde se puede ver que el comercio justo ha sido un impulso para que esto suceda.

SIMIATUG LLAKTA, tiene clientes en la ciudad de Quito y Riobamba además de CAMARI, pero la demanda de los productos artesanales permanece estática y según María Imbaquingo cada vez son más las mujeres que quieren ser parte de la Asociación, generando esto un alto índice de oferta. La elaboración de artesanías y de los bordados ha significado mucho para las artesanas ya que esto ayuda para la economía de sus familias, pero todavía se debe trabajar muy duro para conseguir tener más beneficios como la seguridad social y para que estos esfuerzos se vean reflejados en dinero es importante generar valor agregado a los productos, que de hecho este último año ha ido en aumento con la creación de espacios en donde las artesanas pueden ir a utilizar maquinaria para la elaboración de zapatos de manera muy profesional y a base de cabuya. En este caso para que este principio se cumpla es necesario incentivar a que la asociación intervenga en el proceso de afiliaciones al seguro social de manera individual para que tengan acceso a mediación y salud en general incluyendo a sus hijos y esposos y gracias a la buena salud puedan seguir trabajando y emprendiendo.

### **Principio 5: Garantizar que no exista el Trabajo Infantil y el Trabajo Forzado**

En este principio se garantiza que se respeten los derechos del niño, respaldando una vida digna para ellos en donde puedan acceder a actividades competentes a su condición como estudiar, por ejemplo, es importante recalcar que, si existiera la participación de algún menor en la producción, esta debe ser totalmente supervisada para que no afecta al niño a o niña negativamente. En cuanto al trabajo forzado se refiere a que los productores no sean explotados.

**Tabla 30.**

*Criterio de medición del principio de garantizar que no exista el trabajo infantil y el trabajo forzado*

Indicador	1	2	3	Observación	%
La organización cuenta con un sistema para verificar la edad de sus empleados y productores contratados directamente.				Según Cornelia Kammerman, la asociación está conformada por mujeres, por ende los niños y niñas están involucrados, pero no como trabajo sino como una forma de crianza, los y las niñas ayudan a sus madres a la elaboración de artesanías como una forma de aprender y mantener la técnica de bordado, pero en sus tiempos libres, y no influye en el ámbito escolar, es importante para las madres que sus hijos estudien aunque las escuelas estén un tanto alejadas. Tampoco existe trabajo forzoso pues las artesanas realizan sus trabajos mientras realizan otras actividades tales como cuidar y alimentar a sus animales, además la asociación procura tener un stock suficiente para que cuando haya un pedido que es cada 3 meses pues lo tengan surtido.	100%
La organización no emplea trabajo forzoso y cumple con la legislación nacional pertinente en relación con el trabajo forzoso.			X		
Los trabajadores menores de 18 años están permitidos sólo en el ámbito de una empresa familiar y garantizando el derecho a la educación, la recreación y la salud.					
<b>SUMA</b>					500
<b>PROMEDIO</b>					100%

Fuente: (WFTO, 2013)

Según el registro de la Asociación existen 500 mujeres que son parte del equipo de trabajo, todas ellas son madres que en promedio tienen 3 hijos es decir que existe alrededor de 1500 menores de edad, pero como se puede observar en las siguientes imágenes los hijos son parte del proceso de producción pues mientras las mujeres pastorean, bordan o mientras están en el taller sus hijos e hijas están con ellas.



**Figura 26:** Mujeres de Simiatug Llakta

Fuente: (SIMIATUG, 2012)

Los menores son parte del trabajo de sus madres, incluso es importante para ellas que sus hijas aprendan a bordar con técnicas ancestrales ya que probablemente esto servirá más adelante para que ellas se puedan sostener económicamente, mas no existe trabajo forzoso ni explotación infantil, pues las madres priorizan que sus niños asistan a la escuela, además esto no impide que desarrollen actividades acordes a su edad.

**Principio 6: Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación. -**

El compromiso de no discriminación, igualdad de género, potestad económica de las mujeres y libertad de asociación tiene que ver con que la organización no puede aplicar ningún tipo de discriminación en el tema de contratación, paga, capacitación, desarrollo laboral u otros por razones de raza, nacionalidad, edad, creencias religiosas o políticas, genero, sexualidad o incluso por ser portador de ciertas enfermedades con de VIH.

**Tabla 31:**

*Criterio de medición del principio de Compromiso con la no discriminación*

Indicador	1	2	3	Observación	%
En la selección de los productores y proveedores de FTs, la FTO no practica ninguna discriminación basada en el género, raza, casta, nacionalidad, religión, discapacidad, orientación sexual, estado civil, unión sindical o pertenencia a un grupo legal, afiliación política, condición de VIH / SIDA o la edad.			X	Camari, empresa que pertenece al FEEP se maneja bajo una misma línea ideológica y es la de no discriminación sino más bien la de ayuda a los sectores más vulnerables. Dentro de la Asociación Simiatug Llakta lo importante es la calidad de los productos mas no de quien vienen.	100 %
Nivel de implementación del Plan de capacitación en liderazgo para las mujeres		X		Las capacitaciones a la asociación son irregulares, pero se dan desde el origen de la asociación en donde se ha hecho posible llevar a las mujeres a niveles de empoderamiento alto, reconociendo su valor y su cultura	50%
La FTO no practica ninguna discriminación con respecto a los salarios (igual pago por igual trabajo) para sus empleados y productores contratados directamente.			X	Existe el taller en donde las artesanas tienen acceso para realizar sus artesanías, ahí se manejan costos para pagar un precio justo por ello, sin embargo se considera que el valor que tiene la artesanía no puede ser cuantificable, en cuanto al precio siempre se toma en cuenta en tiempo dedicado y la calidad es muy importante también, se debe considerar que las artesanas reciben cursos para mejorar su artesanía.	100 %
<b>SUMA</b>					250
<b>PROMEDIO</b>					83%

Fuente: (WFTO, 2013)

Este principio si se cumple por parte de CAMARI porque para ellos lo más importante es el producto mas no las condiciones de raza, sexo, creencia religiosa, esto se ve reflejado con los grupos con los que trabajan en este caso SIMIATU LLAKTA, que es un grupo que busca cuidar la economía en especial de las mujeres y de sus familias sin discriminación alguna.

### **Principio 7: Garantizar buenas condiciones de Trabajo**



Este principio garantiza principalmente el tema de la seguridad laboral, condiciones de trabajo adecuadas, horas de trabajo de acuerdo a lo legislado por la Organización internacional además que exista la oportunidad de escuchar y ser escuchadas en sugerencias importantes para la mejora continua.

**Tabla 32:**

*Criterio de medición del principio de Garantizar buenas condiciones de Trabajo*

Indicador	1	2	3	Observación	%
La FTO trabaja con los productores para garantizar métodos de producción seguros e introduce entrenamiento y medidas preventivas y de mejora cuando son necesarias.			X	Las capacitaciones con respecto al tema se dan por parte de la coordinadora quien ha impulsado a las artesanas para obtener productos de buena calidad basándose en los principios de sostenibilidad de la ONU, se puede considerar que hoy en día las mujeres están mucho más capacitadas en el tema.	100%
Se promueven condiciones laborales seguras de acuerdo a las leyes locales y/o a las disposiciones internacionales.			X	Existe el taller en donde las artesanas tienen acceso para realizar sus artesanías, también lo pueden hacer en sus casas con libertad para realizar otras actividades.	100%
Se respetan los horarios de trabajo de acuerdo a la legislación vigente.			X	Las artesanas socias administran su tiempo de manera responsable, existen horarios en los que pueden ir al taller para la elaboración de zapatos y para tener un stock lleno en caso de pedidos.	100%
La empresa se encuentra al día en el pago de los beneficios sociales.	X			Las Socias no tienen seguro general.	0%
<b>SUMA</b>					300%
<b>PROMEDIO</b>					75%

Fuente: (WFTO, 2013)

La Asociación SIMIATUG LLAKTA procura siempre mantener un ambiente saludable de trabajo, en el siguiente grafico se observa uno de los talleres de la asociación, en donde de forma

organizada acuden las mujeres para dar el acabado de alta calidad a las artesanías tales como zapatos, forros de las carteras, tapetes etc.



**Figura 27:** Talleres  
Fuente: (Simiatug, 2012)

Sin embargo cabe recalcar que la asociación no es empleadora, sino es un espacio en donde las mujeres se capacitan, producen, aprenden, enseñan etc. Ellas son totalmente independientes dejándoles este tiempo para desarrollar otras actividades como agricultura, ir a la feria de los miércoles e incluso pastorear a sus animales.

En estos espacios además existe maquinaria con las que a ellas se les facilita la creación de nuevas artesanías, sin dejar de lado la materia prima que es el bordado utilizado después para otros procesos y el tejido en cabuya para la elaboración de calzado y carteras

### **Principio 8: Proporcionar el desarrollo de Capacidades**

El desarrollo de capacidades se da a través de capacitaciones continuas es necesario que los productores aprendan a desarrollar ciertas habilidades que los beneficie tal es el caso de la administración, capacidad de producción y conocer la accesibilidad a mercados nacionales e internacionales.

La asociación recibe capacitación en temas relacionados a la administración, control de stock de sus productos, higiene, salud, manipulación de alimentos por parte de los siguientes entes:

- Instituto Nacional de la Economía Popular y Solidaria
- ARCSA

- Centro de capacitación y formación a la mujer
- CAMARI

**Tabla 33:**

*Criterios de medición del principio de Proporcionar el desarrollo de Capacidades*

<b>Indicador</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Observación</b>	<b>%</b>
La FTO desarrolla un plan y un presupuesto para la creación de capacidades de los productores y empleados de acuerdo a sus necesidades y las necesidades de la organización.		X		Las capacitaciones a la asociación son irregulares, pero se dan desde el origen de la asociación en donde se ha hecho posible llevar a las mujeres a niveles de empoderamiento alto, reconociendo su valor y su cultura	50%
La FTO Productor ofrece entrenamiento periódico y apoyo, cuando sea necesario, a productores FT y empleados con el objetivo de fortalecer su: <ul style="list-style-type: none"> <li>• cualificaciones profesionales</li> <li>• calidad del producto y diseños (si es aplicable)</li> <li>• capacidades de marketing (información de mercado, fijación de precios)</li> <li>• capacidades de gestión</li> <li>• mejora de las prácticas en relación con los principios de Comercio Justo</li> </ul>		X		Las capacitaciones con respecto al tema se dan por parte de la coordinadora quien ha impulsado a las artesanas para obtener productos de buena calidad basándose en los principios de sostenibilidad de la ONU, se puede considerar que hoy en día las mujeres están mucho más capacitadas en el tema.	50%
<b>SUMA</b>					100
<b>PROMEDIO</b>					50%

Fuente: (WFTO, 2013)



**Figura 28:** Capacitaciones del uso de Excel básico  
Fuente: (Simiatug, 2012)

### **Principio 9: Promoción del comercio justo**

En este principio se relaciona específicamente con la promoción y el marketing que de igual forma se maneja de forma consiente de tal manera que el consumidor reciba lo que se oferto con la misma calidad que se ofreció sin necesidad de mentir o de sobrevalorar los productos que se comercializan a través de comercio justo.

En la siguiente tabla se puede observar que este principio no se cumple en su totalidad específicamente por el tema de la promoción, lamentablemente y según las encuestas realizadas en esta investigación existe un porcentaje mínimo de personas que conocen sobre comercio justo es decir que es necesario realizar más publicidad con respecto al comercio justo, cuál es su propósito, que es lo que persigue, cuáles son sus beneficios y como aporta en el desarrollo de comerciantes que no tienen posibilidad de crecer en sus negocios, en este caso se puede proponer al MINTUR para que promociione las artesanías de SIMIATUG a través de sus ferias enfocándose en temas de comercio justo, se deben buscar alianzas con diferentes entes gubernamentales incluso para que exista promoción mediática, en la televisión , la radio e incluso en la prensa para que los ecuatorianos conozcan sobre el tema y puedan ser parte de este.

**Tabla 34:***Criterios de medición del principio de Promoción del comercio justo*

<b>Indicador</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Observación</b>	<b>%</b>
La FTO promueve y/o crea conciencia sobre el Comercio Justo y los principios de Comercio Justo internamente con sus empleados y productores contratados directamente.			X	Las capacitaciones con respecto al tema se dan por parte de la coordinadora quien ha impulsado a las artesanas para obtener productos de buena calidad basándose en los principios de sostenibilidad de la ONU, se puede considerar que hoy en día las mujeres están mucho más capacitadas en el tema	100%
La FTO Productor o FTO de comercialización que compra localmente de productores o grupos de productores, promueve el Comercio Justo y sus principios a sus productores de FT.			X	Camari, cumple estrictamente los principios de comercio justo ya que se rigen a la línea ideológica de la FEPP	100%
La FTO de comercialización se dedica a la promoción del Comercio Justo y sus principios al público en general y consumidores, según corresponda a su tamaño y el alcance de la operación.		X		Según las encuestas realizadas 212 de 272 personas no tienen conocimiento de lo que es comercio justo, sin embargo en Quito Camari tiene publicidad sobre el tema en sus tiendas de comercialización	50%
La FTO emplea publicidad eficiente para hacer conocer a los productores	X			Según las encuestas realizadas 212 de 272 personas no tienen conocimiento de lo que es comercio justo.	0%
					250
					63%

Fuente: (WFTO, 2013)

**Principio 10: Respeto por el medio ambiente**

En este principio intervienen las materias primas sostenibles y la conciencia ambiental para elaborar o cosechar los productos.

**Tabla 35:**  
*Criterios de medición del principio del respeto al medio ambiente*

Indicador	1	2	3	Observación	%
Nivel de implementación del plan de gestión ecoeficiente del medioambiente.			X	No tienen un plan tangible, pero lo manejan empíricamente.	100%
Se prioriza el uso de materiales biodegradables/reciclables en los empaques	X			No, las fundas de empaque son de plástico	0%
Se prioriza el uso de materia prima natural/orgánica			X	En el caso de la plantandina	100%
Se prioriza el uso de materia prima nacional.			X	Las artesanías están hechas de cabuya, material endémico	100%
<b>SUMA</b>					300
<b>PROMEDIO</b>					75%

Fuente: (WFTO, 2013)

“Este principio se cumple ya que las artesanías son realizadas a base de cabuya que es una planta que crece en exceso en la zona por sus condiciones climáticas y en el caso del Herbasal, actualmente llamado planta andina, es elaborado con plantas como albahaca, acelga, salvia, taraxacto, perejil, ajo, cebolla, rábano, apio, oréganos, eneldo y romero que son totalmente orgánicos los cuales deben seguir un proceso de secado evitando desperdicios lo que es favorable para el medio ambiente. Además, en temas de medio ambiente ellas son expertas pues al no poseer agua por ejemplo deben abastecerse de la misma a través de la lluvia por lo que son muy cuidadosas de ella.”

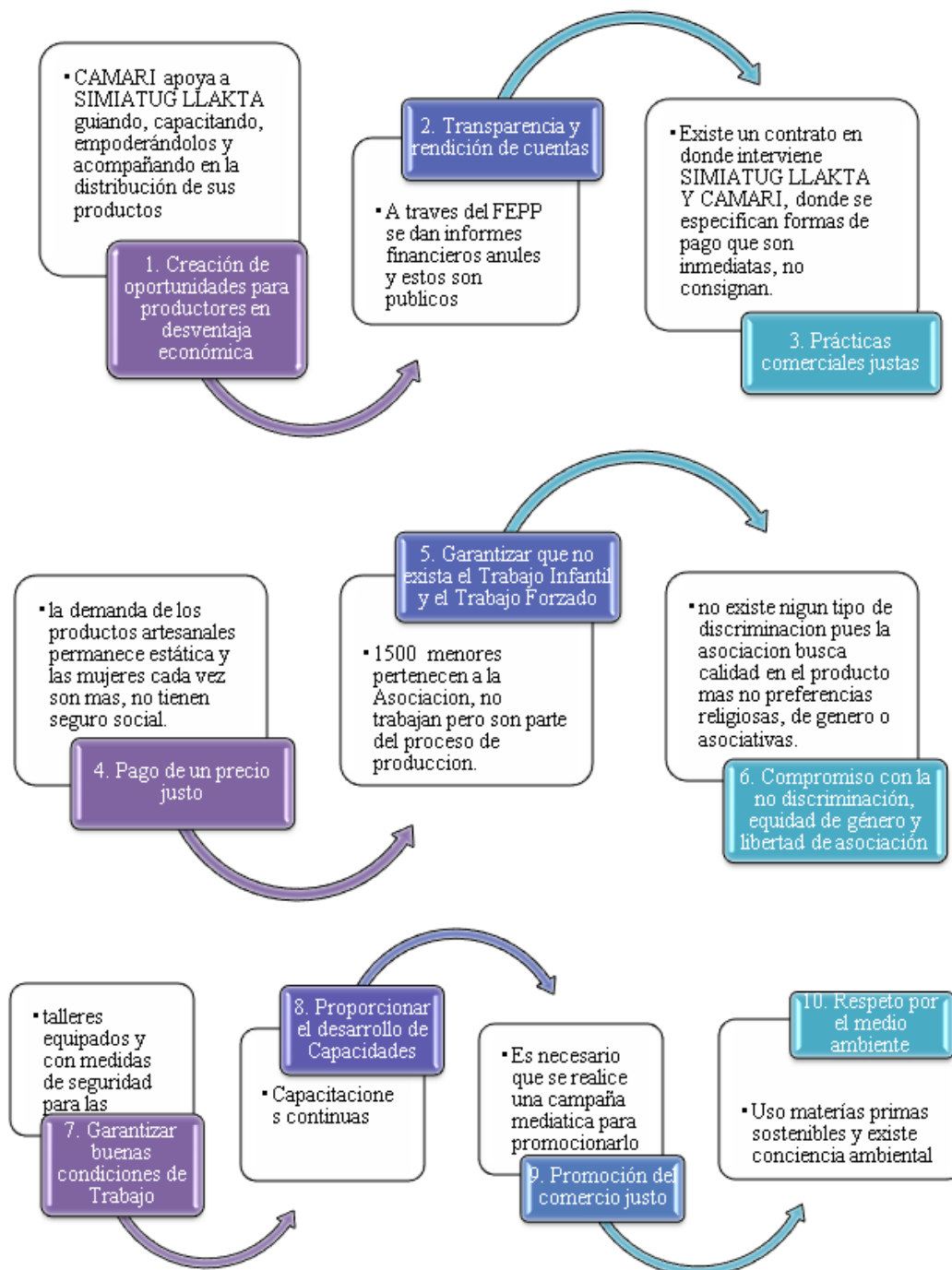
### 3.5 Cuadro Resumen de análisis de aplicación de los principios de comercio justo de artesanías entre Simiatug Llakta y Camari.

**Tabla 36:**

*Resumen de los principios de comercio justo entre Simiatug Llakta y Camari*

ICONO	PRINCIPIO	%
	Creación de oportunidades para productores en desventaja económica	88%
	Transparencia y rendición de cuentas	88%
	Prácticas comerciales justas	100%
	Pago de un precio justo	50%
	Garantizar que no exista el Trabajo Infantil y el Trabajo Forzado	100%
	Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación	83%
	Garantizar buenas condiciones de Trabajo	75%
	Proporcionar el desarrollo de Capacidades	50%
	Promoción del comercio justo	63%
	Respeto por el medio ambiente	75%

Fuente: (Kammerman, 2019)



**Figura 29:** Resumen del cumplimiento de los principios de CJ en Simiatug  
Fuente: (Kammerman, 2019)



### 3.6 CONCLUSIONES

1. El Comercio justo es un sistema económico, que busca crear conciencia en las prácticas comerciales convencionales, en donde el pequeño productor es el menos favorecido, en términos económicos, es por esto que existen certificaciones de comercio justo para que la organización que sea parte de este sistema pueda ser calificada en su cumplimiento basado en 10 principios.

2. El principal propósito del comercio justo es erradicar la pobreza, lamentablemente se puede observar que esto es una utopía ya que es evidente que la relación que existe entre el productor y el consumidor final está muy dilatada porque en ese proceso intervienen otros comerciantes convencionales lo que significa menos paga para el productor y mayor precio para el consumidor final.

3. La mayoría de la población de Simiatug ha logrado terminar sus estudios primarios básicos, por lo que sus ingresos promedio llegan en su mayoría a 350 dólares mensuales por familia, según datos del INEC, estos ingresos son generados por la agricultura que es un trabajo muy pesado, frente a esto las mujeres se han visto en la necesidad de generar otras fuentes de ingreso como son el turismo y la venta de sus artesanías.

4. Aunque en los últimos años los pobladores de Simiatug han recibido capacitaciones de hospitalidad, muy poco se ha podido avanzar en temas turísticos ya que existen problemas más estructurales como la falta de agua potable, el servicio eléctrico es muy básico y no tienen acceso a internet en las diferentes comunidades, así como también la planta turística es subdesarrollada, frente a esto se necesitan factores económicos altos y apoyo gubernamental.

5. Los principios de comercio justo para ser aplicados se necesita que se relaciones una organización de Fair Trade en el caso de esta investigación CAMARI y un productor de Fair trade en este caso SIMIATUG LLAKTA, de esta forma se puede analizar el cumplimiento de los 10 principios de comercio justo de acuerdo al Manual de normas y sistemas de garantías del FTO

6. La asociación de SIMIATUG LLAKTA no es empleadora, por ello no puede afiliar al seguro social a las artesanas, y cada vez son más mujeres de la parroquia que quieren ser parte de esta asociación que lo que asegura son prácticas comerciales justas, capacitaciones y acompañamiento en la distribución y comercialización de sus productos.

### 3.7 RECOMENDACIONES

1. La asociación SIMIATUG LLAKTA debe crear relaciones con otros comercializadores inspiradas en el tema de comercio justo, tal es el caso de MAQUITA CUSUNCHIC que no solo se dedican a la venta de productos no perecibles, sino que también se maneja en turismo receptivo, se podrían crear relaciones comerciales con ellos para que puedan distribuir las artesanías en base de cabuya, la plantandina y los bordados de las mujeres Simiateñas.
2. La influencia del comercio justo de artesanías en el desarrollo del turismo en la parroquia de Simiatug sería más evidente, si el GAD Parroquial tuviera la iniciativa de promocionar este sistema económico a través de su página web, incentivar a los moradores de la parroquia para que aprendan marketing turístico a través de la implementación del servicio de internet en más lugares de la parroquia, además capacitar constantemente a los emprendedores en temas de hospitalidad y turismo.
3. Los pobladores de Simiatug deben unirse para solicitar al GAD provincial para que den atención prioritaria a la pésima calidad de servicios básicos, ya que esto no permite brindar un buen servicio al viajero visitante.
4. El FEPP a través del banco de desarrollo debería apoyar a los pequeños emprendedores con créditos representativos, para que pueda empezar a invertir en planta turística, esto sería de gran ayuda para tener viajeros visitantes que no solo vayan por la feria del miércoles, sino que decidan alargar su estancia por más tiempo.

### BIBLIOGRAFIA

Aguilar, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud.

- Anonimo. (2006). *Portal de la Economía solidaria*. Obtenido de [https://www.economiasolidaria.org/comercio\\_justo](https://www.economiasolidaria.org/comercio_justo)
- Anonimo. (22 de Enero de 2010). Obtenido de <http://cabuyasanbernardo.blogspot.com/2010/01/que-es-la-cabuya.html>
- Anonimo. (s.f.). *El portal de la economía solidaria*. Obtenido de [https://www.economiasolidaria.org/comercio\\_justo](https://www.economiasolidaria.org/comercio_justo)
- Caceres, J. (2008). *posicionamiento y determinacion del mercado objetivo*. Obtenido de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2008/bpmfec118p/doc/bpmfec118p.pdf>
- Caceres, R. (2016). *Influencia de la aplicaion del modelo comercio justo en el desarrollo de la asociacion central del sur andino*. Arequipa-Peru.
- Camari. (2018). *Camari, promoviendo el comercio justo*. Obtenido de <https://www.camari.org/index.php/camari>
- CECJ. (2000). *Cordinadora ecuatoriana de comercio justo*. Obtenido de <http://www.cecjecuador.org.ec/comercio-justo/historia/>
- CECJ, e. a. (2014). *Estrategia ecuatoriana de comercio justo 2014-2017*. Obtenido de <http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/wp-content/uploads/2014/06/Estrategia-Ecuatoriana-de-Comercio-Justo.pdf>
- Charlton, S. y. (2006). *Fair Trade for all*.
- Chimborazo, J. (2006). Obtenido de <http://www.simiatur.com/es/artistico/la-historia-de-las-mujeres-artesanas>
- CIIFEN. (2016). *Centro internacional para l ainvestigacion del fenomeno de el niño*. Obtenido de [http://www.ciifen.org/index.php%3Foption%3Dcom\\_content%26view%3Dcategory%26layout%3Dblog%26id%3D99%26Itemid%3D132%26lang%3Des](http://www.ciifen.org/index.php%3Foption%3Dcom_content%26view%3Dcategory%26layout%3Dblog%26id%3D99%26Itemid%3D132%26lang%3Des)
- Constitucion de la Republica del Ecuador. (2008). *LEXIS*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Coto, M. F. (2012). *CEGESTI; Exito empresarial*. Obtenido de [http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion\\_195\\_030512\\_es.pdf](http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_195_030512_es.pdf)
- Cruz, L. (2015). *“Enfoque teorico-espistemologico del comercio justo-caso de estudio Ecuador*. Quito.
- Dehays, J. (2000). Obtenido de [http://archivos.diputados.gob.mx/Centros\\_Estudio/Cesop/Eje\\_tematico/d\\_mambiente.htm](http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Eje_tematico/d_mambiente.htm)

- Dominguez, M. (18 de febrero de 2018). *Enciclopedia del Derecho*. Obtenido de <https://leyderecho.org/transparencia/>
- Economipedia. (2015). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/materia-prima.html>
- EPS. (2017). *La superintendencia de economía popular y solidaria* . Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/noticia?conoce-la-eps>
- Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo. (2014). *Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo*,. Obtenido de <http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/wp-content/uploads/2014/06/Estrategia-Ecuatoriana-de-Comercio-Justo.pdf>
- Farber, P. B. (s.f.). *199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad*. norma.
- Fepp, G. S. (2018). *Informe anual 2017*. Quito: imprefepp.
- FINE. (1998). *RED FINE*. Obtenido de <http://comprapublicaetica.ideas.coop/que-es-el-comercio-justo/>
- FUNDESARTE. (2006).
- GAD Guaranda. (2016). *Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guaranda*. Obtenido de <http://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/>
- GAD SIMIATUG. (Agosto de 2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Simiatug*. Obtenido de PDOT: [https://issuu.com/elcieloentierra/docs/pdot\\_de\\_simiatug](https://issuu.com/elcieloentierra/docs/pdot_de_simiatug)
- Garcia, N. (03 de junio de 2018). *Ayuda en accion*. Obtenido de <https://ayudaenaccion.org/ong/blog/mujer/consiste-la-igualdad-genero/>
- Giuseppina, S. D. (2007). *Economía solidaria*:. Ecuador: Unicorp.
- GRUNDTVIG. (2012). *Guia de Comercio justo y consumo responsable*. Obtenido de <https://www.acpp.com/Descargas/Guia%20Ethical%20Consumerism.pdf>
- Heller, L. (2018). *Ciudades y pueblos latinoamericanos por el comercio justo*. Obtenido de <http://ciudades-comerciojusto.org/ciudades/ecuador/>
- Hernández, F. y. (1991).
- INEC. (2010). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Jimenez, V. (2005). *derechoecuador*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/la-libertad-de-asociacion-y-de-reunion-con-fines-pacificos>
- Kammerman, C. (27 de febrero de 2019). *Voluntaria Suiza en Simiatug*. (C. Alvear, Entrevistador)

- Keisling, K. (2013). *La Realidad de Comercio Justo: una Investigación*. Peru.
- Lamb Charles, H. J. (2006). *Marketing*. octava edicion.
- Lanzon, J. G. (30 de julio de 2016). *El Pais*. Obtenido de [https://elpais.com/elpais/2016/06/22/opinion/1466611644\\_402913.html](https://elpais.com/elpais/2016/06/22/opinion/1466611644_402913.html)
- LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO. (28 de abril de 2011). *LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO* .
- Loachamin, P. (2009). *comercio justo . De la asistenci a la competencia*. Quito-Ecuador.
- Loaiza, J. (13 de agosto de 2014). *El portal de la economia solidaria*. Obtenido de <https://www.economiasolidaria.org/noticias/economia-solidaria-un-nuevo-enfoque-de-la-economia-alternativa>
- MARCILLO Cesar, e. a. (s.f.). *Vive comercio justo, manual basico de conceptos avances y proycciones en el Ecuador*. Obtenido de [https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/reaslibrary\\_attachments/Manual-de-Comercio-Justo.pdf](https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/reaslibrary_attachments/Manual-de-Comercio-Justo.pdf)
- Marx, k. (1848). *Manifiesto comunista*. Obtenido de <https://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/48-manif.htm>
- Novoa, C. (11 de junio de 2016). Simiatug, el pueblo fantasma que cobra vida una vez a la semana. *El telegrafo*.
- Olamendi, M. (20 de febrero de 2015). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/concepto-de-sustentabilidad-y-desarrollo-sostenible-en-mexico/>
- OMT. (s/f). Asesores en turismo para empresas e instituciones publicas. En W. Mamanit. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Organizacion Internacional del trabajo. (1930). *Convenio sobre el trabajo forzoso, 1930 (núm. 29)*. Obtenido de [https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100\\_INSTRUMENT\\_ID,P12100\\_LANG\\_CODE:312174,es](https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID,P12100_LANG_CODE:312174,es)
- Organizacion Internacional del Trabajo. (2014). Educacion Obrera para el trabajo descente. En O. I. Trabajo, *Educacion Obrera para el trabajo descente* (pág. 15). Argentina.

- Paucar et.al, A. (febrero de 2013). Proyecto “Estimación de la Vulnerabilidad a nivel cantonal” SNGR-PNUD-UEB. *Perfil Territorial y Análisis de Vulnerabilidad del cantón Guaranda*. Guaranda, Bolívar, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/846/1/Perfil%20Territorial%20GUA-RANDA.pdf>
- PDOT. (2015). *PDOT*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/0260015950001\\_Diagn%C3%B3stico\\_30-10-2015\\_16-15-07.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0260015950001_Diagn%C3%B3stico_30-10-2015_16-15-07.pdf)
- Perez, J. (2008). *definiciones.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/valor/>
- Perez, J. (2012). *Definiciones*. Obtenido de <https://definicion.de/oportunidad/>
- Perez, J. (2013). Obtenido de <https://definicion.de/artesano/>
- Perez, J., & Gardey, A. (2016). *Definiciones.de*. Obtenido de <https://definicion.de/sistema-administrativo/>
- Plan nacional del buen vivir. (2013). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Porto, J. P. (2012). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/comercio/>
- Razeto, L. (2001). *Los caminos de la economía solidaria*. Obtenido de <http://www.luisrazeto.net/content/%C2%BFqu%C3%A9-es-la-econom%C3%AD-solidaria>
- Rodriguez., P. D. (2000). Implicaciones del ritmo de crecimiento de influencia turística e la valoración del paisaje. *Implicaciones del ritmo de crecimiento de influencia turística e la valoración del paisaje*. Islas Canarias, España.
- Saldias, M. (2017). *Comercio Justo: Impacto de la certificación en Argentina*”.
- Silva, O. (2005). *UN MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS ECUATORIANAS*. Obtenido de <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/363/1/IAEN-055-2005.pdf>
- SIMIATUG. (2012). *SEPROYCO*. Obtenido de <http://www.simiatug.com/es/region/datos-referenciales>
- Simiatug. (2012). *Simiatug*. Obtenido de <http://www.simiatug.com/es/turistico/turofertas-comunidades-2017>
- Sion, C. (2010). *Artesanía Patrimonial*. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/LEXTN-IPANC-135250-PUBCOM.pdf>

- Sivardiere, J.-C. P. (2002). *Manual de Capacitación - Certificación de Calidad de los Alimentos Orientada a Sellos de Atributos de Valor en Países de América Latina*. L'Isle Jourdain, Francia y Santiago, Chile: María Teresa Oyarzun.
- Socias & Doblás, A. &. (2005). El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. *Redalyc*, 24.
- Taifel. (s.f.). *Identidad*. Obtenido de <https://www.gitanos.org/publicaciones/guiapromocionmujeres/pdf/03.pdf>
- Tonello, J. (22 de octubre de 2018). Director de la FEPP. (C. Alvear, Entrevistador)
- Turok, M. (2009). *Artesanías y medio ambiente*. Mexico.
- UNESCO. (1997). *UNESCO*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>
- United Nations Development Programme. (Septiembre de 2008). *UNDP*. Obtenido de [http://www.undp.org/content/dam/undp/library/capacity-development/spanish/SP\\_brochure\\_Apoyo%20a%20DC\\_Enfoque%20del%20PNUD.pdf](http://www.undp.org/content/dam/undp/library/capacity-development/spanish/SP_brochure_Apoyo%20a%20DC_Enfoque%20del%20PNUD.pdf)
- Varisco, C. (2008). Desarrollo turístico y desarrollo local: la competitividad de los destinos turísticos de sol y playa. Mar de plata.
- Vasconez, D. (2016). *Plan de gestión turística comunitario en la parroquia de Simiatug*. Quito: UTE.
- virtuales, A. (s/f de s/f de s/f). *aulas virtuales, proyecto interdisciplinario desde las ciencias sociales*. Obtenido de <https://aulasvirtuales.wordpress.com/2013/10/12/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/>
- WFTO. (2013). *Norma WFTO y el sistema de garantía*. Rio de Janeiro.
- World Fair Trade Organization. (s.f.). *Wfto*. Obtenido de [https://wfto.com/sites/default/files/Los%2010%20Principios%20de%20Comercio%20Justo%202013%20\(Modificaciones%20aprobadas%20en%20la%20AGM%20Rio%202013%20\)\\_Spanish.pdf](https://wfto.com/sites/default/files/Los%2010%20Principios%20de%20Comercio%20Justo%202013%20(Modificaciones%20aprobadas%20en%20la%20AGM%20Rio%202013%20)_Spanish.pdf)

## **ANEXOS**

Siglas utilizadas en esta investigación

PDOT: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

FT: Fair Trade

CJ: Comercio Justo

FTO: Fair Trade Organization

FEPP: Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio

SISE: Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador

CECJ: Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo

WFTO: World Fair Trade Organization

ECEE: Ethical Consumerism European Education



OIT: Organización Internacional del Trabajo

OMC: Organización Mundial del Comercio

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos

ARCSA: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible

BPA: Buenas Prácticas Ambientales.