



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**
CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN FINANZAS- CONTADOR PÚBLICO-
AUDITOR**

**TEMA: ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DEL COMERCIO JUSTO
EN EL SECTOR LÁCTEO DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI Y LA
PROPUESTA DE UN SISTEMA DE MODELACIÓN FINANCIERA**

AUTORES:

REINOSO TAPIA, EMILIA DOMÉNICA

VILLAMARIN JIMÉNEZ, EVELYN ANGÉLICA

DIRECTOR: ING. FABARA ZAMBRANO, XAVIER HERMÓGENES

LATACUNGA

2019



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICADO DEL DIRECTOR

Certifico que el trabajo de titulación, : **“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DEL COMERCIO JUSTO EN EL SECTOR LÁCTEO DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI Y LA PROPUESTA DE UN SISTEMA DE MODELACIÓN FINANCIERA”** fue realizado por las señoritas: **Reinoso Tapia, Emilia Doménica y Villamarin Jiménez , Evelyn Angélica**, 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 Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 07 de Noviembre del 2019



ING. XAVIER FABARA ZAMBRANO
C.C.: 1710689264



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Reinoso Tapia , Emilia Doménica**, y **Villamarin Jiménez , Evelyn Angélica**, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación **“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DEL COMERCIO JUSTO EN EL SECTOR LÁCTEO DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI Y LA PROPUESTA DE UN SISTEMA DE MODELACIÓN FINANCIERA”** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por las Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Latacunga, 07 de Noviembre del 2019

Reinoso Tapia Emilia Doménica

C.C.: 0504382557

Villamarin Jiménez Evelyn Angélica

C.C.: 0550074611



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Reinoso Tapia , Emilia Doménica**, y **Villamarin Jiménez , Evelyn Angélica**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación “**ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DEL COMERCIO JUSTO EN EL SECTOR LÁCTEO DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI Y LA PROPUESTA DE UN SISTEMA DE MODELACIÓN FINANCIERA**” en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios es de nuestra responsabilidad.

Latacunga, 07 de Noviembre del 2019

Reinoso Tapia Emilia Doménica

C.C.: 0504382557

Villamarin Jiménez Evelyn Angélica

C.C.: 0550074611

DEDICATORIA

Mi tesis se la dedico a la virgencita de las mercedes y al señor de la misericordia por bendecirme y guiarme en el camino de la vida, a mis padres Freddy y Digna porque gracias a su esfuerzo y apoyo incondicional logre cumplir con una de mis metas más anheladas. A mi hermana Lucerito por brindarme su cariño, ternura y consejos para salir adelante.

A mi compañera y amiga de tesis Evelyn porque gracias a su colaboración, paciencia y empeño logramos nuestro objetivo.

Emilia Doménica

DEDICATORIA

Mi tesis se la dedico en primera instancia a Dios y la Virgen Santísima del Cisne por siempre bendecirme y darme fortaleza para no dejarme vencer por los obstáculos.

Se la dedico a mis amados padres Marcelo y Aida por ser mi apoyo fundamental en cada paso que di para lograr esta meta tan anhelada; por ser esa mano amiga que siempre estuvo para ayudarme a tomar mejores decisiones; a mi hermano Jonathan por ser el cómplice de todas las cosas que realice durante mi vida estudiantil, por brindarme su comprensión y cariño sincero.

A mi compañera de tesis Emilia por el esmero y empeño aplicado en el trabajo, mismo que nos permitió culminar armónicamente.

Evelyn Angélica

AGRADECIMIENTO

A la Institución que se convirtió en nuestro segundo hogar a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Sede Latacunga que a través de la Unidad de Titulación y sus profesores que inculcan valores humanos y éticos, así como comparten sus conocimientos, motivos por los cuales han permitido terminar con éxito nuestra etapa universitaria, convirtiéndonos en unas profesionales capaces de servir a la sociedad.

Al Ingeniero Julio Tapia por ser una gran persona y convertirse más que docente en un amigo que supo con su paciencia y comprensión guiarnos para ejecutar el trabajo de la mejor manera.

Al Ingeniero Xavier Fabara por su predisposición incondicional para convertirse en el tutor y eje primordial para que la investigación presente se realice sin ninguna complicación.

A los pequeños productores de leche de la provincia de Cotopaxi, por su gentil aceptación de ser las personas encuestadas y otorgar información real para el sustento de nuestra investigación.

Emilia y Evelyn

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO DEL DIRECTOR	I
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN.....	XIII
ABSTRACT	XIV
CAPITULO I	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1. Problema.....	1
1.2. Planteamiento del Problema.....	1
1.2.1. Macro.- Comercio Justo a nivel de Latinoamérica.	1
1.2.2. Meso.- Comercio Justo en el Ecuador.	2
1.2.3. Micro.- Comercio Justo a nivel de la Provincia de Cotopaxi.	3
1.3. Diagnóstico	3
1.4. Pronóstico.....	4
1.5. Formulación del problema	5
1.6. Antecedentes	7
1.7. Justificación.....	8
1.8. Importancia	9
1.9. Objetivos	11
1.9.1. Objetivo General	11
1.9.2. Objetivos específicos	11
1.10. Variables de Investigación	11
1.11. Delimitación.....	11
CAPITULO II	
MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL Y LEGAL.....	12

2.1	Antecedentes Investigativos.....	12
2.2.	Fundamentación Teórica	13
2.2.1.	Sostenibilidad	13
2.2.2.	Comercio Justo.....	15
2.2.3.	Producción Láctea.....	18
2.3.	Fundamentación Conceptual.....	19
2.3.1.	Sostenibilidad	19
2.3.2.	Tipos de sostenibilidad	20
2.3.3.	Comercio Justo.....	24
2.3.4.	Objetivo principal del Comercio Justo	25
2.4.	Fundamentación Legal	26
2.4.1.	Constitución de la República del Ecuador.....	26
2.4.2.	Reglamento de la Ley de Economía Popular y Solidaria	27
CAPITULO III		
FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA		
3.1.	Modalidad de la investigación	34
3.2.	Tipos de investigación.....	36
3.2.1.	Investigación bibliográfica – documental.....	36
3.2.2.	Investigación descriptiva	36
3.2.3.	Investigación de campo.....	37
3.3.	Diseño de la investigación.....	38
3.3.1.	Población y muestra	38
3.4.	Técnicas de recolección de datos.....	40
3.4.1.	Instrumentos	40
3.5.	Validez y confiabilidad.....	41
3.6.	Técnicas de análisis de datos.....	42
3.7.	Técnicas de análisis de datos estadísticos	45
3.8.	Técnicas de comprobación de hipótesis	46
CAPÍTULO IV		
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS		
		48

4.1 Análisis de los resultados	48
4.2 Discusión de los resultados	48
4.3. Comprobación de hipótesis	72

CAPITULO V

PROPUESTA	76
------------------------	----

5.1. Modelo de simulación financiera.....	76
---	----

CONCLUSIONES:	88
----------------------------	----

RECOMENDACIONES:	88
-------------------------------	----

BIBLIOGRAFÍA:	90
----------------------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de artículos	28
Tabla 2 Encuestas dirigidas a los sectores de la provincia de Cotopaxi.....	40
Tabla 3 Tipo de productor.....	48
Tabla 4 Años de experiencia	49
Tabla 5 Tipo de mano de obra.....	50
Tabla 6 Forma de extracción de leche	51
Tabla 7 Cantidad de leche producida diariamente	52
Tabla 8 Sector al que se destina la leche	53
Tabla 9 Precio del litro de leche	54
Tabla 10 Productor asociado	55
Tabla 11 Toma en cuenta de autoridades.....	56
Tabla 12 Incidencia en el desarrollo de la economía.....	57
Tabla 13 Comercio Justo	58
Tabla 14 Incremento de Ventas.....	59
Tabla 15 Sustento del Comercio Justo.....	60
Tabla 16 Tipo de Financiamiento.....	61
Tabla 17 Oportunidades pequeños productores	62
Tabla 18 Relaciones Comerciales	63
Tabla 19 Precio Justo.....	64
Tabla 20 Potenciación de capacidades	65
Tabla 21 Generación condiciones de producción.....	66
Tabla 22 <i>Trabajo infantil</i>	67
Tabla 23 Respeto y cuidado del medio ambiente	68
Tabla 24 Agrupación comercio justo.....	69
Tabla 25 Forma de fijación del precio del litro de leche	70
Tabla 26 Comprobación de Hipótesis.....	73
Tabla 27 Tabla de distribución Chi Cuadrado	74
Tabla 28 Prueba de CHI-CUADRADO (χ^2).....	74
Tabla 29. Opciones de participación de ferias inclusivas	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas	6
Figura 2. Años de experiencia.....	49
Figura 3. Tipo de mano de obra	50
Figura 4. Forma de extracción de leche.....	51
Figura 5. Cantidad de leche producida diariamente	52
Figura 6. Sector al que se destina la leche	53
Figura 7. Productor asociado	55
Figura 8. Incidencia en el desarrollo de la economía	57
Figura 9. Comercio Justo	58
Figura 10. Incremento de Ventas	59
Figura 11. Sustento del Comercio Justo	60
Figura 12. Tipo de Financiamiento	61
Figura 13. Oportunidades pequeños productores.....	62
Figura 14. Relaciones Comerciales	63
Figura 15. Precio Justo	64
Figura 16. Potenciación de capacidades	65
Figura 17. Generación condiciones de producción	66
Figura 18. Trabajo infantil	67
Figura 19 Respeto y cuidado del medio ambiente	68
Figura 20. Agrupación del comercio justo.....	69
Figura 21. Forma de fijación del precio del litro de leche.....	70
Figura 22. Tabla de distribución Chi Cuadrado	74
Figura 23. Distribución Chi- Cuadrado	75
Figura 24. Presentación modelo de simulación financiera	77
Figura 25. Hoja de calificación del Nivel de cumplimiento del comercio justo.....	77
Figura 26. Modelación principio uno del comercio justo.....	78
Figura 27. Modelación principio dos del comercio justo	79
Figura 28. Modelación principio tres del comercio justo	80
Figura 29. Modelación principio cuatro del comercio justo	81

Figura 30. Modelación principio cinco del comercio justo	82
Figura 31. Modelación principio seis del comercio justo.....	83
Figura 32. Modelación principio siete del comercio justo	84
Figura 33. Modelación principio ocho del comercio justo	85
Figura 34. Modelación principio nueve del comercio justo	85
Figura 35. Modelación principio diez del comercio justo	86

RESUMEN

El siguiente trabajo es elaborado bajo la perspectiva de realizar un análisis acerca de la sostenibilidad del comercio justo en el sector lácteo de la provincia de Cotopaxi y la propuesta de un sistema de modelación financiera, en la cual se realiza el análisis de variables, considerando a la sostenibilidad del comercio justo como variable independiente y como variable dependiente se ha tomado en cuenta el desarrollo el sector lácteo. Para mayor comprensión y facilidad de entendimiento se ha utilizado la metodología inductiva, como ayuda para obtener información concreta y veras dentro de la investigación realizada por medio de la recolección de datos, la cual ayudo a realizar la verificación de la hipótesis, a través de herramientas estadísticas. Para lo cual se tomó una muestra de 287 productores de leche, para la aplicación de la encuesta relacionada a los 10 principios del comercio justo, los resultados arrojados fue que el 71,8% afirma que la aplicación del comercio justo favorece al incremento de las ventas, y en cuanto a la sostenibilidad el 64,5% establece que debe ponerse en práctica una política pública que se encargue de regular y sustentar el comercio justo en las actividades del sector lácteo. Concluyendo que los pequeños productores de leche afirman que el comercio justo hace referencia a promover el dialogo de transparencia, respeto y equidad al momento de realizar relaciones comerciales entre el comprador y consumidor.

PALABRAS CLAVE:

- **COMERCIO JUSTO**
- **DESARROLLO SUSTENTABLE**
- **INDUSTRIA LÁCTEA - COTOPAXI**

ABSTRACT

The following work is prepared from the perspective of carrying out an analysis about the sustainability of fair trade in the dairy sector of the Cotopaxi province and the proposal of a financial modeling system, in which the analysis of variables is carried out, considering The sustainability of fair trade as an independent variable and as a dependent variable has taken into account the development of the dairy sector. For greater understanding and ease of understanding, the inductive methodology has been used, as an aid to obtain specific information and you will see within the research carried out through data collection, which helped to carry out the verification of the hypothesis, through tools statistics For which a sample of 287 milk producers was taken, for the application of the survey related to the 10 principles of fair trade, the results obtained were that 71.8% affirm that the application of fair trade favors the increase of Sales, and in terms of sustainability, 64.5% state that a public policy that regulates and sustains fair trade in dairy sector activities must be implemented. Concluding that small milk producers claim that fair trade refers to promoting the dialogue of transparency, respect and fairness when making commercial relations between the buyer and the consumer.

KEYWORDS:

- **FAIR TRADE**
- **SUSTAINABLE DEVELOPMENT**
- **DAIRY INDUSTRY - COTOPAXI**

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. Problema

Tema de investigación

ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD DEL COMERCIO JUSTO EN EL SECTOR LÁCTEOS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI Y PROPUESTA DE UN SISTEMA DE MODELACIÓN FINANCIERA.

1.2.Planteamiento del Problema

1.2.1. Macro.- Comercio Justo a nivel de Latinoamérica.

América del Sur es uno de los continentes que ha pretendido en una totalidad excepcional mejorara responder la pobreza, la desigualdad y la exclusión social; en diferentes sectores vulnerables para esto los países desarrollados se han enfocado en poner en práctica el comercio justo para lograr un cambio en la producción y consumo. En los países más desarrollados, los consumidores cumplen un rol muy importante para que exista un crecimiento en la economía, los consumidores compran productos del comercio justo para ayudar a los productores de bajos recursos.

El comercio justo en América Latina nace bajo la necesidad de dar respuesta a las relaciones comerciales que poco o nada contribuyen al desarrollo sostenible para tratar de reducir la pobreza y desigualdades que surgen en el no hacer cumplir los derechos humanos y el medio ambiente; por otro lado el emplear un comercio justo es brindar una mayor participación y empoderamiento de todos los procesos de toma de decisiones por tal motivo es un modelo que busca dignificar el trabajo de todos los actores involucrados en la cadena de valor buscando de manera acertada la fomentación de una gestión responsable y sostenible.

América Latina y el Caribe se han preocupado porque se dé una evolución continua en el comercio justo, luego de una reunión de todos los países latinoamericanos

desde el año 2015 bajo la necesidad de promover un comercio justo se han propuesto cumplir con los 17 objetivos y las 169 metas para contar con un adecuado desarrollo sostenible.

1.2.2. Meso.- Comercio Justo en el Ecuador.

Ecuador es un país que posee un número significativo de empresas que se manejan bajo la necesidad de contribuir a un desarrollo sostenible dentro de la comercialización; hoy en la actualidad ha sido muy notorio que las empresas ecuatorianas no han contado con apoyo suficiente para que se lleve a cabo un comercio justo, mismo que permitiría obtener mayores beneficios.

Actualmente vivimos en un mundo en el que la explotación laboral está al orden del día, para poder combatirlo existen alternativas al consumo habitual, apostando por las alternativas podemos luchar contra la pobreza, el cambio climático y la crisis económica global. Esto es el Comercio Justo, un comercio solidario y responsable tanto con las personas como con el medio ambiente. El objetivo de este tipo de comercio es apoyar a las personas que en el comercio internacional juegan con desventaja, en concreto a los pequeños productores y trabajadores en vías de desarrollo, es decir: reducir la pobreza en el Sur global a través de un consumo más responsable. (Core Busines, 2016, p.95)

Es cierto que el Ecuador es uno de los países más reconocido por llevar a cabo una explotación laboral dentro del sector económico, por tal motivo se ha buscado diferentes alternativas y estrategias para que se logre combatir este mal hábito; se implementado el comercio justo con el objetivo de combatir la pobreza, el cambio climático y la crisis económica global , por lo que ejecutar se ha visto conveniente ejecutar en las empresas un comercio solidario y responsable apoyando de cierta manera a los pequeños productores y trabajadores para que su actividad económica sea reconocida e insertada en el comercio internacional.

El principal problema que enfrentan los pequeños productores es no poseer una seguridad frente a las fluctuaciones de precios en el mercado, ya que se adopta el precio mínimo, mismo que es pagado por los importadores perjudicando a los productores; debido a esta causa lo que el comercio justo busca es pagar a los productores lo que se

merecen y lo que es en realidad justo, por lo que se puede considerar que solo así se podría vivir en unas mejores condiciones y de tal manera terminar con la pobreza y las diferencias que se dan entre los países del norte y del sur.

1.2.3. Micro.- Comercio Justo a nivel de la Provincia de Cotopaxi.

Cotopaxi es una de las provincias más enfocadas en desempeñar actividades económicas relacionadas en el sector lácteos, debido a que existen pequeños productores ganaderos que distribuyen la leche a las diferentes fábricas o empresas de lácteos, generando un desarrollo constante en el ámbito económico.

El gran inconveniente que ha suscitado en esta provincia es que los productores no reciben un precio justo por cada litro de leche que distribuyen, es decir no existe una buena relación comercial entre los productores y los consumidores, esto se debe que las empresas utilizan una excesiva cantidad de suero para la elaboración de sus productos.

Dentro de este sector no se lleva a cabo la ejecución de un comercio justo; Martha Gualpa en una publicación del Diario la Hora menciona que los insumos agrícolas subieron de precio, actualmente en el alimento y cuidado se invierten \$100 dólares, por lo que no existe una equidad comercial, este problema se ha dado por falta de preocupación por las autoridades, por lo que los pequeños productores de leche han realizado varias protestas en donde el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), encabezado por Xavier Lazo ha propuesto dar mejoría para esta actividad.

El comercio justo busca que el ser humano sea la parte central para que ejerza una actividad económica, por lo cual su trabajo debe ser dignificado y compensado de acuerdo al esfuerzo empleado.

1.3.Diagnóstico

Al indagar sobre el tema y realizar un breve análisis a los diferentes estudios realizados con respecto a la sostenibilidad del comercio justo en las empresa lácteas, se conoció que la provincia de Cotopaxi, según INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) comprende un promedio de 400.000 litros de leche por día de los cuales el 84% son destinados a la venta, esta cantidad de litros totales representa el 7% de la producción nacional diaria este negocio sustenta a muchas familias de la región.

La provincia de Cotopaxi mantiene una zona ganadera importante, que se apoya en la gran extensión de suelo dedicado a la producción de pastos. Las haciendas productoras de leche se encuentran concentradas en los cantones Latacunga, Salcedo y Pujili, mientras que la mayoría de pequeños productores se encuentran en la zona norte de la provincia.

El sector industrial lácteo se encuentra formado por grandes, mediana y pequeñas empresas pasteurizadoras de leche y productoras de derivados lácteos. Las grandes y medianas empresas, cuentan con tecnología desarrollada y abastecen a los principales mercados del país como son Quito y Guayaquil; y las pequeñas empresas que producen en forma artesanal abastecen a los pueblos donde se encuentran ubicadas.

Se analiza que la agroindustria láctea, genera importantes encadenamientos productivos y de empleo. Si se toma en cuenta que Cotopaxi es una de las provincias con mayor producción lechera del país, la importancia de la agroindustria láctea se traduce en el aprovechamiento de la producción de leche disponible en la provincia; además, es generadora de productos importantes en la dieta de todas las personas.

Es importante resaltar que el tema considerado para investigación es de gran importancia debido a que permite enfocar conocer y examinar los resultados positivos que trae consigo la aplicación del comercio justo en sectores que constan y fomentan la Economía Popular y Solidaria, es por esta razón que se debe incluir y desempeñar una preocupación constante enfocada en el sector lácteos de la provincia de Cotopaxi, por ser considerado un sector descuidado y vulnerable ante los derechos que poseen los productores ganaderos que se encargan de distribuir la leche a las empresas lácteas.

1.4.Pronóstico

Evaluando que el comercio justo busca la equidad en las relaciones comerciales; la reducción de la pobreza y la explotación económica que enfrentan los sectores más vulnerables, es necesario rescatar que para que exista una sostenibilidad económica adecuada se debe llevar a cabo relaciones económicas y comerciales justas, haciendo respetar los derechos de los pequeños productores para que puedan introducirse en el mercado laboral gozando de condiciones más justas.

1.5. Formulación del problema

¿De qué manera la aplicación del comercio justo incide en el desarrollo sostenible en el Sector Lácteos de la provincia de Cotopaxi?

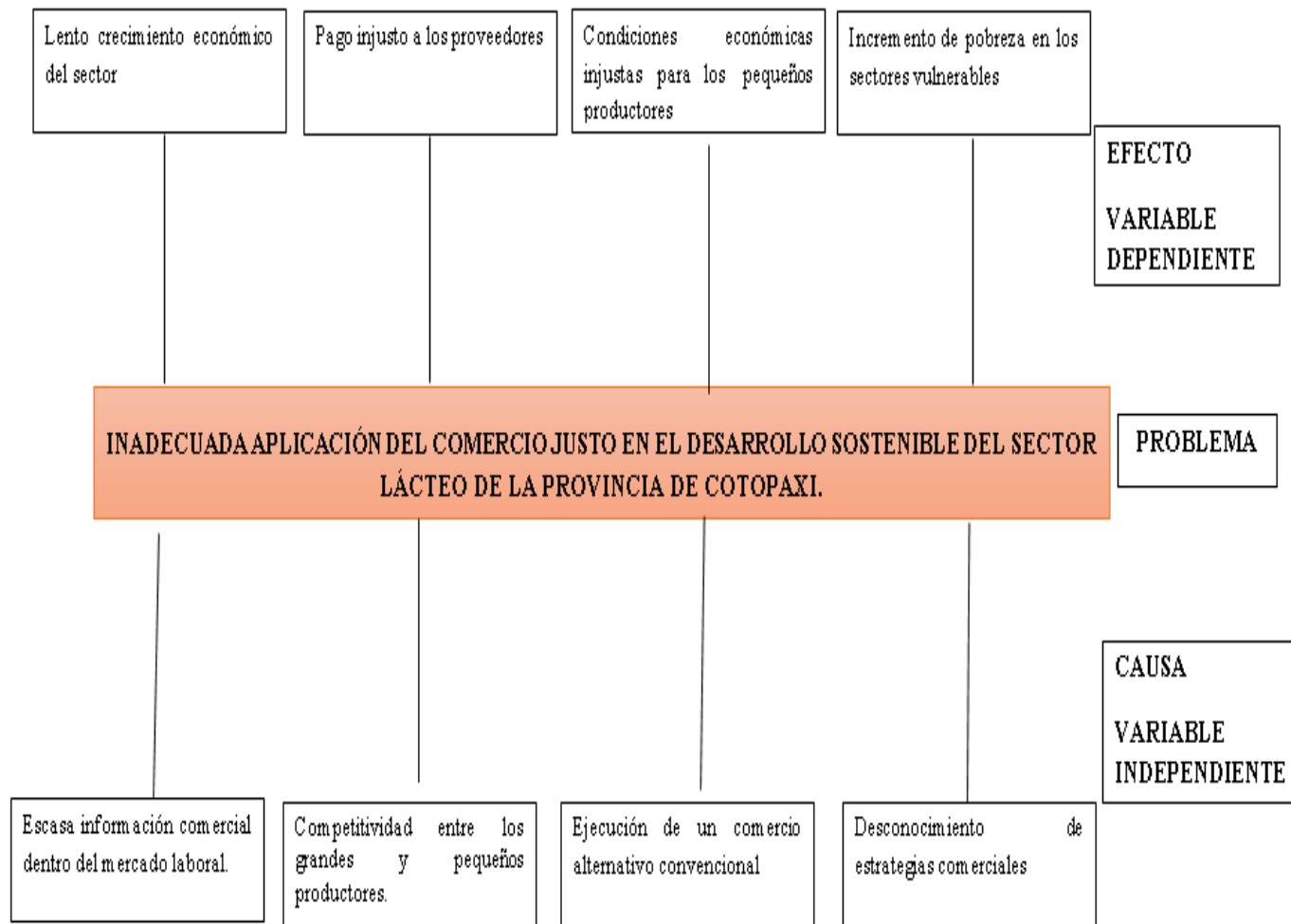


Figura 1. Árbol de problemas

1.6. Antecedentes

El comercio justo es un tipo de asociación que se encamina a un desarrollo durable en el área productiva excluyendo considerablemente varias desventajas, con la finalidad de proponer y sociabilizar mejores condiciones comerciales para los productores otorgando de manera fiable orientación a los consumidores. Este tipo de comercio ha venido evolucionado hace aproximadamente dos décadas, teniendo un desarrollo imparable en los países industrializados. Lo que ha permitido que se emplee diferentes tácticas, concepciones y estrategias para su avance, despertando una sostenibilidad real en el desarrollo local.

Según (Economía Solidaria , 2019) en su portal da a conocer sobre el comercio justo lo siguiente:

El Comercio Justo es 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. El Comercio Justo denuncia los orígenes de la pobreza y desigualdad, desarrollando un sistema comercial alternativo al convencional en el que los derechos de los pueblos y del medioambiente están en el centro de la actividad económica. Se basa en diez principios consensuados internacionalmente que garantizan un trato justo hacia las organizaciones productoras y en el que se respetan los Derechos Humanos de los trabajadores y trabajadoras, y el medio ambiente. (p.1)

El comercio justo es una tendencia a nivel internacional que se ha preocupado por la comercialización de productos, proponiendo que la misma se lleve a cabo bajo el cumplimiento de una justicia global, donde se emplee y se considere aspectos fundamentales que contribuyan al desarrollo local, mismo que se basa en que los productores elaboren sus productos en condiciones justas para promover una movilización social justa , con la finalidad de disminuir la pobreza y desigualdad; por tal motivo el comercio justo busca ejecutar un sistema comercial diferente al convencional, donde el mismo sea el pionero de garantizar los derechos que tienen los pueblos dentro de una actividad económica; al emplear el comercio justo lo que en realidad se tiene en mente es que se den a respetar los derechos humanos de todos los trabajadores.

Haciendo referencia a la historia del comercio justo según (Economía Solidaria , 2019) se puede destacar lo mencionado a continuación:

El Comercio Justo se desarrolla con fuerza a partir de 1964 tras el llamamiento de los países empobrecidos en la Conferencia de la UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) que hace referencia a una Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo, donde exigían "Comercio, no ayuda". A partir de ese momento, se inició una cadena de tiendas "Solidarias", en Holanda y luego Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica. Desde entonces, el comercio justo, además de una práctica presente en numerosos lugares del planeta, se ha convertido en un movimiento internacional que trabaja por equilibrar las relaciones comerciales, con especial atención a las relaciones Norte-Sur. En los años 70 y 80, el Comercio Justo experimenta un gran crecimiento lo que favoreció el desarrollo de muchos productores. (p.2)

La historia del comercio justo radica principalmente en un llamado por parte de los países empobrecidos, donde se pedía y se exigía que se realice comercio más no una ayuda, por tal motivo se consideró la iniciativa de crear una cadena de tiendas solidarias en diferentes países que en realidad lo requerían; desde ese entonces el comercio justo surgió y se desarrolló en diferentes lugares del planeta conociéndolo así como un extremo movimiento internacional que se encarga de que se cumpla un trabajo digno y equilibrado y se lleve a cabo relaciones comerciales justas para que surja un desarrollo favorable en beneficio de los productores.

1.7.Justificación

El comercio justo es un pilar fundamental del desarrollo sostenible y el crecimiento de la economía; se basa en llevar las relaciones comerciales de manera transparente, buscando una mayor equidad en el comercio internacional, ofreciendo mejores oportunidades y condiciones comerciales a los productores y trabajadores

Es importante mencionar que en la provincia de Cotopaxi la mayoría de las familias se dedican al sector ganadero, por lo que según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) representan un 7% de producción a nivel nacional, cabe recalcar

que la producción de leche son más destinadas a la venta en un 84% son enviadas a las empresas lácteas por lo cual desde fechas anteriores los productores han visto la necesidad de exigir y de luchar para que se trabaje en condiciones justas poniendo en práctica buenas relaciones laborales entre los consumidores y productores, con el fin de realizar una negociación basada en principios y respetando los derechos que como seres humanos se merecen.

Se analiza que las empresas lácteas de la provincia de Cotopaxi como lo menciona Guerrero representan el 50% del total de empresas productoras de alimentos y el 19% del sector industrial de la provincia. Las personas ocupadas en esta industria representan el 9,8% de la población ocupada en la industria provincial. En cuanto a las pequeñas empresas lácteas, su importancia es obvia, si se considera que aprovechan la materia prima producida en zonas apartadas, constituyen una solución de empleo y generación de ingresos de varias familias campesinas, y son abastecedoras de lácteos para la zona rural de Cotopaxi.

En la actualidad una de las estrategias que ha surgido de manera aceptable dentro de la sociedad es la aplicación del comercio justo, que es un mecanismo, estrategia, alternativa que permite que se lleve a cabo economías solidarias en los sectores más vulnerables, para disminuir la pobreza y de tal manera permitir que los pequeños productores gocen de los beneficios y se manejen bajo una equidad entre consumidor y productor.

El poner en práctica el comercio justo en la comercialización trae consigo beneficios muy relevantes y equitativos, los pequeños productores pueden acceder al mercado en condiciones justas y contribuir al buen desarrollo sostenible de la economía, empleando principios de solidaridad y calidad; y de esta manera reconocer y dignificar el trabajo arduo que realizan a diario.

1.8.Importancia

La presente investigación es de gran relevancia, permitirá conocer de manera exacta y oportuna el desarrollo del comercio justo en las empresas del sector lácteo de la provincia de Cotopaxi.

Realizar el presente estudio conlleva analizar varios aspectos importantes que son la consecuencia de la aplicación del análisis de sostenibilidad del sector lácteo, específicamente de las empresas lácteas, considerando que la leche constituye un alimento básico en la dieta de las personas.

Ejecutar esta investigación es muy conveniente para anexarnos en las relaciones comerciales entre pequeños productores y consumidores, estableciendo criterios básicos acerca del comercio justo donde se determine que el comercio justo se introduce en una corriente de desarrollo de una economía amplia que favorezca a los seres humanos; este estudio sirve para conducir a los pequeños productores a un mundo comercial igualitario y equitativo, donde se lleve a cabo relaciones comerciales basadas en un ambiente armónico buscando el bien común.

Esta investigación involucra y beneficia a los pequeños productores de leche de la provincia de Cotopaxi, puesto que permite satisfacer las necesidades de cada uno y crear condiciones donde se lleve a cabo un desarrollo sustentable.

Dentro del aspecto teórico es importante recalcar que este estudio brindará los conocimientos necesarios a todos los pequeños productores de leche para puedan manejarse en un ambiente igualitario haciendo respetar de tal manera sus derechos como comerciantes, para conseguir resultados propicios y más amplios no permitiendo que intervengan intermediarios y especuladores.

En el aspecto práctico la formulación de un sistema de modelación financiera contribuirá a que se conozca la proyección que estos productores lecheros tienen en la sociedad, de igual manera se logrará interferir en las empresas lácteas de la provincia de Cotopaxi para conocer si cumplen con las condiciones y los objetivos que propone el comercio justo y por ende incentivar a que se lleve a cabo relaciones comerciales justas.

La propuesta de esta investigación tiene un aporte significativo para los pequeños productores lecheros; servirá de instrumento para recolectar o ejecutar un breve análisis de las circunstancias y variables a las que están expuestos, permitiendo así llevar un mejor control sobre las actividades que realizan para involucrarse en un comercio bajo condiciones justas y considerables.

1.9.Objetivos

1.9.1. Objetivo General

- Analizar la sostenibilidad del comercio justo con la finalidad de proponer una relación comercial justa y equitativa dada entre los productores y consumidores en el sector lácteos en la provincia de Cotopaxi.

1.9.2. Objetivos específicos

- Analizar en qué entorno económico y social se encuentra los pequeños productores lecheros de la provincia de Cotopaxi.
- Indagar en bases conceptuales y bibliográficas para fundamentar concepto básico sobre comercio justo para el desarrollo sostenible de los productores lecheros de Cotopaxi.
- Obtener información verídica a través de métodos de recolección de datos que nos permita observar los diferentes términos y comercialización a los que se exponen los pequeños productores de leche.
- Diseñar un modelo de simulación financiera que se rija bajo los principios del comercio justo.

1.10. Variables de Investigación

Variable dependiente: Desarrollo del Sector Lácteo

Variable independiente: Sostenibilidad del Comercio Justo

1.11. Delimitación

La presente investigación se llevó a cabo en las empresas del sector lácteo de la Provincia de Cotopaxi. Este estudio se desarrolló en el año 2019, que se encuentra enmarcada en el análisis de la sostenibilidad del comercio justo y la propuesta de un sistema de modelación financiera.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL Y LEGAL.

2.1 Antecedentes Investigativos

Uno de los términos utilizados con menos frecuencia dentro de la sociedad es el comercio justo, debido a que en épocas anteriores simplemente se realizaban negociaciones mediante el trueque donde no se respetaban condiciones de comercio dignas y justas; por tal motivo surge este tema de investigación donde lo único que se busca es que se promulgue la transparencia, el respeto, equidad, en los pequeños productores, por el mismo hecho de que han sido descuidado, poniéndolos en desventaja económica y social dentro del mercado laboral.

Según (European Free Trade Association (EFTA), 2001) menciona que el comercio justo es:

Una forma de relación empresarial social dirigida a crear relaciones comerciales que lleven a mejoras específicas en los estándares laborales, ambientales, de salud y educación a grupos de ciudadanos de los países en desarrollo. Las organizaciones de comercio justo establecen redes que conectan a los productores y a los trabajadores marginados de los países en desarrollo con los importadores, los distribuidores minoristas y los consumidores de las economías desarrolladas. (p. 22)

El comercio justo es una relación empresarial entre productor y empresa, en donde se da las relaciones comerciales de forma justa para ambas partes, por lo que pretende que los productores de leche se ajusten a unas condiciones óptimas donde puedan emprender y convertirse en unos innovadores más.

La sostenibilidad tiene como fin conciliar el desarrollo económico siendo consecuente con el soporte al bienestar social y a su vez preservar la protección del medioambiente, según (UNESCO, 2002) :

La sostenibilidad es una idea en la cual se asume la naturaleza y el medio ambiente no son una fuente inagotable de recursos, ya que es indispensable la protección y uso racional, se busca promover el desarrollo social a través de la afinidad entre comunidades y las culturas para alcanzar niveles de calidad de vida, sanidad y educación. (p.17)

La sostenibilidad busca un desarrollo económico a través de una idea en la cual se protege al medio ambiente y se busca una estabilidad económica y social lo cual permite una correcta forma de trabajar dentro de las empresas, comunidades, sectores entre otros, es decir, la sostenibilidad permite alcanzar un mejor nivel de vida, a través del bienestar de las personas y el medio ambiente.

2.2.Fundamentación Teórica

2.2.1. Sostenibilidad

Como señala (Sanclemente, 2017):

La sostenibilidad no es una moda, es una obligación de todo tipo de empresa y la evolución que presenta la sociedad obliga a que todos seamos responsables y comprometidos con los recursos disponibles sin considerarlos como infinitos. Cuando se refiere a que “medir la sostenibilidad también da valor a las pequeñas empresas” y se tienen muchos beneficios de conectar estos reportes con la estrategia corporativa empresarial. La sostenibilidad no es solo un asunto de grandes empresas, corresponde igualmente a las pequeñas y medianas y no debe ser visto únicamente como una oportunidad de mejora de la reputación, impulsarla dentro de las operaciones de los negocios los hace más eficientes y los ubica en una situación privilegiada de obtener beneficios, contribuyendo al mismo tiempo, de manera positiva a la sociedad en que desarrollan sus actividades. (p. 23)

Se analiza que la sostenibilidad es la forma de realizar un bien o servicio de forma que no afecte el bienestar de ninguna empresa, persona o medio ambiente por lo que la sostenibilidad es una obligación de todas las organizaciones del mundo, es decir, todas las empresas sean grandes o pequeñas deben de tener en cuenta la sostenibilidad para que

permita obtener beneficios como estrategias corporativas empresariales. Además la sostenibilidad es la forma de adquirir beneficios, al realizar las actividades dentro de una empresa, es decir permite contribuir de manera positiva el desarrollo de la misma, demostrando que la sostenibilidad impulsa que las operaciones de las organizaciones sean más eficientes.

Como lo plantea (Estévez, 2013) la sostenibilidad es: “Atender a las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social” (p.18).

De acuerdo con Estévez se analiza que la sostenibilidad es la capacidad de realizar de forma correcta un equilibrio económico, ambiental y social, dentro de una organización, por lo que esto permitirá que una empresa realice sus actividades de forma correcta y de manera sostenible.

Según (Camino & Muller, 1994) dicen que:

Sostenibilidad se orienta a establecer elementos importantes que posteriormente se definen como variables y funciones y luego como indicadores a fin de sentar bases para el análisis de ecosistemas, proyectos de desarrollo rural, tecnologías agropecuarias y de manejo de recursos naturales, políticas sectoriales, cuencas y otros sistemas geográficos, sociales y económicos de diferente dimensión relacionados con la agricultura y los recursos naturales. (p.2)

La sostenibilidad es fundamental dentro de una organización, se encarga de buscar un mejor desarrollo dentro del ámbito económico, social y ambiental de la empresa al realizar el manejo de los recursos, esta sostenibilidad permite conocer si las actividades que se realizan dentro de la organización son correctas y que no afecten al bienestar de terceros, sino que sea satisfactorio para todas las personas y el medio ambiente.

2.2.2. Comercio Justo

Según (Comet & Carraca, 2017) da a conocer que:

El Comercio Justo es una asociación de comercio basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de aquellas personas productoras y trabajadoras que puedan estar excluidas, especialmente en los países del Sur. (p. 4)

El comercio justo es una forma de obtener ganancias justas para las personas involucradas, por lo tanto, son relaciones económicas y comerciales que se dan dentro de un mercado, además este tipo de comercio relaciona a los seres humanos con la sostenibilidad social ya que permite dignificar el trabajo de cada una de las personas, es decir, existe igualdad y compromiso por parte de los trabajadores.

Además se analiza que el comercio justo contribuye al desarrollo sostenible mejorando así las condiciones comerciales y laborales, es decir hace referencia a los derechos y beneficios que una persona tiene dentro y fuera de la empresa, tomando en cuenta la comercialización de bienes y servicios.

(Ideas, 2017) Nos da a conocer que el comercio justo: “El Comercio Justo es una poderosa herramienta para erradicar las causas de la pobreza en las comunidades más desfavorecidas, garantizando los derechos, la dignidad y el desarrollo de todas las partes implicadas” (p.3).

Se examina que el comercio justo es una forma de realizar las actividades comerciales de forma correcta, es decir, donde exista el dialogo, la transparencia y el respeto para todas las personas que conforman una empresa y de las personas fuera de ella, además el comercio justo es una herramienta poderosa para que se erradique la pobreza de nuestro país.

Según el Portal de la Economía Solidaria da a conocer acerca de los Principios del Comercio Justo:

- 1. Oportunidades para productores desfavorecidos:** La finalidad es la reducción de la pobreza a través del comercio. El objetivo principal es que

los trabajadores y trabajadoras de pequeñas organizaciones (empresas familiares, asociaciones o cooperativas) sean autosuficientes y cuenten con una seguridad en los ingresos.

2. **Transparencia y responsabilidad:** Comercio Justo deben ser transparentes en su gestión y en sus relaciones comerciales. Deben favorecer la participación de sus miembros, trabajadores y trabajadoras en la toma de decisiones.
3. **Prácticas comerciales justas:** En todas las negociaciones se busca el bienestar de los y las productores y no maximizar las ganancias a su costa. Además se cumplen los compromisos establecidos, se realiza un pago por adelantado a la organización productora y se recompensa el trabajo realizado en caso de anulación del pedido por causas ajenas.
4. **Pago justo:** Un precio justo es aquel que ha sido establecido de mutuo acuerdo, que proporciona una retribución socialmente aceptable y que los productores y productoras entienden como justa. Debe ser un precio que pueda ser sostenido por el mercado. Además, se apoya a los productores y productoras en el desarrollo de sus capacidades de negociación.
5. **No al trabajo infantil, no al trabajo forzoso:** Cualquier participación de niños o niñas en la producción será comunicada y valorada, y en ningún caso afectará al bienestar del menor, a su seguridad, a su educación o a su necesidad de jugar.
6. **No a la discriminación, igualdad de género, libertad de asociación:** No se discrimina en la contratación, remuneración o cualquier otro aspecto por razones de género, raza, religión, origen, afiliación política o sindical, o razones de discapacidad o salud. Se garantiza la igualdad salarial para hombres y mujeres así como la igualdad de oportunidades para el desarrollo de sus capacidades. Se fomenta la presencia de mujeres en órganos de dirección. Se respeta el derecho de los trabajadores a formar asociaciones o vincularse a sindicatos y a negociar colectivamente. Si este derecho está restringido legalmente en un país, la organización asegurará medios de asociación independiente y libre.
7. **Buenas condiciones de trabajo:** Se proporciona un lugar de trabajo seguro y saludable para los trabajadores y trabajadoras.

- 8. Desarrollo de capacidades:** Se realizan actividades específicas para favorecer que los productores y productoras desarrollen sus habilidades de gestión y su capacidad de producción y de acceso a los mercados.
- 9. Promoción del comercio justo:** Ofrece a sus clientes información sobre su propia organización, sus productos y las organizaciones productoras con quienes trabaja.
- 10. Respeto al medio ambiente:** Se prioriza el uso de materias primas producidas de manera sostenible. Se utilizan técnicas de producción que buscan reducir el consumo de energía y, en lo posible, recurrir a energías renovables que minimicen las emisiones de gases de efecto invernadero. Se minimiza el impacto de sus residuos sobre el medio ambiente. En el caso de la agricultura se recurre a plaguicidas o pesticidas orgánicos o de bajo uso. En los embalajes se utilizan, siempre que sea posible, materiales reciclados o fácilmente biodegradables. Los productos son enviados por mar, siempre que sea posible.(p. 15)

Los principios del comercio justo son factores importantes para una comercialización justa para las personas, en donde se ve reflejado lo que es en sí el comercio justo, haciendo referencia el respeto tanto en lo comercial y en lo ambiental, permitiendo que el desarrollo comercial dentro y fuera de la empresa sea realizado de una manera correcta.

Dicho por (Montagut & Vivas, 2006):“Un comercio justo que defiende el derecho a la soberanía alimentaria, a la tierra, a las semillas, a producir y a consumir libremente” (p. 23).

(Constitución del Ecuador , 2016) Menciona que:

La soberanía alimentaria es el derecho que tienen los pueblos para controlar el sistema agroalimentario y sus factores de producción, de tal forma que la agricultura familiar, campesina, indígena, de orientación agroecológica, la pesca y la recolección artesanal se desarrollen de forma autónoma y equitativa. De esta manera se garantiza el derecho humano a la provisión permanente de alimentos sanos, nutritivos, suficientes y culturalmente apropiados. La soberanía alimentaria se construye a través de la recuperación y dinamización de los modos de producción y tecnologías ancestrales y ecológicas; la generación de circuitos

económicos solidarios y el control democrático de los mercados, asegurando una remuneración justa del trabajo agrícola. Es imprescindible también recuperar hábitos y patrones de consumo, saludables, nutritivos, y restablecer la identidad y cultura alimentaria de la población. Sin embargo, hay muchas amenazas a la soberanía alimentaria, destacándose el control empresarial de la agricultura y la alimentación, lo que se hace a través de políticas públicas que favorecen a este sector, de normas anti campesinas. La expansión de los monocultivos para servir a la agroindustria, la agro exportación o la producción de combustibles (agro combustibles), de los cultivos y semillas transgénicas y su paquete tecnológico asociado, las asociaciones público – privadas y el encadenamiento productivo, son algunas de las principales amenazas a la soberanía alimentaria. (p.1)

2.2.3. Producción Láctea

Como expresan (Lasso & Jimenez, 2015) la producción láctea surgió:

A inicios del siglo XX, comienza una segunda fase de la producción de leche, las enormes haciendas se han dividido familiarmente y pertenecen a un mayor número de propietarios, los costos operativos agropecuarios han aumentado y esto obliga a buscar mejores rendimientos de la ganadería. Se habían formado primitivos “hatos lecheros” con el ganado amansado, y propicio para el ordeño.

La Provincia de Cotopaxi, es ancestralmente productora de leche, en todos sus cantones. Desde hace muchos años atrás, son famosas sus haciendas ganaderas, varias de las cuales se especializaron en leche, obteniendo una gran producción como provincia, con promedios sobre los 400.000 litros por día, que representa el 7% de la producción nacional diaria. (p. 5)

Brevemente se explica la producción de leche se da por las haciendas y por los pequeños agricultores, este permite obtener ganancias a través del cuidado de las vacas, cabe recalcar que en la provincia de Cotopaxi existe gran producción de leche con un promedio de 400.000 litros por día, es decir en esta provincia la mayor cantidad de ingresos son por la producción de leche.

Se analiza que la producción de leche es únicamente del ganado vacuno, y al hablar de la producción láctea esto hace referencia a la extracción de leche, que se realiza a través de máquinas de ordeño esto en relación a las grandes empresas o haciendas, pero al hablar de los pequeños productores la extracción de leche lo realicen con sus propias manos, por lo cual en relación a los dos aspectos; al vender, comprar y comercializar la leche se debe de realizar de segura, limpia para que así logre llegar a las familias para su debido consumo.

2.3.Fundamentación Conceptual

2.3.1. Sostenibilidad

(Vizion, 2017) menciona que:

La sostenibilidad es un concepto que busca un equilibrio entre lo económico, social y ambiental. Aunque suene puramente místico o altruista, en realidad se trata de un estilo de vida muy corporativo cuya meta es el balance entre la creación de riqueza y el uso de los diferentes recursos humanos, materiales, naturales y económicos.

El objetivo final es mejorar las condiciones socioeconómicas para todos, lo que incluye, por supuesto, a las empresas mismas. Por eso decimos que una empresa es sustentable cuando tiene la capacidad de asegurar su continuidad y posicionamiento a largo plazo, además de contribuir al progreso de la generación presente y futura. (p.13)

Se analiza que la sostenibilidad empresarial tiene equilibrio entre lo económico, social y ambiental, donde se debe de nivelar todos los recursos de las empresas como son los económicos, naturales, materiales y humanos, es decir manejarlos de una manera responsable y eficiente, que permita que la organización surja y obtenga un nivel de ganancias y aceptación de parte de las personas al adquirir bienes y servicios que satisfagan las necesidades de las personas.

Desde el punto de vista de (Boff, 2012) dice que la sostenibilidad:

Es toda acción destinada a mantener las condiciones energéticas, informacionales, físico-químicas que hacen sostenibles a todos los seres, especialmente a la Tierra viva, a la comunidad de vida y a la vida humana, buscando su continuidad, y atender también las necesidades de la generación presente y de las generaciones futuras, de tal forma que el capital natural se mantenga y se enriquezca su capacidad de regeneración, reproducción y evolución. (p.34)

Al analizar lo que menciona el autor se dice que la sostenibilidad es una acción, hacia las condiciones energéticas, informacionales y fisicoquímicas, es decir, en todos los ámbitos que afectan a las personas, por lo cual la sostenibilidad ayuda a que las empresas trabajen de forma segura y estable en cada una de sus actividades, tomando en cuenta lo económico, ambiental y social, por lo que permitirá que todos los seres humanos se beneficien de la empresa.

2.3.2. Tipos de sostenibilidad

Sostenibilidad ambiental

Como menciona (Arriols, 2018)

Son las relaciones que se establezcan con el medio ambiente no conlleven la destrucción del mismo, de modo que, estas relaciones, sean “sostenibles” o perdurables a largo plazo. De esta forma, afirmar que una actividad es sostenible ambientalmente, es lo mismo que decir que dicha actividad tiene un impacto suficientemente pequeño sobre el medio ambiente como para no suponer la degradación del mismo, desde una perspectiva de los recursos naturales, ya sean enfocados a la conservación del agua, la calidad del suelo, la riqueza y diversidad animal y vegetal, etcétera. (p. 12)

La sostenibilidad ambiental tiene relación con el medio ambiente, por lo que eso se refiere a que las empresas no destruyan el planeta con las actividades empresariales que realizan, además este no solamente afectara al medio ambiente sino también a la salud

de las personas, por lo que es importante que el impacto sea pequeño para que no destruya el lugar donde habitan las personas, animales, vegetales, el agua, entre otros.

Como expresa (Oficina Verde, 2018) la sostenibilidad ambiental:

Garantiza que al satisfacer nuestras necesidades de agua, alimentos y refugio también al dedicarnos a actividades que hacen que nuestras vidas sean placenteras, incluidas actividades de ocio y entretenimiento, no causamos daños a nuestro medio ambiente ni agotamos los recursos que no podemos renovar y de esta forma cuidamos a la generaciones futuras, quienes aún no pueden defender lo que tienen y por las cuales somos responsables de brindarles las opciones para que ellos tengan una vida con las mismas o mejores oportunidades que nosotros. (p. 38)

La sostenibilidad ambiental tiene relación con el medio ambiente, por lo que al referirse dentro de una empresa, es como la organización afecta al ambiente con la contaminación que produce las actividades destinadas, por lo que es necesario cuidar los recursos que se utilicen, para protegernos entre todos y lo más importante cuidar el aire que respiramos.

Con base en (Paez, 2016) dice que:

Se denomina la administración eficiente y racional en el uso de los recursos naturales, sin por ello comprometer el equilibrio ecológico. Como tal, el concepto de sustentabilidad ambiental plantea que el aprovechamiento que hoy hagamos de nuestros recursos naturales no debe perjudicar ni limitar las necesidades de las generaciones futuras ni de las especies que habitan el planeta. En este sentido, considera que un medio ambiente saludable ofrece a una comunidad mayores posibilidades de desarrollo y bienestar económico y social, y entiende que la degradación de los recursos naturales atenta contra nuestra propia supervivencia y la de las demás especies. (p.19)

Como lo describe el autor la sostenibilidad ambiental es el uso correcto y racional de los recursos naturales por lo que permite comprometer el equilibrio ecológico, es decir,

que nuestros recursos naturales no deben de perjudicar a las especies que habiten en la tierra, esto permitirá ofrecer una comunidad con mayores posibilidades de desarrollo y bienestar económico y social.

Sostenibilidad social

Como menciona (Arriols, 2018) da a conocer que la:

Este tipo de sostenibilidad es especialmente importante en el caso de pueblos y sectores sociales que cuentan con una situación de desprotección o de desventaja con respecto a los demás. Su principal objetivo es garantizar que las actividades humanas se puedan desarrollar de tal modo que no se pierdan las comunidades humanas a las que afecta, lo que garantiza la perdurabilidad de las mismas y de sus estilos de vida a largo plazo.(p. 29)

En otras palabras la sostenibilidad social trata de reflejar que las actividades humanas sean realizadas de forma correcta dentro de una empresa, es decir que todos los trabajadores tengan los beneficios óptimos para trabajar de una manera correcta y así desempeñarse de una forma eficiente dentro de sus labores empresariales, esto permitirá incrementar el desarrollo de la empresa.

Como lo hace notar (VISA Empresarial, 2014):

Se puede definir la sustentabilidad social como la búsqueda del equilibrio, de la equidad, que apunta a proponerse disminuir la pobreza y de que todos los estratos sociales se favorezcan de las virtudes del crecimiento económico. Resulta todo un trabajo llegar a la sustentabilidad social, porque inmiscuye velar por las necesidades básicas del individuo. (p.17)

Al analizar el concepto que plantea el autor se manifiesta que la sostenibilidad social es el equilibrio entre las clases sociales, es decir, que dentro de una empresa no sea solamente para un rango alto de posición económica, sino para todo tipo de personas, es decir, en las empresas debe de prevalecer satisfacer las necesidades de las personas y así permitirá prevalecer las virtudes del crecimiento económico.

Sostenibilidad Económica

(Centeno, 2013) Menciona que la sostenibilidad económica es: “La sostenibilidad económica se da cuando la actividad que se mueve hacia la sostenibilidad ambiental y social es financieramente posible y rentable” (p.18).

De acuerdo a (Oxfamintermon, s.f.) Da a conocer sobre la sostenibilidad económica y argumenta lo siguiente:

Antes que nada, debemos tener claro que la sostenibilidad económica implica un contexto social en el que exista el bienestar y un crecimiento económico que beneficie a toda la comunidad y que le ofrezca la oportunidad de ser feliz.

Como estarás imaginando, pues, la sostenibilidad económica tiene mucho que ver con nuestro día a día y con las acciones que realizamos y que influyen (¡y mucho!) en las otras personas. Estas son las bases sobre las que se sustenta:

- Lo importante no es solo la productividad y la competitividad. Aunque es evidente que los gobiernos deben preparar el terreno para que las empresas puedan desarrollarse, también hace falta que apoyen e inviertan en aquellos sectores que no son rentables para las empresas privadas (por ejemplo, algunos sectores energéticos) y que son necesarios para la sociedad, de forma que se cree un equilibrio.
- La apuesta por la eficiencia. Aprovechar al máximo los recursos que tenemos y cuidar los recursos escasos logra cumplir con otro de los pilares de la sostenibilidad económica, que es la eficiencia. Por ejemplo, usar con precaución los recursos naturales escasos como el agua nos permitirá garantizar un futuro para estos.
- El desarrollo de la innovación. La tecnología debe ir de la mano de la innovación para crear soluciones que sean sostenibles desde diferentes niveles: sociales, medioambientales y económicos.
- Los límites de los recursos. Los recursos renovables no deben utilizarse a un ritmo superior a su generación, lo que nos lleva a una limitación en el consumo:

los recursos no renovables deben ser sustituidos paulatinamente por recursos renovables.

- La diferencia entre crecimiento y desarrollo. El crecimiento supone un aumento cuantitativo, sin embargo, el desarrollo supone la mejora de las cualidades. Ese desarrollo, además, debe ser sostenible en el tiempo desde un punto de vista económico, social y ambiental. (p.2)

De acuerdo a lo mencionado anteriormente se puede manifestar que la sostenibilidad económica hace referencia a las condiciones sociales, bienestar y crecimiento económico que se da en la sociedad, para esto es importante tener en cuenta cinco claves primordiales como la productividad y la competitividad; así como también la puesta por eficiencia, el desarrollo de la innovación, los límites de los recursos y la diferencia entre crecimiento y desarrollo aspectos fundamentales que se deben poner en práctica para que exista una sostenibilidad económica significativa. La sostenibilidad económica tiene mucho que ver con nuestro día a día para que exista un bienestar tanto personal como colectivo para vivir en un ambiente armónico.

2.3.3. Comercio Justo

De acuerdo a (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, s.f.) Argumenta 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. Se basa en:

Condiciones laborales y salarios adecuados para los productores, que les permitan vivir con dignidad.

No explotación laboral infantil

Igualdad entre hombres y mujeres: Ambos reciben un trato y una retribución económica equitativa.

Respeto al medio ambiente: Los artículos se fabrican a través de prácticas respetuosas con el entorno en el que se producen.

Por todo ello, el Comercio Justo es considerado como una herramienta de cooperación. Su objetivo es mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional que consolidan la pobreza y la desigualdad mundial. (p.1)

Al analizar el comentario anterior se concluye que el comercio justo es una alternativa que busca el equilibrio mutuo entre un productor y consumidor y que tiene un principal objetivo que es la reducción de la pobreza, además busca que las relaciones comerciales se lleven a cabo bajo principios éticos y humanos haciendo respetar cada uno de los derechos de los pequeños productores ofreciendo condiciones laborales propicias y salarios adecuados, así como también que no exista la explotación laboral infantil, que se lleve a cabo una igualdad entre hombres y mujeres respetando al medio ambiente. El comercio justo sin duda alguna busca un objetivo primordial basado en mejoras hacia el productor desfavorecido cambiando de tal manera las reglas injustas que se da en el comercio.

2.3.4. Objetivo principal del Comercio Justo

Según (López, 2016) da a conocer cuál es objetivo principal del comercio justo:

Garantizar a los pequeños agricultores, campesinos y artesanos organizados un acceso directo al mercado en condiciones justas y equitativas, creando un canal de comercialización sostenible, solidario y de calidad, lo más directo posible entre productores y consumidores, en el cual se reconozca dignamente el trabajo de los productores y sus organizaciones, y éstos se comprometan con el desarrollo de sus comunidades. Además, garantizar a los trabajadores agrícolas y artesanales condiciones de trabajo dignas, promover su asociatividad y empoderamiento. (p.16)

El objetivo principal del comercio justo se basa principalmente en garantizar a todos los pequeños productores, agricultores y campesinos relaciones comerciales más justas y equitativas, donde se lleve a cabo los principios de solidaridad e igualdad; donde el trabajo arduo de los pequeños productores también sean reconocidos en las mismas condiciones que los grandes productores para llevar a cabo un trabajo digno.

2.4.Fundamentación Legal

2.4.1. Constitución de la República del Ecuador

Según (Constitución de la República del Ecuador, 2008) detalla que:

Sostenibilidad

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. (p. 13)

Art. 282.- El Estado normará el uso y acceso a la tierra que deberá cumplir la función social y ambiental. Un fondo nacional de tierra, establecido por ley, regulará el acceso equitativo de campesinos y campesinas a la tierra. Se prohíbe el latifundio y la concentración de la tierra, así como el acaparamiento o privatización del agua y sus fuentes. El Estado regulará el uso y manejo del agua de riego para la producción de alimentos, bajo los principios de equidad, eficiencia y sostenibilidad ambiental. (p. 91)

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social. (p.100)

Art. 405.- El sistema nacional de áreas protegidas garantizará la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas. El sistema se integrará por los subsistemas estatal, autónomo descentralizado, comunitario y privado, y su rectoría y regulación será ejercida por el Estado. El Estado asignará los recursos económicos necesarios para la sostenibilidad financiera del sistema, y fomentará la participación de las comunidades, pueblos y nacionalidades que han habitado ancestralmente las áreas protegidas en su administración y gestión. (p. 122)

Comercio Justo

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados (p. 96)

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley (p. 105)

2.4.2. Reglamento de la Ley de Economía Popular y Solidaria

De igual forma la (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2011) en su reglamento se pronuncia con los siguientes artículos en referencia a la investigación.

De la Sostenibilidad

Art. 164.- Operaciones.- La corporación, podrá realizar las siguientes operaciones: Invertir sus recursos, de conformidad con las políticas dictadas por el directorio, bajo criterios de seguridad, liquidez y sostenibilidad (p.30)

Tabla 1 *Análisis de artículos*

Ley	Artículo	Contenido	Contribución
Constitución de la República del Ecuador	Art. 14	Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, <i>sumak kawsay</i> . Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.	El Art. 14 aporta al cumplimiento del principio de comercio justo denominado respeto y cuidado del medio ambiente y apoyará a que las normas y reglamentos preserven el medio ambiente.
	Art. 282	El Estado normará el uso y acceso a la tierra que deberá cumplir la función social y ambiental. Un fondo nacional de tierra, establecido por ley, regulará el acceso equitativo de campesinos y campesinas a la tierra. Se prohíbe el latifundio y	El Art. 282 contribuirá con el principio denominado condiciones de producción seguras y sanas, donde el Estado regulará las

CONTINÚA



	<p>la concentración de la tierra, así como el acaparamiento o privatización del agua y sus fuentes. El Estado regulará el uso y manejo del agua de riego para la producción de alimentos, bajo los principios de equidad, eficiencia y sostenibilidad ambiental.</p>	<p>diferentes normativas para que se cumpla con un manejo adecuado de la tierra.</p>
<p>Art. 320</p>	<p>En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.</p>	<p>El Art. 320 ayudará en el cumplimiento del siguiente principio enfocado en el comercio justo: Establecer y mantener relaciones comerciales responsables, transparentes, solidarias, estables, de largo plazo, basadas en el diálogo y en el respeto entre productores compradores y consumidores para que se lleve a cabo una</p>

		productividad sistemática.
Art. 405	El sistema nacional de áreas protegidas garantizará la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas. El sistema se integrará por los subsistemas estatal, autónomo descentralizado, comunitario y privado, y su rectoría y regulación será ejercida por el Estado. El Estado asignará los recursos económicos necesarios para la sostenibilidad financiera del sistema, y fomentará la participación de las comunidades, pueblos y nacionalidades que han habitado ancestralmente las áreas protegidas en su administración y gestión.	El principio de respeto y valoración de la identidad cultural de los pueblos se relaciona con el Art. 405 y contribuye en el comercio justo a que el Estado fomente una participación equitativa entre los distintos pueblos y comunidades.
	Comercio Justo	
Art. 304	La política comercial tendrá los siguientes objetivos: 1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo. 2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes	El Art. 304 contribuye en la investigación y permite cumplir con el objetivo del comercio justo de crear oportunidades de mercado para

	<p>para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.</p> <p>3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.</p> <p>4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.</p> <p>5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.</p> <p>6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.</p>	<p>pequeños productores en desventaja desarrollando de tal manera políticas comerciales que permita una relación justa entre productores y consumidores, logrando el desarrollo constante de la economía.</p>
<p>Art. 336</p>	<p>El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y</p>	<p>Desarrollar y potenciar las capacidades de los pequeños productores, es uno de los principios del comercio justo que se sujeta al Art. 336 donde el Estado busca impulsar un</p>

		oportunidades, lo que se definirá mediante ley.	comercio justo para promover la sostenibilidad asegurando la transparencia e igualdad.
Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria	Art. 57	Sostenibilidad Disolución.- Deterioro patrimonial que ponga en riesgo la sostenibilidad de la organización o la continuidad en sus operaciones o actividades.	Busca que los productores se asocien con el propósito de llevar a cabo un mejor desempeño comercial.
	Art. 4	Comercio justo 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,	El Art. 4 ayudará al cumplimiento de todos los principios relacionados con el comercio justo para que los pequeños productores se manejen bajo condiciones justas y sean respetados sus derechos.

		h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes.	
Reglamento de la Ley de Economía Popular y Solidaria	Art. 24.	De la Producción Láctea Cooperativas de producción. - Son aquellas en las que sus socios se dedican personalmente a actividades productivas lícitas, en una sociedad de propiedad colectiva y manejada en común, tales como: agropecuarias, huertos familiares, pesqueras, artesanales, industriales, textiles.	El Art. 24 es indispensable para el análisis de comercio justo ya que inculca en los productores que se lleven a cabo actividades asociativas.
		De la Sostenibilidad	
	Art. 164	Operaciones.- La corporación, podrá realizar las siguientes operaciones: Invertir sus recursos, de conformidad con las políticas dictadas por el directorio, bajo criterios de seguridad, liquidez y sostenibilidad.	El Art. 164 contribuye en la investigación directamente con los pequeños productores, debido a que determina las diferentes operaciones que se deben llevar a cabo conforme lo establece la ley bajo alcanzar una sostenibilidad adecuada.

CAPITULO III

FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA

La presente investigación requiere de una metodología bibliográfica - documental, descriptiva y de campo. Por el mismo hecho de que inicialmente se requerirá de información documental relacionada con las variables de estudio; para posteriormente aplicar una encuesta, finalizando con la descripción de los resultados arrojados durante la investigación.

3.1. Modalidad de la investigación

En la investigación se empleará una metodología mixta, razón por la cual se requerirá de la implementación de dos enfoques primordiales denominados enfoque cualitativo y enfoque cuantitativo.

Enfoque Cualitativo

(Sampieri, 2016) Menciona sobre el enfoque cualitativo lo siguiente:

El enfoque cualitativo lo que nos modela es un proceso inductivo contextualizado en un ambiente natural, esto se debe a que en la recolección de datos se establece una estrecha relación entre los participantes de la investigación sustrayendo sus experiencias e ideologías en detrimento del empleo de un instrumento de medición predeterminado. En este enfoque las variables no se definen con la finalidad de manipularse experimentalmente, y esto nos indica que se analiza una realidad subjetiva además de tener una investigación sin potencial de réplica y sin fundamentos estadísticos. Este enfoque se caracteriza también por la no completa conceptualización de las preguntas de investigación y por la no reducción a números de las conclusiones sustraídas de los datos, además busca sobre todo la dispersión de la información en contraste con el enfoque cuantitativo que busca delimitarla. Con el enfoque cualitativo se tiene una gran amplitud de ideas e interpretaciones que enriquecen el fin de la investigación. El alcance final del estudio cualitativo consiste en comprender un fenómeno social complejo, más allá de medir las variables involucradas, se busca entenderlo. (p. 3-26)

Al realizar un breve análisis sobre lo mencionado por el autor acerca del enfoque cualitativo, se puede determinar que este enfoque hace referencia a un proceso inductivo contextualizado, en el que se sustrae datos generalmente relatados de experiencia e

ideologías de los participantes y beneficiarios de la investigación; una de las características más importantes de este enfoque es que no intervienen datos numéricos ni de dispersión. En este apartado se fundamentan las ideas y las ampliaciones en la interpretación de resultados para llegar al alcance propuesto inicialmente.

El enfoque cualitativo se aplicará en la investigación, al sustraer datos mediante una conversación con los participantes, es decir con los productores de leche de los 7 cantones de la provincia de Cotopaxi, para conocer de las experiencias de los mismos y poder dar a conocer más sobre la investigación, y sacar conclusiones verídicas.

Enfoque Cuantitativo

De acuerdo a (Sampieri, 2016) en su libro de Metodología de la Investigación da a conocer que:

Cuando hablamos de una investigación cuantitativa damos por aludido al ámbito estadístico, es en esto en lo que se fundamenta dicho enfoque, en analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado. Este enfoque utiliza la recolección de datos para comprobar hipótesis, que es importante señalar, se han planteado con antelación al proceso metodológico; con un enfoque cuantitativo se plantea un problema y preguntas concretas de lo cual se derivan las hipótesis. Otra de las características del enfoque cuantitativo es que se emplean experimentaciones y análisis de causa-efecto, también se debe resaltar que este tipo de investigación conlleva a un proceso secuencial y deductivo. Al término de la investigación se debe lograr una generalización de resultados, predicciones, control de fenómenos y la posibilidad de elaborar réplicas con dicha investigación. (p. 3-26)

De lo mencionado por el autor se puede destacar que el enfoque cuantitativo hace referencia al aspecto estadístico que se encamina a la ejecución de una realidad objetiva que parten de mediciones numéricas, predicciones o en sí del problema planteado, la principal característica es que en este enfoque se utilizan datos numéricos con la finalidad de comprobar la hipótesis y de obtener resultados relacionados con el problema establecido.

El enfoque cuantitativo será empleado al momento de la tabulación de las encuestas, donde se podrá conocer estadísticamente los resultados para previo a esto poder emitir un análisis acerca de cada una de las preguntas.

3.2. Tipos de investigación.

3.2.1. Investigación bibliográfica – documental

(Mora, s.f.) Establece el siguiente concepto acerca de la investigación bibliográfica-documental:

La investigación bibliográfica es la primera etapa del proceso investigativo que proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes, de un modo sistemático, a través de una amplia búsqueda de: información, conocimientos y técnicas sobre una cuestión determinada. (p.2)

La investigación bibliográfica-documental para (Rodríguez, 2013)

En el proceso de recolección de información para la construcción de un objeto de investigación o de un proyecto de tesis, la investigación bibliográfica y documental (IBD) ocupa un lugar importante, ya que garantiza la calidad de los fundamentos teóricos de la investigación. (p.1)

La investigación bibliográfica documental es utilizada en el tema de estudio ya que forma parte de una fuente de investigación de diferentes conceptos, que se necesitan conocer para el desarrollo del mismo, por tal motivo en este apartado se utilizará libros, tesis, artículos, entre otros instrumentos que sean de mayor utilidad y complementen la información requerida; con la finalidad de proporcionar información real y científica que permita al lector entender y comprender el tema de mejor manera. .

3.2.2. Investigación descriptiva

(Tamayo, s.f.) Argumenta sobre la investigación descriptiva lo mencionado:

Se propone este tipo de investigación describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Este tipo de estudio busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente no está interesado en comprobar explicaciones, ni en probar determinadas hipótesis, ni en

hacer predicciones. Con mucha frecuencia las descripciones se hacen por encuestas (estudios por encuestas), aunque éstas también pueden servir para probar hipótesis específicas y poner a prueba explicaciones. (p. 3)

Acerca de la Investigación descriptiva (Hernández, Fernández & Baptista, 2010) detalla que es: “Información detallada respecto a un fenómeno o problema para describir sus dimensiones (variables) con precisión” (p. s/f).

Es importante recalcar la utilización de la investigación descriptiva dentro de este análisis, debido a que permitirá detallar y determinar de manera precisa las diferentes características, situaciones y acontecimientos que permitan comprobar la hipótesis planteada.

3.2.3. Investigación de campo

Según los autores (Palella & Martins, 2010) detalla que:

La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (p.88)

(Arias, 2012) Argumenta que la investigación de campo es:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. Claro está, en una investigación de campo también se emplea datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico. No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, lo esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema

planteado. La investigación de campo, al igual que la documental, se puede realizar a nivel exploratorio, descriptivo y explicativo. (p.31)

Dentro del estudio, se empleará la investigación de campo por el mismo hecho de que se acudirá directamente a los 7 cantones de la provincia de Cotopaxi que son Latacunga, Pujilí, Salcedo, Saquisilí, Pangua, La Mana y Sigchos.

3.3. Diseño de la investigación

3.3.1. Población y muestra

Desde el punto de vista de (Carrillo, 2015) dice que población es el “Conjunto de elementos que presenta una característica o condición común que es objeto de estudio” (p.23).

Dicho con palabra de (Carrillo, 2015) dice que la muestra es la “Parte de los elementos o subconjunto de una población que se selecciona para el estudio de esa característica o condición” (p. 31).

Para la aplicación de las encuestas se ha tomado en cuenta a la población según Maldonado de 1.135 personas donde se detalla en la Tabla 2 los productores de leche de cada cantón; para unos mejores resultados se realizará 287 encuestas con la finalidad de proporcionar información más real y fiable.

a) Fórmula de la muestra

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

Donde:

n= Muestra

z= Nivel de confianza deseado

p= nivel de éxito

q= nivel de fracaso

e= margen de error dispuesto a cometer

N= tamaño de población

Datos:

z= 95% según tabla 1,96

p= 0,5

q= 0,5

e= 0,05

N=10

$$n = \frac{1,96^2(0,5 * 0,5) * 1135}{0,05^2(1135 - 1) + 1,96^2 0,5 * 0,5}$$

$$n = 287$$

Muestreo Intencional

Analizando el criterio de Mohammad Naghi Namakforoosh (Doctor en Administración de empresas de la Universidad Nacional Autónoma de México) se ha considerado que se aplicará un muestreo intencional, donde todos los elementos muestrales de la población serán seleccionados bajo estricto juicio personal del investigador. En este tipo de muestreo el investigador tiene previo conocimiento de los elementos poblacionales. Aunque este muestreo es subjetivo, requiere que el investigador conozca los elementos muestrales, lo que permite que el muestreo sea representativo.

Por lo tanto, al calcular el tamaño de la muestra se deduce que la encuesta estará enfocada a 287 familias productoras de leche de la provincia de Cotopaxi, la cual se realizará en los 7 cantones de la misma.

Tabla 2 Encuestas dirigidas a los sectores de la provincia de Cotopaxi.

Sector	Productores de leche	Porcentaje de participación	Número de encuestas
Latacunga	224	20%	57
La Mana	156	14%	39
Pangua	140	12%	35
Pujilí	185	16%	47
Salcedo	167	15%	42
Saquisilí	149	13%	38
Sigchos	114	19%	29
Total	1135	100%	287

El grupo de trabajo realizará las encuestas en los 7 cantones mencionados anteriormente para tener una perspectiva más amplia acerca de la producción de leche, y así lograr obtener resultados más óptimos acerca de la problemática de la investigación.

3.4. Técnicas de recolección de datos

Al analizar las bases teóricas, conceptuales y legales del tema de investigación, se procederá a determinar las técnicas de la recolección de datos.

3.4.1. Instrumentos

Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) mencionan que los instrumentos:

Se refiere a cualquier tipo de recurso que utiliza el investigador; para allegarse de información y datos relacionados con el tema de estudio. Por medio de estos instrumentos, el investigador obtiene información sintetizada que podrá utilizar e interpretar en armonía con el marco teórico. Los datos recolectados están íntimamente relacionadas con las variables de estudio y con los objetivos planteados. (p. 15)

Se analiza que los instrumentos de recolección de datos son los medios o recursos que se requieren para lograr obtener la información y datos necesarios sobre el tema de investigación, a través de una relación entre las variables de estudio y los objetivos planteados, es decir permite tener una interpretación más clara de los datos que se van a recolectar por medio del instrumento de investigación como es la encuesta.

Encuesta

Como lo menciona (Riquelme, 2016) la encuesta: “Es una manera de recoger información sobre un tema en específico, donde a través de ella logramos analizar los datos necesitamos para llegar a una conclusión o dar solución a un problema en concreto” (p. 7).

Se analiza que la encuesta permite recoger información específica y necesaria para lograr realizar la investigación de una forma eficaz y eficiente, a través de varias preguntas que permitan ampliar la información, por lo que la encuesta al ser un instrumento de investigación ayudará al proyecto a tener una perspectiva más amplia acerca del comercio justo en el sector lácteo de la provincia de Cotopaxi, ya que al calcular la muestra se realizaran 287 encuestas que proporcionarían la información necesaria para el desarrollo óptimo de la investigación.

3.5. Validez y confiabilidad

Como lo menciona (Ruiz, 2012) da a conocer que:

La validez determina la revisión de la presentación del contenido, el contraste de los indicadores con los ítems (preguntas) que miden las variables correspondientes. Se estima la validez como el hecho de que una prueba sea de tal manera concebida, elaborada y aplicada y que mida lo que se propone medir.

Se estima la confiabilidad de un instrumento de medición cuando permite determinar que el mismo, mide lo que se quiere medir, y aplicado varias veces, indique el mismo resultado. (p.33)

Se analiza que la validez y la confiabilidad son diferentes; la validez tiene el objetivo de que se realice lo pretendido, es decir, que todo lo propuesto en la

investigación debe de ser realizado, y la confiabilidad es que los resultados obtenidos de la investigación sean reales, y permita tener un resultado preciso, es decir, que al calcular de diferentes formas el resultado sea el mismo.

La encuesta fue presentada al Ing. Xavier Fabara, tutor de la investigación, quien al conocer sobre el tema, realizó su respectivo análisis y revisión, para que bajo criterios profesionales sea validada.

Posteriormente la encuesta fue presentada al Ing. Julio Tapia, Director de Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas para su respectiva revisión, con la finalidad de validar bajo criterios diferentes y obtener una información más amplia, para que la misma pueda ser aplicada a los pequeños productores de leche de la provincia de Cotopaxi.

3.6. Técnicas de análisis de datos

Las técnicas de análisis de datos son herramientas útiles para analizar describir y organizar los datos recogidos a través del instrumento de investigación que es la encuesta. Además para procesar los datos investigados se utilizaran los programas como son Microsoft Excel, Programa estadístico SPSS.

Análisis de datos con SPSS

- Calculo más exacto
- Permite trabajar con grandes cantidades de datos
- Utiliza muestras mayores y más variables
- Es compatible con programas para manejo de datos
- Permite el traspaso de datos de un programa a otro.

Según (Leal, 2012) da a conocer que:

SPSS son las siglas de Statistical Package for the Social Sciences, que en su traducción al castellano quedaría como “Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales”.

Se trata de un programa o software estadístico que se emplea muy a menudo en las ciencias sociales y, de un modo más específico por las empresas y profesionales de investigación de mercados. Ello quiere decir que este software

estadístico resultará de gran utilidad a la hora de llevar a cabo una investigación de carácter comercial.

El SPSS permite recodificar las variables y registros según las necesidades del usuario, esto es, si en algún momento precisamos expresar alguna variable de otra forma, no hay ningún problema. La principal ventaja o la razón de su tremenda popularidad radican en la capacidad que presenta SPSS para trabajar con bases de datos de gran tamaño. (p. 27)

Se analiza que el programa estadístico es un software que trabaja con datos cuantitativos que permite realizar las tabulaciones, gráficos entre otras funciones de forma más eficiente, además se trabaja con gran número de variables, esto permite tener la confiabilidad de obtener resultados claros y precisos, para llegar a tomar decisiones correctas en la elaboración de las investigaciones de campo.

Como se analiza en (QuestionPro, s.f.) El:

SPSS es un formato que ofrece IBM para un análisis completo. Es el acrónimo de Producto de Estadística y Solución de Servicio.

SPSS es un software popular entre los usuarios de Windows, es utilizado para realizar la captura y análisis de datos para crear tablas y gráficas con data compleja. El SPSS es conocido por su capacidad de gestionar grandes volúmenes de datos y es capaz de llevar a cabo análisis de texto entre otros formatos más.

Características del SPSS

SPSS. La base del software estadístico SPSS incluye estadísticas descriptivas como la tabulación y frecuencias de cruce, estadísticas de dos variables, además pruebas T, ANOVA y de correlación. Con SPSS es posible realizar recopilación de datos, crear estadísticas, análisis de decisiones de gestión y mucho más.

Análisis. Crear y distribuir una encuesta utilizando QuestionPro, a continuación, exportar fácilmente sus resultados en SPSS para el análisis avanzado.

Las diferentes funciones de SPSS

Estadísticas Avanzadas

El programa SPSS ofrece estadísticas avanzadas además de muchas funciones estadísticas básicas, incluyendo la tabulación cruzada, frecuencias, estadísticas de variables dobles como las pruebas T y ANOVA, lineal y modelos no lineales.

Forma

El programa Modeler le ayuda en la construcción de modelos de predicción, así como la mayor parte Validando em el uso de técnicas estadísticas avanzadas

Análisis de Textos

Si la mayoría de la encuesta es principalmente respuesta de texto, utilizando las Text Analytics for Surveys programa puede ayudarle a obtener alguna información útil para el análisis de textos

Diseño de visualización

El Visualization Designer le permite tomar sus datos y crear fácilmente una amplia variedad de efectos visuales tales como gráficos de caja radiales y gráficos de densidad. (p. 16)

Se analiza que el programa estadístico SPSS, es una herramienta de gran ayuda para los usuarios de Windows ya que trabaja con grandes cantidades de datos, que permitirá tener un análisis avanzado de la investigación, además cuenta con varias características como son; el análisis y el SPSS, y dentro de sus funciones esta la estadística avanzada, la forma, el análisis de textos y por último y no menos importante el diseño de visualización cada uno de estas nos permitirá tener resultados óptimos y precisos en el diseño de un proyecto.

Análisis de datos con Microsoft Excel

- Tiene una interfaz rápida y efectiva
- Creación de bases de datos
- Inserción de gráficos

- Formulas
- Dispone de gran cantidad de formatos

Dentro de las técnicas de análisis de datos de las encuestas se procederá a realizar los siguientes procedimientos que son:

- Definir las preguntas
- Establecer prioridades de medición
- Recolecta datos
- Analiza los datos
- Interpretar los resultados

3.7. Técnicas de análisis de datos estadísticos

Dentro de estas técnicas de análisis de datos estadísticos se da a conocer las siguientes medidas que se deben tomar en cuenta para tener datos claros y precisos de la encuesta realizada

Media aritmética

“La media aritmética es la suma de todos los datos dividida entre el número total de datos. Se calculan dependiendo de cómo vengan ordenados los datos” (Portal Ejecutivo, 2012, p.26).

Desviación estándar

“Es una medida de dispersión, que nos indica cuánto pueden alejarse los valores respecto al promedio (media), por lo tanto es útil para buscar probabilidades de que un evento ocurra.” (Moral, 2009, p.12).

Prueba de hipótesis

“Es un método esencial para la toma de decisiones. La decisión relaciona la elección entre dos enunciados competitivos y mutuamente excluyentes, respecto de uno o más parámetros de la población. Los enunciados competitivos se conocen como hipótesis nula y alternativa” (Gutiérrez, 2019, p. 28).

Se analiza que con estas técnicas de análisis de datos ayudara a la investigación a tener resultados más confiables y eficaces, acerca del comercio justo en el sector lácteo de la provincia de Cotopaxi, además esto permitirá tener una visión clara del manejo de las actividades con respecto a la sostenibilidad del comercio justo, dando así un resultado concreto para una correcta toma de decisiones.

3.8. Técnicas de comprobación de hipótesis

Para las técnicas de comprobación de hipótesis se utilizaran los siguientes:

El método inductivo donde (Rodríguez, 2005) menciona que “es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados”. (p.29)

El método analítico según (Elizondo, 2002) menciona que:

Este método, también conocido como de análisis es la operación mental que separa los elementos de una unidad para conocer cada una de sus partes y establecer su relación. Como puede advertirse, el análisis está virtualmente vinculado con el método inductivo, pues cuando se examinan las partes de un universo (análisis), es posible inferir las características del mismo (inducción). (p.8)

Se analiza que el método analítico permite establecer una relación entre los elementos de una unidad para examinar cada una de las partes importantes dentro de una investigación, además este método permite realizar un análisis de un todo, logrando así indagar lo esencial de la investigación obtenida para una correcta obtención de resultados.

El método sintético como lo manifiesta el autor (Elizondo, 2002) dice que:

El método sintético o de síntesis es la operación intelectual que reúne las partes de un universo separado y las considera como unidad. De este modo la síntesis se convierte en la meta y resultado final de análisis, razón por la cual ambos métodos se complementan. (p. 8)

Según lo mencionado por el autor se analiza que el método sintético es una operación intelectual en donde se conforman las partes de un universo como unidad,

es decir, este tiene relación con el método analítico, ya que estos métodos buscan la misma meta y el mismo resultado de análisis para el buen desarrollo de una investigación.

Prueba estadística no paramétrica

Chi Cuadrado

Para la comprobación de hipótesis del tema de investigación se utiliza la prueba estadística Chi Cuadrado, por lo cual el autor (Perez, 2013) dice que “Es una prueba de gran versatilidad que nos permite evaluar asociaciones entre variables categóricas”. (p.11)

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Se analiza que la prueba estadística Chi Cuadrado permite determinar si la variable dependiente e independiente de la investigación sobre el comercio justo en el sector lácteo de la Provincia de Cotopaxi están o no relacionadas.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de los resultados

En las siguientes figuras y tablas que se muestran a continuación, se detallan cada uno de los resultados arrojados de las encuestas aplicadas a los pequeños productores de leche pertenecientes a la provincia de Cotopaxi, población que fue considerada para que se lleve a cabalidad el proyecto mencionado anteriormente.

4.2 Discusión de los resultados

Al contar ya con las encuestas físicas aplicadas a los pequeños productores de leche de la provincia de Cotopaxi, respectivamente; se procede a realizar la respectiva tabulación de cada una de las preguntas formuladas, por tal motivo seguidamente se detallan los resultados obtenidos por el sistema SPSS.

1. Tipo de productor

Pregunta. ¿Usted qué tipo de productor es?

Dependiente	0
Independiente	287

Tabla 3 *Tipo de productor*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Independientes	287	100,0	100,0	100,0

Análisis e Interpretación: Se determinó que de 287 encuestas aplicadas a los productores de leche, el 100% pertenecen al sector productor independiente, es decir en la provincia de Cotopaxi existen independencia total en la actividad lechera.

El determinar cuál es el tipo de productor que prevalece en la provincia de Cotopaxi es de mucha relevancia, debido a que permite determinar a fondo dentro de la actividad comercial y productiva de leche y de tal manera conocer si se cumple una relación laboral justa entre productor y consumidor.

2. Años de experiencia

Pregunta. ¿Cuántos años de experiencia posee Ud. en la producción lechera?

Tabla 4 Años de experiencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0 a 2 años	4	1,4	1,4	1,4
	3 a 5 años	87	30,3	30,3	31,7
	6 a 7 años	20	7,0	7,0	38,7
	Mas de10 años	176	61,3	61,3	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

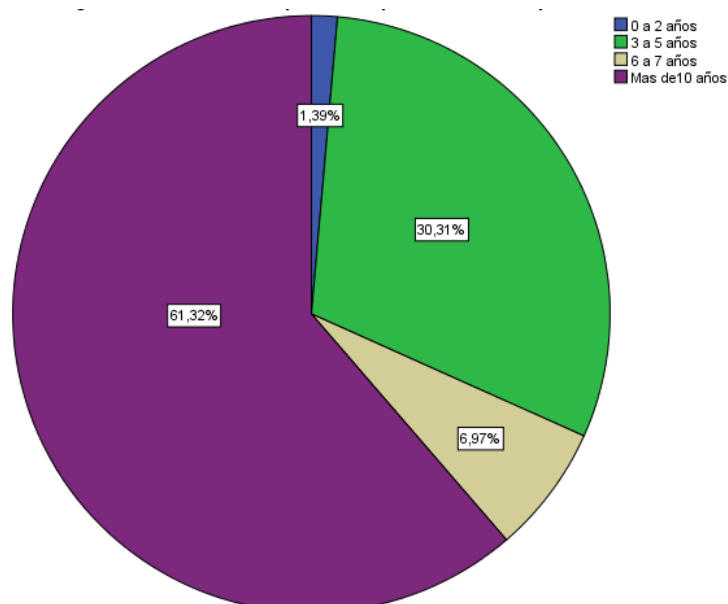


Figura 2. Años de experiencia

Análisis e Interpretación: De un total de 287 encuestas realizadas, se puede manifestar que apenas el 1,4% posee entre 0 y 2 años de experiencia; mientras que el 30,3% tiene una experiencia en la producción lechera de 3 a 5 años; el 7% afirma que cuenta entre 6 a 7 años de experiencia en la actividad lechera; lo que significa que el 61,3% tiene una experiencia de más de 10 años.

Previo el respectivo análisis se puede deducir que la mayoría de los productores de leche en la provincia de Cotopaxi cuentan con más de 10 años de experiencia laboral dentro de su actividad, lo que significa que conocen de manera real y muy bien las condiciones en las que se produce y se comercializa la leche.

3. Tipo de mano de obra

Pregunta. La mano de obra que usted utiliza para la producción de leche es:

Tabla 5 Tipo de mano de obra

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	personal	79	27,5	27,5	27,5
	familiar	177	61,7	61,7	89,2
	contrato	28	9,8	9,8	99,0
	otros	3	1,0	1,0	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

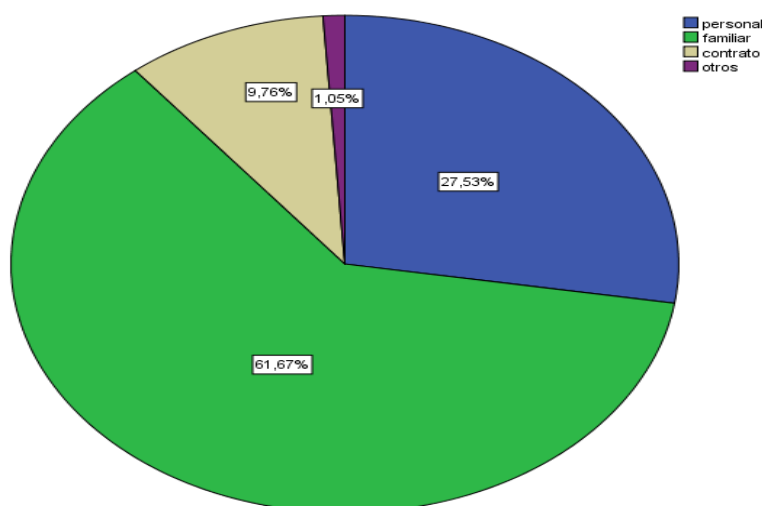


Figura 3. Tipo de mano de obra

Análisis e Interpretación: De una muestra de 287 encuestados se determinó que para la producción de leche se utilizan diferentes formas de mano de obra, dando como resultado que el 27,2% utiliza una mano de obra personal; mientras que el 61,7% se destaca por utilizar una mano de obra familiar; es así que el 9,8% se encarga del uso de una mano de obra previo un contrato; por consiguiente los productor afirman que apenas el 1,03% utilizan otro tipo de mano de obra.

La mano de obra más utilizada en el sector lechero de la provincia de Cotopaxi está dado por el trabajo de los mismos familiares que se dedican a esta actividad, lo que significa y demuestra que en sí esta actividad es llevada a cabo por pequeños productores en una cantidad mínima a diferencia de los productores asociados.

4. Forma de extracción de leche

Pregunta. Para la extracción de leche ¿usted lo realiza de forma?

Tabla 6 Forma de extracción de leche

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Manual	125	43,6	43,6	43,6
	Mecánico	125	43,6	43,6	87,1
	Ambos	37	12,9	12,9	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

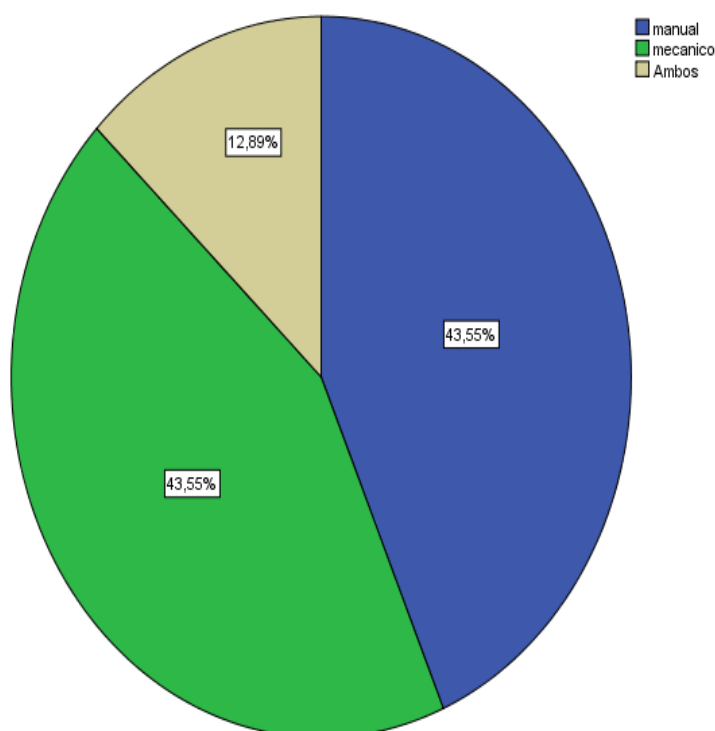


Figura 4. Forma de extracción de leche

Análisis e Interpretación: Para el análisis de esta pregunta del 100 % aplicado el 43,6% afirma que la forma en que se extrae la leche es de forma manual, reafirmando de igual manera que el 43,6 % extrae la leche de forma mecánica; mientras que apenas el 12,9% da a conocer que se dedica a extraer la leche utilizando al a par las dos formas.

Se puede inferir que con respecto a la extracción de la leche en la provincia de Cotopaxi, que el 87% lo realiza de ambas formas

5. Cantidad de leche producida diariamente

Pregunta. La cantidad de leche que usted produce diariamente es de:

Tabla 7 Cantidad de leche producida diariamente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	de 1 a 50 litros	137	47,7	47,7	47,7
	de 51 a 100 litros	76	26,5	26,5	74,2
	más de 100 litros	74	25,8	25,8	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

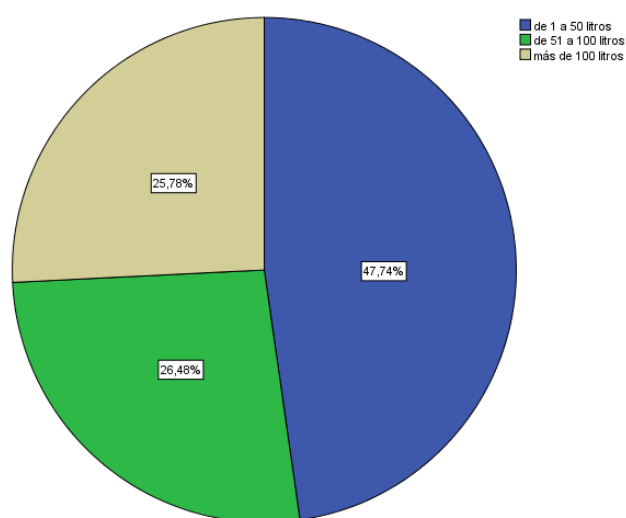


Figura 5. Cantidad de leche producida diariamente

Análisis e Interpretación: De un total de 287 encuestas aplicadas, el 47,7% menciona que producen de 1 a 50 litros de leche diariamente, el 26,5% produce de 51 a 100 litros; por consiguiente el 25,8% afirma que se producen más de 100 litros de leche diarios.

Al concluir que el 47,7% de los productores afirman que en la provincia de Cotopaxi se producen diariamente de 1 a 50 litros, se puede verificar que contamos en la gran mayoría con pequeños productores que se dedican a esta actividad con la finalidad de mejorar su economía.

6. Sector al que se destina la leche

Pregunta. ¿A qué sector destina la producción de leche en su mayoría? (elija una opción)

Tabla 8 Sector al que se destina la leche

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	consumo propio	12	4,2	4,2	4,2
	Recolector de leche	275	95,8	95,8	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

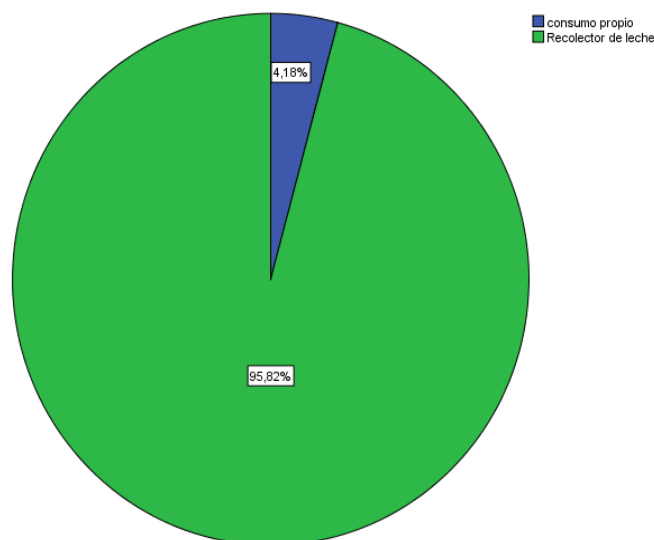


Figura 6. Sector al que se destina la leche

Análisis e Interpretación: Con respecto a esta pregunta se determina que del 100% de las encuestas aplicadas, el 4,2% destina la leche para consumo y el 95,8% destina la leche a un recolector.

Los resultados arrojados dan a entender claramente que la producción lechera es destinada en su gran mayoría a un recolector para posteriormente ser comercializada, lo que permite a los pequeños productos concebir un ingreso permanente.

7. Precio del litro de leche

Pregunta. El precio del litro de leche que usted vende es de:

Menos de 0,40 centavos	287
De 0,41 a 0,45 centavos	0
De 0,46 a 0,50 centavos	0
Más de 0,50 centavos	0

Tabla 9 Precio del litro de leche

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	menos de 0,40 centavos	287	100,0	100,0	100,0

Análisis e Interpretación: Con referencia al precio del litro de leche al que los productores venden, de las 287 encuestas aplicadas el 100% afirma que es concedido a menos de 0,40 centavos.

8. Productor asociado

Pregunta. ¿Ud. Es un productor asociado?

Tabla 10 *Productor asociado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	4	1,4	1,4	1,4
	no	283	98,6	98,6	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

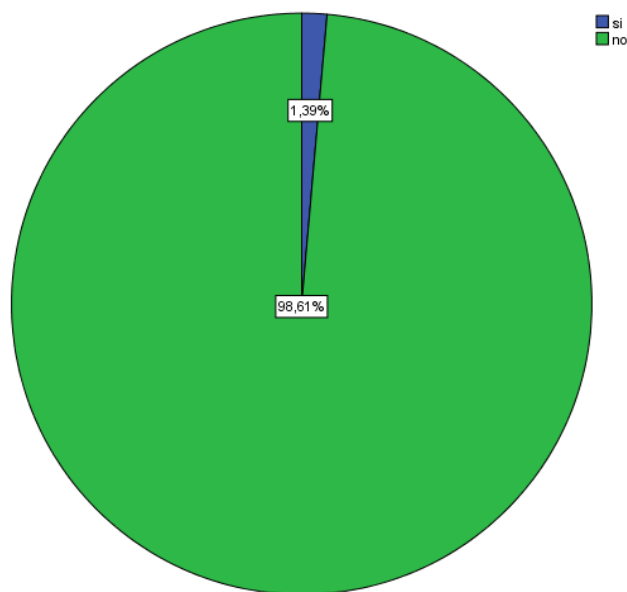


Figura 7. Productor asociado

Análisis e Interpretación: De un total de 287 encuesta aplicadas a cada uno de los productos de leche de los diferentes sectores de la provincia de Cotopaxi se obtuvo como resultados que del 100% apenas el 1,4% son productores asociados; mostrando significativamente que el 98,6% no es parte de una asociación.

De acuerdo a los resultados arrojados anteriormente se deduce que es de suma importancia tomar en cuenta este aspecto de que la mayoría de los productores se maneje por cuenta propia y no pertenezca a una asociación que le pueda guiar sobre las condiciones laborales a las que deben exponerse.

9. Toma en cuenta de autoridades

Pregunta. Ud. al pertenecer a los productores de leche, es tomado en cuenta por parte de las autoridades para recibir:

Capacitaciones sobre uso de manuales	0
Asesoramiento Técnico	0
Normas de Higiene	0
Ninguno	287

Tabla 11 *Toma en cuenta de autoridades*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguno	4	1,4	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	283	98,6		
Total		287	100,0		

Análisis e Interpretación: De acuerdo al total de encuestados se puede detallar que con respecto a la opinión de los productores de leche, no son tomados en cuenta por las autoridades por lo que mencionan el 100% de los encuestados que no reciben ninguna de las alternativas mencionadas anteriormente.

Al analizar los resultados se puede destacar que no existe apoyo alguno por parte de las autoridades, lo que significa que no tienen acceso a ninguna capacitación o asesoramiento técnico y mucho menos sobre normas de higiene, lo que dificulta a los pequeños productos ofrecer una producción adecuada.

10. Incidencia en el desarrollo de la economía

Pregunta. ¿En qué porcentaje considera Ud. que la producción lechera incide en el desarrollo de la economía dentro de la provincia de Cotopaxi?

Tabla 12 *Incidencia en el desarrollo de la economía*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	de 100% a 80%	85	29,6	29,6	29,6
	de 70% a 50%	120	41,8	41,8	71,4
	de 40% a 20%	69	24,0	24,0	95,5
	de 10% a 0%	13	4,5	4,5	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

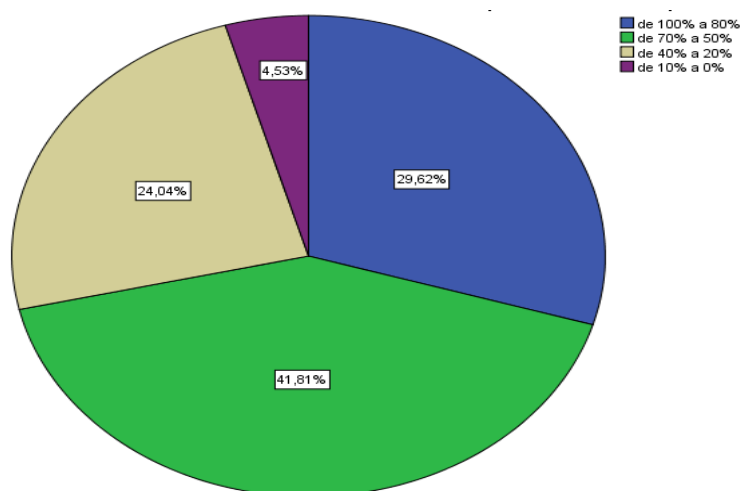


Figura 8. Incidencia en el desarrollo de la economía

Análisis e Interpretación: Del total de las encuestas ejecutadas el 29,6% menciona que la producción lechera incide en la economía de la provincia de Cotopaxi en un rango de 100% a 80%; mientras que el 41,8% afirma que contribuye en un rango de 70% a 50%; el 24% opina que influye en un rango de 40% a 20% y la parte restante que tan solo es el 4,5% da a conocer que favorece en la economía en el rango de tan solo de 10% a 0%.

Previo el respectivo análisis de la pregunta se puede manifestar que los productores de leche aceptan que la actividad lechera si contribuye en el desarrollo de la

economía en la provincia de Cotopaxi, lo que significa que hay que tomar prioridades para contribuir con los mismos.

11. Comercio Justo

Pregunta. ¿Conoce Ud. Lo que es comercio justo?

Tabla 13 Comercio Justo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	91	31,7	31,7	31,7
	no	196	68,3	68,3	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

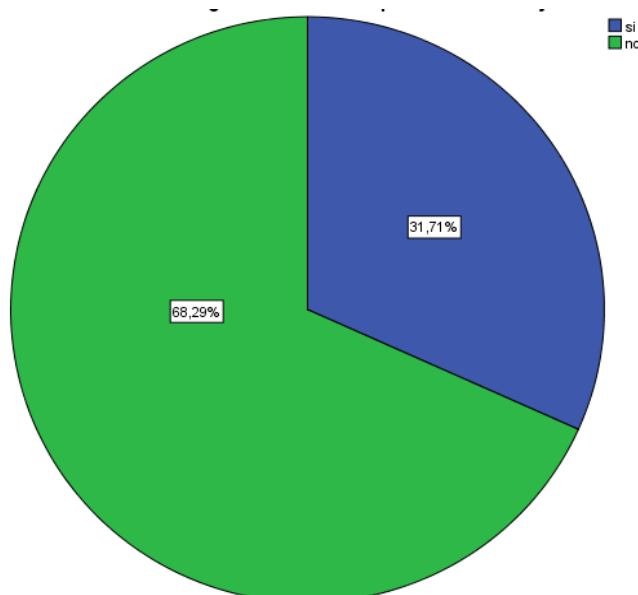


Figura 9. Comercio Justo

Análisis e Interpretación: Con respecto al Comercio Justo de la muestra de 287 encuestas se deduce que el 31,7% conoce de qué se trata; mientras que el 68,3% desconoce acerca del tema mencionado.

Es necesario que los productores de leche conozcan a fondo de qué trata el comercio justo para que puedan llevar a cabo una relación laboral justa y equitativa entre productor y consumidor.

12. Incremento de Ventas

Pregunta. ¿Considera usted que la aplicación del comercio justo favorece al incremento de sus ventas?

Tabla 14 *Incremento de Ventas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	206	71,8	71,8	71,8
	no	81	28,2	28,2	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

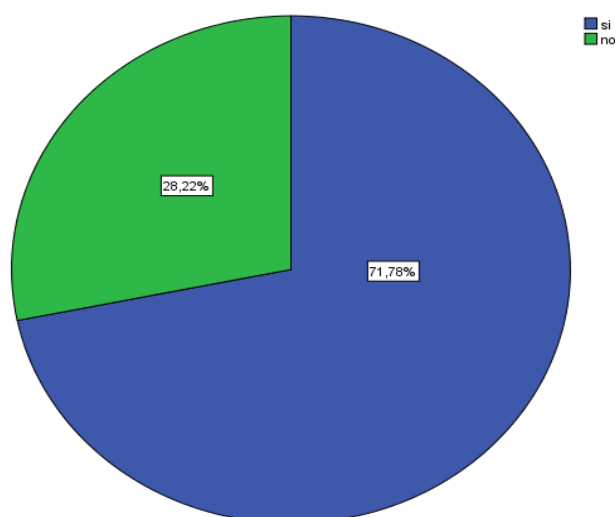


Figura 10. Incremento de Ventas

Análisis e Interpretación: Con respecto a la pregunta se puede dictaminar que el 71,8% de productores dice que el comercio justo si contribuye al incremento de ventas; mientras que el 28,2% dice que no contribuye al mismo.

Una de las circunstancias del porqué en esta pregunta exista un porcentaje más alto en la respuesta positiva es que se debe a que los productores si en realidad confían en que la aplicación del comercio justo y principios a los que se someten para que en realidad gocen de un incremento real en las ventas del producto que ofrecen para el sustento de su diario vivir.

13. Sustento del Comercio Justo

Pregunta. ¿Considera que debe de existir una política pública que regule y sustente el comercio justo en las actividades del sector?

Tabla 15 *Sustento del Comercio Justo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	185	64,5	64,5	64,5
	no	102	35,5	35,5	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

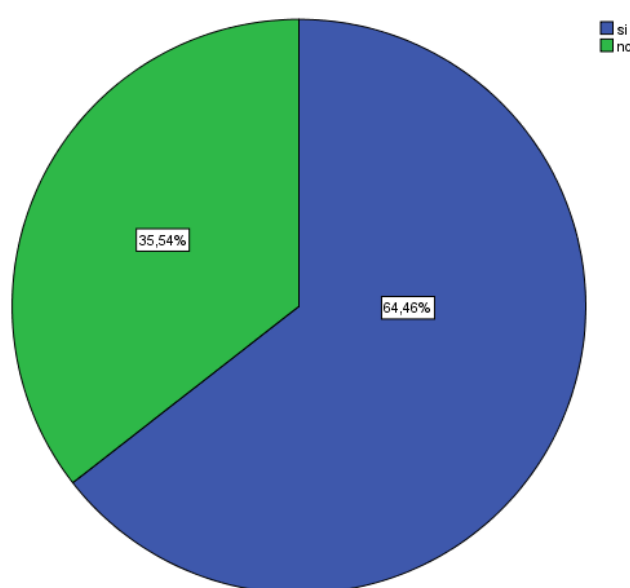


Figura 11. Sustento del Comercio Justo

Análisis e Interpretación: De las 287 encuestas realizadas con respecto a la regulación y sustentación de una política pública dentro del comercio justo el 64,5% afirmó que sí; mientras que el 35,5% dice que no.

Debido al desconocimiento de los productores sobre el comercio justo es indispensable que se establezca una política pública, donde conste principalmente las necesidades y la solución de los problemas que suscitan dentro de la producción lechera, y de esta manera contribuir con los pequeños productores de la provincia de Cotopaxi.

14. Tipo de Financiamiento

Pregunta. **Para financiar su actividad de producir leche, con mayor frecuencia hace uso de:**

Tabla 16 *Tipo de Financiamiento*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Recursos propios	176	61,3	61,3	61,3
	Préstamos en instituciones financieras	111	38,7	38,7	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

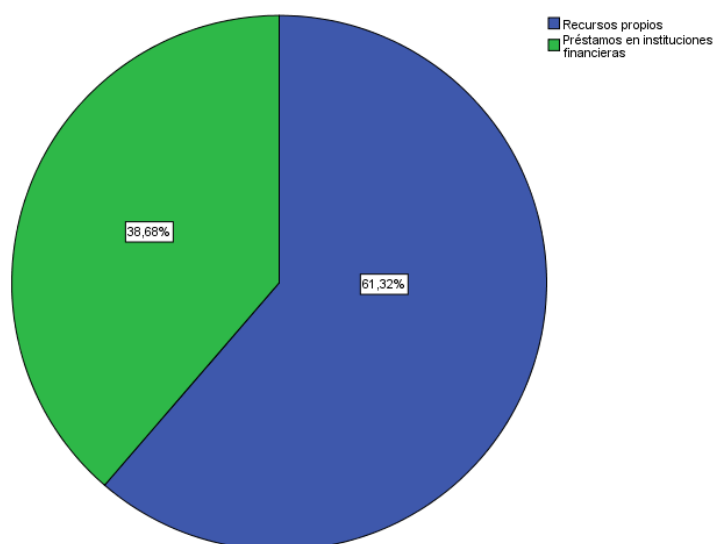


Figura 12. Tipo de Financiamiento

Análisis e Interpretación: Se concluyó que de los 287 encuestados un 61,3% reconoce que su actividad es financiada por recursos propios; mientras que el 38,7% acude y opta por ejecutar préstamos otorgados en instituciones financieras

Es de pilar fundamental saber de qué manera los pequeños productores financian su actividad económica, puesto que previo a la ejecución de este proyecto se puede descubrir los tipos de financiamiento a los que pueden acceder para cubrir sus necesidades.

15. De los siguientes principios del comercio justo indique ¿Cuál es el nivel de aceptación que Ud. Considera?

15.1.Oportunidades pequeños productores

Pregunta. Crear oportunidades de mercado para pequeños productores de leche.

Tabla 17 Oportunidades pequeños productores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	6	2,1	2,1	2,1
	ni de acuerdo, ni en desacuerdo	65	22,6	22,6	24,7
	de acuerdo	109	38,0	38,0	62,7
	totalmente de acuerdo	107	37,3	37,3	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

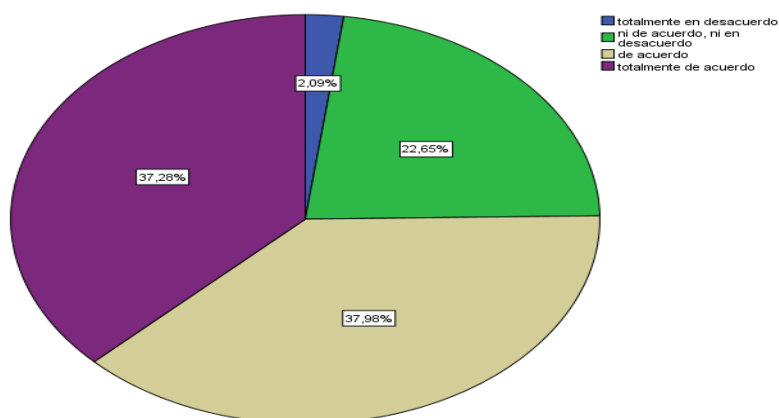


Figura 13. Oportunidades pequeños productores

Análisis e Interpretación: Haciendo referencia al primer principio del comercio justo que trata de crear oportunidades de mercado para pequeños productores, de acuerdo a la población encuestada se dedujo que el 2,1% está en totalmente en desacuerdo; el 22,6 en ni de acuerdo, ni en desacuerdo; mientras que el 38% está de acuerdo; determinando así que el 37,3% se encuentra totalmente de acuerdo.

Según los resultados arrojados se concluye que los pequeños productores apoyan que si se cumpla el primer principio del comercio justo, para de esta manera incluirse u poseer más oportunidades a nivel del mercado en el que se encuentran.

15.2.Relaciones Comerciales

Pregunta. Establecer relaciones comerciales solidarias a largo plazo con pequeños productores de leche.

Tabla 18 Relaciones Comerciales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	5	1,7	1,7	1,7
	ni de acuerdo, ni en desacuerdo	61	21,3	21,3	23,0
	de acuerdo	124	43,2	43,2	66,2
	totalmente de acuerdo	97	33,8	33,8	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

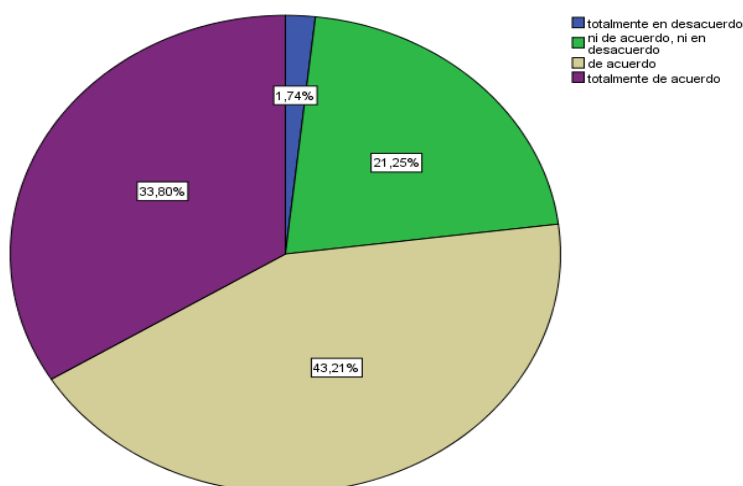


Figura 14. Relaciones Comerciales

Análisis e Interpretación: Con respecto a las relaciones comerciales solidarias a largo plazo con pequeños productores de leche, el 1,7% da a conocer que está totalmente en desacuerdo; el 21,3% afirma que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo; mientras que el 43,2 dice que está de acuerdo; y el restante que es 33,8 da a conocer que está totalmente de acuerdo.

Es muy notable que la mayoría de productores aceptan que es necesario que exista relaciones comerciales solidarias a largo plazo, para de esta manera poder mejorar su economía y tratar de ser mejores emprendedores incrementando la cantidad del producto que ofertan.

15.3.Precio Justo

Pregunta. Pagar un precio justo a los pequeños productores de leche.

Tabla 19 *Precio Justo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	5	1,7	1,7	1,7
	ni de acuerdo, ni en desacuerdo	69	24,0	24,0	25,8
	de acuerdo	126	43,9	43,9	69,7
	totalmente de acuerdo	87	30,3	30,3	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

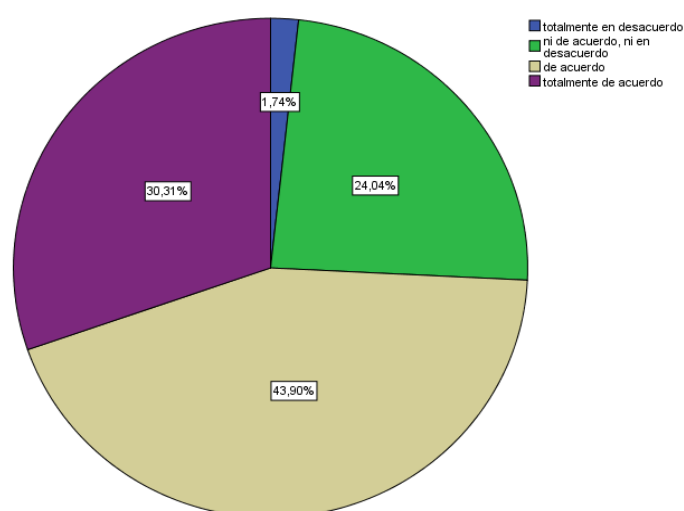


Figura 15. Precio Justo

Análisis e Interpretación: En cuanto al precio justo de leche que ofertan los pequeños productores, el 1,7 % está totalmente en desacuerdo; el 24% se encuentra en acuerdo ni en desacuerdo; el 43,9 dan a conocer que están de acuerdo ; y el restante que es el 30,3% afirma que están totalmente de acuerdo.

Previo el análisis se puede mencionar que la mayoría de productores está de acuerdo a que se cumpla en la actividad que desempeña el principio mencionado anteriormente con la finalidad de que el producto sea vendido a un precio que realmente signifique.

15.4. Potenciación de capacidades

Pregunta. Potenciar las capacidades de los pequeños productores de leche.

Tabla 20 Potenciación de capacidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	6	2,1	2,1	2,1
	ni de acuerdo, ni en desacuerdo	72	25,1	25,1	27,2
	de acuerdo	110	38,3	38,3	65,5
	totalmente de acuerdo	99	34,5	34,5	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

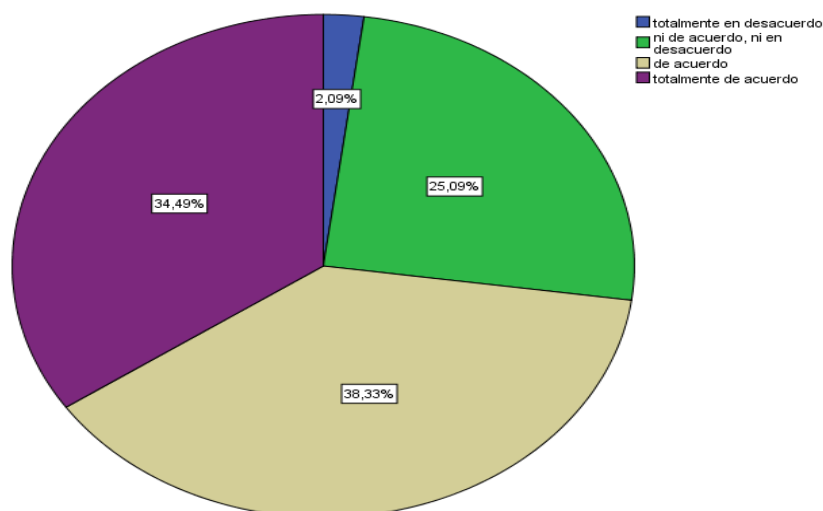


Figura 16. Potenciación de capacidades

Análisis e Interpretación: Del 100% de los encuestados, se puede manifestar que con respecto a la potenciación de capacidades el 2,1 menciona que está totalmente en desacuerdo; el 25,1 en cambio menciona que está ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 38,3 afirma que está de acuerdo y el porcentaje restante que corresponde al 34,5% menciona que está totalmente de acuerdo.

Significa que este es uno de los principios más importantes para que los pequeños productores puedan surgir y de tal manera incrementar sus ventas generando mayores utilidades.

15.5. Generación condiciones de producción

Pregunta. Generar condiciones de producción de leches seguras y sanas.

Tabla 21 *Generación condiciones de producción*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	4	1,4	1,4	1,4
	3	74	25,8	25,8	27,2
	de acuerdo	118	41,1	41,1	68,3
	totalmente de acuerdo	91	31,7	31,7	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

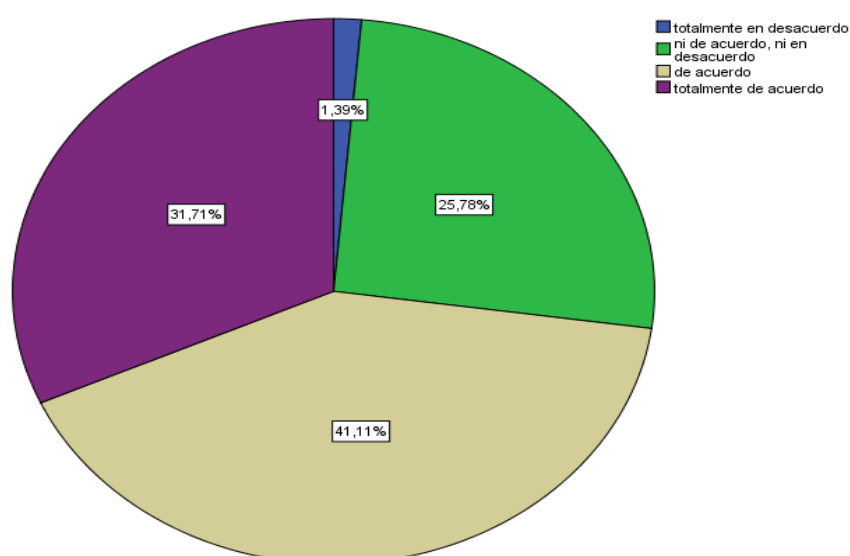


Figura 17. Generación condiciones de producción

Análisis e Interpretación: Los resultados que arrojaron las encuestas aplicadas con respecto a esta pregunta de generar oportunidades de producción para los pequeños productores de leche de la provincia de Cotopaxi son los siguientes, el 1,4 menciona que está totalmente en desacuerdo; el 25,8 da a conocer que está ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 41,1 de acuerdo mientras que el 31,7 totalmente de acuerdo.

La mayoría de la población mencionó que está totalmente de acuerdo con que se ponga en práctica este principio, ya que se convertiría en una herramienta muy importante para poder ocupar más mercados y promocionar su producto generando condiciones seguras y sanas para sus clientes.

15.6.Trabajo Infantil

Pregunta. Evitar el trabajo infantil

Tabla 22 Trabajo infantil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	5	1,7	1,7	1,7
	ni de acuerdo, ni en desacuerdo	62	21,6	21,6	23,3
	de acuerdo	127	44,3	44,3	67,6
	totalmente de acuerdo	93	32,4	32,4	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

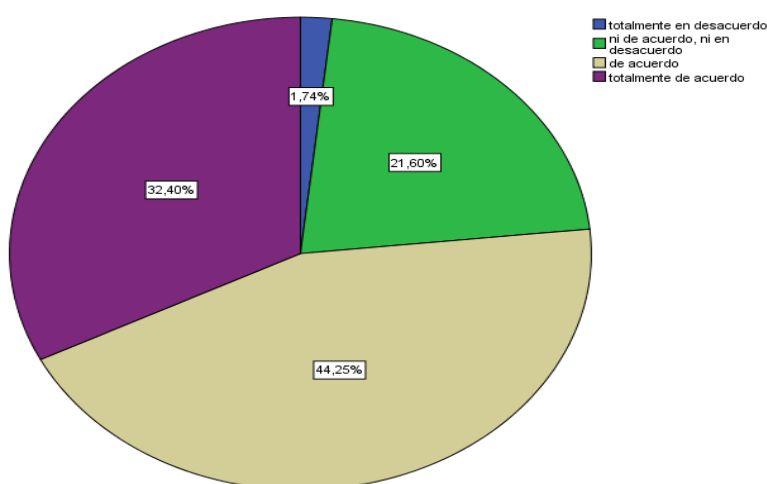


Figura 18. Trabajo infantil

Análisis e Interpretación: En la pregunta se menciona acerca de evitar el trabajo infantil en el sector lechero dentro de la provincia de Cotopaxi, obteniendo los siguientes resultados el 1,7 menciona que está totalmente en desacuerdo; el 21,6 dice que está ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 44,3 de acuerdo mientras que el 32,4 totalmente de acuerdo.

En realidad dentro del comercio justo se deben respetar los derechos de los niños, por tal motivo no deben estar expuestos a un trabajo a su temprana edad, por lo que deben acceder a una educación o ser tratados de diferente manera sin que se aprovechen de su inocencia.

15.7.Respeto y cuidado del medio ambiente

Pregunta. Respeto y cuidado del medio ambiente

Tabla 23 *Respeto y cuidado del medio ambiente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	5	1,7	1,7	1,7
	ni de acuerdo, ni en desacuerdo	77	26,8	26,8	28,6
	de acuerdo	124	43,2	43,2	71,8
	totalmente de acuerdo	81	28,2	28,2	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

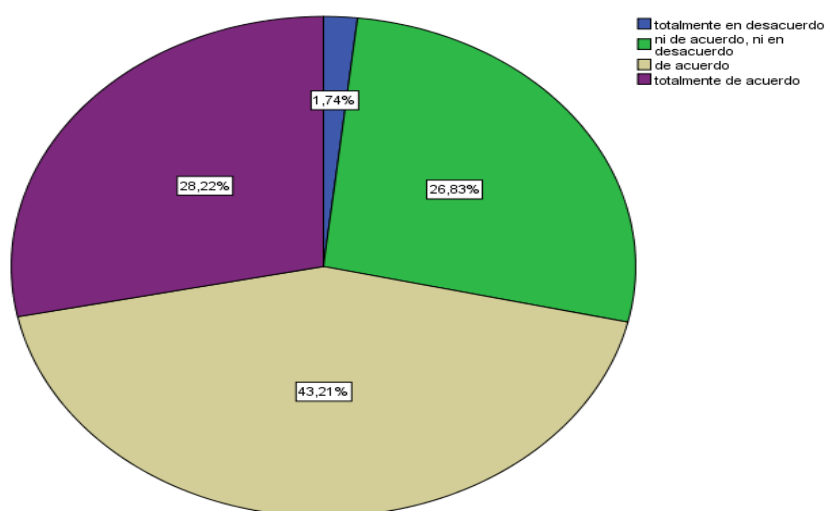


Figura 19 Respeto y cuidado del medio ambiente

Análisis e Interpretación: Luego de acceder a la información sobre qué actividades ejecutan los pequeños productores de leche con respecto al medio ambiente se obtuvieron los siguientes resultados mencionados así totalmente en desacuerdo se encuentra el 1,7% ; el 26,8% afirma que esta ni de acuerdo, ni en desacuerdo; de acuerdo se encuentra el 43,2% ; totalmente de acuerdo 28,2.

Luego de un previo análisis de los resultados arrojados se puede concluir que en realidad los pequeños productores se encuentran en la gran mayoría de acuerdo con que se debe respetar los cuidados al medio ambiente, por lo que daban a conocer que se tiene que considerar que este principio es de pilar fundamental para proteger tanto a las personas como a sus animales.

16. Agrupación comercio justo

Pregunta. ¿Ud. Esta dispuesto a ser parte de una agrupación del comercio justo?

Tabla 24 *Agrupación comercio justo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	197	68,6	68,6	68,6
	no	90	31,4	31,4	100,0
	Total	287	100,0	100,0	

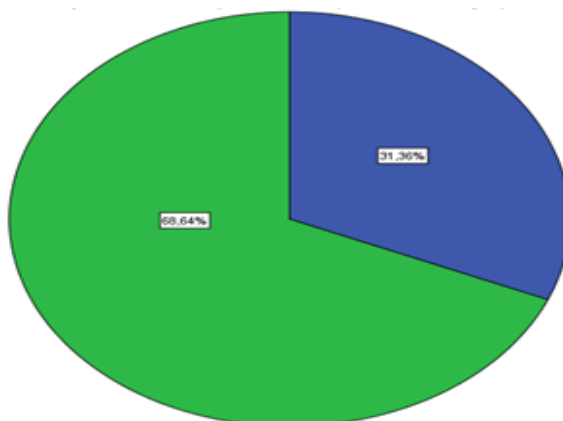


Figura 20. Agrupación del comercio justo

Análisis e Interpretación: Los pequeños productores con respecto a la agrupación en el comercio justo dieron a conocer que el 31,4% respondió que no; mientras que el 68,6% manifestó una respuesta de sí.

Previo un análisis a los porcentajes arrojados se puede decir que los productores si están dispuestos a integrarse a una agrupación del comercio justo, para que adquieran conocimientos sobre lo mencionado.

17. Forma de fijación del precio del litro de leche

Pregunta. El precio del litro de leche usted lo establece a través de:

Tabla 25 Forma de fijación del precio del litro de leche

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido precios pagados por el comprador	40	13,9	13,9	13,9
costos de producir leche	52	18,1	18,1	32,1
competencia	91	31,7	31,7	63,8
precio de mercado	104	36,2	36,2	100,0
Total	287	100,0	100,0	

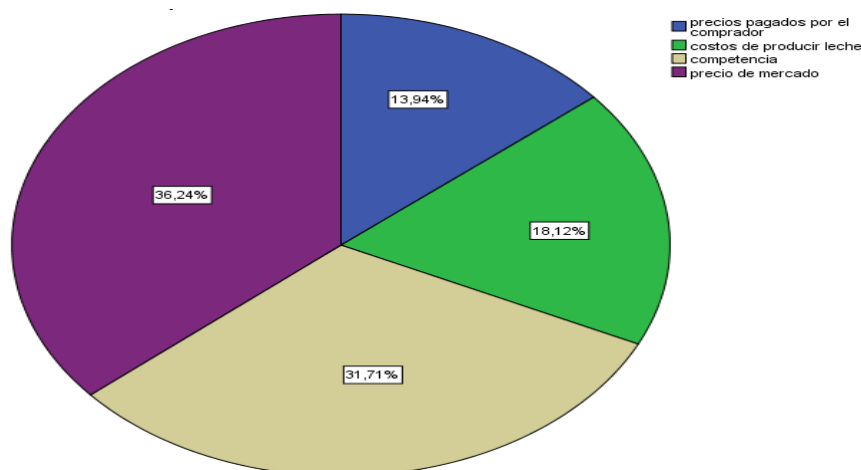


Figura 21. Forma de fijación del precio del litro de leche

Análisis e Interpretación: De las encuestas aplicadas se manifiesta que el precio de litro de leche lo establece a través de, en un 13,9 precios pagados por el comprador; 18,1 costos de producir leche; 31,7 competencia; 36,2 precio de mercado.

Lo que se puede rescatar de los resultados arrojados es que los pequeños productores establecen el precio del litro de leche en su gran mayoría de acuerdo al precio de mercado.

Interpretación General

Al analizar las 287 encuestas aplicadas a los siete cantones de la provincia de Cotopaxi como son Salcedo, Saquisilí, Pujili, Pangua, La Mana, Sigchos y Latacunga, acerca del comercio justo se determinó, que la mayoría de las familias son independientes en la actividad lechera, ya que el 61,3% de las personas cuentan con más de 10 años de experiencia laboral, lo que significa que conocen de forma precisa como llevar a cabo el negocio de la venta de leche. Además se observó que el 61,7% utilizan mano de obra familiar, es decir no tienen relaciones comerciales con ninguna otra persona, por lo que el 43,6% extraen la leche de forma manual, es decir no producen mucha cantidad de leche, ya se determinó que el 47,7% de las familias producen de 1 a 50 litros diarios, esto quiere decir que la gran mayoría son pequeños productores de leche.

El 95,8% de productores venden la leche a un recolector, por lo cual en todos los sectores que se aplicó la encuesta existe un ingreso por el precio del litro de leche de menos de 0,40 centavos. Además el 98,6% de los pequeños productores no son parte de ninguna asociación, por lo que cada uno de ellos vela por su propio beneficio, y el 41,8% dicen que la producción de leche incide en un 50% hasta un 70% en la economía de la provincia de Cotopaxi.

Se determinó que el 68,3% de los productores no conocen acerca de lo que es comercio justo, pero al darles a conocer un poco de lo que se trata el comercio justo, ellos dieron que el 71,8% el comercio justo favorece al incremento de las ventas de leche, el 64,5% afirma que la política pública permitirá una mayor regulación dentro del comercio justo del sector lácteo, el 61,3% dijeron que utilizan recursos propios para producir la leche.

Además se analizó que el 38% dicen que los pequeños productores de leche deben de tener mayores oportunidades dentro del mercado comercial, permitiendo así obtener relaciones comerciales a largo plazo en donde se beneficien ambas partes (productor y prestatario), también las personas dijeron en un 43,9% que están de acuerdo con que deben de pagar un precio justo, para obtener mayores beneficios al esfuerzo que ellos realizan de forma diaria.

Cabe mencionar que el 38,3% están de acuerdo en potenciar las capacidades de los pequeños productores para que incrementen sus ventas generando mayores ganancias,

y así obtener condiciones más seguras y sanas para el productor. También el 44,3% están de acuerdo en evitar el trabajo infantil, ya que ellos deben de acceder a una educación y no a un trabajo, así mismo el 43,25% dicen que se debe de respetar al medio ambiente ya que así se protegerán tanto las personas como los animales, y el 68,6% dice que si estarían dispuestos a integrarse a una agrupación del comercio justo ya que conocieron las ventajas que obtuvieran, por último se analizó que el 36,2% establecen su precio de leche de acuerdo al precio del mercado, por lo que todos los sectores encuestados dieron a conocer que el precio de litro de leche de \$0,38 ctvs.

Para concluir se analiza que el comercio justo ayudará a que los pequeños productores analicen como deben de llevar a cabo su actividad comercial, es decir de una forma en donde las dos partes salga beneficiadas.

4.3. Comprobación de hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se realizó el análisis de CHI-CUADRADO (χ^2), donde permitirá conocer la relación entre la variable dependiente y la variable independiente por lo cual se procede a realizar lo siguiente:

1. Planteamiento del problema

H_1 - Hipótesis Alternativa: La aplicación de la sostenibilidad del comercio justo aporta al desarrollo del sector lácteo de la provincia de Cotopaxi.

H_0 - Hipótesis Nula: La aplicación de la sostenibilidad del comercio justo no aporta al desarrollo del sector lácteo de la provincia de Cotopaxi

También se da a conocer la variable dependiente y la variable independiente para la formación de una correlación, las cuales son mencionadas a continuación:

Variable dependiente: Desarrollo del Sector Lácteo – Considera que debe de existir una política pública que regule y sustente el comercio justo en las actividades del sector.

Variable independiente: Sostenibilidad del Comercio justo - Con relación a los principios del comercio justo cual es el nivel de aceptación dentro de: Potenciar las capacidades de los pequeños productores de leche.

Al realizar la correlación de las variables se obtiene la siguiente tabla:

Tabla 26 *Comprobación de Hipótesis*

			Considera que debe de existir una política pública que regule y sustente el comercio justo en las actividades del sector		Total	
			Si	No		
Potenciar las capacidades de los pequeños productores de leche.	totalmente en desacuerdo	Recuento	6	0	6	
		Recuento esperado	3,87	2,13	6	
	ni de acuerdo, ni en desacuerdo	Recuento	72	0	72	
		Recuento esperado	46,41	25,59	72	
	de acuerdo	Recuento	107	3	110	
		Recuento esperado	70,91	39,09	110	
	totalmente de acuerdo	Recuento		0	99	99
		Recuento esperado	35,18	63,81	99	
Total	Recuento	185	102	287		
	Recuento esperado	185	102	287		

2. Determinación del nivel de significancia

Para el cálculo del nivel de significancia, se utilizara el nivel de probabilidad de ($\beta=95\%$) y el nivel de significancia de ($\alpha=5\%$).

$$gl = (\text{cantidad de filas} - 1) * (\text{cantidad de columnas} - 1)$$

$$gl = (4 - 1) * (2 - 1)$$

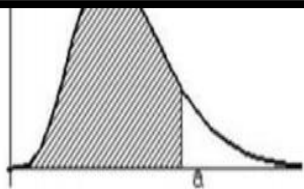
$$gl = 3$$

Al analizar los grados de libertad, con el nivel de significancia dentro de la tabla de distribución de CHI-CUADRADO (x^2), da un valor de:

$$x^2 = 7,82$$

PERCENTILES DE LA DISTRIBUCIÓN χ^2

$F(a) = P(X \leq a)$



n	0,995	0,99	0,975	0,95	0,9	0,75	0,5	0,25	0,05	0,025	0,01	0,005
1	7,879	6,635	5,024	3,841	2,706	1,323	0,455	0,102	0,004	0,001	0,000	0,000
2	10,597	9,210	7,378	5,991	4,605	2,773	1,386	0,575	0,103	0,051	0,020	0,010
3	12,838	11,345	9,348	7,815	6,251	4,108	2,366	1,213	0,352	0,216	0,115	0,072
4	14,860	13,277	11,143	9,488	7,779	5,385	3,357	1,923	0,711	0,484	0,297	0,207
5	16,750	15,086	12,833	11,070	9,236	6,626	4,351	2,675	1,145	0,831	0,554	0,412
6	18,548	16,812	14,449	12,592	10,645	7,841	5,348	3,455	1,635	1,237	0,872	0,676
7	20,278	18,475	16,013	14,067	12,017	9,037	6,346	4,255	2,167	1,690	1,239	0,989
8	21,955	20,090	17,535	15,507	13,362	10,219	7,344	5,071	2,733	2,180	1,646	1,344
9	23,589	21,666	19,023	16,919	14,684	11,389	8,343	5,899	3,325	2,700	2,088	1,735
10	25,188	23,209	20,483	18,307	15,987	12,549	9,342	6,737	3,940	3,247	2,558	2,156
11	26,757	24,725	21,920	19,675	17,275	13,701	10,341	7,584	4,575	3,816	3,053	2,603
12	28,300	26,217	23,337	21,026	18,549	14,845	11,340	8,438	5,226	4,404	3,571	3,074

Tabla 27 Tabla de distribución Chi Cuadrado

Fuente: (López, 2015)

3. CHI-CUADRADO (χ^2) calculado en el software de SPSS:

Tabla 28 Prueba de CHI-CUADRADO (χ^2)

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	8,62 ^a	3	,035
Razón de verosimilitud	9,298	3	,023
Asociación lineal por lineal	0,983	1	,159
N de casos válidos	287		

a. 4 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5.
El recuento mínimo esperado es ,84.

4. Decisión

Al analizar los resultados obtenidos se muestra lo siguiente:

$$x^2(\text{Crítico}) = 7,81$$

$$x^2(\text{Calculados}) = 8,62$$

Por lo tanto $x^2(\text{Calculado}) > x^2(\text{Crítico})$, es decir, es rechazada la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

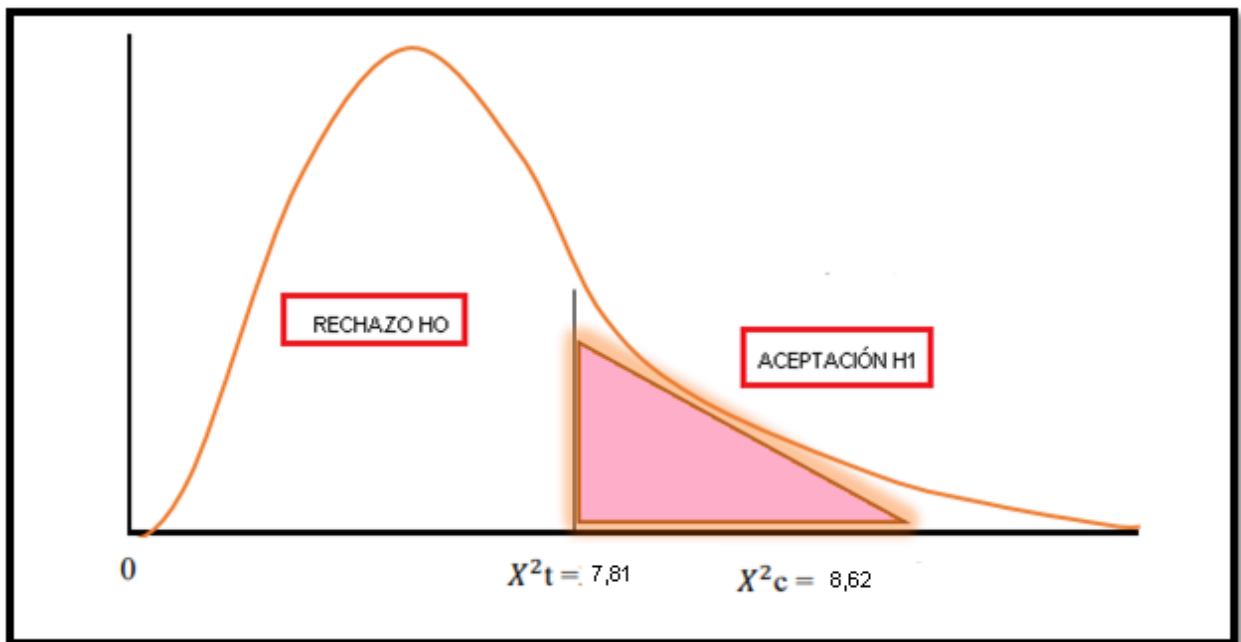


Figura 22. Distribución Chi- Cuadrado

5. Interpretación

Previo la realización y en base al análisis aplicado, al utilizar el 0,05 de nivel de significancia, mismo que equivale al 5%, en efecto se comprueba que la aplicación de la sostenibilidad del comercio justo aporta al desarrollo del sector lácteo de la provincia de Cotopaxi, por mismo hecho de que al calcular x^2 se observó que es mayor al crítico, comprobando de tal manera la finalidad a la que se desea llegar con la investigación efectuada, siendo la misma la aplicación del comercio justo entre productores y consumidores.

CAPITULO V

PROPUESTA

La propuesta se basa generalmente en proyectar una idea, que pueda de tal manera dar solución a un problema, la misma que se basa en un tema de investigación específico y en sí lo que busca es justificar la necesidad que surge en un estudio o investigación.

La aplicación del comercio justo es una de las actividades más indispensables para llevar a cabo relaciones comerciales equitativas entre el productor y consumidor, por tal motivo desde tiempo pasado se ha tomado medidas adecuadas para que mediante la utilización del mismo los pequeños productores puedan llevar a cabo su actividad económica de una manera más organizada y justa.

A lo largo de la historia se ha podido palpar que en la mayoría de los negocios y principalmente en los pequeños no se ha tomado en cuenta las condiciones a las que se exponían los pequeños productores al ejecutar una actividad económica; por esta razón la ejecución de un comercio justo ha permitido a los productores incluirse en diferentes mercados llevando a cabo un catálogo de un sistema solidario, donde se hagan respetar los derechos de estas personas que lo único que buscan es sobresalir de sus bajas condiciones económicas, esta medida económica ha permitido que los pequeños productores se desenvuelvan de una manera más digna evitando exponerse a condiciones laborales y salarios injustos, a la explotación laboral infantil, a la desigualdad entre hombres y mujeres , entre otras.

Por tal motivo, es importante dar a conocer y aplicar de tal manera los principios que encajan en el comercio justo, en el sector lechero de los productores de la provincia de Cotopaxi llevando consigo un desarrollo sostenible del mismo, ayudando a sostener y fortalecer su economía y desarrollo laboral y económico.

5.1. Modelo de simulación financiera

El modelo de simulación financiera permitirá analizar el nivel de cumplimiento del comercio justo a través de una calificación que será emitida de acuerdo a las opciones que elijan los productores, es decir, según las actividades que estos realizan. El modelo está basado en los 10 principios del comercio justo, por lo cual la calificación será de 10 puntos.

SIMULADOR FINANCIERO:

PRESENTACIÓN
Podemos definir que el Simulador Financiero como es el conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas del productor. El fin fundamental del Simulador financiero es poder tomar decisiones adecuadas en para la correcta aplicación del comercio justo.

Instrucciones:
1.- Para utilizar el simulador tome en cuenta que todas las hojas se encuentran diseñadas con hipervínculos que le envían directamente al menú principal, para su mejor manejo.
2.- Llenar cada uno de las celdas según su criterio de productor de leche.
3.- La calificación se establece automáticamente para conocer el nivel de cumplimiento del comercio justo dentro del sector lácteo para que pueda tomar decisiones en base a los resultados arrojados por el simulador.

Figura 23. Presentación modelo de simulación financiera

En el modelo establecido se muestra que la calificación es propuesta mediante el análisis de los 10 principios de comercio justo.

HOJA DE CALIFICACIÓN PARA DETERMINAR EL NIVEL DE COMERCIO JUSTO DEL SECTOR LÁCTEO								
NOMBRE DEL PRODUCTOR:								
FECHA:								
CATEGORÍAS	Nº	PRINCIPIOS	INDICADORES	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN OBTENIDA	RANGO OPTIMO	RANGO OBTENIDO	OBSERVACIÓN
ECONÓMICO	1	Creación de oportunidades para productores en desventajas económicas	Participación en ferias inclusivas	1	1	10%	10%	MUY BUENO
	2	Transparencia y Rendición de cuentas	Información contable y financiera	1	1	10%	10%	MUY BUENO
	3	Prácticas del Comercio Justo	Análisis de costos	1	1	10%	10%	MUY BUENO
	4	Pago de un precio justo	Consideración para la fijación de precios	1	1	10%	10%	MUY BUENO
SUBTOTAL				4	2	40%	20%	
SOCIAL	5	No al trabajo infantil ni al trabajo forzoso	Funcionamiento de la estructura organizativa	1	1	10%	10,00%	MUY BUENO
	6	Compromiso de No discriminación, igualdad de Género, Potestad económica de las mujeres y Libertad de asociación.	Mecanismos de apoyo y conciderción	1	1	10%	10%	MUY BUENO
	7	Condiciones de trabajo dignas.	Relaciones de confianza	1	0,86	10%	9%	MUY BUENO
	8	Desarrollo de Capacidades	Acciones en el espacio público y relación con otros factores sociales	1	0,50	10%	5,00%	BUENO
	9	Promoción del comercio justo.	Mecanismos participativos en la toma de decisiones.	1	1,00	10%	10,00%	MUY BUENO
SUBTOTAL				5	2,357	50%	34%	
AMBIENTAL	10	Respeto por el Medio Ambiente	Respeto a la biodiversidad.	1	0,67	10%	6,67%	BUENO
SUBTOTAL				1	0,67	10%	7%	
TOTAL				10	5,027	100%	60%	BUENO

Figura 24. Hoja de calificación del Nivel de cumplimiento del comercio justo

En el modelo diseñado, se basa en los 10 principios fundamentales del Comercio Justo, el mismo consta de una pregunta vinculada con los mencionados; las personas que puedan hacer uso de esta herramienta, simplemente deben seleccionar la opción que se quiera considerar, basada en la actividad económica que se ejecute y automáticamente se arrojará un resultado porcentual y numérico, al finalizar con la contestación de las

preguntas propuestas, podrá disponer de una hoja de calificación que el nivel de cumplimiento de la aplicación de un adecuado y buen comercio justo, dando a conocer una calificación cualitativa como regular, bueno o muy bueno.

Principio Uno: Creación de oportunidades para productores en desventajas económicas

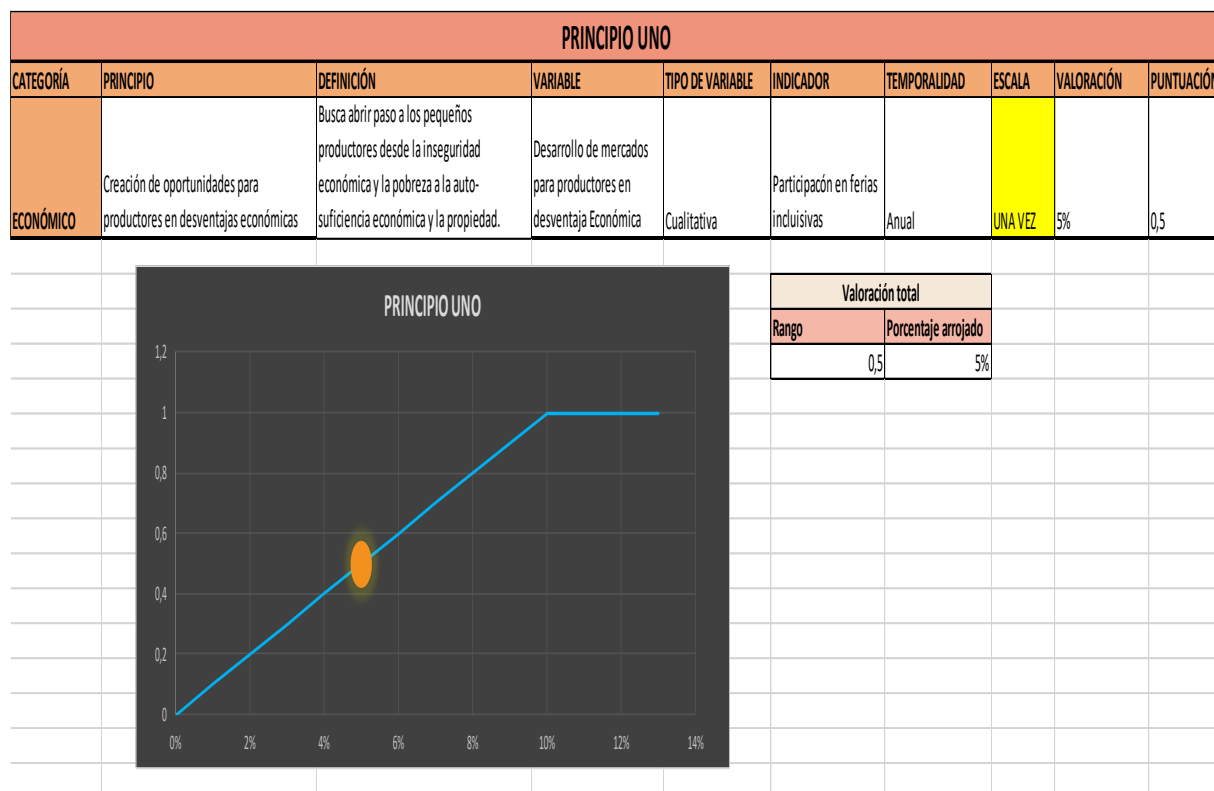


Figura 25. Modelación principio uno del comercio justo

En principio es uno de los más relevantes del comercio justo, ya que contribuye a que se aplique de una manera equitativa y justa la reducción de la pobreza, para esto los pequeños productores primero podrán realizar un análisis para posteriormente detectar las falencias y emplear las estrategias adecuadas que puedan dar solución a la problemática detectada.

En el primer principio, se ha determinada diferentes condiciones como la participación en ferias inclusivas, mismas que los pequeños productores pueden dar a conocer en los diferentes mercados su producto en particular la calidad del mismo, con la finalidad de expandirse y convertirse en emprendedores y de esta manera adquirir mayores oportunidades de comercialización, la pregunta consta con tres opciones:

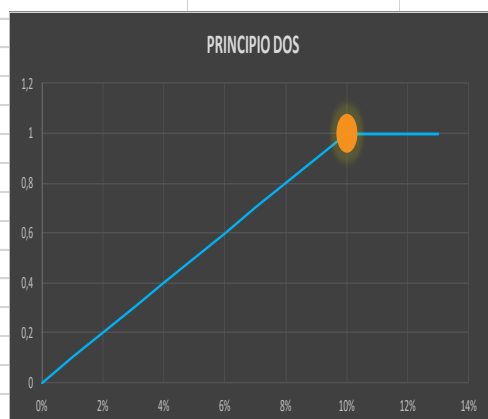
Tabla 29. Opciones de participación de ferias inclusivas

Haber participado en la feria inclusiva	Al menos dos veces anuales
	Una vez al año
	Nunca

Dependiendo de la opción que el productor haya elegido, el modelo dará a conocer el gráfico que proporcionara una escala de valoración de muy bueno, bueno y regular, siendo la opción más acertada la de dos veces al año y la peor opción de nunca haber sido parte de estas ferias inclusivas.

Principio dos: Transparencia y Rendición de cuentas

PRINCIPIO DOS								
CATEGORÍA	PRINCIPIO	DEFINICIÓN	VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	INDICADOR	ESCALA	VALORACIÓN	PUNTUACIÓN
ECONÓMICO	Transparencia y Rendición de cuentas	Busca maneras apropiadas y participativas para involucrar a los empleados, miembros y productores en sus procesos de toma de decisiones dentro de una organización.	Gestión Financiera y contable	Cualitativa	Información contable y financiera	REGISTRO DE INGRESOS	10%	1



Valoración total	
Rango	Porcentaje arrojado
1	10%

Figura 26. Modelación principio dos del comercio justo

En este principio se toma en cuenta la transparencia, lo que significa que toda empresa debe proporcionar una información clara, visible y precisa, respetando todas las condiciones económicas y administrativas empleadas por los pequeños productores, con el único fin de poder mejorar su calidad de trabajo y tomar decisiones acertadas en beneficio de su productividad.

Toda persona que ejecute una actividad económica tiene la obligación de rendir cuentas para conocer la posición financiera en la que se encuentra, y de esta manera poder

corregir los errores suscitados para poseer una estabilidad económica en mejores condiciones.

En esta pregunta, el productor tendrá dos opciones planteadas, siendo este (proceso contable y registro de ingresos y egresos), al elegir cualquiera de las dos opciones podrá conocer los valores que generan las ventas del producto entregado, en este caso de la leche.

Principio 3: Prácticas de Comercio Justo

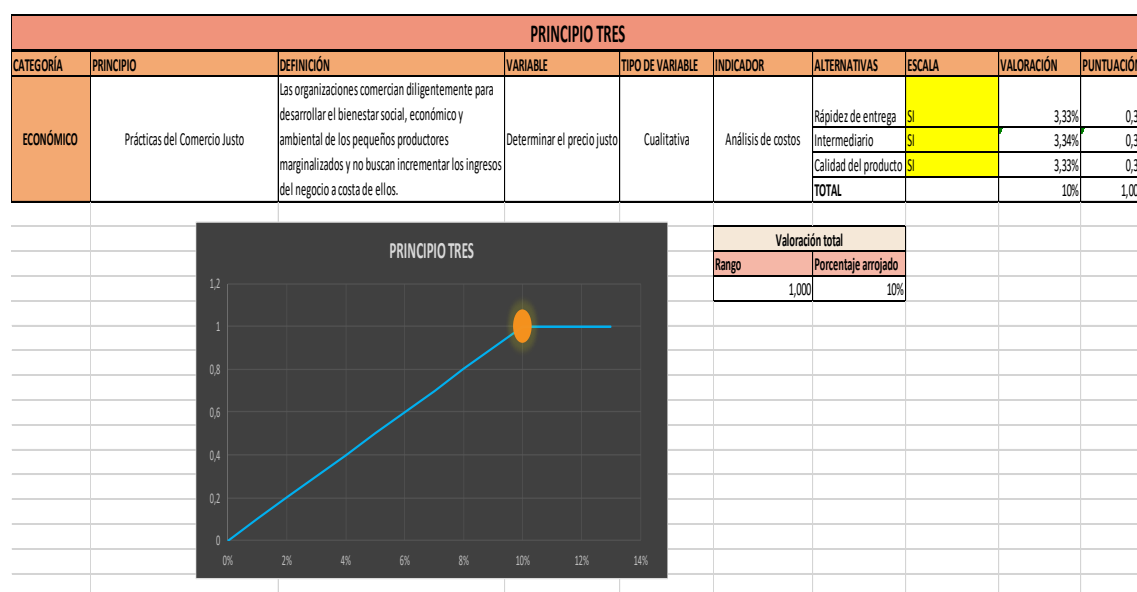


Figura 27. Modelación principio tres del comercio justo

Al hablar del tercer principio del comercio justo que hace referencia a las Prácticas del Comercio Justo, trata de la relación que existe entre productores y consumidores; es de suma importancia establecer parámetros donde se lleve a cabo relaciones comerciales justas cumpliendo las diferentes obligaciones a las que se someten las dos partes, lo único que busca este principio es que los acuerdos comerciales se enfoquen en un bienestar común buscando satisfacción económica, social y ambiental de las dos partes, en especial de los pequeños productores.

Es por esto que para este apartado se ha considerado tres opciones que deberán ser analizadas entre productores y consumidores siendo estas las siguientes: rapidez de entrega, intermediario y calidad del producto, una vez escogida la opción el modelo realiza un promedio entre los tres apartados y arroja un gráfico mostrando la escala de valoración.

Principio 4: Pago de un precio justo

CATEGORÍA	PRINCIPIO	DEFINICIÓN	VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	INDICADOR	ALTERNATIVAS	ESCALA	VALORACIÓN	PUNTAJACIÓN
ECONÓMICO	Pago de un precio justo	Un precio justo es aquel que ha sido acordado mutuamente por todos los involucrados, a través del diálogo y la participación, da un pago justo a los productores y también puede estar sostenido por el mercado.	Determinar el precio justo	Cualitativa	Consideración para la fijación de precios	Análisis del mercado	NO	0%	0
						Análisis de competencia	NO	0%	0
						Análisis de costos	NO	0%	0
						TOTAL		0%	0,0

Valoración total	
Rango	Porcentaje arrojado
0,0	0%

Figura 28. Modelación principio cuatro del comercio justo

El principio cuatro busca un pago justo del producto que venden los pequeños productores, lo que permitirá este modelo es conocer si en realidad es un precio al que le conviene entregar cada litro de leche, en el caso de no ser así aplicar diferentes estrategias para que se dé cumplimiento con este principio en cada uno de los mercados a los cuales son dirigidos dichos productos.

Se debe dar a conocer que los parámetros para analizar de manera adecuado los precios para un producto se deben considerar los siguientes aspectos análisis de mercado, análisis de competencia, análisis de costos; tomando como base las siguientes opciones en el modelo de simulación financiera; el consumidor elegirá uno de ellos obteniendo como resultado que si aplica los tres parámetros logrará un estado muy bueno, en el caso de ser dos estaría en estado bueno, y si simplemente cuenta con uno estaría en un estado regular.

Principio 5: No al trabajo infantil ni al trabajo forzoso

PRINCIPIO CINCO									
CATEGORÍA	PRINCIPIO	DEFINICIÓN	VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	INDICADOR	ESCALA	RESPUESTA	VALORACIÓN	PUNTUACIÓN
SOCIAL	No al trabajo infantil ni al trabajo forzoso	La organización se asegura de que no haya trabajo forzoso en el lugar de trabajo y/o con sus miembros o trabajadores en casa.	Organización democrática	Cualitativa	Funcionamiento de la estructura organizativa	Trabajadores menores a 15 años	NO	0%	0
							Valoración total		
							Rango	Porcentaje arrojado	
							0	0%	

Figura 29. Modelación principio cinco del comercio justo

Con la aplicación de este principio del comercio justo, lo que se pretende es disminuir en la máxima cantidad el trabajo infantil, puesto que tanto los niños como adolescentes en nuestro país gozan de derechos como la educación y se prohíbe el trabajo en menores de 15 años.

En el sector lechero de la provincia de Cotopaxi en su mayoría los niños y adolescentes si ejecutan esta actividad debido a que contribuyen y ayudan a sus padres.

En el Art. 134 del Código del Trabajo establece que la prohibición total del trabajo infantil, considera las respectivas opciones para conocer si dentro de los pequeños productores existen menores de edad, en la pregunta formulada al dar una puntuación de cero demuestra que si existen menores de 15 años ejecutando esta actividad. Al obtener la calificación de 10 puntos se demuestra que no existe trabajo infantil en este sector.

Principio 6: Compromiso de No Discriminación, Igualdad de Género, Potestad Económica de las Mujeres y Libertad de Asociación

PRINCIPIO SEIS															
CATEGORÍA	PRINCIPIO	DEFINICIÓN	VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	INDICADOR	ESCALA	RESPUESTA	VALORACIÓN	PUNTUACIÓN						
SOCIAL	Compromiso de No discriminación, igualdad de Género, Potestad económica de las mujeres y Libertad de asociación.	La organización cuenta con una política clara y un plan para promover la igualdad de género que garantice que tanto las mujeres como los hombres tengan la capacidad de acceder a los recursos que ellos necesitan para ser productivos.	Práctica solidaria a interior de la organización	Cualitativa	Mecanismos de apoyo y conciderción	HOMBRES	4	10%	1						
						MUJERES	4								
						<table border="1"> <tr> <td colspan="2">Valoración total</td> </tr> <tr> <td>Rango</td> <td>Porcentaje arrojado</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>10%</td> </tr> </table>		Valoración total		Rango	Porcentaje arrojado	1	10%		
Valoración total															
Rango	Porcentaje arrojado														
1	10%														

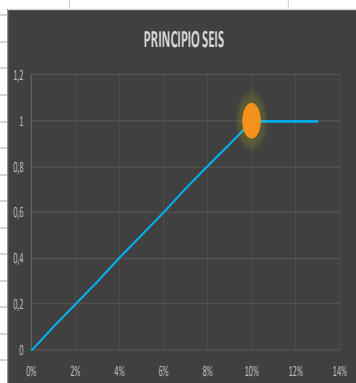


Figura 30. Modelación principio seis del comercio justo

Lo que este principio busca es erradicar la discriminación tanto para mujeres como para hombres, es llevar a cabo en el ámbito laboral una igualdad de derechos para ambos géneros; este principio es una medida muy importante para eliminar pensamientos de nuestros antepasados que por lo general se encuentran inmersos en el grupo de pequeños productores dedicados a la comercialización de leche; al ser ya de edad avanzada, estos productores llevan consigo inmersos una discriminación hacia la mujer, dando a conocer que ella es la encargada de realizar estas labores.

Con el paso del tiempo se ha demostrado que la equidad de género es uno de los aspectos más relevantes ya que tantos hombres como mujeres contamos con los mismos derechos al igual que con obligaciones, pero siempre llevando a cabo una paz tanto en la vida cotidiana como en el mundo laboral.

Al considerar esta pregunta, se ha tomado en cuenta que para efecto de calificación se detalla el número de productores tanto de hombres como de mujeres; a poseer la misma cantidad se obtendrá una puntuación de muy buena, caso contrario dependiendo del número arrojará una puntuación de regular.

Principio 7: Condiciones de trabajo dignas

PRINCIPIO SIETE										
CATEGORÍA	PRINCIPIO	DEFINICIÓN	VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	INDICADOR	ESCALA	PREGUNTA	RESPUESTA	VALORACIÓN	PUNTUACIÓN
SOCIAL	Condiciones de trabajo dignas.	La organización ofrece un ambiente de trabajo seguro y sano para sus empleados y/o miembros. Cumple, como mínimo, con las leyes nacionales y regionales y los convenios de la Organización Internacional del Trabajo – OIT, sobre la salud y la seguridad.	Práctica solidaria a interior de la organización.	Cualitativa	Relaciones de confianza	Derechos y bienestar laboral	Registro de los trabajadores	SI	1,43%	0,143
							Afiliación al IESS	SI	1,43%	0,143
							Pagos puntuales	SI	1,43%	0,143
							Pago y registro de beneficios sociales	SI	1,43%	0,143
							Reglamento interno de trabajo	SI	1,43%	0,143
						Seguridad y salud dentro del trabajo	Medidas de protección	NO	0%	0
							Botiquín de primeros auxilios	SI	1,42%	0,142
TOTAL								8,57%	0,86	

PRINCIPIO SIETE

Valoración total	
Rango	Porcentaje arrojado
0,86	9%

Figura 31. Modelación principio siete del comercio justo

En mencionado principio lo que se pretende es que todos los pequeños productores gocen de un entorno laboral propicio, adecuado y sofisticado; lo que significa que deben estar inmersos en un ambiente seguro y saludable.

En este caso los pequeños productos se encuentran expuestos a las condiciones climáticas más que a un empleador, ya que son productores independientes, por tal motivo no tienen un empleador que considere estos aspectos.

En el modelo de simulación financiera se ha propuesto que el pequeño productor señale una de las opciones en criterio propio, se ha determinado poner una calificación a varias alternativas como si cuentan con registro de los trabajadores, afiliación al IESS, pagos puntuales, pago y registro de beneficios sociales, reglamento interno de trabajo, medidas de protección, botiquín de primeros auxilios, de acuerdo a la ponderación arrojará los resultados porcentuales y numéricos.

Principio 8: Desarrollo de capacidades

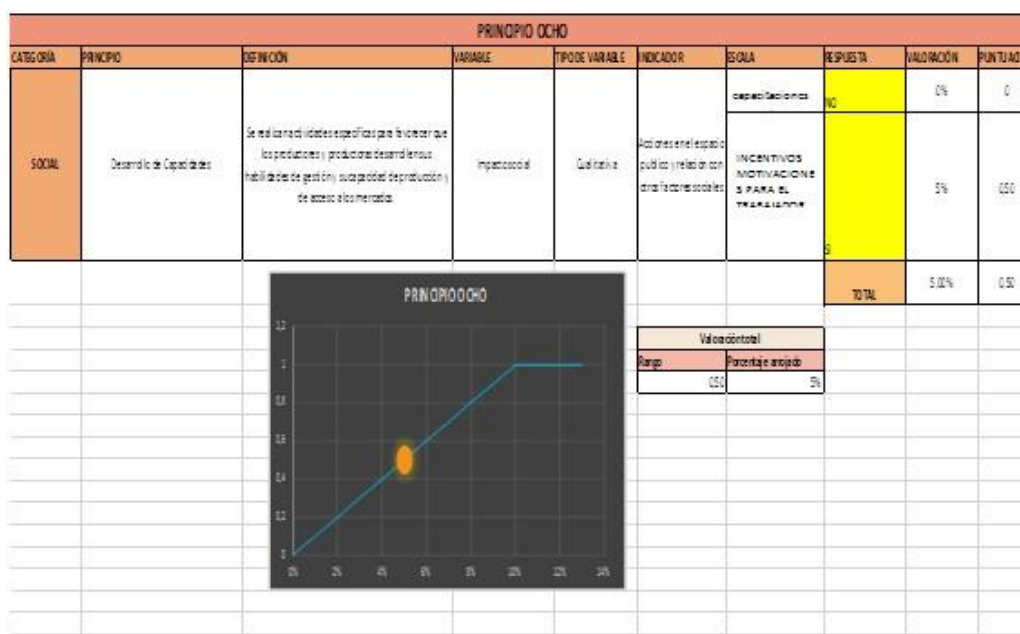


Figura 32. Modelación principio ocho del comercio justo

El principio ocho lo que pretende es conocer las diferentes habilidades que poseen los pequeños productores, con la finalidad de poner en práctica las mismas, convirtiéndoles y desarrollando capacidades que les permita darse a conocer y ejercer diferentes actividades como ser emprendedores; para esto se ha considerado dos alternativas, como son las capacitaciones y los incentivos a los trabajadores, de acuerdo a la ponderación arrojará los resultados porcentuales numéricos.

Principio 9: Promoción del comercio justo

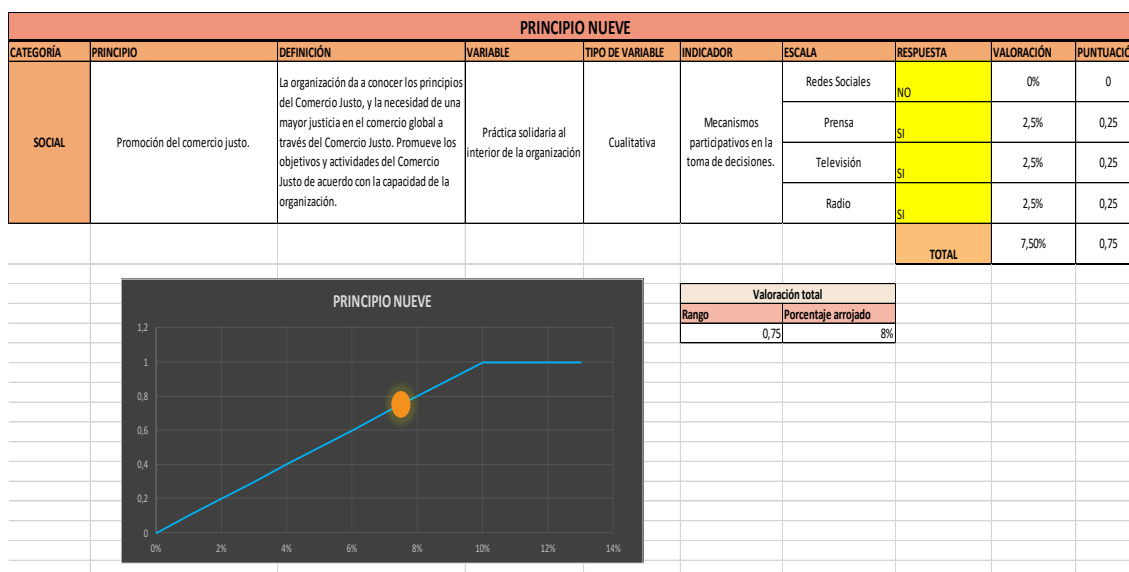


Figura 33. Modelación principio nueve del comercio justo

El principio nueve promoción del comercio justo, es de pilar fundamental dentro del mercado laboral ya que al promocionar el producto que comercializan los pequeños productores se puede obtener mayores ventas y por ende mayores ganancias.

La publicidad es uno es loa aspectos que permite incluirse en nuevos mercados sean estos nacionales e internacionales, permitiendo de tal manera que la marca de cada producto sea reconocida, se debe recalcar que lo que se busca también es que el producto comercializado este sujeto a términos de comercio justo.

Generalmente para la promoción de un producto o servicio se utilizan las redes sociales, los medios de comunicación; motivo por el cual en el modelo de simulación financiera que se ha planteado los pequeños productores deberán seleccionar entre las alternativas redes sociales, prensa, televisión y radio; para obtener una puntuación de 10 es decir “muy bueno”, se requiere que los pequeños productores utilicen estas alternativas para promocionar sus productos; al mismo tiempo si no posee alguno de los ítem mencionado anteriormente la calificación irá disminuyendo y se verá reflejada en el figura que se presenta.

Principio 10: Respeto al Medio Ambiente

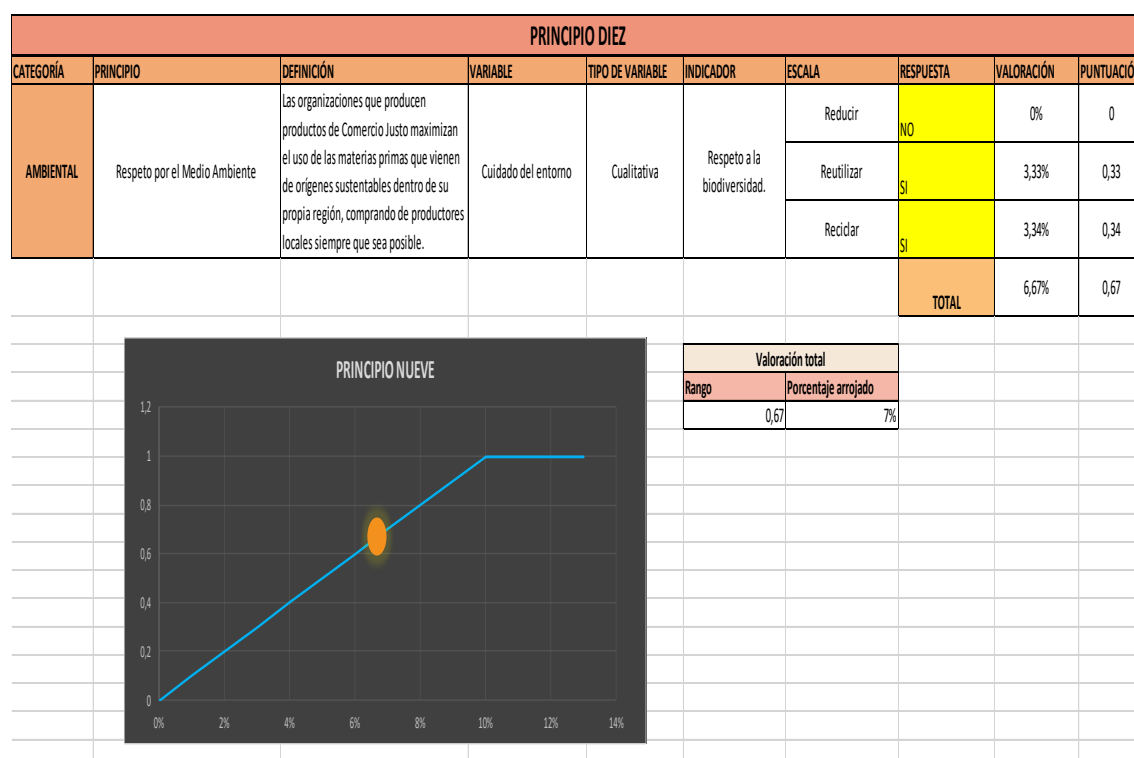


Figura 34. Modelación principio diez del comercio justo

Nos debemos a un ambiente libre de contaminación, saludable y apto para poder llevar una vida sin enfermedades; es por esto que dentro de los principios del comercio justo se determina el respeto al medio ambiente; todas las personas que ejercen una actividad económica están sujetas y tienen la obligación de reducir y erradicar la contaminación, provocada por implementos innecesarios.

Para que este principio se cumpla es indispensable la utilización de las 3 R.

Reducir: que trata y hace énfasis en el consumo de bienes que realizamos; este apartado tiene como finalidad disminuir diferentes gastos que emana una actividad económica como por ejemplo, materia prima, servicios básicos, entre otros.

Reutilizar: unos de los elementos que debemos tener presentes en nuestra vida es que existen bienes que los podemos volver a usar sin antes de votarlo o sustituirlo por uno que no es necesario; lo que se pretende con este principio es darle una mayor vida útil a un producto determinado.

Reciclar: es indispensable adoptar hábitos que son muy buenos y pocos usados en la sociedad, este principio se basa en guardar productos ya usados con el fin de renovar o elaborar un nuevo producto.

Previo a las respuestas dadas por el productor con referencia a la protección, el modelo mostrara un resultado numérico y porcentual y de esta manera podremos conocer que tanto contribuyen los pequeños productores en este ítem mediante el gráfico propuesto.

CONCLUSIONES:

Una vez culminada nuestra la investigación propuesta sobre la aplicación del comercio justo en el sector lácteo se puede concluir con lo siguiente:

- Se ha determinado que existe una sostenibilidad del comercio justo en el sector lácteo, por tal motivo se ha propuesto un Modelo de Simulación Financiera con el propósito de realizar un seguimiento a los pequeños productores acerca de los principios del Comercio Justo.
- Se establece que el entorno económico y social de los pequeños productores lecheros de la provincia de Cotopaxi no es atendido debidamente por las autoridades de los sectores a los que ellos pertenecen.
- El Comercio Justo ha iniciado a partir de 1964, tras un llamamiento de los países empobrecidos; razón por la cual en los años 70 y 80 se crean los principios básicos del Comercio Justo con la finalidad de que los pequeños productores experimenten un gran crecimiento y actualmente basen en un reglamento ya fundamentado para que se respeten sus derechos.
- Se estableció una investigación descriptiva que abarca a los 7 cantones de la provincia de Cotopaxi: Latacunga, Salcedo, Saquisilí, Pujilí, La Mana, Pangua, y Sigchos con el objetivo de establecer una encuesta basada en el Comercio Justo y sus principios; misma que permitió obtener información verídica y real para el respectivo análisis.
- Se presentó un modelo de simulación financiera, donde constan todos los principios del comercio justo, con la finalidad de observar si los pequeños productores se rigen a los mismos.

RECOMENDACIONES:

Previo a la investigación ejecutada, se manifiestan las siguientes recomendaciones:

- Dar impulso a través de los reglamentos existente a que se practique el Comercio Justo y equitativo en los pequeños productores de leche, para lograr la reducción de pobreza y ofrecer condiciones de comercialización más justas.
- Se recomienda proporcionar mayor atención y ayuda a los pequeños productores del sector lácteo con la finalidad de que no se sientan desprotegidos y descuidados por parte de autoridades y Organismos de Control.

- Se sugiere actualizar conceptos referentes al Comercio Justo en función a las nuevas realidades de los mercados.
- Se recomienda la utilización del modelo de simulación financiera como herramienta de control de los principios el Comercio Justo en el Sector Lácteo de los pequeños productores.

BIBLIOGRAFÍA:

- Arriols, E. (22 de Enero de 2018). *Ecología Verde*. Obtenido de Ecología Verde: https://www.ecologiaverde.com/que-es-la-sostenibilidad-ambiental-y-social-1070.html#anchor_0
- Boff, L. (27 de Enero de 2012). *América Latina en movimiento*. Obtenido de América Latina en movimiento: <https://www.alainet.org/es/active/52383>
- Camino, R., & Muller, S. (1994). *Agricultura, Recursos Naturales y Desarrollo Sostenible apuntes para el marco conceptual*.
- Centeno, D. (6 de Enero de 2013). *Ideas sostenibles para un futuro sostenible*. Obtenido de Ideas sostenibles para un futuro sostenible: <http://ideasparaunfuturosostenible.blogspot.com/2013/01/3-tipos-de-sostenibilidad.html>
- CLAC. (2004-2019). *clac-comerciojusto.org*. Obtenido de clac-comerciojusto.org: <http://clac-comerciojusto.org/comercio-justo/introduccion/comercio-justo/>
- Comet, D., & Carraca, A. (30 de Junio de 2017). *El Comercio Justo y los objetivos del desarrollo sostenible. Un camino en común*. Andalucía, España: IDEAS Comercio Justo, Cooperativa de interés social. Obtenido de International Centre for trade and Sustainable Development.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo . (s.f.). *comerciojusto.org*. Obtenido de comerciojusto.org: <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/>
- Economía Solidaria . (19 de Febrero de 2019). *Portal Economía Solidaria*. Obtenido de Portal Economía Solidaria: https://www.economiasolidaria.org/comercio_justo
- El Telégrafo . (8 de Mayo de 2019). *el telegrafo.com.ec*. Obtenido de el telegrafo.com.ec: <https://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/193/1/ganaderos-de-cotopaxi-producen-590-000-litros-de-leche-por-dia>
- Estévez, R. (Febrero de 15 de 2013). *Eco Inteligente*. Obtenido de Eco Inteligente: <https://www.ecointeligencia.com/2013/02/10-definiciones-sostenibilidad/>
- European Free Trade Association (EFTA). (2001). Recuperado el 13 de 12 de 2018, de <http://www.efta.int/>
- Ideas. (2017). *Ideas comercio justo*. Obtenido de Ideas comercio justo: <https://ideas.coop/que-hacemos/que-es-comercio-justo/>
- Lasso, R., & Jimenez, M. (2015). *La Leche en Ecuador - Historia de la lechería ecuatoriana*. Quito: Efecto Studio.

- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria . (10 de Mayo de 2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria* . Obtenido de Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria : http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_econ.pdf
- López, J. (12 de Octubre de 2016). *Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio*. Obtenido de Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio: <http://fepp.org.ec/?p=1327>
- Montagut, X., & Vivas, E. (2006). *¿A dónde va el comercio justo?* Barcelona : Icaria editorial, s.a.
- Oficina Verde. (19 de Junio de 2018). *Qué es la sustentabilidad ambiental y por qué es importante para los negocios*. Obtenido de Qué es la sustentabilidad ambiental y por qué es importante para los negocios: <http://oficinaverde.org.mx/que-es-la-sustentabilidad-ambiental-y-por-que-es-importante-para-los-negocios/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura. (s.f.). *Portal Lácteo*. Obtenido de Portal Lácteo: <http://www.fao.org/dairy-production-products/production/production-systems/es/>
- Oxfamintermon. (s.f.). *blog.oxfamintermon.org*. Obtenido de blog.oxfamintermon.org: <https://blog.oxfamintermon.org/las-5-claves-de-la-sostenibilidad-economica/>
- Paez, I. (8 de Octubre de 2016). *SlideShare*. Obtenido de SlideShare: <https://es.slideshare.net/indrapaezaguirre/sustentabilidad-ambiental-diapositivas>
- Sanclemente, J. C. (29 de Julio de 2017). *Dinero*. Obtenido de Dinero: <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/la-sostenibilidad-es-un-concepto-muy-amplio-juan-sanclemente/248006>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2011). *SEPS*. Obtenido de SEPS: <http://www.seps.gob.ec/interna-npe?760>
- Torres, V. (19 de Mayo de 2015). *SlideShare*. Obtenido de SlideShare: <https://es.slideshare.net/VictorTorres77/produccion-de-la-leche-bovina>
- UNESCO. (2002). Recuperado el 16 de 12 de 2018, de <https://es.unesco.org/>
- VISA Empresarial. (24 de Septiembre de 2014). *VISA Empresarial*. Obtenido de VISA Empresarial: https://visaempresarial.com/ec/noticias/sustentabilidad-social_720
- Vizion. (19 de Noviembre de 2017). *Vizion 360*. Obtenido de Vizion 360: <https://vizion360.xyz/que-es-la-sostenibilidad-empresarial-y-por-que-es-importante/>
- Core Business. (Abril de 2016). *ekosnegocios* . Obtenido de eosnegocios: <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1401.pdf>
- Economía Solidaria . (19 de Febrero de 2019). *Portal Economía Solidaria*. Obtenido de Portal Economía Solidaria: https://www.economiasolidaria.org/comercio_justo

- Arias, F. (2012). Obtenido de https://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html
- Arias, F. (24 de Febrero de 2019). Obtenido de <https://tesisplus.com/investigacion-exploratoria/investigacion-exploratoria-segun-autores/>
- Carrillo, A. L. (2015). *Población y Muestra*. Texcoco-Mexico.
- Elizondo, E. (2002). *Metodología de la investigación contable*. México: Printed en México.
- Gutierrez, R. (4 de 06 de 2019). *Acces Medicina*. Obtenido de Acces Medicina : <https://accessmedicina.mhmedical.com/content.aspx?bookid=1721§ionid=115931202>
- Hernández, Fernández & Baptista. (2010). *pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com*. Obtenido de [pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com](https://pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com/2013/03/definiendo-el-alcance-de-una.html): <https://pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com/2013/03/definiendo-el-alcance-de-una.html>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGrawHill.
- Leal, A. (22 de Marzo de 2012). *queaprendemoshoy.com*. Obtenido de [queaprendemoshoy.com](http://queaprendemoshoy.com/%C2%BFque-es-el-paquete-estadistico-spss/): <http://queaprendemoshoy.com/%C2%BFque-es-el-paquete-estadistico-spss/>
- Mora, N. (s.f.). *fido.palermo.edu*. Obtenido de [fido.palermo.edu](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/17306_55962.pdf): http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/17306_55962.pdf
- Moral, F. (11 de Noviembre de 2009). *Quito Praga*. Obtenido de Quito Praga: <https://tradingcenter.wordpress.com/2009/11/11/que-es-la-desviacion-estandar-y-como-interpretarla-1/>
- Palella, S., & Martins, F. (2010). *planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com*. Obtenido de [planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com](https://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html): https://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html
- Perez, S. (2013). *Módulo 3. Enfoques de bioestadística (II)*. Obtenido de Módulo 3. Enfoques de bioestadística (II): https://cursos.campusvirtualsp.org/pluginfile.php/57106/mod_resource/content/2/m%C3%B3dulo%203%20Parte%205%20final.pdf
- Portal Educativo . (6 de Abril de 2012). *Portal Educativo*. Obtenido de Portal Educativo : <https://www.portaleducativo.net/octavo-basico/790/Media-moda-mediana-rango>
- QuestionPro. (s.f.). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/es/que-es-spss.html>
- Riquelme, M. (1 de Septiembre de 2016). *Web y Empresas*. Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/encuesta-que-es-y-como-hacerla/>

Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la investigación*. México.

Rodriguez, M. (19 de Agosto de 2013). *guiadetesis.wordpress.com*. Obtenido de [guiadetesis.wordpress.com: https://guiadetesis.wordpress.com/tag/investigacion-bibliografica-y-documental/](https://guiadetesis.wordpress.com/tag/investigacion-bibliografica-y-documental/)

Sampieri, R. (2016). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de portaprodti.wordpress.com.

Tamayo, M. (s.f.). *trabajodegradoucm.weebly.com*. Obtenido de [trabajodegradoucm.weebly.com: https://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/19098589/tipos_de_investigacion.pdf](https://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/19098589/tipos_de_investigacion.pdf)

López, F. (22 de Enero de 2015). *La distribución Chi cuadrado*. Obtenido de [La distribución Chi cuadrado: https://www.google.es/search?q=tabla+de+distribuci%C3%B3n+chi+cuadrado&tbm=isch#imgrc=BqGxUmmxLBPzUM](https://www.google.es/search?q=tabla+de+distribuci%C3%B3n+chi+cuadrado&tbm=isch#imgrc=BqGxUmmxLBPzUM):

ANEXOS



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por las señoritas: **REINOSO TAPIA, EMILIA DOMÉNICA** y **VILLAMARIN JIMÉNEZ, EVELYN ANGÉLICA**.

En la ciudad de Latacunga, a los 07 días del mes de noviembre del 2019.

Aprobado por:


Ing. Xavier Fabara Zambrano
DIRECTOR DEL PROYECTO


Dra. Ana Quispe Otacoma
DIRECTORA DE CARRERA


Dr. Freddy Jaramillo Checa
SECRETARIO ACADÉMICO

