



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



FINANZAS & AUDITORÍA



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DEL COMERCIO JUSTO EN EL SECTOR FLORÍCOLA DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI Y LA PROPUESTA DE UN SISTEMA DE MODELACIÓN FINANCIERA”

Autoras: Gallardo, Abigail
Tapia, Betty

Director:
Ing. Julio Tapia



Problema de Investigación

Marco Teórico

Metodología

Resultados de la Investigación

Comprobación de Hipótesis

Conclusiones y Recomendaciones

EFFECTOS

Variación del precio de venta

Inexistencia de patrones productivos

Comunicaciones ineptas que arruinan las relaciones comerciales.

PROBLEMA

Desconocimiento de la aplicación del Comercio Justo para el desarrollo sostenible en el Sector Florícola en la Provincia de Cotopaxi

CAUSAS

Precios elevados en los costes de producción

Desconocimiento de herramientas de gestión para el Comercio Justo

Restricción de la información

ÁRBOL DE PROBLEMAS

Macro

- Movimiento estático
- Carácter internacional
- Brechas a nivel local

Meso

- Productores a escala nacional
- Gran escala de manera local
- Cadena de valor global”.

Micro

- Mayor libertad (Prima FairTrade)
- Necesidades de los trabajadores
- Alternativas

ANÁLISIS

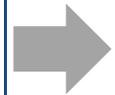
OBJETIVO GENERAL



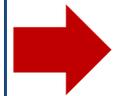
Analizar el aporte económico y social del comercio justo para el desarrollo sostenible del sector florícola de la Economía Popular y Solidaria de la provincia de Cotopaxi.



Describir el entorno de las empresas del sector florícola de la provincia de Cotopaxi desde un enfoque multidimensional.



Investigar sobre la aplicación del comercio justo en el sector florícola para determinar su desarrollo sostenible dentro de las bases legales, conceptuales y teóricas.



Proponer un Sistema de Modelación Financiera basado en parámetros con condiciones más equitativas en las relaciones comerciales que tiene el sector florícola.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Hipótesis Nula (H_0)

El comercio justo no aporta a la sostenibilidad de la producción florícola.

Hipótesis Alternativa (H_1)

El comercio justo aporta a la sostenibilidad de la producción florícola.

Año	Actividad
Década 40-50	Organizaciones cristianas de Europa y Norteamérica empezaron a vender artesanías producidas por artesanos del Sur en condiciones desventajosas.
Década 50-60	<ul style="list-style-type: none"> • Formación de Organizaciones de comercio alternativo • Importación y venta de artesanías de comercio justo • Distribución de pedidos por correo, grupos eclesiásticos solidarios y tiendas de comercio justo.
70-80	Introducción de café y otros productos básicos, extensión de la red
90	<ul style="list-style-type: none"> • Oxford Committee for Famine Relief (Comité Oxford de Ayuda contra el Hambre)- Gran Bretaña en 1942 • Fair Trade Federation (Federación de Comercio Justo)-E.E.U.U 1946 • Fédération Artisans du Monde (Federación de Artesanos del Mundo)- Francia en 1981
1988	Surgimiento del sello de comercio justo -Fundación Max Havelaar en los Países Bajos.

(García, 2011)

MARCO TEÓRICO

Teoría Institucionalista



Soberanía Alimentaria



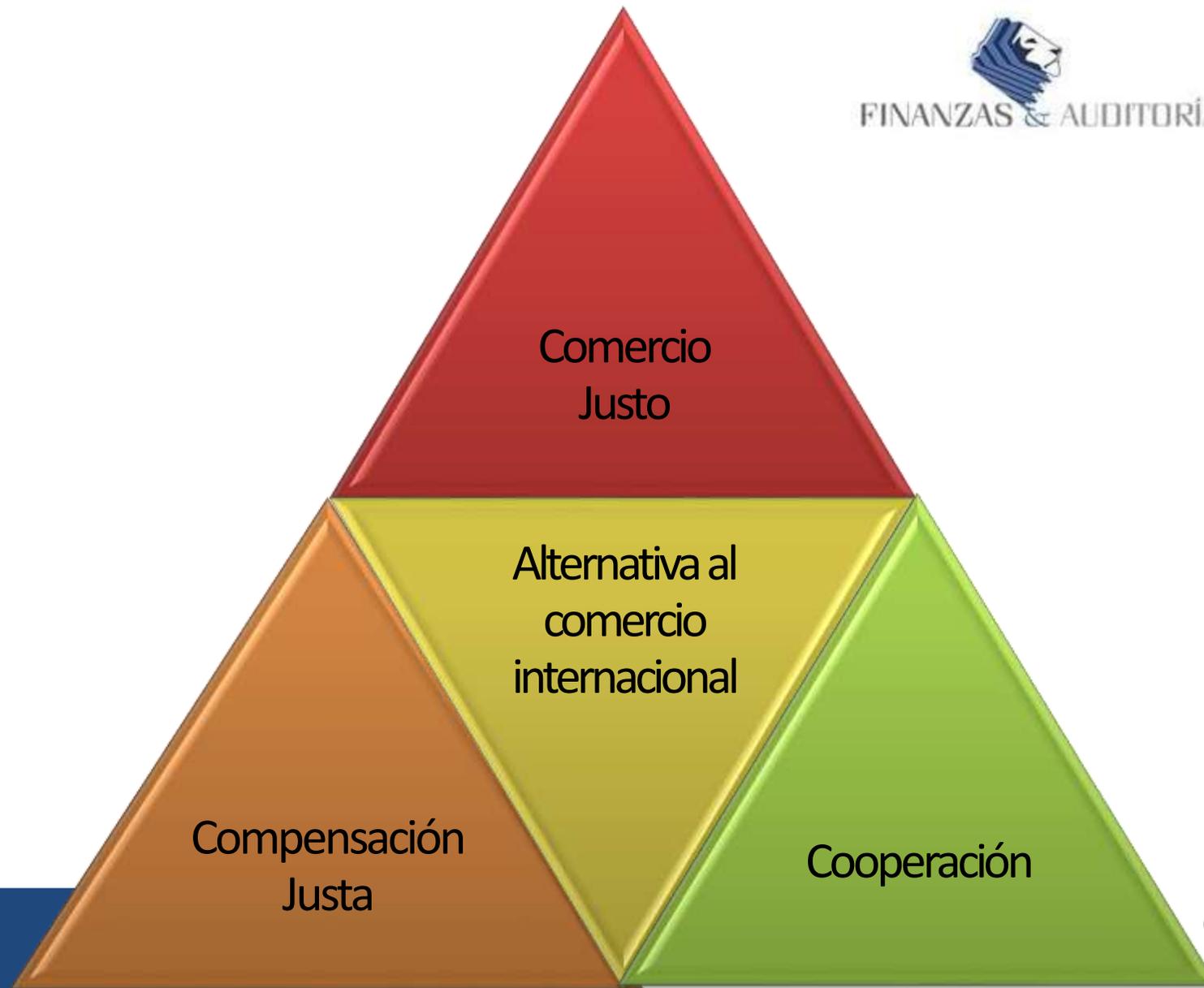
Teoría de la sostenibilidad



Comercio Justo y la Sostenibilidad del Sector Florícola



TEORÍAS



Contreras (2005)

DEFINICIÓN COMERCIO JUSTO



1

- Nuevas Relaciones
- Prácticas sociales de producción
- Comercialización interna y externa
- Distribución y consumo
- Justicia, equidad y corresponsabilidad.

2

- Condiciones de vida de los pequeños productores, artesanos y trabajadores
- Sustentabilidad a los emprendimientos.



(Ibarra, 2015)

PRINCIPIOS CJ



DESARROLLO SOSTENIBLE

- Necesidades actuales
- Futuras generaciones
- Mantener

SOSTENIBILIDAD

- Responsabilidad colectiva
- Desafíos
- Defensa del interés general



Medioambiental: medio ambiente, herramientas de evaluación, recursos, tecnologías verdes.



Social: valores e impactos sociales.



Económicas: aspectos económicos, la gestión, las partes interesadas y la política. (p.45)



Cortés & Peña (2015)

CATEGORÍAS SOSTENIBILIDAD



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

1 FIN DE LA POBREZA



2 HAMBRE CERO



3 SALUD Y BIENESTAR



4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



5 IGUALDAD DE GÉNERO



6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



7 ENERGÍA ASEQUIBLE
Y NO CONTAMINANTE



8 TRABAJO DECENTE
Y CRECIMIENTO
ECONÓMICO



9 INDUSTRIA,
INNOVACIÓN E
INFRAESTRUCTURA



10 REDUCCIÓN DE LAS
DESIGUALDADES



11 CIUDADES Y
COMUNIDADES
SOSTENIBLES



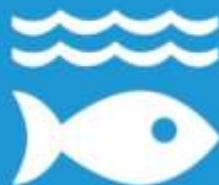
12 PRODUCCIÓN
Y CONSUMO
RESPONSABLES



13 ACCIÓN
POR EL CLIMA



14 VIDA
SUBMARINA



15 VIDA
DE ECOSISTEMAS
TERRESTRES



16 PAZ, JUSTICIA
E INSTITUCIONES
SÓLIDAS



17 ALIANZAS PARA
LOGRAR
LOS OBJETIVOS



**OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**

Enfoque



Cuantitativo



Cualitativo

Nivel



Investigación
Descriptiva

Modalidad



Investigación
de Campo



Investigación
Documental

Población



210 Floricultores



Latacunga-
Cotopaxi

METODOLOGÍA

$$fh = \frac{n}{N} = Ksh$$

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * q * p}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 463}{0,05^2 * (463 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 210,20 \approx 210$$

$$\text{Florícolas C. RISE} = \frac{316}{463} = 68,25\% * 210 = 143$$

$$\text{Florícolas C. RISE} = 68,25\% * 104 / 100\% = 70,93 = 71$$

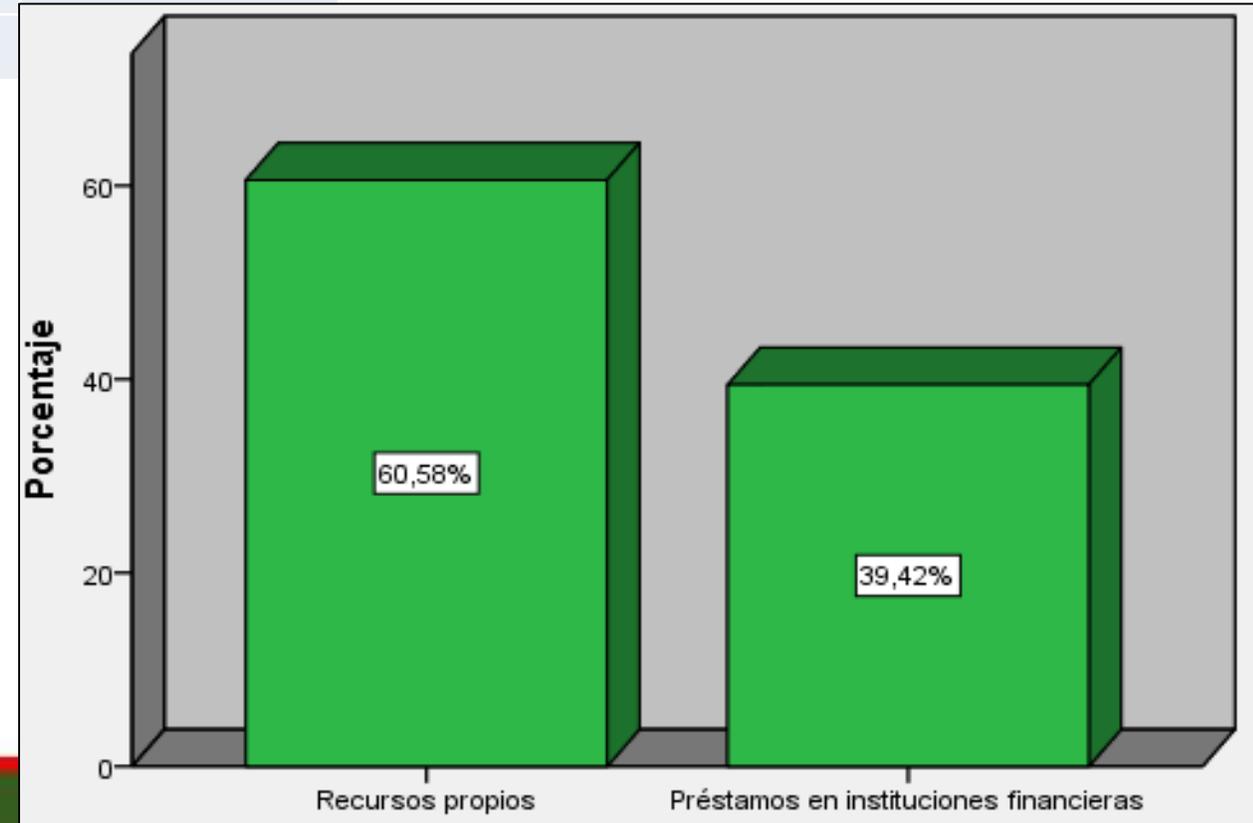
Contribuyentes Especiales	9	4
Otros Contribuyentes	58	29
Contribuyentes RISE	143	71
	210	104

MUESTRA

Tipo de Financiamiento

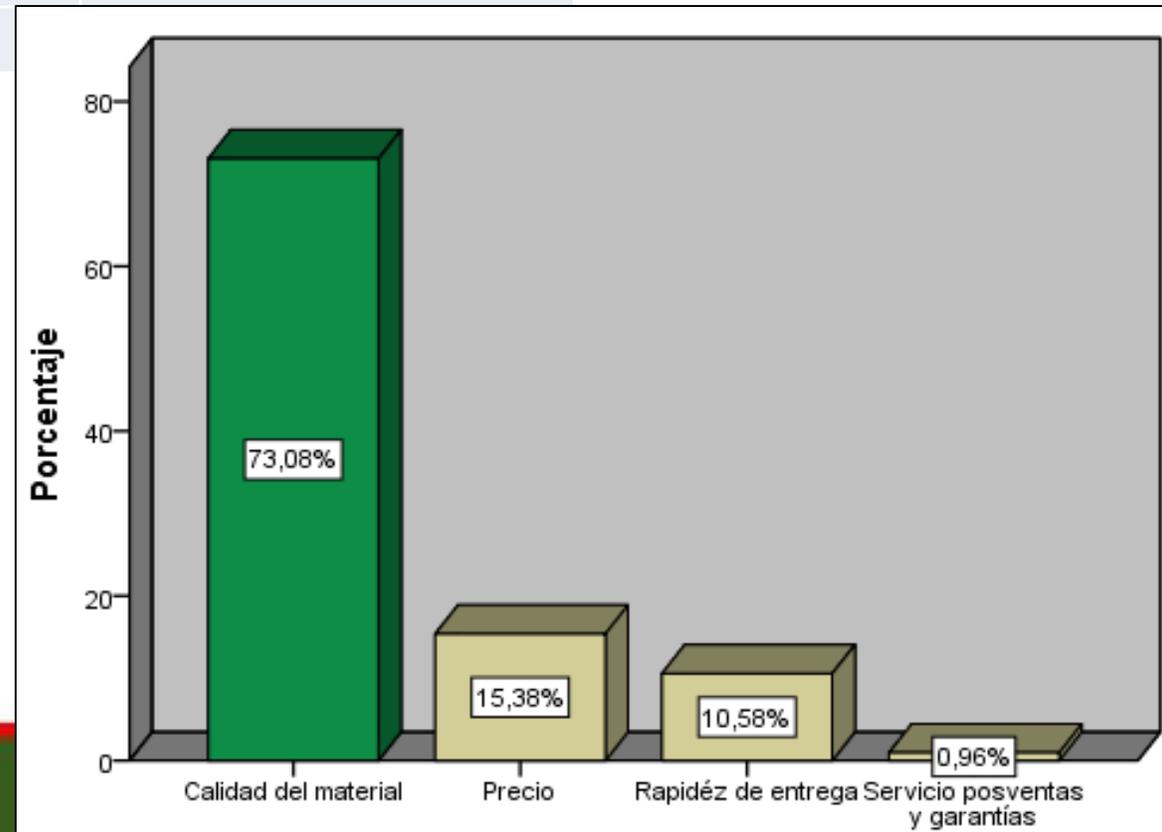
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Recursos propios	63	60,6	60,6	60,6
Préstamos en instituciones	41	39,4	39,4	100,0
Total	104	100,0	100,0	

Después de la tabulación, se determinó que el 60.58%, es decir 63 propietarios emplean recursos propios, mientras que el restante 39.42% que corresponden a 41 propietarios financian sus actividades mediante préstamos.



	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Calidad del material	76	73,1	73,1	73,1
Precio	16	15,4	15,4	88,5
Rapidez de entrega	11	10,6	10,6	99,0
Servicio posventas	1	1,0	1,0	100,0
Total	104	100,0	100,0	

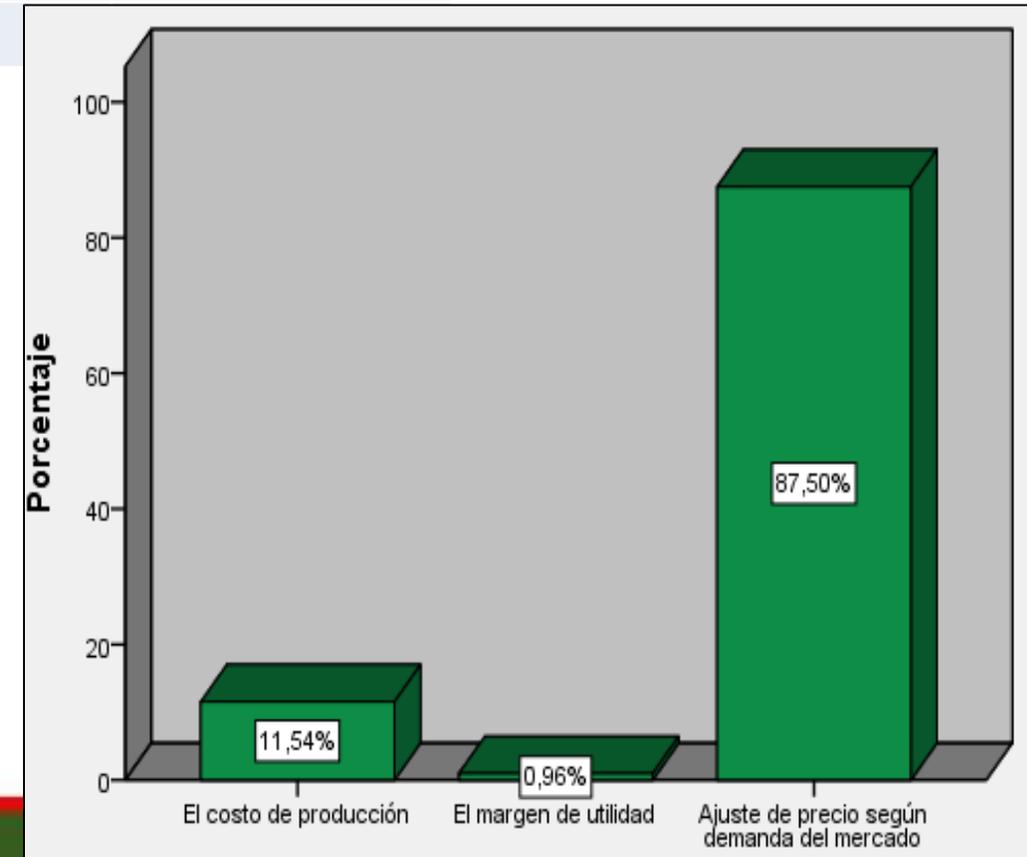
Una vez tabuladas las preguntas, se determinó que el 73.08% es decir 76 propietarios toma en cuenta la calidad del material para la producción de la rosa. El 15.38% es decir 16 propietarios de las florícolas toma en cuenta el precio. El 10.58% de los encuestados, es decir 11 toman en cuenta la rapidez de la entrega y el 0.96% es decir 1 toma en cuenta el servicio de posventas y garantías que ofrece el proveedor.



Fijación de Precios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Costo de producción	12	11,5	11,5	11,5
El margen de utilidad	1	1,0	1,0	12,5
Ajuste de Precio según Demanda	91	87,5	87,5	100,0
Total	104	100,0	100,0	

De 104 encuestados dentro del Sector Florícola, se determinó que el 87.50% es decir 91 propietarios para la fijación de precios de venta al público toma en cuenta el ajuste de precio según la demanda del mercado. El 11.54% de los encuestados es decir 12 se basan para la fijación del precio el costo de producción y el 0.96% es decir 1 toma en cuenta para la fijación del precio el margen de utilidad.

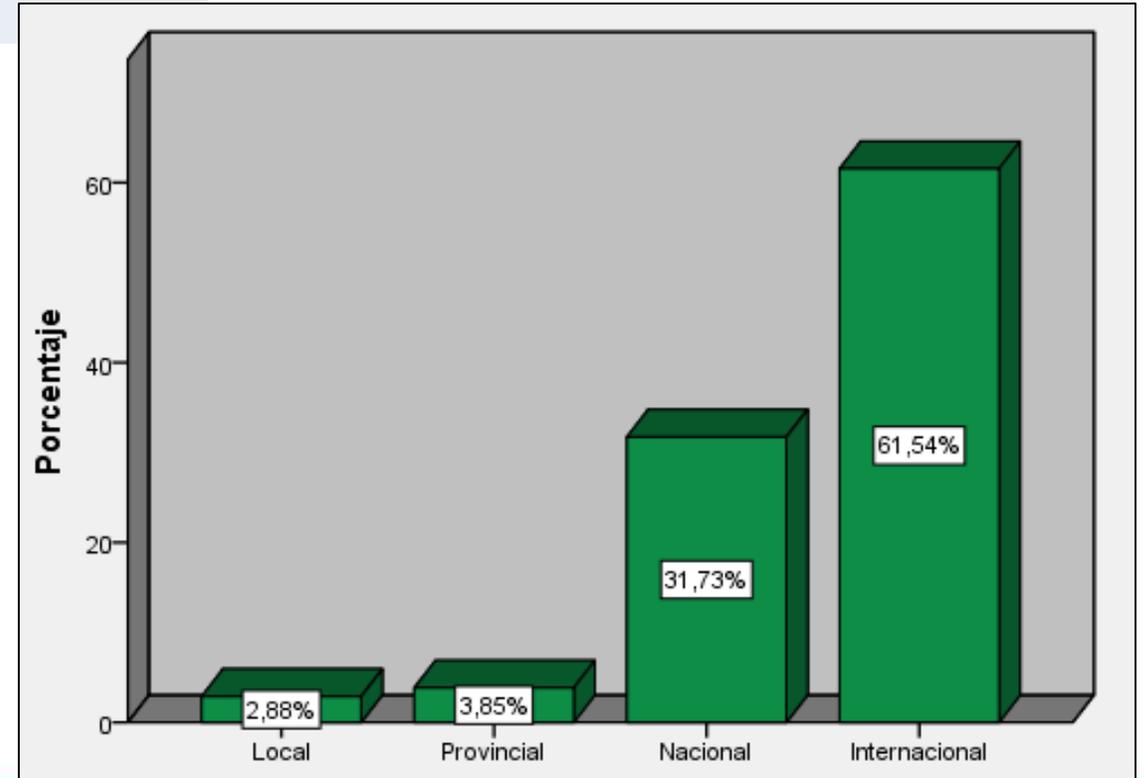


RESULTADOS

Tipo de Mercado

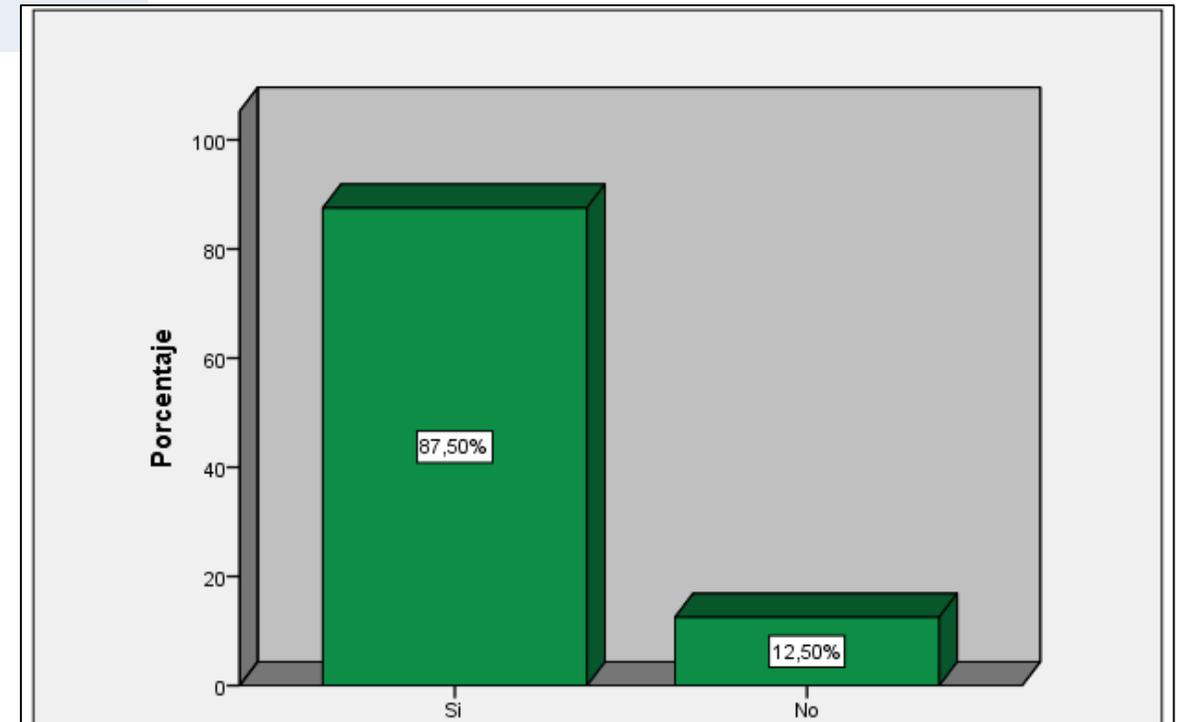
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Local	3	2,9	2,9	2,9
Provincial	4	3,8	3,8	6,7
Nacional	33	31,7	31,7	38,5
Internacional	64	61,5	61,5	100,0
Total	104	100,0	100,0	

Se obtuvo que el 61.54%, es decir 64 propietarios de florícolas el mayor volumen de sus ventas está dirigido al mercado internacional. El 31.73% de los encuestados, es decir 33 encuestados indican que su producción se dirigen a mercados nacionales. El 3.85% es decir 4 a mercados provinciales y el 2.88% a mercados locales, es decir 3 productores



	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Si	91	87,5	87,5	87,5
No	13	12,5	12,5	100,0
Total	104	100,0	100,0	

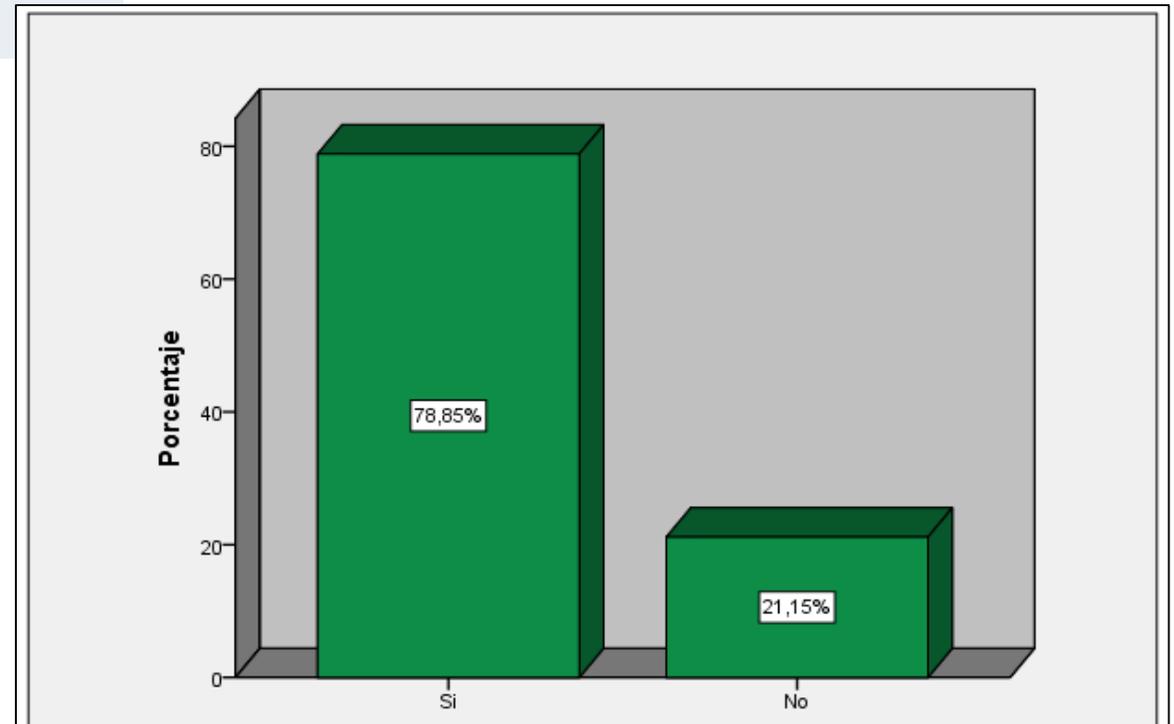
Después de tabular, se determinó que el 87.50% es decir 91 florícolas realizan procesos de reciclaje mientras que el 12.50% es decir 13 no lo realizan el proceso de reciclaje.



Purificación de agua

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Si	82	78,8	78,8	78,8
No	22	21,2	21,2	100,0
Total	104	100,0	100,0	

De 104 encuestados dentro del Sector florícola, se determinó que el 78.85% es decir 82 florícolas realizan purificación de agua mientras que el 21.15% es decir 22 no lo realizan.

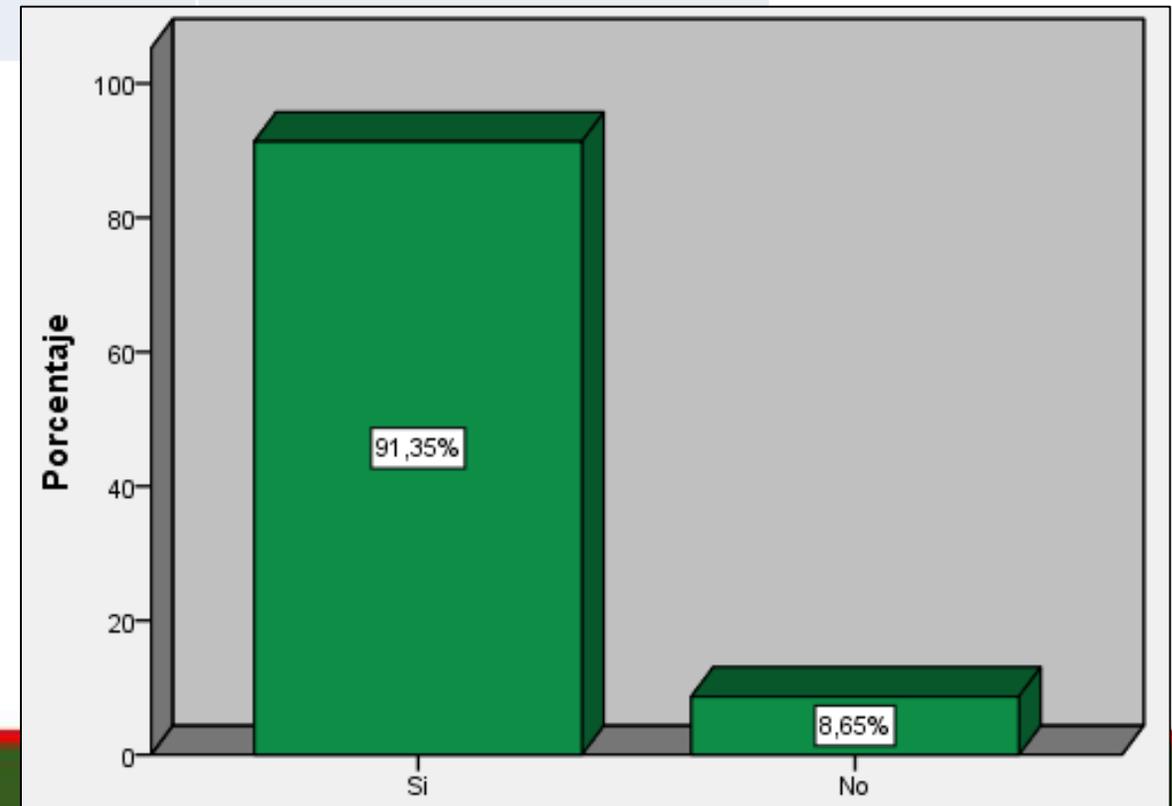


PRINCIPIOS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Creación de oportunidades	1,00%		2,90%	69,20%	26,90%	100,00%
Relaciones Comerciales	1,00%	6,70%	4,80%	53,80%	33,70%	100,00%
Precio Justo	1,00%	1,90%	5,80%	50,00%	41,30%	100,00%
Potenciar Capacidades	1,00%	1,90%	7,70%	50,00%	39,40%	100,00%
Condiciones de Producción Seguras y Sanas	1,00%		1,90%	43,30%	53,80%	100,00%
Trabajo Infantil	1,00%		5,80%	41,30%	51,90%	100,00%
Cuidado Medio Ambiente	1,00%		49,00%	0,00%	50,00%	100,00%
Igualdad de Derechos	1,00%		3,80%	42,30%	52,90%	100,00%
Promoción de Comercio Justo			1,90%	50,00%	48,10%	100,00%
Respeto a la Identidad Cultural			27,90%	42,30%	29,80%	100,00%

Agrupación de Comercio Justo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Si	95	91,3	91,3	91,3
No	9	8,7	8,7	100,0
Total	104	100,0	100,0	

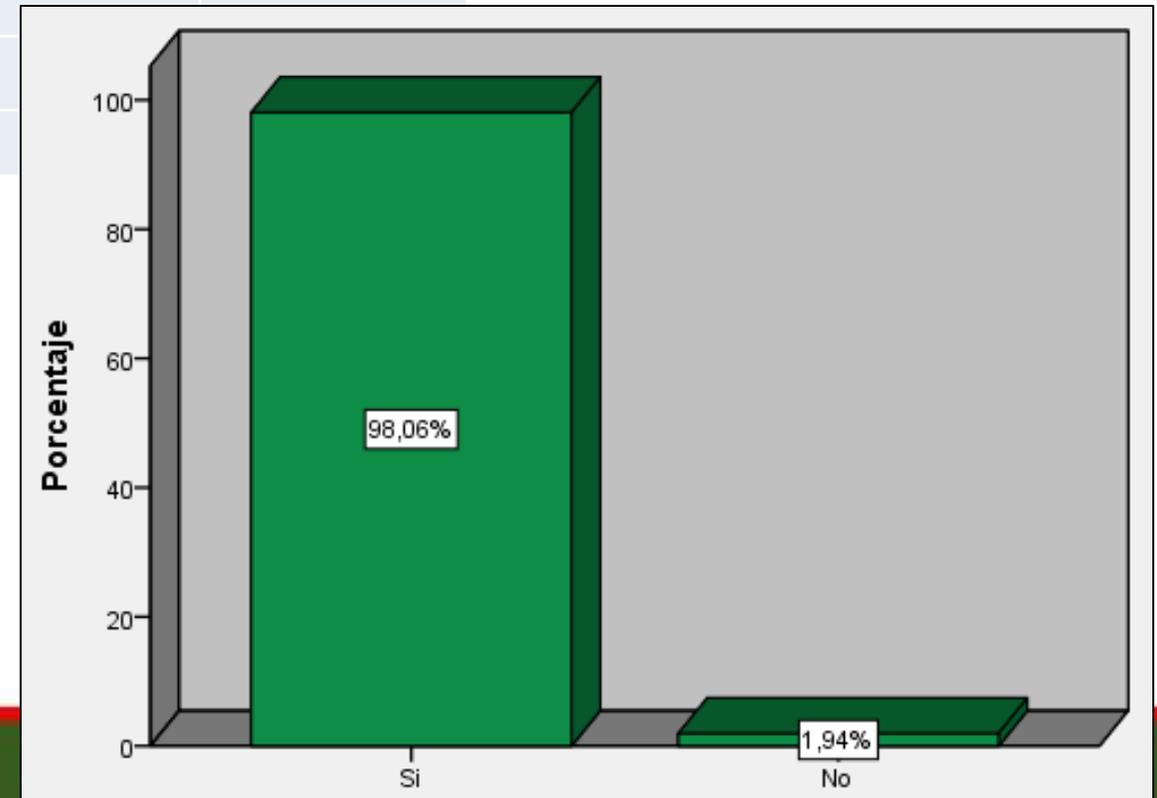
Del total de encuestados, se determinó que el 91,35% es decir 94 están dispuestas a ser parte de una agrupación de Comercio Justo. El 8.65% es decir 9 no están dispuestas a ser parte de una agrupación de Comercio Justo.



RESULTADOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	101	97,1	98,1	98,1
	No	2	1,9	1,9	100,0
	Total	103	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,0		
Total		104	100,0		

De 104 encuestados dentro del Sector Florícola, se determinó que el 98.06% es decir 101 dice que si favorece el incremento de ventas. El 1.94% es decir 2 dice que no favorece el incremento de ventas.





Pregunta 1.- Para financiar su actividad, con mayor frecuencia hace uso de: (Elija una opción)			Pregunta 5.- El mayor volumen de sus ventas está dirigido a que mercado: (Elija una opción)				Total
			Local	Provincial	Nacional	Internacional	
	Recursos propios	Recuento	2	1	14	46	63
		Recuento esperado	1,8	2,4	20,0	38,8	63,0
	Préstamos en instituciones financieras	Recuento	1	3	19	18	41
		Recuento esperado	1,2	1,6	13,0	25,2	41,0
Total		Recuento	3	4	33	64	104
		Recuento esperado	3,0	4,0	33,0	64,0	104,0

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,141 ^a	3	,017
Razón de verosimilitud	10,132	3	,017
Asociación lineal por lineal	4,391	1	,036
N de casos válidos	104		

a. 4 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,18.

Chi cuadrado calculado (X^2_{c}) = 10,141

Chi cuadrado teórico (X^2_{t}) = 7,8147

H1: Si (X^2_{c}) > (X^2_{t})

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	<u>7,8147</u>
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070

METODOLOGÍA: MODELO DE SIMULACIÓN FINANCIERA

Estudio de Comercio Justo Sur-Sur

Este estudio se lo emplea como referencia a la metodología empleada ya que por medio de los estudios realizados se logró determinar un cuadro resumen, en donde se encuentran algunos estándares para evaluar las unidades de comercio justo, en mismo que se presenta a continuación:

CUADRO: ESTÁNDARES PARA EVALUAR LAS UNIDADES DE COMERCIO JUSTO		
Categorías	Variables	Indicadores
Económico	Gestión financiera y contable transparente	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a recursos financieros - Capacidad de manejo financiero - Información contable y financiera
	Determinación del precio justo	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de proveedores y costos - Consideraciones para la fijación de precios
	Desarrollo de mercados y obtención de ingresos	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de mercados al que se dirigen - Estrategias comerciales utilizadas - Relación con los consumidores
	Distribución y/o reinversión de utilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Relaciones laborales - Distribución de los ingresos - Nuevos proyectos
Social	Organización democrática	<ul style="list-style-type: none"> - Funcionamiento de la estructura organizativa - Mecanismos participativos para la toma de decisiones
	Práctica solidaria al interior de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Mecanismos de apoyo cooperación - Relaciones de confianza
	Impacto social en el entorno	<ul style="list-style-type: none"> - Acciones en el espacio público - Relación con otros actores sociales y políticos
Medio ambiental	Utilización de insumos amigables con el entorno	<ul style="list-style-type: none"> - Insumos permitidos por la norma ecológica
	Proceso de producción sustentable	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de tecnologías amigables - Capacidad de innovar/crear técnicas amigables
	Cuidado del entorno	<ul style="list-style-type: none"> - Cuidado de la biodiversidad - Respeto a la cultura local

(Cotera, 2009)



MODELO DE SIMULACIÓN FINANCIERA

ESTÁNDARES PARA EVALUAR LAS UNIDADES DE COMERCIO JUSTO

RESUMEN GENERAL

CATEGORÍAS		Nº	Principios	Variables	Indicadores	Nivel de Cumplimiento	Rango Obtenido	Rango Óptimo
40,00%	E C O N Ó M I C O	P1	Creación de oportunidades para productores/as en desventaja económica. ●	Desarrollo de Mercados	Relación con los consumidores	BAJO	3,30%	10,00%
		P2	Transparencia y rendición de cuentas. ●	Gestión Financiera y Contable Transparente	Información Contable y Financiera	ALTO	10,00%	10,00%
		P3	Relaciones comerciales justas ●	Alianzas Comerciales a Largo Plazo	Estrategias Comerciales Utilizadas	ALTO	10,00%	10,00%
		P4	Pago de un precio justo ●	Determinación del precio justo	Fijación de Precios	ALTO	10,00%	10,00%
33,30%								
CATEGORÍAS		Nº	Principios	Variables	Indicadores	Nivel de Cumplimiento	Rango Obtenido	Rango Óptimo
			Respeto de las normas de trabajo infantil	Eradicación del trabajo infantil				



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Las grandes florícolas debería enfocar su responsabilidad social en beneficio de los pequeños floricultores ya que los mismos pueden desarrollar sus competencias respecto a cultural organizacional, manejo de información contable y financiera, planteamiento de normas de seguridad, salud e higiene que dentro de su actividad, con ello se pueden desarrollar relaciones comerciales y aumentará su nivel de imagen corporativa.



Se concluye que más del 50% de ellos son pequeños productores, los cuales no tienen grandes extensiones de terreno, ni cuentan con acceso a tecnologías sofisticadas peor aún con asesoría técnica pero pese a ello han logrado abarcar en su gran mayoría el mercado internacional ya que su producto es receptado por las grandes empresas o centros de acopio para su posterior comercialización.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Para todos los productores se recomienda emplear el internet como medio de publicidad, ya que su localización es muy complicada debido a que muchas de las veces no cuentan con letreros donde esté su razón social o comercial, ni mucho menos señalización de las calles o barrios donde se ubican; así muestran la información sobre sí mismos.



La resistencia de acogerse a una certificación de las grandes empresas radica en que el enfoque que tiene es más social y se olvidan de dos aspectos más como es el económico y medioambiental, los tres al conjugarse puede ofrecer gran aporte al desarrollo del sector florícola.



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



FINANZAS & AUDITORÍA



Muchas
Gracias!

Blingee