



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

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

**TEMA: ANÁLISIS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE CACAO
ECUATORIANO BAJO LA NORMATIVA DE COMERCIO JUSTO**

AUTOR: ORELLANA MOSSOT, ERIKA FABIOLA

DIRECTOR: ING: VITERI MOYA, DIGNA MARCELA

SANGOLQUÍ

2019



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "*Análisis de la oferta exportable de cacao ecuatoriano bajo la normativa de comercio justo*" fue realizado por la señora *Orellana Mossot, Erika Fabiola* el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos, y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 6 de febrero del 2019


Viteri Moya Digna Marcela
C.I. 1712655255



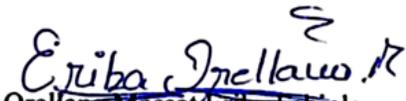
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, *Orellana Mossot, Erika Fabiola*, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación; "*Análisis de la oferta exportable de cacao ecuatoriano bajo la normativa de comercio justo*" es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 6 de febrero del 2019


~~Orellana Mossot~~ Erika Fabiola
C.I. 1719748814

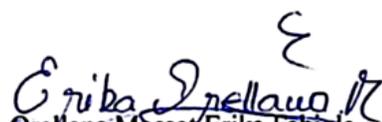


DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Orellana Mossot, Erika Fabiola, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: Análisis de la oferta exportable de cacao ecuatoriano bajo la normativa de comercio justo en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 6 de febrero del 2019


Orellana Mossot Erika Fabiola
C.I. 1719748814

DEDICATORIA

A mi amada familia, mi hijo y mi esposo, por ser mi mayor inspiración y motivación para alcanzar mis metas.

Sin duda a la mujer que más admiro “Mi madre”, por brindarme su apoyo incondicional en todas las etapas de mi vida, por todo su sacrificio y amor; simplemente por creer siempre en mí.

A mi padre, por sus sabios consejos que día a día forjan una mujer fuerte y tenaz.

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser la fuerza que me impulsa a ser cada día un mejor ser humano, por sus infinitas bendiciones y permitirme culminar con mi etapa universitaria.

A mi directora de carrera y tutora de investigación, quienes con su basta sabiduría supieron guiarme e impulsarme a la finalización de mi tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO DEL DIRECTOR	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	ii
AUTORIZACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
CAPITULO I.....	- 1 -
 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	- 1 -
1.1 Antecedentes.....	- 1 -
1.2 Justificación	- 2 -
1.3 Delimitación del Problema	- 4 -
1.4 Planteamiento del Problema	- 5 -
1.5 Importancia del Problema.....	- 6 -
1.6 Aporte con respecto a obras anteriores.....	- 7 -
1.7 Objetivos.....	- 8 -
1.10 Marco Teórico	- 9 -
1.10.2 Comercio Justo	- 14 -

	vii
1.11 Marco Referencial	- 16 -
1.12 Marco Conceptual.....	- 18 -
CAPITULO II.....	- 23 -
METODOLOGÍA.....	- 23 -
2.1 Marco contextual o situacional.....	- 23 -
2.2 Desarrollo metodológico	- 23 -
2.3 Tipología de la investigación.....	- 24 -
2.4 Instrumentos de recolección de información Varios	- 25 -
2.5 Procedimiento par recolección de datos Varios	- 25 -
2.6 Cobertura de las unidades de análisis Varios	- 25 -
CAPITULO III	- 26 -
ANÁLISIS SITUACIONAL DEL COMERCIO JUSTO	- 26 -
3.1 Aporte de los Principios de Comercio Justo al Desarrollo Sostenible	- 26 -
3.2 Correlación de los Principios de Comercio Justo y las Metas de los ODS.	- 37 -
3.3 El Comercio Justo en el Ecuador.....	- 38 -
3.4 Economía Popular y Solidaria del Ecuador	- 40 -
3.5 Certificaciones Internacionales utilizadas en Ecuador	- 41 -
CAPITULO IV.....	- 42 -
RESULTADOS	- 42 -
4.1 Análisis Económico	- 42 -
4.2 Análisis cualitativo	- 81 -

	viii
CAPITULO V	- 83 -
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	- 83 -
5.1 Conclusiones.....	- 83 -
5.2 Recomendaciones	- 85 -
5.3 Discusión	- 87 -
BIBLIOGRAFÍA	- 88 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Cifras Informativas Principio 1</i>	- 27 -
Tabla 2 <i>Cifras Informativas Principios 3,4 y 5</i>	- 28 -
Tabla 3 <i>Cifras Informativas Principio 6</i>	- 31 -
Tabla 4 <i>Cifras Informativas Principio 7</i>	- 32 -
Tabla 5 <i>Cifras Informativas Principio 8</i>	- 33 -
Tabla 6 <i>Cifras Informativas Principio 10</i>	- 35 -
Tabla 7 <i>Acontecimientos importantes en la historia del Comercio Justo en Ecuador</i>	- 39 -
Tabla 8 <i>Empresas ecuatorianas comercializadoras de cacao de Comercio Justo</i>	- 42 -
Tabla 9 <i>Exportaciones de cacao de Comercio Justo de empresas ecuatorianas</i>	- 46 -
Tabla 10 <i>Comparación de Exportaciones Convencionales y de Comercio Justo</i>	- 47 -
Tabla 11 <i>Variación porcentual de exportación de cacao convencional</i>	- 61 -
Tabla 12 <i>Variación porcentual de exportación de cacao de Comercio Justo</i>	- 62 -
Tabla 13 <i>Principales destinos de exportaciones de cacao convencional</i>	- 64 -
Tabla 14 <i>Crecimiento exportaciones cacao convencional</i>	- 66 -
Tabla 15 <i>Principales países de Destino exportaciones de cacao de Comercio Justo</i>	- 67 -
Tabla 16 <i>Crecimiento exportaciones cacao de Comercio Justo</i>	- 68 -
Tabla 17 <i>Medios de transporte utilizados por organizaciones de Comercio Justo</i>	- 69 -
Tabla 18 <i>Principales destinos de exportaciones AGROARRIBA S.A</i>	- 71 -
Tabla 19 <i>Principales destinos de exportación SWEETCHOCO S.A</i>	- 73 -
Tabla 20 <i>Principales destinos de exportación ADSANCOCOA S.A.</i>	- 74 -
Tabla 21 <i>Principales destinos de exportación Fundación MCCH</i>	- 75 -
Tabla 22 <i>Principales destinos de exportación UNOCACE</i>	- 77 -

Tabla 23 *Principales destinos de exportación Asociación Sabor Arriba* - 79 - ^x

Tabla 24 *Principales destinos de exportación Corporación Grupo Salinas* - 80 -

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	- 10 -
Figura 2 Principios de Comercio Justo.....	- 16 -
Figura 3 Relación entre los Principios de CJ y los Objetivos de DS	- 38 -
Figura 4 Principios de la Economía Popular y Solidaria.....	- 40 -
Figura 5 Certificaciones en el Ecuador	- 41 -
Figura 6 Pasos para certificación de Comercio Justo	- 41 -
Figura 7 Evolución de Exportaciones Totales FOB	- 48 -
Figura 8 Evolución de Exportaciones Totales KG	- 48 -
Figura 9 Participación de Exportaciones FOB	- 49 -
Figura 10 Participación de Exportaciones KG	- 50 -
Figura 11 Participación por Partida Arancelaria Cacao de Comercio Justo	- 51 -
Figura 12 Participación por Partida Arancelaria de Cacao Convencional	- 52 -
Figura 13 Crecimiento de Exportaciones de Cacao Convencional	- 61 -
Figura 14 Variación exportaciones de Cacao de Comercio Justo	- 62 -
Figura 15 Medio de Transporte exportaciones de cacao convencional.....	- 63 -
Figura 16 Medio de Transporte exportaciones de cacao de Comercio Justo	- 64 -
Figura 17 Principales destinos de las exportaciones de Cacao Convencional	- 65 -
Figura 18 Principales destinos de las exportaciones de Cacao de Comercio Justo.....	- 67 -
Figura 19 Análisis Pareto	- 70 -
Figura 20 Matriz entrevistas	- 78 -

RESUMEN

A lo largo de la historia el Ecuador se ha caracterizado por ser un país exportador de productos tradicionales y de materias primas; sin embargo, la globalización ha desembocado en nuevas tendencias de comercio y una de ellas es el Comercio Justo. La producción de cacao bajo la modalidad de Comercio Justo, es una clara evidencia de un producto de calidad, y de alto valor agregado la cual hace una aportación grande a la economía ecuatoriana y sobre todo a la de los pequeños productores y comunidades. No obstante, un sinnúmero de problemas son con los que lucha el Comercio Justo, entre ellos el pago no justo a los productores, la discriminación y la desigualdad de género, la falta de desarrollo de capacidades de los productores y familias involucradas, y sobre todo las prácticas comerciales desleales que afectan al sector minoritario de la cadena de valor. El presente proyecto de investigación se enfoca en realizar un análisis económico, social y ambiental que se relaciona con la práctica de Comercio Justo en las exportaciones de cacao ecuatoriano en el periodo 2015-2018. La investigación se alinea prácticas comerciales más justas, producción y consumo responsable, desarrollo de las comunidades y pueblos vulnerables, impulsados por organizaciones internacionales que contribuyen a la Teoría de las tres dimensiones de Sostenibilidad. Para el análisis se realizó investigaciones de datos secundarios y de fuentes primarias a las organizaciones representativas. Al finalizar se presentan los resultados obtenidos del análisis de la información, junto a las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado.

PALABRAS CLAVE

- **COMERCIO JUSTO**
- **DESARROLLO SOSTENIBLE**
- **CACAO ECUATORIANO**

ABSTRACT

Throughout history, Ecuador has become an exporter of traditional products and raw materials; however, globalization has led to new trade trends and one of them is Fair Trade. The production of cocoa under the modality of Fair Trade, is a clear evidence of a quality product, and a high added value in which is a great contribution to the Ecuadorian economy and especially to small producers and communities. However, a myriad of problems is with the fight against trade. Fair, among them the payment is not fair to producers, discrimination and gender inequality, the lack of capacity development of producers and families involved, and especially unfair business practices that affect the minority sector of the chain of value. The present research project focuses on conducting an economic, social and environmental analysis that is related to the practice of trade. Just in the exports of Ecuadorian cocoa in the period 2015-2018. The research is aligned fair trade practices, production and responsible consumption, development of vulnerable communities and peoples, driven by international organizations that respond to the theory of the three dimensions of sustainability. For the analysis, investigations of secondary data and primary sources have been carried out to the representative organizations. At the end, the results of the analysis of the information are presented, along with the conclusions and recommendations that have arrived.

PALABRAS CLAVE

- **FAIR TRADE**
- **SUSTAINABLE DEVELOPMENT**
- **ECUADORIAN COCOA**

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

La globalización y el constante cambio el comercio internacional es liderado por multinacionales, que han copado todo el mercado con su variedad de productos, viéndose de esta manera afectados los pequeños productores pertenecientes a países en vías de desarrollo, sacando ventaja del aporte de mano de obra barata, sin tomar en cuenta las condiciones en las que fueron elaborados los productos, y la calidad de vida de productores (Saltos & Vera, 2015).

Ecuador lleva varias décadas sustentando su riqueza en la comercialización de recursos naturales, tomando así la delantera sobre otros productos no tradicionales de exportación. La agricultura a nivel mundial contribuye a la compensación de la satisfacción de la necesidad básica del ser humano, que es el alimentarse de una manera adecuada, mediante alimentos de calidad, sin que afecte a la integridad de una vida de calidad.

La agricultura permite un equilibrio armónico en el ecosistema, siempre y cuando se lo sepa manejar de una manera responsable, respetando cada uno de los ciclos productivos. Todo aquello engloba “comercio justo”, y gracias al trabajo comunitario y solidario se ha optado por una producción más amigable con el productor, y medio ambiente, brindando así una mejor calidad de vida al campesino, tanto en lo económico como en lo social.

El Comercio Justo al ser un modelo equitativo, sostenible y de trato justo para todos los miembros del proceso productivo, ha venido desde los años 70 tomando forma en Ecuador y a la vez posicionarse en el pensamiento de pequeños productores, con la finalidad de darle un giro

representativo al sector, amparados bajo prácticas comerciales del reconocimiento del trabajo y esfuerzo humano.

Ecuador es líder en la producción de cacao fino de aroma, con una participación del 62% del mercado mundial, dando sustento a alrededor de cien mil familias que practican este cultivo pero que mantienen niveles de productividad muy bajos. Estos factores, combinados con una ausencia de políticas de fomento y de apoyo a la producción, lo han llevado a una situación de riesgo, lo que ha generado en el MAGAP una política pública para la reactivación del sector que se viene implementando desde 2011 (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2017).

Las características del cacao ecuatoriano, superan las expectativas del consumidor más exigente, es preferido a nivel mundial por su sabor único y puro. Por mencionar el mercado de chocolates oscuros elaborado con un porcentaje alto de cacao, ha incrementado más de 35% desde el 2010, de acuerdo al pronóstico por la Agencia del Gobierno Federal Alemán, especializada en la cooperación técnica para el desarrollo sostenible en todo el mundo y concuerda con la reactivación de nichos de mercado para productos orgánicos, de Comercio Justo, Rain Forest Alliance (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2017).

La combinación de Comercio Justo, la posición geográfica del Ecuador, clima, tierra y menor acontecimiento de plagas crea un ambiente apropiado para la producción de cacao, creando ante la competencia una ventaja difícil de superar.

1.2 Justificación

Ecuador es considerado un país petrolero, con un alto potencial agrícola, y a pesar de presentar dificultades productivas para el procesamiento e industrialización de las materias primas, ha intentado dar pequeños pasos para ofertar volúmenes considerables en mercados internacionales,

con productos terminados y de valor agregado. Todo esto es gracias al trabajo comunitario, solidario y asociativo.

El proceso logístico es uno de los principales problemas que experimenta hoy en día los pequeños productores, debido a la presencia de varios intermediarios en la cadena comercial, y en consecuencia se evidencia escases de control de tránsito, lo que dificulta mantener un control de precios y el destino final del producto, incluso en algunos casos manipulación por parte de transnacionales, responsables algunas veces de fijar precios beneficiosos para ellos, olvidándose del pago justo a productores (Saltos & Vera, 2015).

Por otro lado, un factor no amigable con la producción de cacao son las plagas en las cosechas, que muchas veces arrasa con todos los cultivos, que representan meses de trabajo e inversión, lo que obliga a la mayoría de productores de cacao a usar productos químicos para “superficialmente” tener una cosecha en buenas condiciones y explotar de manera no responsable el suelo, ocasionando daños al medio ambiente, y a la salud del consumidor.

El comercio justo, es un movimiento que cada día va ganando mayor territorio en mercados nacionales y extranjeros, gracias a su tendencia de consumo saludable y comercialmente equitativo, pero ¿Cuál es su efecto en la producción cacaotera ecuatoriana? Es indispensable realizar un estudio el cual nos permita conocer el aporte que brinda esta práctica, tanto en el comportamiento de las exportaciones de cacao, como en los miembros que intervienen en este movimiento.

Ecuador en su constante búsqueda del Cambio de la Matriz Productiva dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida del Ecuador– en su objetivo 3 y 4 cita el *Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones, y Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario*, por lo que es necesario realizar el presente estudio, para

conocer el aporte de esta tendencia en el desarrollo sostenible en sus tres dimensiones (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

La presente investigación tiene como principal objetivo analizar la oferta exportable de cacao, bajo la normativa de comercio justo, el cómo la idea de Asociatividad y cooperativismo comunitario puede brindar mejores condiciones de vida al productor, minimizando a la vez el impacto ambiental.

Por tal motivo es que el presente trabajo investigativo procura estudiar la importancia de este pequeño sector exportador cacaotero bajo comercio justo, en comparación a las exportaciones convencionales de cacao a nivel nacional, de tal manera que permita mostrar su influencia y participación en las mismas. Todo esto con la finalidad de encontrar oportunidades para el sector, en base al trabajo solidario comunitario.

1.3 Delimitación del Problema

1.3.1 Objeto del estudio

La presente investigación tiene como objeto de estudio la oferta exportable de cacao ecuatoriano bajo la normativa de comercio justo de los últimos 4 años, de las subpartidas 1801.00.11.00, 1801.00.19.00, 1801.00.19.10, 1801.00.19.90, y 1801.00.20.00, en las cuales se encuentra cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado en las siguientes presentaciones: para siembra, orgánico certificado, tostado y las demás (Comité de Comercio Exterior, 2017).

El consumo de productos con el sello de Comercio Justo ha venido ganando terreno en los mercados, ocasionando un fuerte movimiento de consumo sostenible desarrollado en todas partes del mundo, pues su popularidad y prestigio es lo que le diferencia del comercio convencional. Según (PRO ECUADOR, 2017) estima que las exportaciones de Comercio Justo ecuatorianas en

el año 2017 ascendieron aproximadamente a USD 149.04 millones, significando un crecimiento estimado de 16% con respecto al 2016.

Después de recolectar las estadísticas sobre las exportaciones del sector, se procederá al análisis de la información para proceder a presentar a detalle el comportamiento de las mismas y su influencia en las exportaciones convencionales de cacao.

1.4 Planteamiento del Problema

Las tendencias de consumo son cambiantes, evolucionan con mucha más rapidez que la capacidad de adaptación a cambios de los productores, quienes tienen escaso acceso a la tecnología, poca capacitación, y apoyo técnico, por tal motivo es fundamental que instituciones gubernamentales y privadas, contribuyan a fortalecer a los productores para que posean una guía productiva comercial, para que alcancen a satisfacer los requerimientos de nuevos mercados (Solís, Diego, 2013).

La Normativa de Comercio Justo lamentablemente no ha sido difundido en su totalidad, lo que ha causado el desconocimiento tanto en productores como en consumidores, dejando de lado el respeto y consideración de trabajo por cada miembro que conforma la cadena productiva comercial, dando como resultado oferta de productos con poco valor agregado, y escasa trazabilidad. La limitada difusión de normativa regulatoria también ha sido uno de los principales problemas, debido a que el gobierno no ha brindado la oportuna prioridad al caso, para que todos los involucrados en el proceso productivo se puedan respaldar en el mismo.

El individualismo de productores siempre será un limitante, ya que es una de las causas para no poder avanzar con un pensamiento de desarrollo comunitario y asociativo, y debido a la

desconfianza o temor de emprender proyectos más grandes, prefieren guardar una postura independiente, poco solidaria que la mayoría de las veces resulta ser poco beneficiosa.

1.4.1 Pregunta

¿Cuál es la evolución de las exportaciones de cacao ecuatoriano de Comercio Justo y su influencia en el aspecto social, económico y ambiental?

- Dependientes: exportaciones de cacao bajo normativa de Comercio Justo
- Independientes: factor económico, social, ambiental.
- Covariables: Organizaciones o empresas

1.5 Importancia del Problema

La importancia de estudio del comportamiento de las exportaciones de cacao ecuatoriano bajo comercio justo, parte del desconocimiento de las personas involucradas directa e indirectamente sobre los beneficios que brinda esta práctica, además del giro que puede causar tanto en sus vidas, como en el medio ambiente, además del aporte económico que pueden generar al desarrollo del país y los nuevos mercados.

Además, la preferencia de productos orgánicos y procedentes de comercio justo hoy en día está muy posicionado, tanto en mercados americanos como europeos, debido a la sensibilización por parte de consumidores que prefieren seguir una línea más sustentable.

Según reportaje del (Sistema de Investigación sobre la Problemática agraria en el Ecuador, 2012) muestra como los consumidores han concienciado sobre el consumo de productos procedentes de buenas prácticas comerciales, apuntando a una alimentación sana y de procedencia

orgánica. Esto implica que el sector exportador debe recurrir a un comercio justo, no solo por equidad o responsabilidad ambiental sino también por la conformidad de la demanda potencial.

Debido a que el Comercio Justo pertenece a una idea de Asociatividad, existe la creación de fuentes de empleo, a través del trabajo comunitario y solidario, que son aspectos indispensables para el desarrollo social. Por tal motivo es necesario que se preste atención a la cadena productiva comercial, para que en cada una de sus etapas se establezcan objetivos de prácticas justas, preservación medioambiental, desarrollo sostenible, generando trabajo con iguales condiciones para todos, para alcanzar certificaciones internacionales, que acredite un trabajo transparente y de calidad.

1.6 Aporte con respecto a obras anteriores

Existen algunas investigaciones realizadas de las exportaciones de cacao ecuatoriano y sus derivados, mismas que han sido efectuadas por entidades del gobierno encaminadas en el estudio del comportamiento de las exportaciones ecuatorianas, pero muy separados de la idea de comercio justo, además existen estudios de gremios privados enfocados a la producción de productos tradicionales; sin embargo, no se analizó el impacto socioeconómico que genera el Comercio Justo al sector cacaotero ecuatoriano, y cómo sus principios junto a la teoría de sostenibilidad pueden generar un equilibrio entre productor y consumidor, mediante buenas prácticas comerciales.

Bajo este argumento, el objetivo de la presente investigación es analizar la oferta exportable de cacao ecuatoriano de comercio justo de los últimos 4 años, y cómo esta práctica comercial genera oportunidades a los pequeños productores, comportamiento de sus exportaciones, para determinar si generan oportunidades comerciales.

También es necesario conocer si el Comercio Justo guarda una estrecha relación con los objetivos 12 y 8 de Desarrollo Sostenible de la ONU dentro de su Agenda 2030, que es Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles y Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos respectivamente, es decir conocer si una producción sostenible brinda niveles más elevados de productividad económica a través de la innovación, valor agregado, generación empleos, consumo eficiente de recursos, entre otros (Organización de Naciones Unidas, 2015).

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Analizar la evolución de la oferta exportable de cacao ecuatoriano bajo la normativa de Comercio Justo en el período 2015-2018, y cómo esta ayuda a generar nuevas tendencias comerciales, basada en prácticas solidarias de Asociatividad y cooperativismo.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Estudiar la participación y evolución económica de las exportaciones de cacao de comercio justo, respecto a las exportaciones de cacao convencional ecuatoriano.
- Estudiar los principios del Comercio Justo, como parte de una nueva tendencia de comercio.
- Investigar la relación que guarda el Comercio Justo con el Desarrollo Sostenible, y su práctica en el Ecuador.

1.10 Marco Teórico

1.10.1 Teoría de las tres dimensiones del Desarrollo Sostenible

Fue en los años sesenta que se empieza a concienciar debido a los problemas ecológicos, que crudamente tienen causas industriales, y por lo tanto se intentaba implementar medidas correctivas, pero fue en los años ochenta en donde se comenzó a evidenciar problemas más drásticos como contaminación de océanos, deterioro de la capa de ozono, escasez de agua potable, y por supuesto no era difícil pensar en mega problemas como el cambio climático y la contaminación química (Bermejo R. , 2015)

Partiendo de lo mencionado, el factor ambiental se ve afectado por el sistema económico, debido a que son incompatibles y no logran un equilibrio ecológico. La Comisión mundial del medio ambiente y del desarrollo, conocido como informe Brundtland (IB), fue la primera institución de desarrollo sostenible, avalado por la Organización de Naciones Unidas y mencionó lo siguiente:

Las tentativas de mantener estabilidad social y ecológica mediante los viejos enfoques del desarrollo y la protección de medio ambiente aumentarán la inestabilidad. Deberá buscarse la seguridad mediante el cambio (...). Somos unánimes en la convicción de que la seguridad, el bienestar y la misma supervivencia del planeta dependen de esos cambios ya (Bermejo R. , 2015).

Una definición de la cual se puede partir definiendo al desarrollo sostenible, es la interpretación de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo de las Naciones Unidas, o más conocido como Brundtland: *El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para*

satisfacer sus propias necesidades (Pardo, R, 2018), pero el concepto es muy general, pues marca el horizonte, más no el camino sin determinar metas concretas (Pardo, R, 2018).

Actualmente el ser humano, se encuentra en continuo movimiento junto con un cambiante diario vivir, y muchas veces no existe una concienciación de un consumo responsable, y que, por lograr una satisfacción total de necesidades del humano, ocasiona graves lesiones que destruyen el medio ambiente, sin importar un mañana. El pilar para el desarrollo mundial se basa en tratar de lograr de manera equilibrada el desarrollo económico, social y protección del medio ambiente (Mendoza, 2016).

La (Organización de Naciones Unidas, 2015) bajo la perspectiva de crecimiento responsable empresarial, más la exigencia de la demanda de mercados preocupados por el respeto integro al ser humano y la naturaleza, las Naciones Unidas con el afán de contribuir a un equilibrio entre la sociedad y el medio en el que se desenvuelve para satisfacer sus necesidades, impulsa los objetivos de su programa de Desarrollo Sostenible entre ellos está;

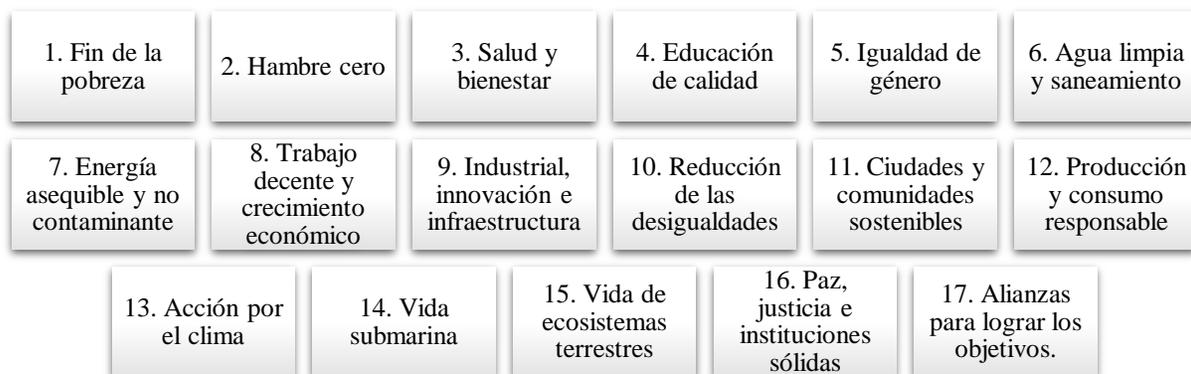


Figura 1 Objetivos de Desarrollo Sostenible
Fuente: (Organización de Naciones Unidas, 2015)

Las Naciones Unidas declaró como modelo de Desarrollo Sostenible al Ecuador, tras identificar el incremento de tecnologías limpias y amigables con el medio ambiente en diferentes áreas de la producción, lo que permite contar con fuertes pilares para la práctica de Comercio Justo (Ministerio del Ambiente, 2017).

Dicho reconocimiento se lo puede tomar como un paso gigante para el Ecuador al mantener como ejemplo su modelo de Desarrollo Sostenible, mismo que sería referente para países vecinos, como aplicación de mejores prácticas comerciales, en este caso el de buenas prácticas de comercio justo.

Para construir una alianza global para el desarrollo sostenible es lo más importante, lo que obliga a pensar en las actividades cotidianas de los ciudadanos, electores, y consumidores como las normas de convivencia tanto a nivel local, como nacional y global. Uno de los más importantes movimientos que propone mejorar condiciones comerciales es el comercio justo. Todo esto a través del comercio internacional equitativo, solidario, preocupado por la sostenibilidad en todas sus dimensiones (Coscione, 2017).

En virtud de lo expuesto, y al buscar los objetivos de desarrollo sostenible ser parte del bien común de todos los países, ya sean ricos, pobres o en vías de desarrollo, como parte del movimiento que adopta medidas para promover la prosperidad, sin descuidar al planeta. La ONU reconoce que los puntos clave para erradicar la pobreza, debe ir de la mano de estrategias que favorezcan al desarrollo económico, abordando las necesidades sociales de los pueblos, como es la educación, la salud, la protección social y oportunidades de empleo, quienes a la par buscan la protección del medio ambiente (Organización de Naciones Unidas, 2015).

1.10.1.1 Dimensión económica

El desarrollo económico a largo plazo si puede existir sin echar a perder los recursos naturales, es decir que el desarrollo económico y ambiental no son opuestos, pues al contrario son dependientes y combinables, siempre y cuando se mantenga un equilibrio entre ambas. Al no saber trabajar responsablemente con la naturaleza, esta se ve directamente afectada por la presión de las industrias, y pone en peligro la variedad de formas de vida disponibles en la tierra (Yuliani, 2010).

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en el año de 1990, propuso incluir en el cálculo del PIB el coste para el medio ambiente de las actividades económicas e industriales. En el mismo año el *Índice de Desarrollo Humano* pasó de medir el progreso de un país por el nivel de riqueza, a medirlo por la esperanza de vida, el nivel de educación y el ingreso per cápita, lo que convierte la idea de *Crecimiento*, en una definición más cualitativa que es *Desarrollo* (Artazar, 2002).

1.10.1.2 Dimensión social

Cuando se habla de esta dimensión, se encuentra implícito el concepto de equidad. Existen tres tipos de equidad, en primer lugar, está la intergeneracional que consiste en considerar en los costos de desarrollo económico actual en la demanda de las futuras generaciones, en segundo lugar, está la intrageneracional la cual vela por la inclusión de las personas vulnerables, para que sean partícipes en la toma de decisiones que afecten a las tres dimensiones. En el último y tercer tipo de equidad es la entre países, que está relacionado al abuso de poder por parte de países desarrollados, a los en vías de desarrollo (Artazar, 2002).

En términos generales, la dimensión social consiste en que todos los seres humanos, son partes de cadenas productivas en las que se debe velar por el respeto y seguridad íntegra de cada uno de ellos, evitando cualquier tipo de abuso, explotación o discriminación laboral.

1.10.1.3 Dimensión ecológica

Como consecuencia del agotamiento de los recursos naturales, y la pobreza frente a la globalización, últimamente se ha manifestado mayor preocupación por el deterioro del medio ambiente y sostenibilidad. No olvidemos que la dimensión económica y ecológica están interrelacionadas, y para que puedan tener efectividad deberán estar equilibradas, de tal manera que ningún recurso renovable deberá utilizarse a un ritmo superior al de su generación, o ningún contaminante deberá producirse a un ritmo superior al que pueda ser neutralizado o absorbido por el ambiente, lo que permitiría una *economía circular* utilizando únicamente recursos renovables (Yuliani, 2010).

La Comisión de las Comunidades Europeas en el 2001, en su *Libro Verde sobre Política de Productos Integrada*, tiene como objetivo principal la reducción de efectos ambientales de los productos durante su total ciclo de vida, la cual parte desde su extracción hasta la destrucción final de los residuos (Artazar, 2002).

Sin duda todas las propuestas son un gran reto de cumplir para los países, quienes han venido trabajando bajo un sistema capitalista que únicamente han beneficiado las cuentas de sus apoderados, dejando de lado la cultura de responsabilidad de consumo, que es la base de un cambio sustancial para alcanzar un desarrollo sostenible en sus tres dimensiones.

La Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, cuenta con 17 Objetivos expuestos en párrafos anteriores, los cuales abarcan temas desde la eliminación de la pobreza, hasta el continuo combate

del cambio climático, la educación, la igualdad de la mujer, la defensa y protección del medio ambiente y el rediseño de nuestras sociedades con una visión más cooperativista y solidaria entre todos los actores que intervienen dentro de este proceso (Organización de Naciones Unidas, 2015).

1.10.2 Comercio Justo

Parte de la práctica de Desarrollo Sostenible se encuentra la contribución realizada por el Comercio Justo, el mismo que es un aliado estratégico que trabaja en contribución al desarrollo más justo, inclusivo y sostenible, a través de mejores condiciones comerciales garantizando el cumplimiento de los derechos de pequeños productores, o demás personas vulnerables (Ideas Comercio Justo, 2017).

El Comercio Justo hace referencia a un movimiento social global que promueve otro tipo de comercio, uno basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente del Sur. Las organizaciones de Comercio Justo están comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional (Organización Mundial del Comercio Justo, 2018).

El Comercio Justo es una interacción bajo principios de respeto, y transparencia, que trata de hallar un equilibrio en las transacciones comerciales. Aporta a mejores condiciones laborales, velando por los derechos de sus miembros participantes en el proceso de producción y comercialización, convirtiéndose así en un acto de ganar-ganar.

Actualmente en la red de Comercio Justo existen más de 2000 organizaciones productoras en África, Asia y América Latina, que agrupan a más de 2 millones de personas productoras y

trabajadoras. Su producción es distribuida a las tiendas y puntos de venta finales a través de las más de 500 organizaciones importadoras. Éstas establecen los precios de común acuerdo con las organizaciones productoras, les facilitan prefinanciación y les asesoran para mejorar su comercialización. Asimismo, en todo el mundo hay más de 4000 tiendas especializadas en Comercio Justo (Economía Solidaria, 2018).

En una consultoría junto a la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación define al Comercio Justo como una forma de comercio alternativo al comercio convencional. Es una relación de socios de comercio que tiene como meta el desarrollo sostenible de los productos marginados y en desventaja. Busca ofrecer mejores condiciones comerciales, generar conciencia y desarrollar campañas (Vizcarra, 2002).

Es de conocimiento público que la innovadora legislación internacional impulsada por la Organización Mundial de Comercio recalca las disperejas relaciones comerciales entre los países desarrollados y no. En el mercado es fácil palpar como las multinacionales se posicionan con facilidad en sectores económicos para obtener su utilidad, e incluso muchas veces sin importar (Vizcarra Gustavo, 202) .

La Organización Mundial de Comercio Justo WFTO, establece 10 principios que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio Justo, mismas que se detalla a continuación:

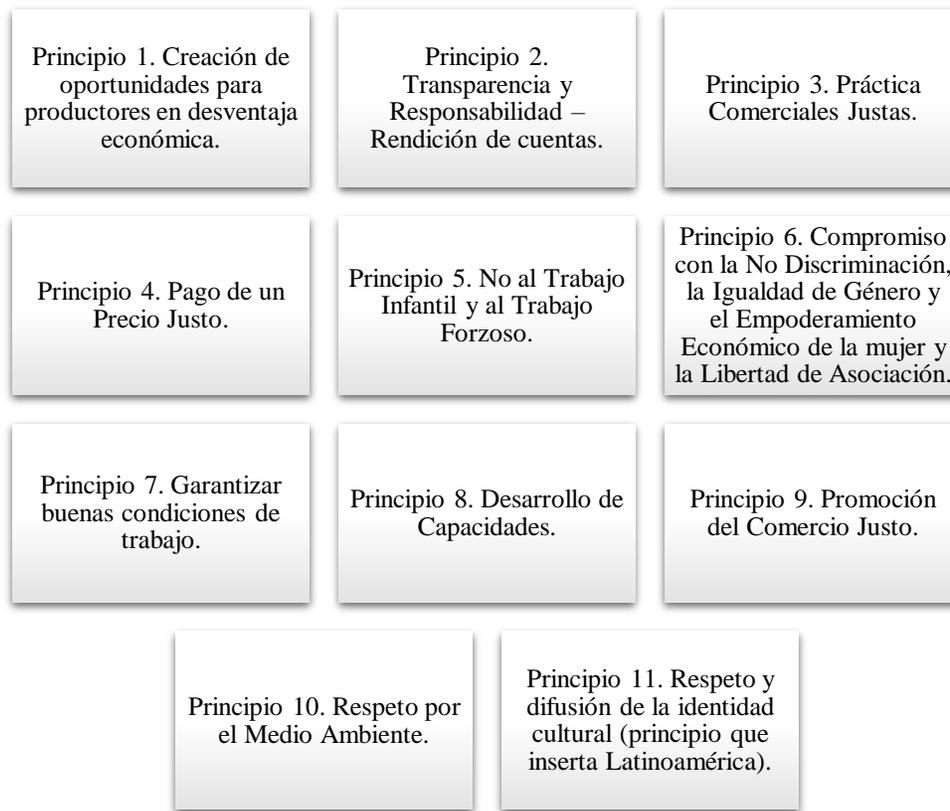


Figura 2 Principios de Comercio Justo
Fuente: (Organización Mundial del Comercio Justo, 2018)

1.11 Marco Referencial

Publicación “*Producción Nacional Comercio Justo Iniciativas Sostenibles*”: muestra a las Organizaciones y empresarios exponiendo la situación y la necesidad de concienciar el consumo en el mercado nacional. Además, da a conocer criterios de los sellos Fairtrade como etiquetado ético y consumo responsable (Revista Ekos, 2016).

Esta publicación presenta un resumen de empresas emblemáticas ecuatorianas dedicadas a la práctica de Comercio Justo, muestra la variedad de productos que el país oferta, e identifica a los sellos con los cuales se los reconoce, además de brindar información sobre quienes se benefician de esta modalidad comercial.

“*Anuario de exportaciones del sector Asociativo y Comercio Justo 2017*”: contribuye con un recuento de los logros y desafíos de las Organizaciones de Economía Popular y Solidaria y de Comercio Justo, muestra estadísticas comerciales, clasificación de productos por regiones, principales destinos de exportación, etc (PRO ECUADOR, 2017).

El citado Anuario presenta un resumen a detalle de cifras estadísticas de productos más representativos de exportación de Comercio Justo, y Economía Popular y Solidaria. Cita al cacao ecuatoriano como uno de sus productos con mayor aceptación en mercados internacionales, obviamente seguido del banano como estrella, presentando además de entrevistas a representantes líderes de empresas u organizaciones, mostrando su opinión sobre esta nueva práctica comercial más justa.

Boletín “*El aporte del Comercio Justo al desarrollo sostenible*”: expone las nuevas maneras de producción y consumo, desde un enfoque multidimensional, involucrando aspectos económicos, sociales, medioambientales y políticos, partiendo de la práctica del Comercio Justo como modelo que contribuye a la sostenibilidad (Coscione, 2017).

La publicación abarca temas de la incidencia del comercio solidario en América Latina y Caribe, como parte de una política de desarrollo sostenible, además ubica al cacao ecuatoriano como en segundo lugar tanto en productos exportados de Comercio Justo, como en número de organizaciones o empresas conformadas en el año 2017.

El Artículo “*Teoría de las tres dimensiones de Desarrollo Sostenible*”; muestra que mediante una práctica responsable comercial se puede obtener un crecimiento económico y equilibrio ambiental, sin olvidar la dimensión social que forma parte de escenario de igualdad, para contribuir en crear un mejor planeta para las generaciones futuras (Artazar, 2002).

El artículo de revista resume las tres teorías pilares del desarrollo sostenible, económica, social y ecológica, y muestra que, mediante un responsable manejo de estas por parte de los países, se puede mantener un óptimo control de residuos, haciendo responsables a las empresas que las producen, de tal manera que se tome medidas preventivas para ahorro de costos y por ende mantener mejores condiciones de vida.

1.12 Marco Conceptual

Comercio Justo. – el movimiento del Comercio Justo comenzó entre los años 40-50 en Estados Unidos. Los artesanos luchaban contra los bajos precios del mercado internacional, los altos márgenes y la dependencia frente a los intermediarios. En esta nueva forma de comercio solidario encontraron la posibilidad de garantizar unos ingresos adecuados a su producción, evitar los intermediarios innecesarios y facilitar su acceso a los mercados internacionales. La primera tienda formal de “Comercio Justo” se abrió en 1958 (Organización Mundial del Comercio Justo, s.f.).

Cobus Info Aduana 1.0. – software aduanero, que reúne información de comercio exterior de diferentes países, está relacionado con el comportamiento de sus exportaciones, y variables como: países de destino, cantidades en dólares y toneladas, transporte, etc. (Cobus Info Aduana, 2019).

Fair Trade. – es un sello de garantía que funciona como distintivo positivo ofreciendo al consumidor seguridad acerca de los valores éticos del producto. Los productos que llevan el sello Filtrada han sido producidos en condiciones de trabajo dignas y comprados a un precio justo que apoya el desarrollo sostenible de la organización productora. Además, se conoce como una certificación exigente y justa tanto con los productores como con los comerciantes (FairTrade, 2018).

Valor Agregado. – en economía, el término Valor Agregado significa la diferencia entre el valor de los bienes producidos y el costo de los bienes intermedios (o sea, bienes que se utilizan para producir otros bienes, tales como materias primas y servicios) utilizados en su producción. Así definido, el valor agregado consiste en salarios (sueldos), intereses y utilidades (o sea, los ingresos de los factores productivos) utilizados o agregados a la producción por empresa, sector o país (Nunes, 2016).

World Fair Trade Organización WFTO. – es el único organismo que certifica a las organizaciones de Comercio Justo, su oficina regional para Latinoamérica se encuentra en la ciudad de Quito, encargada de fortalecer las capacidades de comercialización, monitoreo; es donde se transmitan las asistencias que requieran los miembros, así como la recepción de nuevas aplicaciones (Cruz, 2015).

Institute of Marketecology IMO. – es una entidad de servicios de inspección y certificación ecológica y sostenible de productos agrícolas, pecuarios, acuícolas, de recolección silvestre, manejo de bosques, e insumos ecológicos para la agricultura, además realiza certificación de responsabilidad social y comercio justo para distintos rubros como agricultura, artesanía, minería, turismo y otros (IMOCert, 2018).

ECOCERT. – provee servicios de auditoría y certificación para productos Comercio Justo, de conformidad con la ESR (Equitable, Solidaire, Responsable). La norma ESR resalta la sinergia de los requerimientos orgánicos y de comercio justo. La certificación de producto como orgánico (o ecológico) es un pre-requisito para la certificación de Comercio Justo. Los objetos artesanales deben provenir de una cadena de suministro con prácticas responsables (ECOCERT GROUP, 2018).

Economía Popular y Solidaria. – es la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos (Secretaria de Economía Popular y Solidaria, 2018).

Comportamiento del Consumidor. – un consumidor es una persona u organización que demanda bienes y servicios proporcionados por el productor o proveedor o de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades y deseos, que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado (Solis, Diego, 2013).

Asociatividad. – es el resultado de la cooperación entre los agricultores y las empresas con el propósito de enfrentar la globalización y la competitividad de los mercados, mediante la cual se refleja una mejora en la competitividad, productividad, rentabilidad, especialización y reducción del riesgo (Buse, Eduardo, 2017).

Organización Mundial de Comercio Justo. – es el organismo internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial. El propósito de la OMC es contribuir a que las corrientes comerciales circulen con fluidez, libertad, equidad y previsibilidad (Organización Mundial del Comercio Justo, 2018).

Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones. – es el ente rector de la Política de Comercio Exterior e Inversiones, que propicia, de manera estratégica y soberana la inserción económica y comercial del país en el contexto internacional, que contribuya a la integración latinoamericana y que apoye el cambio de la matriz productiva, mediante la formulación, planificación, dirección,

gestión y coordinación de la política de comercio exterior, la promoción comercial, la atracción de inversiones, las negociaciones comerciales bilaterales y multilaterales, la regulación de importaciones y la sustitución selectiva y estratégica de importaciones, con el propósito de contribuir al desarrollo económico y social del país (Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, 2018).

Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo. – es una instancia de representación de organizaciones de pequeños productores demográficamente organizados, dirigida al fortalecimiento y desarrollo de las organizaciones de base, que facilitan asistencia a nuestros miembros, promocionamos nuestros productos, valores e incide en instancias sociales, políticas y económicas, dentro del marco de Comercio Justo. Se crea para representar a los pequeños productores organizados en diferentes rubros ante diferentes instancias y otros sellos, redes e iniciativas comerciales (Coordinadora de Comercio Justo , 2018).

Ministerio de Industrias y Productividad. – Institución que tiene como misión formular y ejecutar políticas públicas, para la transformación del patrón de especialización industrial, que genere condiciones favorables para el Buen Vivir (Ministerio de Industrias y Productividad, 2018).

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PROECUADOR. – es parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional (PROECUADOR, 2018).

Agricultura Ecológica. – Sistema holístico de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del agro ecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo, basada en normas y principios específicos de producción. Hace hincapié en el

empleo de prácticas de gestión refiriéndolas respecto al empleo de insumos externos a la finca, teniendo en cuenta que las condiciones regionales requerirán sistemas adaptados localmente (Helmut Jacob, 2016).

Consumo Responsable. – los productos agrícolas de origen orgánico son tendencia saludable del momento y se postulan como una alternativa a los alimentos que ofrece la industria privada; específicamente los supermercados de cadena. Esto es posible gracias al programa Comercio Justo, promovido por la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), que busca instaurar una manera de trabajar en equipo que apoye al medio ambiente y fomente la cooperación entre productor y cliente final (MypressMexico, 2018).

Crecimiento económico. – incremento en la cantidad de bienes y servicios producidos por un país en un lapso de tiempo determinado, que usualmente suele ser un año (Banco Central del Ecuador, 2019).

Desarrollo económico. – proceso en donde cada sociedad busca un progreso continuo y equilibrado, con el fin de que la calidad de vida de las personas mejore (Banco Central del Ecuador, 2019).

Desarrollo Sostenible. – satisfacción de «las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Organización de Naciones Unidas, 2015).

Partida Arancelaria. – código numérico de cuatro dígitos que clasifica grupos de mercancías para que puedan ser identificadas de forma armonizada a nivel internacional (Banco Central del Ecuador, 2019).

Certificación. – proceso de auditoría y entrega de informes a través del cual se determina la conformidad con los estándares y criterios de cumplimiento Fair Trade USA.

CAPITULO II

METODOLOGÍA

2.1 Marco contextual o situacional

2.1.1 Contexto y lugar donde se desarrollará el estudio

La presente investigación se desarrollará en Ecuador, serán consideradas las Organizaciones y empresas dedicadas a la producción y exportación de cacao bajo normativa de Comercio Justo.

2.1.2 Delimitación temporal

La investigación estará limitada temporalmente durante los últimos 4 años desde el 2015 al 2018.

2.2 Desarrollo metodológico

2.2.1 Enfoque de investigación Mixto

El presente trabajo de investigación posee un enfoque de investigación mixto, es cuantitativo de tipo objetiva ya que se ha incurrido en la recolección de cifras para ser procesadas y analizadas. Mediante la medición de la evolución de las exportaciones de Comercio Justo en el periodo 2015-2018, el objetivo es realizar un estudio estadístico para realizar una comparación con el comportamiento de las exportaciones de Comercio Convencional con las exportaciones de Comercio Justo, de tal manera que se evidencie el porcentaje de su participación y la evolución dentro del periodo. La investigación será objetiva, sin alteración alguna de sus variables.

Se analizará la cantidad necesaria de información objetiva, pero para entenderla se necesita saber el porqué de las cosas, de tal manera que es imprescindible realizar un análisis de los factores que

rodean o afectan a las exportaciones de cacao de Comercio Justo, por tal razón también se ha seleccionado el enfoque cualitativo ya que se describirá la percepción de miembros involucrados en el Comercio Justo, que con su experiencia podrán identificar aquellas características fundamentales relacionadas al tema.

2.3 Tipología de la investigación

2.3.1 Por su finalidad aplicada

El presente trabajo es una investigación aplicada porque esta direccionada a descubrir la importancia del sector de exportaciones de cacao de Comercio Justo, mediante la recolección de datos cuantitativos y cualitativos, que permita determinar su aporte en la economía ecuatoriana y en el desarrollo social y ambiental. Hoy en día es un tema bastante llamativo en la Economía Popular y Solidaria del Ecuador, por ello la necesidad de conocer si es una práctica sustentable.

2.3.2 Por las unidades de análisis Mixto

La investigación es in situ, debido a que las entrevistas fueron realizadas directamente a las personas encargadas de las Organizaciones representativas en el tema. Por otro lado, también es de laboratorio ya que la información se obtuvo de fuentes secundarias como del Software Cobus y Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, datos estadísticos relevantes relacionados al tema.

2.3.3 Por el control de las variables No experimental

El objetivo es realizar el estudio natural de los acontecimientos dentro del sector exportador de cacao de Comercio Justo, sin alteración de los datos ni estimulación de resultados.

Los datos cuantitativos y cualitativos serán analizados en base a la investigación realizada en el periodo de estudio de 2015-2018, tal y como se presentan.

2.4 Instrumentos de recolección de información Varios

La entrevista permitirá recolectar información necesaria y específica de las exportaciones de cacao y que se podrán procesarse, cuantificarse y representarlos en gráficas los resultados.

2.5 Procedimiento par recolección de datos Varios

La técnica de documental, información recopilada de fuentes oficiales que proporcionan información valedera, confiable y relevante sobre las empresas intervinientes como PRO ECUADOR, Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y demás páginas relacionadas al tema.

Técnica de campo, por las entrevistas a los representantes de las organizaciones representativas de Comercio Justo.

Base de datos del software Cobus Group, para obtener datos de exportaciones totales de cacao, exportaciones por empresas, principales mercados de destino, etc.

2.6 Cobertura de las unidades de análisis Varios

La unidad de análisis será acorde a la muestra que se obtenga de los exportadores de cacao más representativos de acuerdo a las ventas FOB, de tal manera que se podrá seleccionar la empresa más representativa del sector, dependiendo la característica de selección.

CAPITULO III

ANÁLISIS SITUACIONAL DEL COMERCIO JUSTO

3.1 Aporte de los Principios de Comercio Justo al Desarrollo Sostenible

Para alcanzar un Desarrollo Sostenible será indispensable trabajar y repotenciar modelos, iniciativas, experiencias económicas que buscan alinearse a los ODS. Existen muchas maneras de ser parte del movimiento del cambio y mejora, en cuanto se incluya y se vele por el respeto de lo económico, social, y ambiental toda práctica es valedera.

En la actualidad el Comercio Justo es parte de la defensa de producción y comercialización bajo principios de respeto, solidaridad, cooperación y sostenibilidad ambiental, priorizando que se cumplan los derechos de los pequeños productores para establecer canales de comercio internacional equitativas. Una retribución justa a los productores, la práctica de equidad de género, las buenas prácticas ambientales, han originado a que las condiciones de trabajo sean mejores, decentes, democráticas y asociativo (Ideas Comercio Justo, 2017).

3.1.1 Principios

3.1.1.1 Principio 1: Creación de Oportunidades para Productores en Desventaja Económica.

Tabla 1

Cifras Informativas Principio 1

Cifras Informativas	
736 millones de personas	aún viven en pobreza extrema
11% de la población mundial	vive en la pobreza extrema
1.300 millones de personas	viven en la pobreza multidimensional
50% de las personas que viven en la pobreza	son menores de 18 años
80% de las personas que viven con menos de \$ 1.90	viven en el sur de Asia y África subsahariana
1 de cada 10 personas	es extremadamente pobre

Fuente: (Organización de Naciones Unidas, 2015)

Desde sus inicios el motivo de ser del Comercio Justo han sido los “pequeños productores” que han sido víctimas de injusticias del mercado convencional, lo que les convierte en un sector vulnerable. El Comercio justo busca y lucha por superar estas adversidades, erradicar la pobreza de sus pueblos, para brindarles su independencia económica. También el Comercio Justo busca que las organizaciones se conviertan en autosuficientes, y que junto a sus comunidades y familias logren tener una vida digna, cubriendo cada una de sus necesidades (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016).

Más de 2000 organizaciones productoras de Comercio Justo existentes en el mundo, 75 países América latina, África y Asia, se dedican a la agricultura, luchando poner fin al hambre de sus comunidades, de tal manera que se beneficien de una seguridad alimentaria y agricultura sostenible (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016).

3.1.1.2 Principio 2: Transparencia y Responsabilidad – Rendición de cuentas.

La transparencia juega un rol importante porque contribuye a evitar situaciones discriminatorias, corruptas o de abuso para cualquier persona, mismas que irrumpen el buen desarrollo de las organizaciones. Frente a los consumidores es un aspecto que demuestra confianza y credibilidad (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016).

Por otro lado, parte de la transparencia y responsabilidad está la de sus miembros en la participación de toma de decisiones, la práctica de una cultura democrática. La voz de las mujeres es un aspecto clave, debido a que en muchas comunidades sufren maltrato, discriminación, y solo han sido tomadas en cuenta para tareas domésticas. El hecho de poder n expresarse, dar opiniones, votar, expresar sus necesidades demuestra el apoyo a su desarrollo personal contribuyendo a una transformación social (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016).

3.1.1.3 Principio 3, 4 y 5: Práctica Comerciales Justas, Pago de un Precio Justo, y No al Trabajo Infantil y al Trabajo Forzoso.

Tabla 2
Cifras Informativas Principios 3,4 y 5

Cifras Informativas	
La tasa de desempleo global 5,6% en 2017	192,7 millones de personas desempleadas
13% de desempleo en 2014	jóvenes (entre 15 y 24 años)
300 millones de trabajadores	pobreza extrema
Se necesitarán 470 millones de empleos (2016-20130)	para absorber nuevos participantes en el mercado laboral
Solo el 29% de la población mundial	tiene seguridad social integral
podría agregar USD \$ 28 billones	la igualdad de género en la fuerza de trabajo
El 10% más rico de la población	gana hasta el 40% del ingreso mundial total
desigualdad global récord .70 en 2005	Según el coeficiente de Gini
217 años para cerrar brecha	género en oportunidades de empleo y remuneraciones

CONTINÚA 

aumentó en un 11 % (1990 y 2010)	desigualdad de ingresos en los países en desarrollo
3 veces más probabilidades	morir en el parto las mujeres (rurales)
7,5 centavos (2015)	Por cada dólar enviado a casa (migrantes) tasa base 3%
Cada año se desperdician 1.300 millones de toneladas de alimentos	2.000 millones de personas padecen hambre o desnutrición
2 mil millones de personas en el mundo	tienen sobrepeso u obesidad
Solo el 3% del agua del mundo es potable	los humanos la consumen más rápido de lo que la naturaleza demora en reponerla
20% del consumo global de energía (2013)	provino de fuentes renovables
65,6 millones de personas (2016)	personas desplazadas por la fuerza
10 millones de personas	apátridas en todo el mundo
US \$ 1,26 billones al año	en corrupción, el soborno, el robo y la evasión impositiva
603 millones de mujeres	viven en países donde la violencia doméstica no se considera un delito
En 46 países las mujeres	Hoy tienen más del 30% de los escaños en parlamentos nacionales

Fuente: (Organización de Naciones Unidas, 2015)

Según la (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016) indica que, a través del principio de “*Prácticas Comerciales Justas*” se ve favorecida la reducción de la desigualdad en y entre los países, y para ello se realiza una constante práctica de medidas como:

- Compromiso en la entrega del producto.
- Organizaciones importadoras o comercializadoras realicen el pago del anticipo a los productores para evitar futuros riesgos.
- Organizaciones y empresas que intervienen en el proceso de producción y comercialización creen relaciones duraderas y confiables.
- Cooperativismo.
- Respeto la cultura y tradicionales de los productores.

El reconocimiento de un “*Precio Justo*” ofrece a sus productores, trabajadores y organizaciones, manejar un ingreso que les permita cubrir costos de producción y un salario digno para satisfacer

sus necesidades básicas. En la mayoría de casos el precio es mayor al del mercado, firme e independiente de los acontecimientos que pueden afectar al comercio en general, por lo que facilita realizar una planificación eficiente (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016).

Para poder explotar el lado empresarial del productor, las organizaciones de apoyo brindan capacitaciones en temas de negociación, fijación de precios, empaçado, liderazgo, emprendimiento, trabajo en equipo, etc.

Un principio fundamental es el “*No trabajo infantil, ni forzoso*” de tal manera que se vela porque ningún infante realice actividades que afecte su desarrollo físico, mental, emocional, espiritual o que afecten con su crecimiento educativo formativo. En el caso que de emplear a jóvenes deberán ser mínimo de 17 años, otorgándoles el derecho a continuar con una carrera estudiantil (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016).

También, el movimiento de Comercio Justo activamente dirige campañas de sensibilización y es quien denuncia públicamente la explotación laboral de menores, con la finalidad de velar por un adecuado desarrollo infantil, que en futuras décadas serán quienes contribuyan a la economía de sus comunidades, por último es indispensable recalcar muchas organizaciones de Comercio Justo destinan parte de su ganancia en proyectos educativos, becas estudiantiles, ayuda para compra de útiles escolares, y obras de centros educativos (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016).

3.1.1.4 Principio 6: Compromiso con la No Discriminación, la Igualdad de Género y el Empoderamiento Económico de la mujer y la Libertad de Asociación.

Tabla 3

Cifras Informativas Principio 6

Cifras Informativas	
Las mujeres ganan solo 77 centavos	por cada dólar que ganan los hombres haciendo el mismo trabajo
7 de cada 10 mujeres en todo el mundo	experimentan violencia física y/o sexual en algún momento de su vida
Menos del 20% de los propietarios de tierras	son mujeres
750 millones de mujeres y niñas vivas	se casaron antes de cumplir 18 años
Dos tercios de los países del mundo	alcanzado la paridad de género en la educación primaria
22.8% de todos los parlamentarios nacionales eran mujeres (2016)	frente al 11.3% en 1995

Fuente: (Organización de Naciones Unidas, 2015)

La desigualdad entre mujeres y hombres se observa fundamentalmente en el espacio laboral, en lo que refiere a oportunidades, pagos y posiciones. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO indica que el superar las desigualdades de género puede contribuir a la disminución de número de personas que pasan hambre (Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños, 2018).

Las mujeres en la agricultura, contribuyen con el 70% de la mano de obra en los países más pobres del mundo, sin embargo, son retribuidas en menor porcentaje que los hombres, dejándoles de lado al momento de adquirir una propiedad y créditos. El desarrollo económico no siempre significa una distribución justa de las utilidades entre hombres y mujeres, y se deberá implantar acciones correctivas para alcanzar una igualdad en remuneración (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016).

El Comercio Justo como movimiento, junto a las organizaciones que lo representan o lideran a través de estrategias, talleres y capacitaciones de formación, trabajan en concienciar a todos sus

miembros sobre la igualdad de género en las comunidades. Además, impulsa a la afiliación y participación de las y los productores a asociaciones, cooperativas, redes que busquen la mejora de sus condiciones de vida (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016).

3.1.1.5 Principio 7: Garantizar buenas condiciones de trabajo.

Tabla 4

Cifras Informativas Principio 7

Cifras Informativas	
Cada año, más de 6 millones de niños	mueren antes de su quinto cumpleaños
Casi el 200% de probabilidad de morir	los niños que nacen en la pobreza
Se han evitado casi 15,6 millones de muertes desde 2000	con las vacunas contra el sarampión
Se evitaron más de 6,2 millones de muertes por malaria (2000 y 2015)	principalmente en niños menores de 5 años en África
50% de disminución	mueres maternas desde (1990)
2,1 millones de personas contrajeron el VIH en 2013	un 38% menos que en 2001

Fuente: (Organización de Naciones Unidas, 2015)

Las Naciones Unidas en un estudio establecen que hay 2,3 millones de muertes al año de personas en el mundo a causa de un accidente en el lugar de trabajo o a una enfermedad profesional, y que diariamente 860.000 personas sufren lesiones laborales. En el ámbito de la agricultura es un escenario triste, porque carecen de contratos legales o garantías de salud o seguridad, lo que crea un alto riesgo de exposición para los trabajadores (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016).

El Comercio Justo al ser consciente de las necesidades de sus productores, y trabajadores, hombres, mujeres, y jóvenes, busca el hacer cumplir el derecho de buenas condiciones de trabajo, adaptándose a la normativa y legislación de cada país, prevaleciendo en cualquier instancia el bien común y humanitario.

3.1.1.6 Principio 8: Desarrollo de Capacidades.

Tabla 5

Cifras Informativas Principio 8

Cifras Informativas	
91% en matriculación educación primaria	en países en desarrollo
Aun así, 57 millones de niños de edad primaria	permanecen fuera de la escuela (más de la mitad en África)
1 de cada 4 niñas	no asiste a la escuela
50% niños no escolarizados en edad de asistir a la escuela primaria	viven en zonas afectadas por conflictos
103 millones de jóvenes en el mundo	son analfabetos, y más del 60% de ellos son mujeres
6 de cada 10 niños y adolescentes	no logran un nivel de competencia mínima en lectura y matemáticas
400 millones de personas	carecen de acceso a saneamiento básico
800 millones de personas	carecen de acceso a agua potable
40% de reducción de productividad de las empresas	ubicadas en países africanos de bajos ingresos
2.6 mil millones de personas	no tienen acceso permanente a electricidad
4 mil millones de personas	no tienen acceso a Internet - (90%) países en desarrollo
30% de los productos agrícolas	se someten a procesamiento industrial - (80%) países desarrollados

Fuente: (Organización de Naciones Unidas, 2015)

A través de este principio las organizaciones de Comercio Justo crean diferentes planes de preparación para sus productores y trabajadores, para potenciar sus capacidades de producción, y negociación. Las capacitaciones van enfocadas a los aspectos técnicos, calidad, mercadotecnia, prácticas de producción, precios, tendencias de consumo, etc. Además, que se forman como emprendedores, líderes solidarios que ayudan a sus comunidades para alcanzar desarrollo social y social, bajo practica del respeto del medio ambiente.

3.1.1.7 Principio 9: Promoción del Comercio Justo.

Todas las organizaciones, productores, comerciantes y demás personas inmersas y practicantes de Comercio Justo son responsables no solo de transmitir el beneficio del producto, sino también y lo primordial el dar a conocer el cómo fue elaborado, por quién, y bajo qué

condiciones para que puedan tener los consumidores una mayor perspectiva de esta práctica sostenible.

Igualmente, estas organizaciones difunden los principios de Comercio Justo, campañas y planes de sensibilización sobre justicia comercial, equidad, buenas condiciones de trabajo, desarrollo sostenible, etc. Estos temas están dirigidos a diferentes segmentos de la sociedad como consumidores, centros educativos, medios de comunicación, empresas públicas y privadas etc (Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños, 2018).

Existe también, una campaña “*Ciudades y pueblos Latinoamericanos por el Comercio Justo*”, liderado por la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo CLAC, y WFTO-LA, la Oficina Regional para Latinoamérica de la Organización Mundial del Comercio Justo, y desde el 2016 SPP-GLOBAL, en donde se desarrolla el trabajo de incidencia y sensibilización, de la mano de instituciones del estado como con las empresas, con el objetivo de colaborar desde diferentes ciudades la ideología, principios y prácticas del comercio justo, para construir un nuevo esquema de comercio, más solidario y equilibrado (Ciudades y Pueblos Latinoamericanos por el comercio Justo, 2019).

En Latinoamérica la campaña tiene como actores a seis países, entre ellos: Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador, Honduras y Paraguay. En Ecuador se encuentran declaradas como ciudades de Comercio Justo a Riobamba y Quito (primera capital nacional latinoamericana). Consiste principalmente en que las ciudades sean interlocutores entre ciudadanos y autoridades, para que se pueda llegar al mayor público posible, transformándolos en consumidores responsables, que aporten activamente al movimiento.

3.1.1.8. Principio 10: Respeto por el Medio Ambiente.

Tabla 6
Cifras Informativas Principio 10

Cifras Informativas	
1,700 millones de personas (1990-2010)	con acceso a electricidad
1 de cada 7 personas	no tiene acceso a la electricidad (áreas rurales)
La energía representa alrededor del 60%	emisiones mundiales de gases de efecto invernadero
Mejorar los estándares de eficiencia	podría reducir el consumo global de electricidad en un 14%
Más del 40% de la población mundial, 3 mil millones de personas	dependen de combustibles contaminantes e insalubres para cocinar
Más del 20% de la energía a partir del 2011	se genera a través de fuentes renovables
Aumentó en 0.85 ° C	la temperatura global (1880-2012)
Se pierde 1.07 millones de km ²	de hielo cada década desde 1979
Aumentó en 19 cm (1901-2010)	el nivel del mar promedio a nivel mundial
Por cada 1 grado Celsius de aumento de temperatura	los rendimientos de granos disminuyen en aproximadamente un 5%
Desde 1970, la cantidad de desastres naturales	se ha más que cuadruplicado a alrededor de 400 por año
Más de 3.000 millones de personas	dependen de la biodiversidad marina y costera para su sustento
Alrededor de 1.600 millones de personas	dependen de los bosques para su sustento
Los bosques albergan a más del 80%	de todas las especies terrestres de animales, plantas e insectos
En todo el mundo, 2.600 millones de personas	dependen directamente de la agricultura para ganarse la vida
De las 8.300 razas de animales conocidas,	el 8% está extinto y el 22% está en peligro de extinción
Hasta el 80% de las personas que viven en áreas rurales	dependen de medicinas tradicionales basadas en plantas para su salud
De las más de 80.000 especies de árboles	menos del 1% se ha estudiado para su posible uso

Fuente: (Organización de Naciones Unidas, 2015)

Como consecuencia de las sequías, se pierde 12 millones de hectáreas cada año, en donde se podría cultivar 20 millones de toneladas de cereales, pero en el caso de adoptar medidas correctivas en el comportamiento de producción, es posible limitar el calentamiento global. Parte de la solución

para minimizar el impacto de emisión de gases de invernadero es tomar en cuenta a las pequeñas organizaciones agrícolas (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016).

Según la (Organización de Naciones Unidas, 2015) recomienda que las organizaciones deberían incluir en sus planes estratégicos tres líneas de acción para frenar el cambio climático, mismas que son también practicadas por organizaciones de Comercio justo:

- Mejorar su eficiencia energética,
- Reducir la huella de carbono de sus productos y procesos, y;
- Establecer metas para la reducción de las emisiones de carbono.

Con la inserción de una práctica sostenible actuando con respeto al planeta, se puede utilizar de una manera sostenible la energía, agua, suelos y demás recursos naturales, y de la misma manera la eliminación de fertilizantes químicos (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016).

3.1.1.9 Principio 11: Respeto y difusión de la identidad cultural (nuevo principio que inserta Latinoamérica)

El Comercio Justo es el organismo que protege la identidad cultural, costumbres y tradicionales de las comunidades productoras para que se vea reflejado en la elaboración de artesanía y productos. Abarca también una identidad ancestral donde incluye los insumos, instrumentos o maquinaria, y el diseño utilizados en el proceso de producción, misma que deberá ser protegida, divulgada y desarrollada (Cesar Marcillo).

3.2 Correlación de los Principios de Comercio Justo y las Metas de los ODS.

Los diez principios del Comercio Justo se proponen como aliado estratégico para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en la siguiente matriz se muestra la relación que mantienen los principios junto a las metas ODS:

1. Oportunidades para comunidades productoras desfavorecidas	<ul style="list-style-type: none">• Meta 1.4. Garantizar el acceso a recursos (propiedad, control de las tierras, recursos naturales, nuevas tecnologías) de las comunidades rurales.• Meta 1.6. Movilizar recursos para luchar contra la pobreza• Meta 2.3. Duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los pequeños productores.
2. Transparencia y responsabilidad de las organizaciones	<ul style="list-style-type: none">• Meta 16.6 Crear instituciones eficaces, responsables y transparentes• Meta 16.7 Garantizar la adopción de decisiones inclusivas, participativas y representativas
3. Prácticas comerciales justas	<ul style="list-style-type: none">• Meta 17.11 Promover un sistema de comercio internacional equitativo.
4. Pago justo	<ul style="list-style-type: none">• Meta 2.1. Asegurar el acceso a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año.
5. No al trabajo infantil, no al trabajo forzoso	<ul style="list-style-type: none">• Meta 8.7. Erradicación del trabajo forzoso y la explotación infantil.
6. No a la discriminación, igualdad de género, libertad de asociación	<ul style="list-style-type: none">• Meta 5.5. Igualdad de oportunidades de liderazgo y participación plena y efectiva de las mujeres en la toma de decisiones en el ámbito económico• Meta 5.7. Acceso al control de tierras de las mujeres en condiciones de igualdad.
7. Buenas condiciones de trabajo	<ul style="list-style-type: none">• Meta 8.5. Trabajo decente y equitativo para todas y todos• Meta 10.2. Promover la inclusión social, económica y política evitando cualquier tipo de discriminación

CONTINÚA 

8. Desarrollo de capacidades	<ul style="list-style-type: none">• Meta 2.4. Asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad.
9. Promoción del comercio justo	<ul style="list-style-type: none">• Meta 17.3 Movilizar recursos financieros a países empobrecidos
10. Respeto al medio ambiente	<ul style="list-style-type: none">• Meta 2.6. Mantener la diversidad genética de las semillas y las plantas cultivadas mediante una buena gestión de los bancos de semillas.• Meta 1.5 y meta 13.1. Resiliencia ante el cambio climático• Metas 10.4 y meta 13.5. Aumentar la capacidad de gestión eficaz en relación con el cambio climático.

Figura 3 Relación entre los Principios de Comercio Justo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Fuente: (Organización Mundial del Comercio Justo, 2018)

El Comercio Justo mediante sus principios y filosofía, ayuda definitivamente al cumplimiento y desarrollo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, poseen en común la perspectiva integral, trabajo solidario y la necesidad de crear alianzas.

3.3 El Comercio Justo en el Ecuador

Uno de los principales objetivos de la idea de “Comercio Justo” es otorgar a los pequeños productores una apertura más directa a los mercados, para su producción de una manera justa y equitativa, en donde todos mediante una buena práctica comercial, pueden ganar. A través de esta práctica se busca impulsar el consumo responsable, a través de una cadena productiva más amigable con el medio ambiente, trabajo comunitario y solidario, de tal manera que se reconozca el esfuerzo del productor y sus organizaciones (Coscione, 2017).

El inicio de Comercio Justo nace en el Ecuador hace unos 70 años atrás con la iglesia católica, dirigido por sacerdotes quienes, mediante el voluntariado, ayuda comunitaria y trabajo comunitario, daban los primeros pasos en un comercio solidario. A continuación, se muestran

ordenados cronológicamente los acontecimientos más destacados del Comercio Justo en el Ecuador:

Tabla 7*Acontecimientos importantes en la historia del Comercio Justo en Ecuador*

Organizaciones	Acontecimientos Importantes	Año
Grupo Salinas	Para ese entonces las comunidades y pequeños productores tenían ya una visión de Asociatividad, y es donde nace el Grupo Salinas en Guaranda con ideas de una comercialización comunitaria justa de sus productos y servicios.	1970
Fondo Ecuatoriano Populorum Prograssio (FEPP)	El Fondo Ecuatoriano Populorum Prograssio (FEPP) crea Camari como una organización que brinda apoyo en la comercialización solidaria, de pequeños productores y artesanos de comunidades más necesitadas.	1981
Maquita Cushunchic	Comercializando como Hermanos (MCCH), nace como una idea de apoyo en la comercialización de productos de los sectores del Sur de Quito, tomando como base el voluntariado y las comunidades eclesiales, generando una relación directa entre productores y consumidores de la capital.	1985
Fundación Sinchi Sacha - Fundación Chankuap	Sinchi Sacha es una organización que trabaja alineada en temas de comercialización bajo el respeto de la identidad cultural. De igual manera Chankuap tiene gran incidencia en la Amazonía, colaborando con el desarrollo de los pueblos étnicos de la zona.	1990
Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria (RELACC)	Se crea con la misión de impulsar la comercialización comunitaria mediante redes nacionales de intercambio solidario en América Latina.	1991
Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ)	Legalizada en el 2010 como Unión Nacional de Asociaciones Pequeños Productores Agropecuarios Certificados en CJ del Ecuador. Sus miembros son 11 organizaciones certificadas FLO que trabajan con productos como cacao, café, banano, cereales, aromáticas y mermeladas.	2003
Consortio Ecuatoriano de Economía Solidaria y Comercio Justo del Ecuador	Organismo de acontecimiento público, impulso del comercio justo y responsable.	2011

Fuente: (Fondo Ecuatoriano Populorum Prograssio, 2019)

3.4 Economía Popular y Solidaria del Ecuador

Esta entidad pública se encuentra alineada en valores institucionales como solidaridad y cooperación, dando prioridad al ser humano ante cualquier actividad comercial, como el punto más importante para que estas se desarrollen. Busca velar por el buen vivir, respetando a la naturaleza por sobre cualquier ganancia monetaria.

Las organizaciones de EPS se guían en base a los siguientes principios:

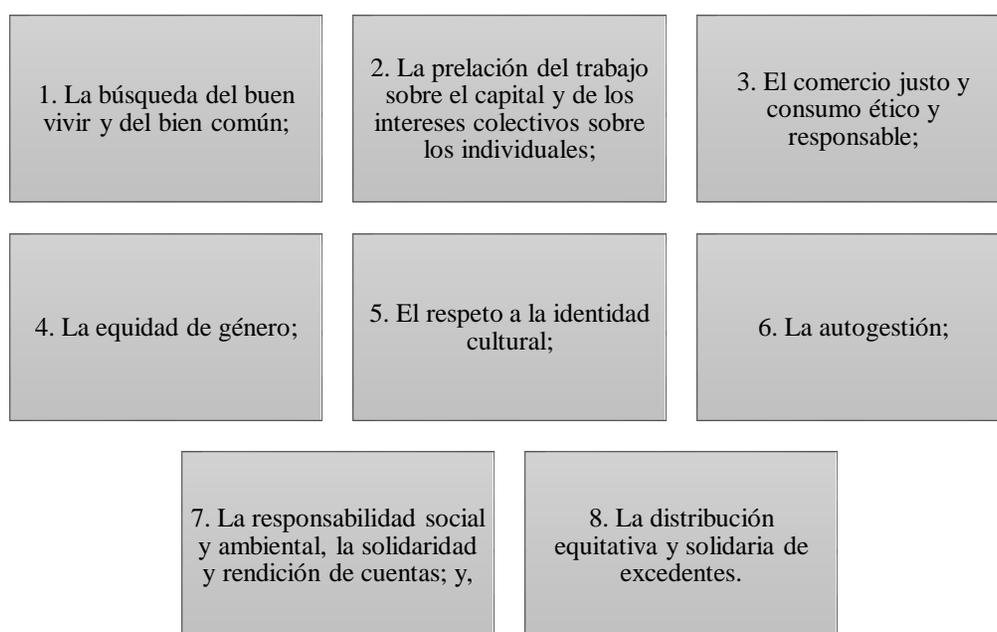


Figura 4 Principios de la Economía Popular y Solidaria
Fuente: (Secretaría de Economía Popular y Solidaria, 2018).

Productores y exportadores de cacao ecuatoriano bajo normativa de Comercio Justo en constante trabajo con el Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca buscan mediante la Economía Popular y Solidaria trabajar bajo principios de cooperación y Asociatividad, solidaridad, comercio justo, responsabilidad social, distribución equitativa, equidad de género, para poder (Economía Solidaria, 2018).

3.5 Certificaciones Internacionales utilizadas en Ecuador

La productividad y la calidad son dos variables que van de la mano al momento de hablar de cacao ecuatoriano, y al ser parte de una comercialización justa los pequeños productores deberán invertir al menos un 25% para implementar estrategias para poder mantenerse con estas variables dentro del mercado (PRO ECUADOR, 2017). Para ello las organizaciones han optado por conseguir certificaciones reconocidas a nivel mundial en el mundo del Comercio Justo, y entre ellas están: Fair Trade Labelling Organization (FLO), Organización Mundial de Comercio Justo (WTO), Símbolo de Pequeños Productores (SPP). A continuación, se muestran los sellos utilizados:



Figura 5 Certificaciones en el Ecuador
Fuente: (PRO ECUADOR, 2017)

3.5.1 Pasos para obtener una Certificación de Comercio Justo

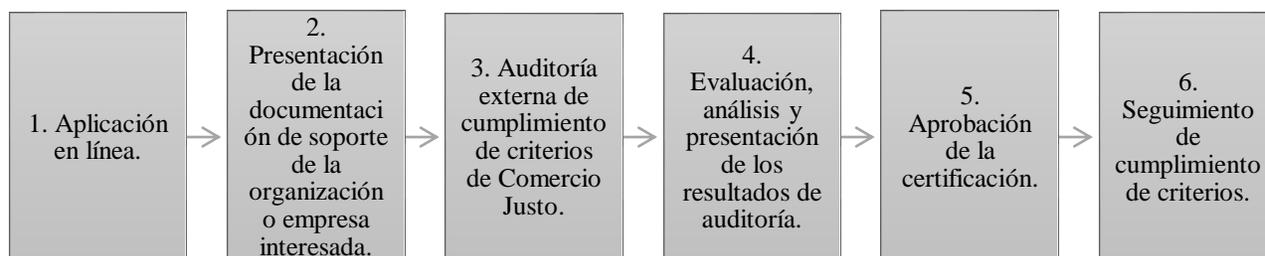


Figura 6 Pasos para certificación de Comercio Justo
Fuente: (PRO ECUADOR, 2017)

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis Económico

De acuerdo al inventario de PROECUADOR (2017) existen empresas, y organizaciones calificadas de Comercio Justo mismas que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 8

Empresas ecuatorianas comercializadoras de cacao de Comercio Justo

Empresas dedicadas a la comercialización de cacao de Comercio Justo								
Producto: cacao ecuatoriano								
Nombre	Provincia	Producto certificado	Certificación			Exporta	Tipo de organización	
			WTO	FLO	SPP		E.P	EPS
CORPORACIÓN GRUPO SALINAS	Bolívar	Cacao en grano / Chocolate	X	-	-	Sí	-	X
UNIÓN REGIONAL DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DEL LITORAL UROCAL	El Oro	Cacao en grano	-	X	X	Sí	-	X
ASOCIACIÓN ARTESANAL SABOR ARRIBA	Esmeraldas	Cacao en grano	-	X	X	Sí	-	X
CORPORACIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS - COCPE	Esmeraldas	Cacao en grano	-	X	-	Sí	-	X
UNIÓN DE ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES DE CACAO ARRIBA ESMERALDAS - UOPROCAE -	Esmeraldas	Cacao en grano	-	X	-	Sí	-	X
UNIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS CACAOTERAS UNOCACE	Guayas	Cacao en grano	-	X	-	Sí	-	X
ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES NUEVOS HORIZONTES	Guayas	Cacao en grano	-	X	-	No	-	X

CONTINÚA 

AGROINDUSTRIAS ARRIBA DEL ECUADOR S.A.	Guayas	Cacao en grano	-	X	-	Sí	X	
FEDERACIÓN REGIONAL DE ASOCIACIONES DE PEQUEÑOS CAFETALEROS ECOLÓGICOS DEL SUR - FAPECAFES -	Loja	Cacao en grano	-	-	X	Sí	-	
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES ORGÁNICOS DE VINCES - APOVINCES -	Los Ríos	Cacao en grano	-	X	-	Sí	--	X
ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA PRODUCTORES ZONA NORTE - ASOPROAGRIZON -	Los Ríos	Cacao en grano	-	X	-	Sí	-	X
A&D SÁNCHEZ ADSANCOCOA S.A.	Los Ríos	Cacao en grano	-	X	--	Sí	X	X
CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE	Manabí	Cacao en grano	-	X	-	Sí	-	-
FUNDACIÓN CHANKUAP	Morona Santiago	Cacao en grano	X	-	-	Sí	-	X
FUNDACIÓN MCCH	Pichincha	Cacao en grano / Chocolate	X	X	-	Sí	-	X
ECUATORIANA DE CHOCOLATES ECUACHOCOLATES S.A.	Pichincha	Cacao en grano	-	X	-	Sí	X	X
HOJA VERDE GOURMET	Pichincha	Cacao en grano	-	-	X	Sí	X	-
SKS FARMS	Pichincha	Cacao en grano	-	-	X	Sí	X	-
ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS EXPORTADORES AGROPECUARIOS ORGÁNICOS DEL SUR DE LA AMAZONIA ECUATORIANA APEOSAE	Zamora Chinchepe	Cacao en grano	-	-	X	Sí	-	-

Fuente: (PRO ECUADOR, 2018)

Hay que destacar que para que un producto pueda calificar bajo Comercio Justo, será indispensable el cumplimiento de los diez principios establecidos por la Organización Mundial de

Comercio; además de conseguir un resultado favorable a la auditoria que se realizará a la organización o empresa (PRO ECUADOR, 2017).

4.1.1. Análisis por partida arancelaria

El sector exportador de cacao ecuatoriano bajo Comercio Justo se centra en cinco partidas arancelarias, las cuales detallo a continuación:

18.01 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.

1. Para siembra 1801.00.11.00

2. Los demás 1801.00.19.00

3. Orgánico certificado 1801.00.19.10

4. Los demás 1801.00.19.90

5. Tostado 1801.00.20.00

Tabla 9*Exportaciones de cacao de Comercio Justo de empresas ecuatorianas*

Organizaciones y empresas ecuatorianas exportadoras				
Cacao de Comercio Justo				
Periodo 2015-2018				
EMPRESAS	FOB	% ACUM.	FREC.ACUM	% PART.
Agroindustrias arriba del ecuador Agroarriba S.A.	\$305.796.504,28	80,40%	\$305.796.504,28	80,40%
Sweet & Chocolate S.A. Sweetchoco	\$21.900.224,00	86,16%	\$327.696.728,28	5,76%
A&D Sánchez ADSANCOCOA S.A.	\$18.145.334,18	90,93%	\$345.842.062,46	4,77%
Fundación MCCH Maquita Cushunchic comercializando como hermanos	\$9.928.859,58	93,54%	\$355.770.922,04	2,61%
Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras UNOCACE	\$8.365.205,96	95,74%	\$364.136.128,00	2,20%
Corporación Grupo Salinas	\$5.233.134,12	97,11%	\$369.369.262,12	1,38%
Corporación Fortaleza del Valle	\$4.295.061,72	98,24%	\$373.664.323,84	1,13%
Asociación Artesanal Sabor Arriba	\$3.834.448,78	99,25%	\$377.498.772,62	1,01%
Asociación de Productores Orgánicos de Vinges APOVINCES	\$1.377.640,00	99,61%	\$378.876.412,62	0,36%
Unión regional de organizaciones campesinas del litoral UROCAL	\$634.085,54	99,78%	\$379.510.498,16	0,17%
Corporación de organizaciones campesinas de la provincia de Esmeraldas	\$349.881,40	99,87%	\$379.860.379,56	0,09%
Productos SKSFARMS CIA. LTDA.	\$271.719,03	99,94%	\$380.132.098,59	0,07%
Federación regional de asociaciones de pequeños cafetaleros ecológicos del Sur	\$209.000,00	100,00%	\$380.341.098,59	0,05%
Ecuatoriana de chocolates Ecuachocolates S.A.	\$8.405,64	100,00%	\$380.349.504,23	0,00%
Hoja verde gourmet HOVGO S.A.	\$1.000,00	100,00%	\$380.350.504,23	0,00%
TOTAL	\$380.350.504,23			100,00%

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

En la presente tabla se puede observar a las quince Organizaciones y empresas practicantes de Comercio Justo, mismas que han mantenido exportaciones en el periodo 2015-2018 de cacao. Se puede evidenciar que Agroindustrias Arriba del Ecuador AGROARRIBA S.A. es una empresa privada que reúne en estos últimos cuatro años un FOB Total de USD 305.796.504,28, lo que le hace acreedora a una participación mayoritaria del 80.40% del mercado de Comercio Justo.

Se ha considerado pertinente realizar una comparación entre las exportaciones Convencionales y de Comercio Justo.

Tabla 10

Comparación de Exportaciones Convencionales y de Comercio Justo

EXPORTACIONES TOTALES MILES DE DÓLARES Y TONELADAS

COMERCIO JUSTO										
PARTIDAS	2015		2016		2017		2018		TOTAL FOB	TOTAL KG
	FOB	KG	FOB	KG	FOB	KG	FOB	KG		
1801.00.11.00	\$74.910,59	6.691	\$4.823,00	455	\$2.687,10	260	-	-	\$82.420,69	7.406
1801.00.19.00	\$89.496.134,97	27.280.992	\$47.479.745,32	14.413.651	-	-	-	-	\$136.975.880,29	41.694.642
1801.00.19.10	-	-	-	-	\$457.600,00	-	\$255.000,00	74.495	\$712.600,00	196.755
1801.00.19.90	-	-	\$47.275.782,08	14.294.818	\$106.879.678,42	41.400.090	\$88.050.512,33	31.164.910	\$242.205.972,83	86.859.818
1801.00.20.00	\$187.302,35	50.091	\$26.061,66	2.680	\$87.011,33	7.976	\$73.255,08	7.569	\$373.630,42	68.316
TOTALES	\$89.758.347,91	27.337.774	\$94.786.412,06	28.711.604	\$107.426.976,85	41.408.326	\$88.378.767,41	31.246.973	\$380.350.504,23	128.826.937
COMERCIO CONVENCIONAL										
PARTIDAS	2015		2016		2017		2018		TOTAL FOB	TOTAL KG
	FOB	KG	FOB	KG	FOB	KG	FOB	KG		
1801.00.00.00	\$32,50	-	\$101,30	-	\$756,60	-	-	-	\$890,40	0
1801.00.11.00	\$74.923,59	6.691	\$4.823,00	455	\$2.687,10	260	-	-	\$82.433,69	7.406
1801.00.19.00	\$772.722.791,20	234.365.424	\$393.762.962,59	119.566.235	-	-	-	-	\$1.166.485.753,79	353.931.659
1801.00.19.10	-	-	\$2.586.351,27	781.675	\$2.101.200,63	518.131	\$3.172.462,30	1.182.999	\$7.860.014,20	2.482.805
1801.00.19.90	-	-	\$413.227.034,73	140.197.279	\$664.644.808,33	296.346.494	\$609.899.994,76	229.954.107	\$1.687.771.837,82	666.497.880
1801.00.20.00	\$12.308.673,23	3.451.434	\$564.211,22	98.993	\$1.378.847,21	347.705	\$548.646,81	233.834	\$14.800.378,47	4.131.966
TOTALES	\$785.106.420,52	\$237.823.548	\$810.145.484,1	\$260.644.63	\$668.128.299,8	\$297.212.59	\$613.621.103,8	\$231.370.94	\$2.877.001.308,3	1.027.051.71

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

Se puede observar en la presente tabla que durante el periodo 2015-2018 las Asociaciones y empresas dedicadas a la Exportación de Cacao ecuatoriano de Comercio Justo alcanzaron un total de USD 380.350.504,23 y 128.826.937 Kg, y se puede determinar que en el año 2017 fue donde alcanzó sus mejores ventas. Por otro lado, las exportaciones de Cacao Convencional alcanzaron un total de USD 2.877.001.308,37 y 1.027.051.717 Kg, siendo el 2016 el año donde alcanzó sus mejores ventas totales.

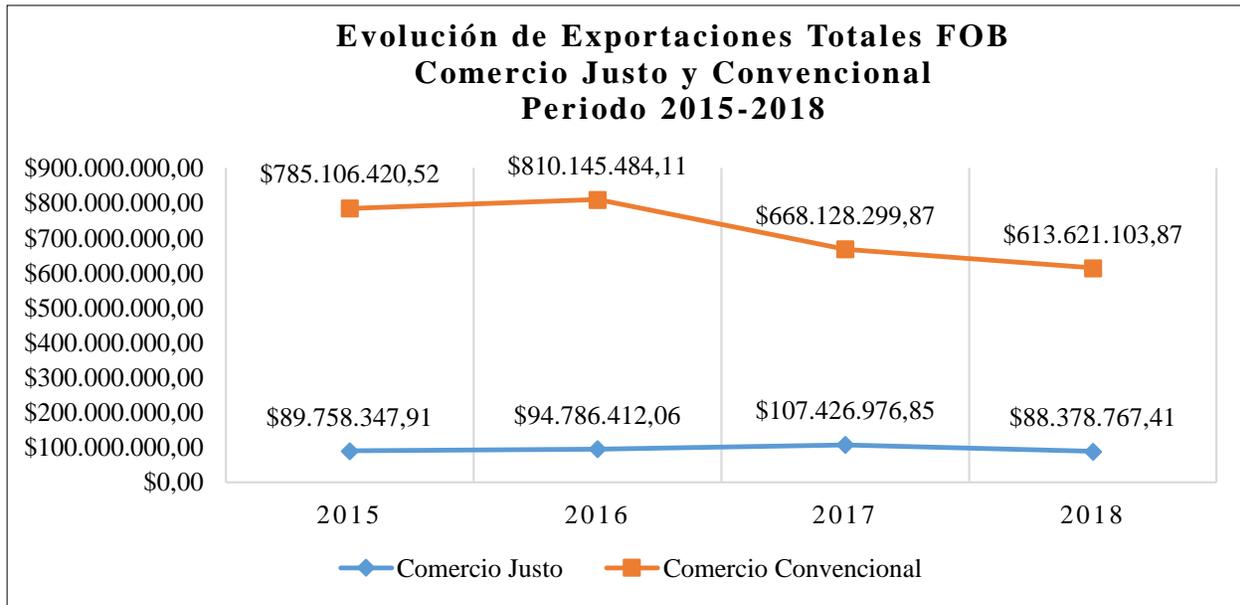


Figura 7 Evolución de Exportaciones Totales FOB
Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

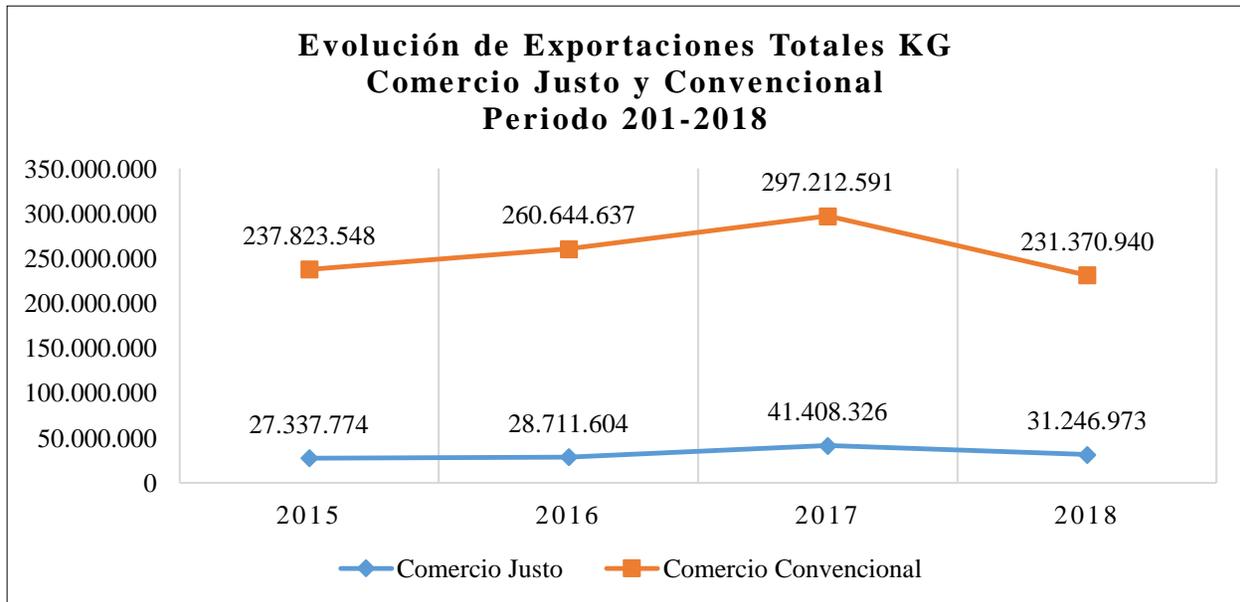


Figura 8 Evolución de Exportaciones Totales KG
Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

Dentro de las dos gráficas se puede presenciar como el Comercio Convencional mantiene una posición de dominio sobre el Comercio Justo, mostrando que se lleva la mayor parte del mercado

de las exportaciones de cacao ecuatoriano, sin embargo, en el año 2017 no fue tan beneficioso debido a la caída de los precios del cacao.

Las exportaciones de empresas u organizaciones dedicadas al Comercio Justo por el contrario han experimentado una tendencia de crecimiento a pesar de la crisis, lo que permite pensar que este producto se mantiene en precios y volúmenes, a pesar de factores externos que pueden ser perjudiciales para la industria.

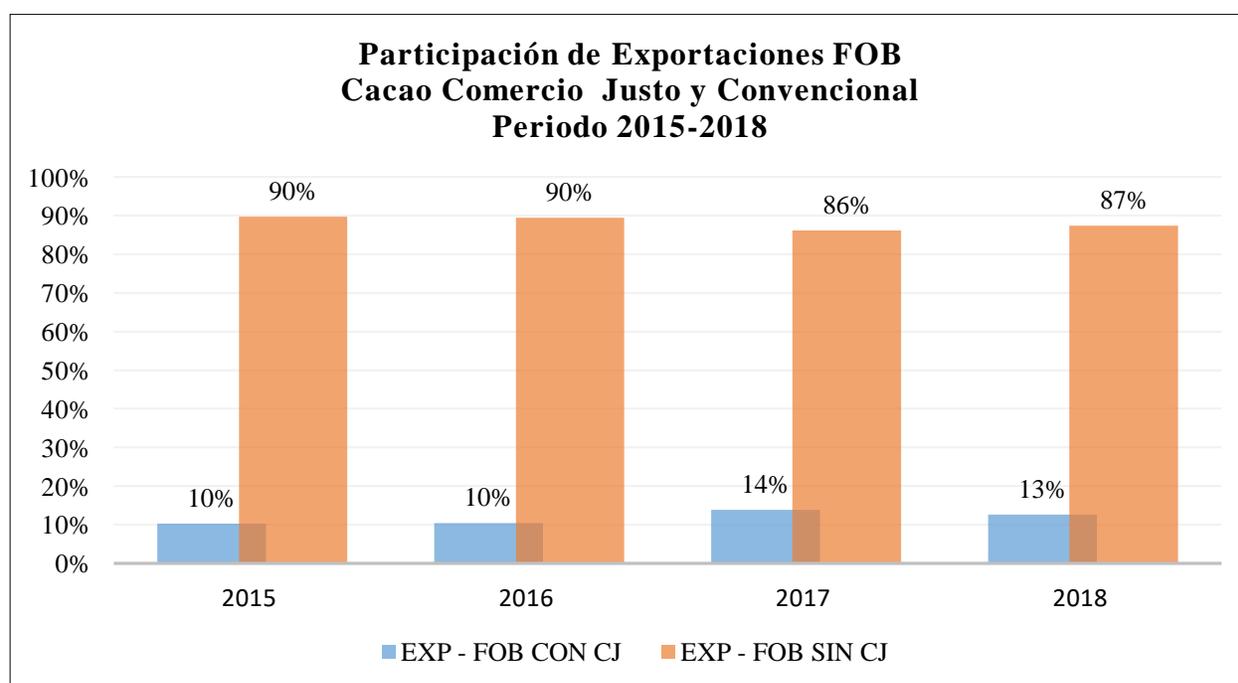


Figura 9 Participación de Exportaciones FOB
Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

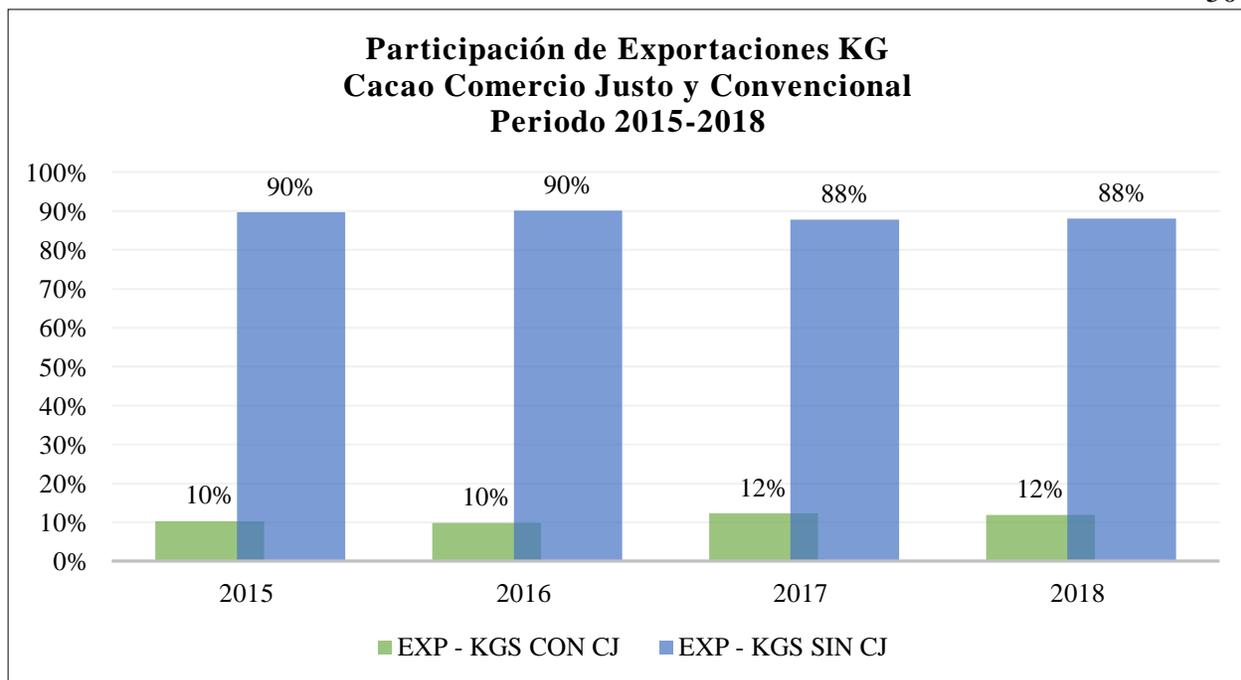


Figura 10 Participación de Exportaciones KG
Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

Realizando una comparación entre las Exportaciones del cacao ecuatoriano de Comercio Justo y Convencional dentro del periodo 2015-2016, se puede evidenciar que el Comercio Convencional es el que predomina manteniendo en promedio del 89% del mercado, sin embargo, el Comercio Justo incrementa su posicionamiento a pasos lentos alcanzando un promedio de 12% en el todo periodo.

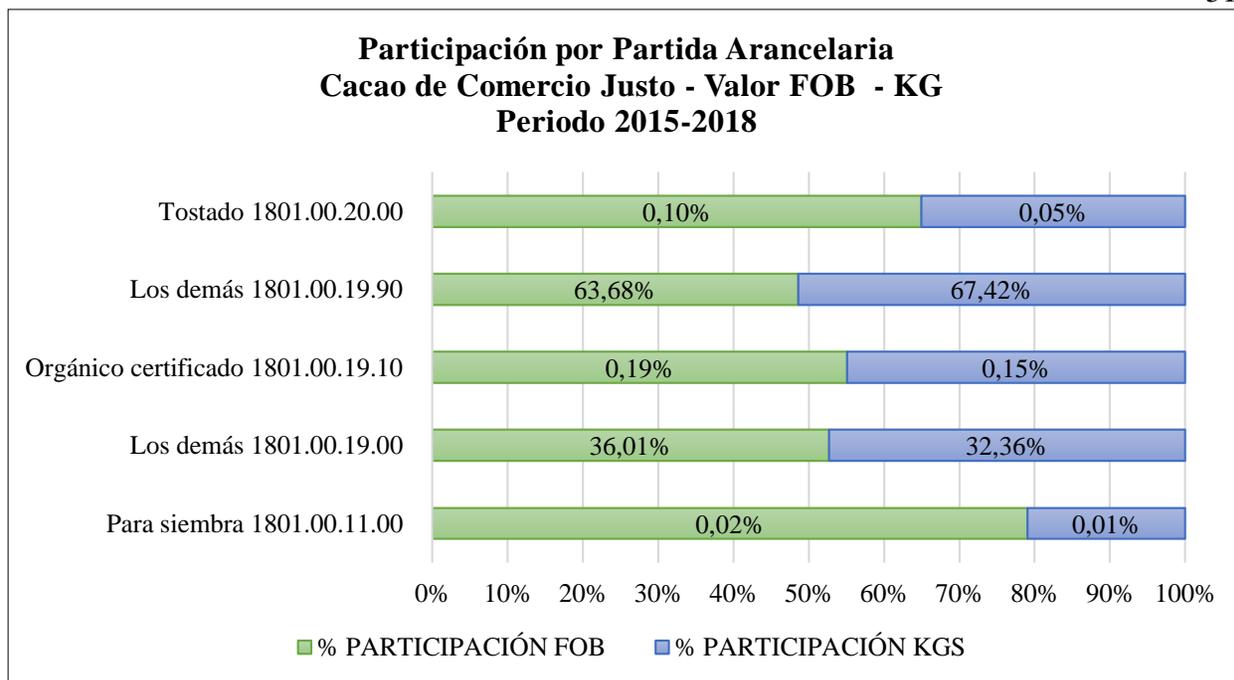


Figura 11 Participación por Partida Arancelaria Cacao de Comercio Justo
Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

Al realizar un análisis de la participación en el mercado de las exportaciones de cacao de Comercio Justo del periodo 2015-2018, se puede visualizar que la partida arancelaria con mayor participación pertenece a la 1801.00.19.90 (Los demás) con 63.68% del total FOB y con 67.42% del total KG.

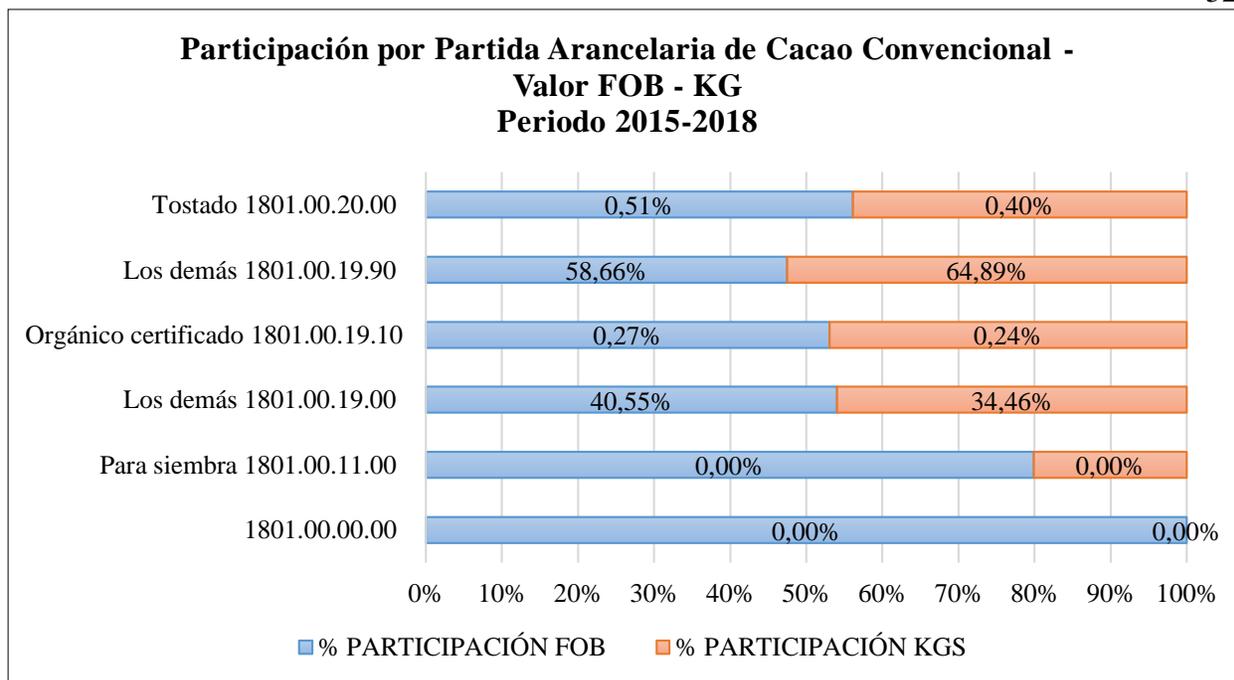


Figura 12 Participación por Partida Arancelaria de Cacao Convencional
Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

Visualizando la gráfica de la participación en el mercado de las exportaciones de cacao de Comercio Convencional del periodo 2015-2018, se puede observar que la partida arancelaria con mayor participación pertenece a la 1801.00.19.90 (Los demás) con 58.66% del total FOB y con 64.89% del total KG.

Tabla 11

Variación porcentual de exportación de cacao convencional

Crecimiento de Exportaciones de Cacao Convencional		
Años	FOB USD	% Crecimiento
2015	\$785.106.420,52	
2016	\$810.145.484,11	3,19%
2017	\$668.128.299,87	-17,53%
2018	\$613.621.103,87	-8,16%
Total General	\$2.877.001.308,37	-7,50%

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

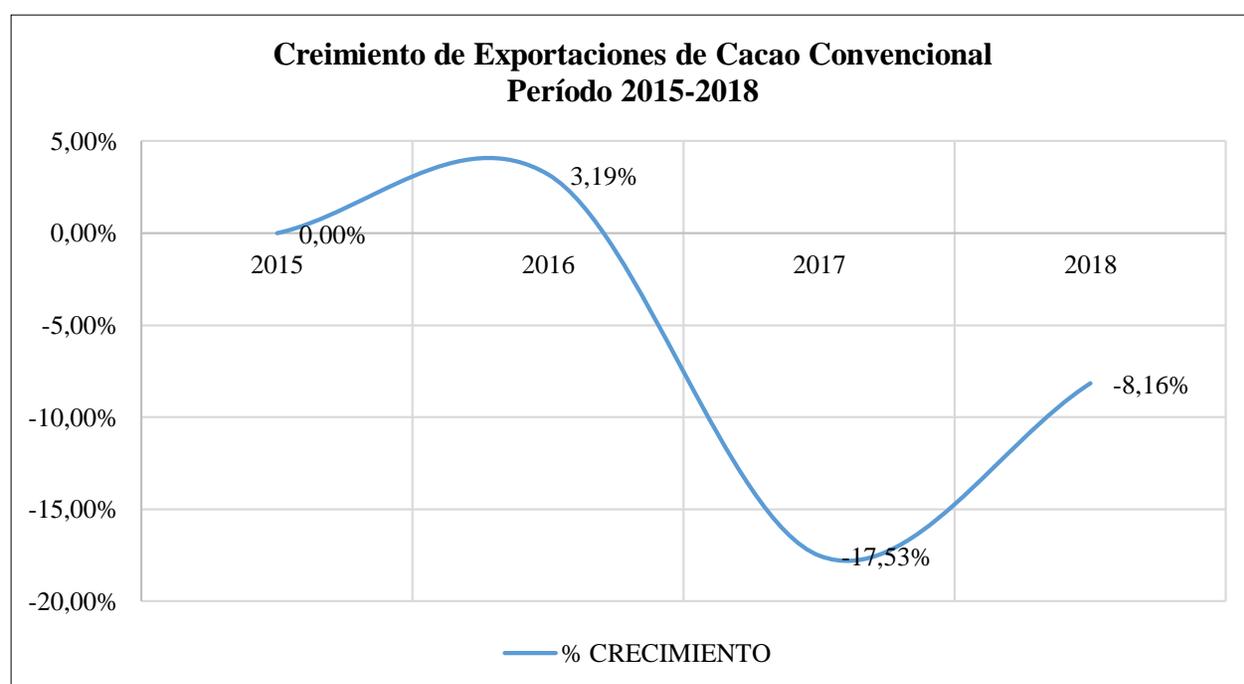


Figura 13 Crecimiento de Exportaciones de Cacao Convencional

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

Al analizar la tasa de crecimiento en el periodo de estudio de exportaciones de Cacao Convencional, se puede observar que en el año 2017 existió una disminución de las exportaciones totales, lo cual significó un porcentaje de decrecimiento de -17,53%; sin embargo, hubo una recuperación en el año 2018 con -8,16%; lo cual vino a mejorar en algo su crecimiento promedio en -7,50% en los cuatro años, tomando en cuenta que son valores negativos que afecta directamente a las exportaciones.

Tabla 12

Variación porcentual de exportación de cacao de Comercio Justo

Crecimiento de Exportaciones de Cacao de Justo		
Años	FOB USD	% Crecimiento
2015	\$89.758.347,91	
2016	\$94.786.412,06	5,60%
2017	\$107.426.976,85	13,34%
2018	\$88.378.767,41	-17,73%
Total General	\$380.350.504,23	0,40%

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

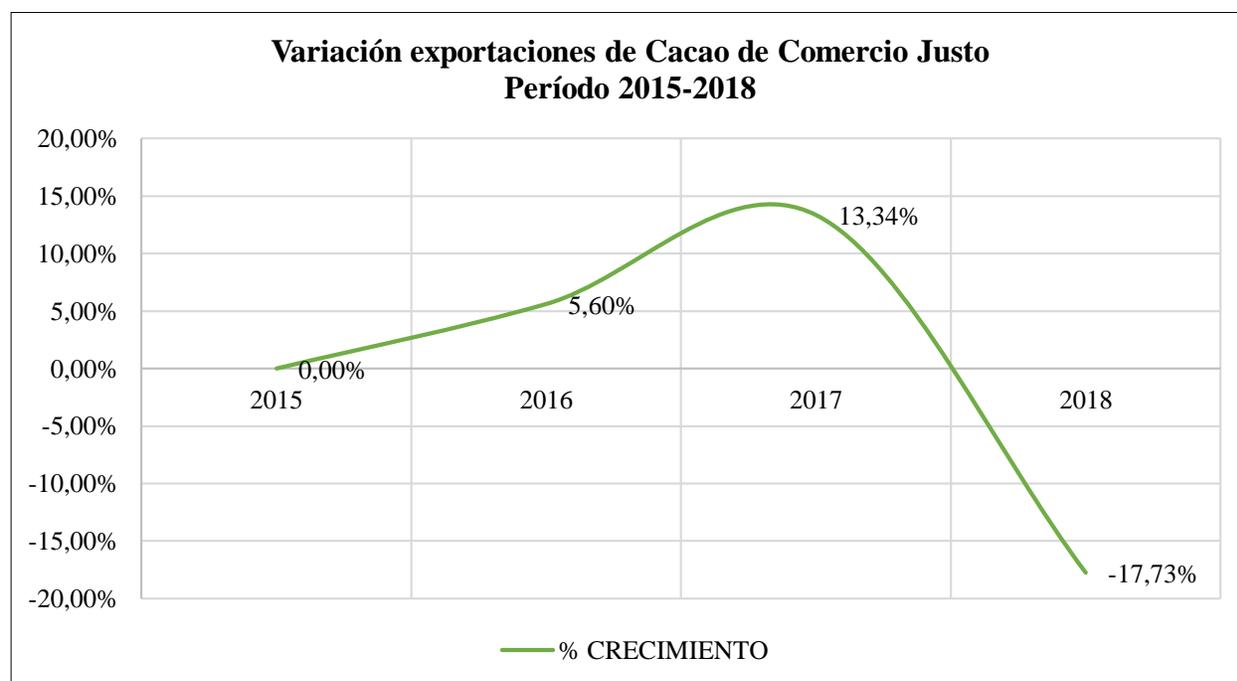


Figura 14 Variación exportaciones de Cacao de Comercio Justo

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

Al analizar la tasa de crecimiento en el periodo de estudio de exportaciones de cacao de Comercio Justo, se puede observar que en el año 2017 se reflejó un incremento de las exportaciones totales, lo cual significó un porcentaje de crecimiento de 13,34%; sin embargo, hubo un decrecimiento en el 2018 de -17,73%; lo cual vino a afectar el crecimiento promedio en 0,40% en los cuatro años, tomando en cuenta que afecta directamente a productores, asociaciones y exportaciones en general.

La fuerte caída de exportaciones de cacao en general en el periodo 2017-2018, se ocasionó debido a la sobreproducción internacional que se obtuvo el producto, lo que generó la baja de precios considerablemente, ya que los consumidores mantenían en el mercado producto con demasiado stock y repercutía en que lo dejen de adquirir (Mundo Gestión, 2017).

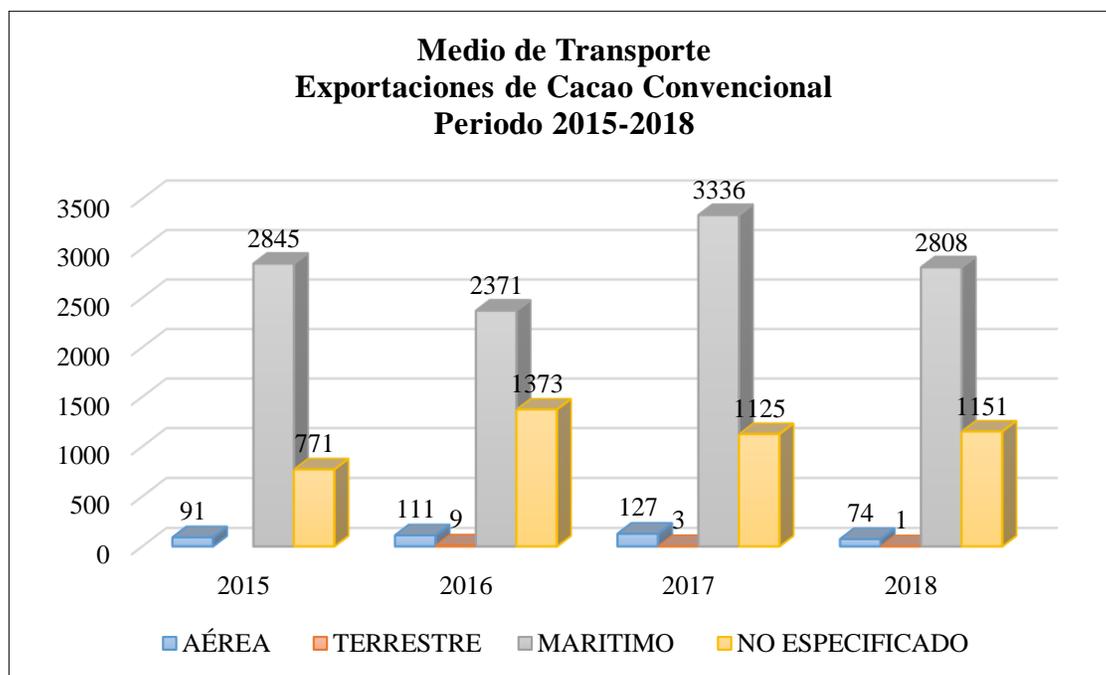


Figura 15 Medio de Transporte exportaciones de cacao convencional
Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

Dentro del análisis de los medios de transporte utilizados en las exportaciones de Cacao Convencional, se encuentra la vía marítima como la más utilizada para las operaciones, alcanzando en el año 2017 un total de 3.336 transacciones comerciales, y en el periodo completo 11.360; además se puede evidenciar que el medio de transporte menos utilizado es el terrestre con únicamente 13 transacciones comerciales en todo el periodo.

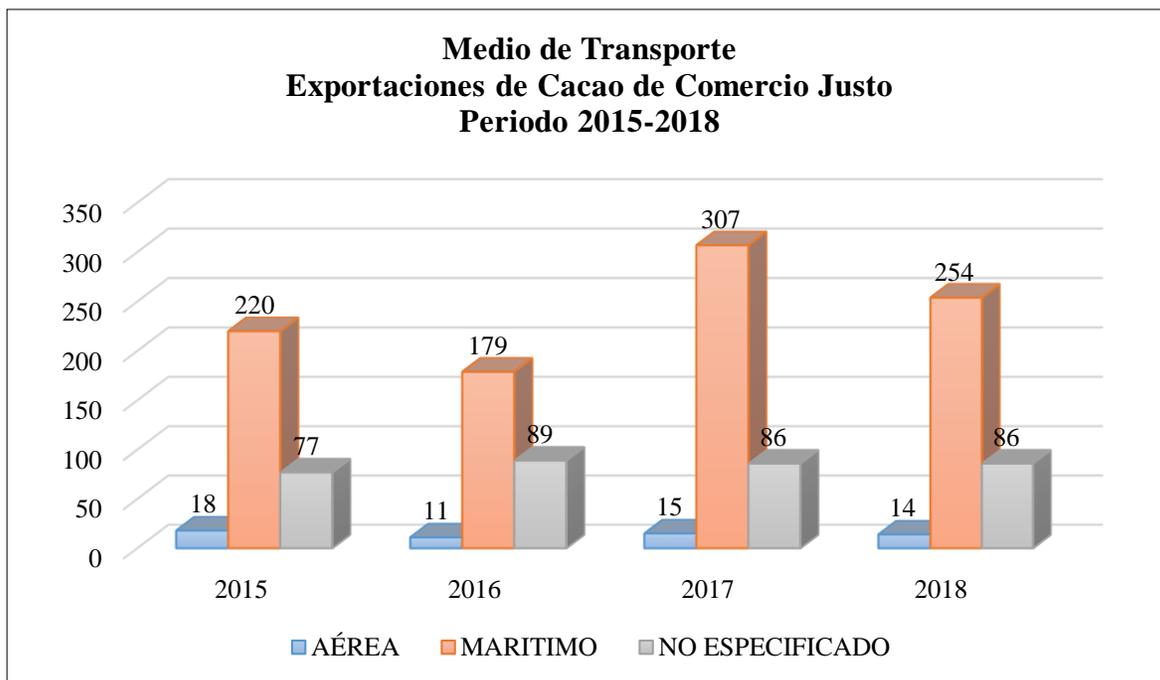


Figura 16 Medio de Transporte exportaciones de cacao de Comercio Justo
Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

Se puede visualizar que, dentro de los medios de transporte utilizados en las exportaciones de Cacao de Comercio Justo, se encuentra la vía marítima como la más utilizada para las operaciones, alcanzando en el año 2017 un total de 307 transacciones comerciales, y en el periodo completo 960; además la gráfica muestra que el medio de transporte menos utilizado es el aéreo con únicamente 58 transacciones comerciales en todo el periodo.

4.1.2 Principales destinos de las exportaciones de cacao de convencional

Tabla 13

Principales destinos de exportaciones de cacao convencional

Principales países de Destino					
Exportaciones de Cacao Convencional					
Periodo 2015-2018 - FOB miles de Dólares					
PAÍS	2015	2016	2017	2018	TOTALES
EE.UU.	\$ 268.892.007,5	\$ 218.369.785,2	\$ 170.115.235,4	\$ 141.655.173,6	\$ 799.032.201,8
P. BAJOS	\$ 169.094.265,1	\$ 114.514.928,7	\$ 91.835.923,12	\$ 61.029.601,66	\$ 436.474.718,7
MALASIA	\$ 67.503.856,83	\$ 85.396.802,48	\$ 102.863.047,6	\$ 101.374.231,1	\$ 357.137.938,1
INDONESIA	\$ 12.920.039,79	\$ 73.147.317,94	\$ 93.302.561,50	\$ 94.531.349,40	\$ 273.901.268,6

CONTINÚA ➔

MÉXICO	\$ 59.866.615,25	\$ 72.152.824,04	\$ 52.035.024,17	\$ 45.932.929,77	\$ 229.987.393,2
ALEMANIA	\$ 36.369.311,33	\$ 39.569.407,13	\$ 27.515.284,63	\$ 22.855.536,62	\$ 126.309.539,7
BÉLGICA	\$ 29.613.187,42	\$ 20.861.403,69	\$ 27.253.736,53	\$ 38.000.143,56	\$ 115.728.471,2
INDIA	\$ 14.560.318,74	\$ 62.123.616,31	\$ 18.802.638,88	\$ 10.337.748,00	\$ 105.824.321,9
CANADÁ	\$ 35.863.789,28	\$ 23.743.335,23	\$ 19.586.474,99	\$ 16.462.010,09	\$ 95.655.609,59
CHINA	\$ 19.836.696,56	\$ 20.348.792,34	\$ 10.635.759,33	\$ 35.558.114,75	\$ 86.379.362,98
ITALIA	\$ 15.621.578,43	\$ 21.070.773,47	\$ 12.293.067,80	\$ 9.020.768,24	\$ 58.006.187,94
ESPAÑA	\$ 12.949.683,15	\$ 13.984.330,96	\$ 10.375.805,21	\$ 12.767.261,25	\$ 50.077.080,57
JAPÓN	\$ 11.520.133,10	\$ 14.603.604,78	\$ 14.210.925,83	\$ 9.321.086,42	\$ 49.655.750,13
ESTONIA	\$ 17.529.238,78	\$ 2.494.446,75	\$ 11.396.123,64	\$ 11.381.357,05	\$ 42.801.166,22
COLOMBIA	\$ 7.323.793,12	\$ 16.872.547,62	\$ 283.807,80	\$ 71.579,10	\$ 24.551.727,64
FRANCIA	\$ 1.319.195,64	\$ 1.593.236,84	\$ 931.670,97	\$ 390.359,00	\$ 4.234.462,45
TOTAL	\$ 780.783.710,1	\$ 800.847.153,5	\$ 663.437.087,4	\$ 610.689.249,7	

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

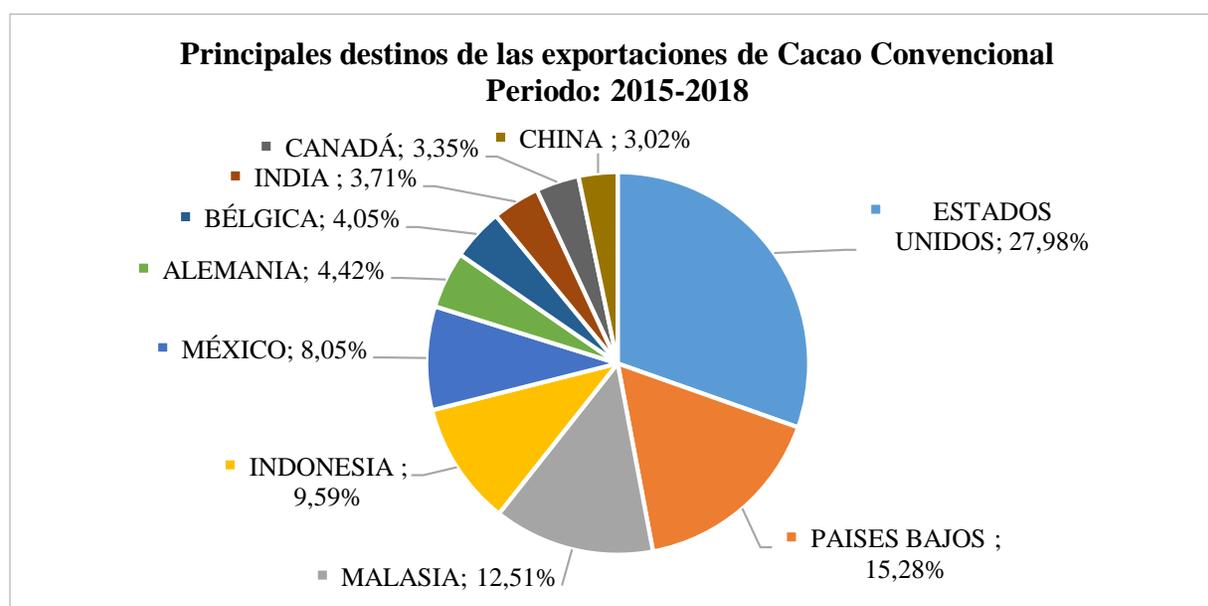


Figura 17 Principales destinos de las exportaciones de Cacao Convencional
Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

Dentro del periodo analizado 2015-2018, como los principales destinos de exportaciones de Cacao Convencional se encuentran cinco países más representativos. Ocupando el primer lugar está Estados Unidos con el 27,98% de exportaciones totales, seguido del continente europeo con Países Bajos con 15,38%, en tercer y cuarto lugar ocupado por Asia con Malasia 12,51% e Indonesia con 9,59%, y en el quinto lugar es para Centros América ocupado por México con 8,05% del total de exportaciones.

Tabla 14*Crecimiento exportaciones cacao convencional*

Crecimiento exportaciones principales países importadores				
Cacao Convencional				
PAÍS	2015-2016	2016-2017	2017-2018	PROMEDIO
MALASIA	26,51%	20,45%	-1,45%	15,17%
CHINA	2,58%	-47,73%	234,33%	63,06%
ESTONIA	-85,77%	356,86%	-0,13%	90,32%
INDIA	326,66%	-69,73%	-45,02%	70,64%
INDONESIA	466,15%	27,55%	1,32%	165,01%

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

En la siguiente gráfica se ha seleccionado a los cinco países con mayor crecimiento en sus importaciones de Cacao Convencional en el periodo 2015-2018. En primer lugar, se encuentra Indonesia con un crecimiento promedio de 165%, valor muy significativo que muestra una aceptación buena del cacao ecuatoriano. En segundo lugar, se encuentra Estonia con un crecimiento promedio de 90%, seguido de la India con un porcentaje de 71%, China con 63% y finalmente Malasia con un crecimiento de 15%.

Es importante mencionar que las exportaciones de Ecuador hacia el continente asiático han incrementado notablemente estos dos últimos años, debido a las restricciones que han sido implementadas por Estados Unidos ya que ciertos cargamentos han estado acompañados de maleza nociva, que puede ser considerada como una amenaza masiva para la agricultura, lo que ha generado que los países exportadores busquen nuevos mercados en donde sea tengan un poco más de facilidades de ingresar con su cacao (Perfil, 2018).

Tabla 15

Principales países de Destino exportaciones de cacao de Comercio Justo

Principales países de Destino					
Exportaciones de Cacao de Comercio Justo					
Periodo 2015-2018 - FOB miles de Dólares					
PAÍSES	2015	2016	2017	2018	TOTALES
MALASIA	\$28.399.324,35	\$30.892.676,64	\$41.492.607,62	\$31.810.176,94	\$132.594.785,55
INDONESIA	\$18.166.648,17	\$24.443.971,70	\$20.040.465,38	\$12.499.412,35	\$58.821.750,43
EE.UU.	\$13.804.654,54	\$6.011.992,13	\$13.954.317,97	\$14.087.422,19	\$46.947.201,51
MÉXICO	\$12.893.469,22	\$12.160.499,49	\$8.601.423,31	\$5.273.541,52	\$44.202.112,49
PAÍSES BAJOS	\$4.108.835,93	\$8.634.574,67	\$9.379.595,63	\$8.534.122,36	\$40.352.947,20
CHINA	\$3.444.610,47	\$7.203.540,92	\$7.969.186,28	\$10.461.294,97	\$29.742.858,10
ALEMANIA	\$3.083.579,60	\$1.255.032,61	\$1.794.749,67	\$2.724.140,47	\$9.218.533,22
CANADÁ	\$2.238.787,82	\$3.036,00	\$718.018,71	\$561.117,05	\$4.365.751,36
ITALIA	\$1.837.901,00	\$1.077.949,39	\$1.168.686,11	\$1.325.744,29	\$4.041.405,60
COLOMBIA	\$478.713,41	\$1.376.888,12	-	-	\$3.615.675,94
BÉLGICA	\$469.025,81	\$137.117,48	\$1.521.664,72	\$118.769,72	\$2.193.242,59
COREA	\$415.690,67	\$332.575,31	-	\$128.405,19	\$939.693,91
INDIA	\$284.908,16	\$693.059,50	-	-	\$758.758,61
PERÚ	\$65.699,11	\$143.977,22	\$2.949,75	\$3.329,70	\$435.164,83
FILIPINAS	\$44.352,70	\$32.552,13	\$22.323,14	\$209.639,00	\$308.866,97
TOTAL	\$89.736.200,96	\$94.399.443,31	\$106.665.988,29	\$87.737.115,75	

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

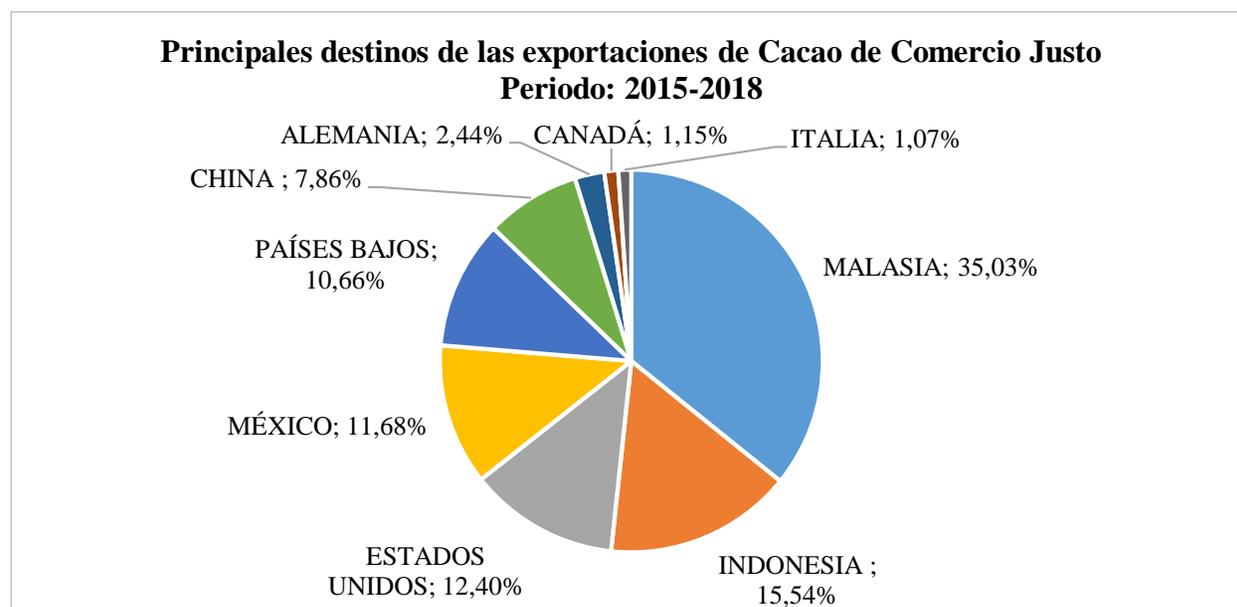


Figura 18 Principales destinos de las exportaciones de Cacao de Comercio Justo

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

Dentro del periodo analizado 2015-2018, como los principales destinos de exportaciones de Cacao de Comercio Justo se encuentran cinco países más representativos. Ocupando el primer lugar está Malasia con el 35,03% de exportaciones totales, seguido de Indonesia con 15,54%, en tercer y cuarto lugar ocupado por América con Estados Unidos con 12,40% y México con 11,68%, y en el quinto lugar es para Países Bajos con 10,66% del total de exportaciones.

Tabla 16

Crecimiento exportaciones cacao de Comercio Justo

Crecimiento exportaciones principales países importadores				
Cacao Comercio Justo				
PAÍS	2015-2016	2016-2017	2017-2018	PROMEDIO
ITALIA	1230%	-18%	-38%	391%
ALEMANIA	-100%	23550%	-22%	7809%
BÉLGICA	130%	8%	13%	51%
COREA DEL SUR	-67%	1010%	-92%	284%
FILIPINAS	-27%	-31%	839%	260%

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

En la siguiente gráfica se ha seleccionado a los cinco países con mayor crecimiento en sus importaciones de Cacao de Comercio Justo en el periodo 2015-2018. En primer lugar, se encuentra Alemania con un crecimiento promedio de 7809% valor muy significativo que muestra una preferencia del cacao ecuatoriano. En segundo lugar, se encuentra Italia con un crecimiento promedio de 391%, seguido de Corea del Sur con un porcentaje de 274%, Filipinas con 260% y finalmente Bélgica con un crecimiento de 51%.

Haciendo referencia a los consumidores alemanes, se conoce que gustan de un nivel de vida elevado, y poseen una tendencia de optimización de recursos, son personas amantes de las marcas dependiendo de las oportunidades disponibles del momento, pero algo que se prioriza al momento

de hacer la selección de un producto es la calidad que va acompañada del precio. Como son personas preocupadas por el medioambiente optan por comparar productos orgánicos, en los que puede encontrar tanto bienestar para su consumo, y a la vez contribuye a un mundo más sostenible.

Por otro lado, alrededor del 44% de los italianos opta por un consumo de productos de alta gama, más conocidos como “Premium”, y se refiere no solo a lo económico, siendo la calidad de los ingredientes y materias primas lo que prevalece al momento de la selección de un producto. Además, la tendencia reciente del consumidor italiano es que está dispuesto a pagar un precio superior por productos de ingredientes naturales y amigables con el medio ambiente.

Tabla 17

Medios de transporte utilizados por organizaciones de Comercio Justo

Medios de transporte utilizados				
Organizaciones y empresas exportadoras de Cacao de Comercio Justo				
Periodo 2015-2016				
PAÍS	AÉREA	MARÍTIMA	NO ESPECIF.	T.GENERAL
Agroindustrias Arriba del Ecuador AGROARRIBA S.A.	-	437	165	602
Productos SKSFARMS CIA. LTDA.	44	70	33	147
Unión de organizaciones campesinas cacaoteras UNOCACE	3	85	34	122
Sweet & chocolate S.A. SWEETCHOCO	-	73	22	95
A&D SÁNCHEZ ADSANCOCOA S.A	-	73	20	93
Fundación MCCH Maquita Cushunchic comercializando como hermanos	3	60	9	72
Corporación Grupo Salinas	1	52	17	70
Corporación Fortaleza del Valle	1	38	17	56
Asociación Artesanal Sabor Arriba	-	32	10	42
Asociación de productores orgánicos de Vinces APOVINCES	1	14	5	20
Ecuatoriana de chocolates ECUACHOCOLATES S.A.	4	10	2	16
Unión regional de organizaciones campesinas del litoral UROCAL	-	11	1	12
Corporación de organizaciones campesinas de la provincia de Esmeraldas	-	4	3	7
Federación regional de asociaciones de pequeños cafetaleros ecológicos del sur	-	1	-	1
Hoja verde gourmet HOVGO S.A.	1	-	-	1
TOTAL GENERAL	58	960	338	1356

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

Las organizaciones y empresas exportadoras de cacao de Comercio Justo, dentro del periodo 2015-2016, han tenido mayor preferencia por la vía de transporte marítima, con alrededor de 960 transacciones, muy pocas organizaciones se inclinan a utilizar la vía aérea, tal es así que únicamente hay un registro de 58 envíos, y no se posee información especificada de 338 envíos.

4.1.3 Diagrama de Pareto

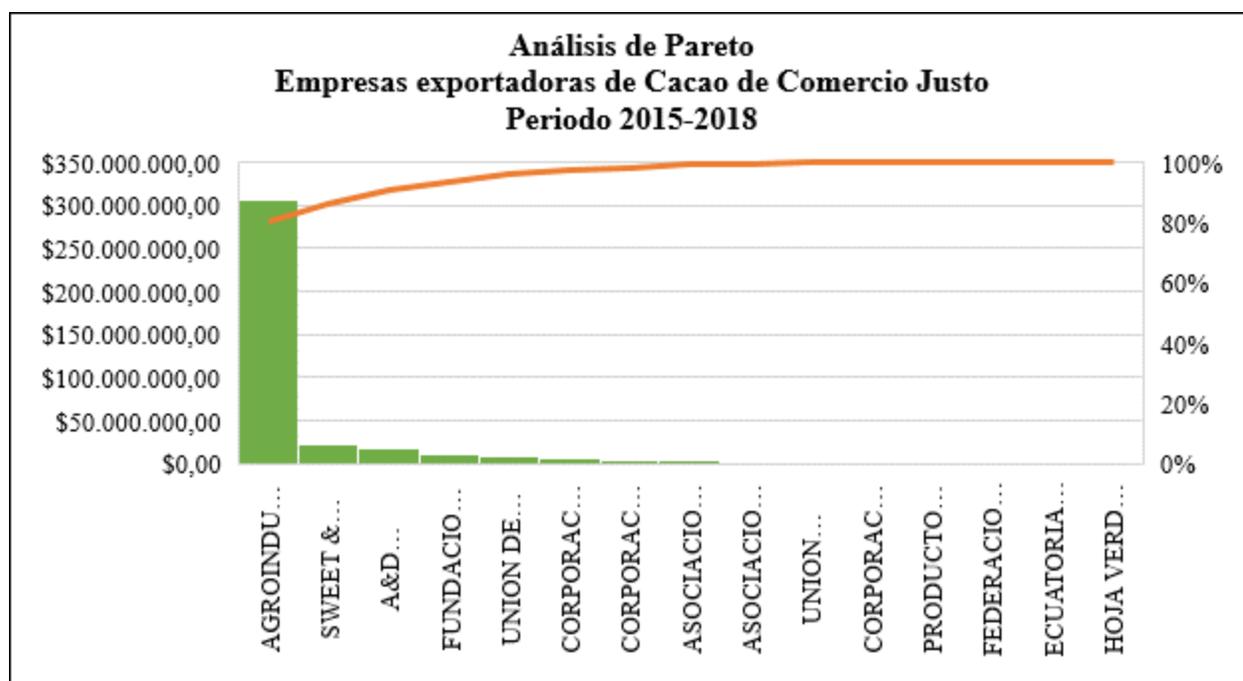


Figura 19 Análisis Pareto
Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

Dentro del análisis Pareto, se ha podido detectar que una empresa privada Agroindustrias Arriba del Ecuador AGROARRIBA S.A abarca la mayor parte del mercado con exportaciones de cacao de Comercio Justo, dejando con apenas 20% a las diferentes Asociaciones, Fundaciones, Corporaciones etc., que han venido realizando un constante trabajo para obtener un crecimiento en ámbito de Economía Popular y Solidaria.

4.1.4 Análisis de las principales empresas exportadoras de Cacao de Comercio Justo

4.1.4.1 Agroindustrias Arriba del Ecuador AGROARRIBA S.A.

Forma parte de Ecom Agroindustrial Corp. Ltd., empresa de trading de commodities que se especializa en cacao, café y algodón. AGROARRIBA S.A., es quien lidera el mercado de exportaciones de cacao ecuatoriano de Comercio Justo, se encuentra en el mercado desde el año 2012, con un capital de USD 500.000,00, perteneciente a una inversión extranjera directa de Estados Unidos. Posee su oficina principal en la ciudad de Guayaquil, y actualmente se dedica a la comercialización, distribución, importación y exportación de toda clase de productos e insumos agrícolas y de campo; incluyendo al café, cacao y algodón, tanto certificado como el convencional (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2019).

Según la Información publicada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, los Estados Financieros de la empresa privada AGROARRIBA S.A. en el año 2017 generó una utilidad de USD 121.598,32 y exportaciones netas de bienes de USD 64.436.767,20, además de contar con alrededor de 85 empleados laborando para ellos (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2019).

A continuación, se puede visualizar sus exportaciones junto a los principales destinos y su precio promedio unitario:

Tabla 18

Principales destinos de exportaciones AGROARRIBA S.A

Principales destinos exportación de cacao			
Agroindustrias Arriba del Ecuador AGROARRIBA S.A. Periodo 2015-2018			
PAÍS DE DESTINO	% FOB TOTAL	SUMA KG NETO	P. UNITARIO PROMEDIO
MALASIA	41,44%	40.170.213	\$3,17
INDONESIA	18,13%	17.808.831	\$3,13
MÉXICO	13,14%	12.731.604	\$3,17
ESTADOS UNIDOS	11,05%	11.312.776	\$3,04
CHINA	9,67%	9.754.875	\$3,05
PAÍSES BAJOS	3,71%	3.459.086	\$3,17

CONTINÚA 

COLOMBIA	1,18%	1.150.575	\$3,17
CANADÁ	0,53%	450.639	\$3,66
COREA DEL SUR	0,27%	239.016	\$3,39
PERÚ	0,25%	225.423	\$3,18
ALEMANIA	0,24%	250.125	\$2,91
INDIA	0,21%	200.100	\$3,15
FILIPINAS	0,16%	150.075	\$3,16
JAPÓN	0,01%	12.558	\$2,93
ISRAEL	0,01%	12.075	\$2,86
HONG KONG	0,01%	6.003	\$3,16
TOTAL		97.933.974	

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

AGROARRIBA S.A. presenta como principales destinos de exportación a Malasia con 41,44% del FOB total, Indonesia con 18,13%, México con 13,14%, y en cuarto lugar a Estados Unidos con el 11,05%. La suma total de kilogramos exportados en todo el período es de 97.933.974. y se puede evidenciar también que el precio unitario promedio rodea los USD 3,14.

4.1.4.2 Sweet & Chocolate S.A. SWEETCHOCO

Sweetchoco es la segunda empresa con mayor participación en el mercado de exportaciones de cacao ecuatoriano de Comercio Justo, se encuentra en el mercado desde el año 2014, con un capital de USD 800,00, pertenece a una empresa nacional. Posee su oficina principal en la ciudad de Los Ríos, y actualmente se dedica a la exportación, explotación, compra, venta, comercialización de productos e insumos agrícolas como café, cacao, te y especias (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2019).

Según la Información publicada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, los Estados Financieros de la empresa en el año 2017 generó una pérdida de USD 9.528.70 y un total de exportaciones netas de bienes de USD 2.402.070.05, además de contar con 10 empleados (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2019).

A continuación, se puede visualizar sus exportaciones junto a los principales destinos y su precio promedio unitario:

Tabla 19*Principales destinos de exportación SWEETCHOCO S.A.*

Principales destinos de exportación de cacao			
Sweet & Chocolate S.A. SWEETCHOCO			
Periodo 2015-2018			
PAÍS DE DESTINO	SUMA TOTAL FOB	SUMA KG NETO	P. UNITARIO PROMEDIO
ALEMANIA	25,35%	2.201.125	\$2,58
ESTADOS UNIDOS	25,22%	2.000.931	\$2,74
PAÍSES BAJOS	23,27%	2.051.025	\$2,45
MÉXICO	7,28%	600.300	\$2,57
CANADÁ	6,68%	500.250	\$2,93
MALASIA	5,46%	500.250	\$2,39
BÉLGICA	2,18%	200.100	\$2,56
INDONESIA	2,03%	200.100	\$2,22
ESPAÑA	1,94%	150.075	\$2,83
COREA DEL SUR	0,59%	73.485	\$1,75
TOTAL		8.477.641	

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

La empresa SWEETCHOCO S.A. presenta como principales destinos de exportación a Alemania con 23.35% de su FOB total, Estados Unidos con 25,22%, y en tercer lugar a Países Bajos con 23,27%. La suma total de kilogramos exportados en todo el período es de 8.477.641 y se puede evidenciar también que el precio unitario promedio rodea los USD 2,50. Cabe mencionar que es la segunda empresa con mayor participación en el mercado.

4.1.4.3 A&D Sánchez ADSANCOCOA S.A

Esta empresa se encuentra en el mercado desde el año 2014, con un capital de USD 800,00, pertenece a una empresa nacional. Posee su oficina principal en la ciudad de Guayaquil, y actualmente se dedica a la importación, exportación, compra, venta, comercialización, distribución de productos e insumos agrícolas (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2019).

Según la Información publicada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, los Estados Financieros de la empresa en el año 2017 generó una utilidad de USD 23,111.98 y un total de exportaciones netas de bienes de USD 8,684,294.74, además de contar con 19 empleados.

A continuación, se puede visualizar sus exportaciones junto a los principales destinos y su precio promedio unitario:

Tabla 20

Principales destinos de exportación ADSANCOCOA S.A.

Principales destinos de exportación de cacao			
A&D Sánchez ADSANCOCOA S.A.			
Periodo 2015-2018			
PAÍS DE DESTINO	SUMA TOTAL FOB	SUMA KG	PRECIO UNITARIO PROMEDIO
PAÍSES BAJOS	70,12%	5.828.085	\$2,24
ESTADOS UNIDOS	8,39%	730.365	\$2,06
BÉLGICA	6,18%	600.300	\$1,87
ALEMANIA	6,16%	550.275	\$1,99
MALASIA	4,98%	450.250	\$2,04
INDONESIA	3,35%	300.150	\$2,09
ARGENTINA	0,83%	73.554	\$2,04
TOTAL		8.532.979	

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

La empresa ADSANCOCOA S.A. presenta como principales destinos de exportación a Países Bajos con 70,12% de su FOB total, Estados Unidos con 8,39%, y en tercer lugar a Bélgica con 6,18%. La suma total de kilogramos exportados en todo el período es de 8.532.979 y se puede evidenciar también que el precio unitario promedio rodea los USD 2,05. Se puede evidenciar que la empresa tiene un mayor socio comercial y potencial como Países Bajos.

4.1.4.4 Fundación MCCH Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos

La idea nació en el año de 1985 en los barrios del sur de Quito, liderada por organizaciones campesinas, mujeres y jóvenes con la necesidad aliarse y encontrar apoyo mutuo para la comercialización de sus productos, una parte fundamental es que fueron apoyados por la iglesia católica, con su representante Grasiano Maso, quien se vio en la necesidad de eliminar el obstáculo de intermediarios, con la finalidad de poder brindar a productores un precio y peso justo (Maquita, 2018).

Su principal enfoque es trabajar para el desarrollo de organizaciones en sectores rurales y urbano marginales, para contribuir con su desarrollo humano, organizativo, bajo prácticas de principios del comercio justo y solidario (Maquita, 2018).

Dentro de Asociatividad MCCH promueve la formación humana integra, junto con una ideología de solidaridad y cooperación. Es uno de los enfoques principales que mantienen el giro de la organización incluyendo prácticas de valores, equidad de género, identidad cultural; y por el otro lado dentro del desarrollo productivo comercial, brinda para a sus socios capacitación, asistencia técnica, garantizado a mejorar técnicas comerciales socialmente equitativas y ambientalmente equilibradas (Huauquipura, 2019).

A continuación, se puede visualizar sus exportaciones junto a los principales destinos y su precio promedio unitario:

Tabla 21

Principales destinos de exportación Fundación MCCH Maquita Cushunchic

Principales destinos de exportación de cacao			
Fundación MCCH Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos			
Periodo 2015-2018			
PAÍS DE DESTINO	SUMA TOTAL FOB	SUMA KG	PRECIO UNITARIO PROMEDIO
MALASIA	31,05%	1.477.773	\$2,08

CONTINÚA 

INDONESIA	23,37%	1.152.162	\$2,03
ESTADOS UNIDOS	22,62%	1.051.792	\$2,18
CANADÁ	12,88%	710.907	\$1,97
PAÍSES BAJOS	4,15%	200.376	\$2,06
INDIA	1,90%	100.188	\$1,88
CHINA	1,80%	100.188	\$1,79
ALEMANIA	0,95%	50.094	\$1,88
ITALIA	0,57%	25.116	\$2,24
ARMENIA	0,50%	25.047	\$1,97
ESPAÑA	0,10%	2.597	\$6,40
REPÚBLICA CHECA	0,09%	2.001	\$4,50
TAIWÁN	0,01%	300	\$4,20
FRANCIA	0,01%	120	\$5,33
TOTAL		4.898.661	

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

La Fundación MCCH Maquita Cushunnchic, presenta como principales destinos de exportación a Malasia con 31.05% de su FOB total, Indonesia con 23,37%, Estados Unidos con 22,62% y en cuarto lugar a Canadá con 12,88%. La suma total de kilogramos exportados en todo el período es de 4.898.661 y se puede evidenciar también que el precio unitario promedio rodea los USD 2,89. Se puede evidenciar que trabajan con precios más altos para España y Francia, debido a que el volumen también es menor.

4.1.4.5 Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras UNOCACE

Es una organización creada en el año de 1999 pertenece a la EPS, integrada por 12 organizaciones alrededor del Ecuador, 927 asociados y 3,268 hectáreas de cacao nacional fino o de aroma “Arriba” con certificación, localizados en las zonas cacaoteras de las provincias de Guayas, Los Ríos, El Oro y Bolívar (Coordinadora de Comercio Justo , 2018).

En el año 2018 cerró el periodo comercializando un total de 818 toneladas métricas de cacao, 15 toneladas métricas de semielaborados, 83% de productos vendidos son de comercio justo y orgánicos, y 120 hectáreas de cacao renovadas por los pequeños productores, son cifras que

demuestran un constante crecimiento dentro de su actividad comercial solidaria (Unión de organizaciones campesinas cacaoteras UNOCACE, 2019).

Como parte de sus objetivos estratégicos están la lucha de eliminación de riesgos de contaminación en el proceso productivo, comercialización de productos derivados de asociaciones de las fincas de cacao, continuo trabajo en el mejoramiento de la calidad y cooperativismo comunitario (Unión de organizaciones campesinas cacaoteras UNOCACE, 2019).

A continuación, se puede visualizar sus exportaciones junto a los principales destinos y su precio promedio unitario:

Tabla 22

Principales destinos de exportación UNOCACE

Principales destinos de exportación de cacao			
Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras UNOCACE			
Periodo 2015-2018			
PAÍS DESTINO	SUMA TOTAL FOB	SUMA KG	P. UNIT. PROMEDIO
PAÍSES BAJOS	79,91%	2.321.882	\$2,97
EE.UU.	10,21%	233.322	\$3,65
ALEMANIA	5,94%	214.314	\$2,65
ITALIA	2,44%	71.209	\$2,94
BÉLGICA	1,02%	30.084	\$2,80
RUSIA	0,40%	8.901	\$3,47
JAPÓN	0,04%	504	\$6,78
CANADÁ	0,04%	690	\$4,40
GRECIA	0,00%	50	\$2,20
TOTAL		2.880.956	

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

UNOCAE presenta como principales destinos de exportación a Países Bajos con 79,91% de su FOB total, y a Estados Unidos con 10,21%. La suma total de kilogramos exportados en todo el período es de 2.880.956 y se puede evidenciar también que el precio unitario promedio rodea los USD 3,54.

4.1.4.6 Asociación Artesanal Sabor Arriba

En el año 2008 en la provincia de Esmeraldas, la Asociación Artesanal Sabor Arriba, en donde se agruparon alrededor de 500 pequeños productores y comercializadores del selecto cacao nacional, basándose en principios solidarios, cooperativos y recíprocos, para alcanzar junto a todos sus miembros el “buen vivir” junto a la armonía con el medio ambiente (Eticambio , 2019).

También mantiene como estrategia comercial la Asociatividad, en donde los pequeños empresarios agrícolas producen y comercializan cacao con certificación orgánica, Rainforest Alliance, Comercio Justo, Símbolo de Pequeños Productores y convencional, creando una red solidaria y de reciprocidad entre los mismos y en el marco de la Economía popular y Solidaria (Connect Americas, 2018).

Mantienen atención al productor mediante asistencia técnica para los pequeños productores, fortalecimiento la cadena productiva, teniendo un mayor empoderamiento en el proceso de venta de su cacao. La Asociación mantiene la práctica de producir cacao respetando el medio ambiente, sin hacer uso de productos químicos, con agricultura sostenible, orgánica y responsable (Eticambio , 2019).

A continuación, se puede visualizar sus exportaciones junto a los principales destinos y su precio promedio unitario:

Tabla 23*Principales destinos de exportación Asociación Artesanal Sabor Arriba*

Principales destinos de exportación de cacao			
Asociación Artesanal Sabor Arriba			
Periodo 2015-2018			
PAÍS	SUMA TOTAL FOB	SUMA KG	PRECIO UNITARIO PROMEDIO
ESTADOS UNIDOS	46,09%	751.410	\$2,44
ITALIA	27,38%	475.893	\$2,32
MÉXICO	25,18%	325.611	\$2,96
BÉLGICA	1,14%	25.047	\$1,75
ARGENTINA	0,11%	1.091	\$3,96
SUECIA	0,09%	2.001	\$1,69
TOTAL		1.581.053	

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

La Asociación Artesanal Sabor Arriba, presenta como principales destinos de exportación a Estados Unidos con 46.09% de su FOB total, Italia con 27.38%, y en tercer lugar México con 25,18%. La suma total de kilogramos exportados en todo el período es de 1.581.053 y se puede evidenciar también que el precio unitario promedio rodea los USD 2,52.

4.1.4.7 Corporación Grupo Salinas

Desde el año de 1970, en Salinas de Guaranda en la provincia de Bolívar, apareció los primeros pasos e ideologías por el Cooperativismo, para la erradicación de la pobreza y marginación, y gracias a la colaboración, voluntariado extranjero y la Misión Salesiana que fuertemente colaboró con el impulso de esta nueva práctica. De a poco Salinas se transformó de un pueblo sin cultura organizativa y productor de sal, a un pueblo solidario, organizado y agroindustrial, de tal manera que llegó a ser modelo dentro de la Economía Popular y Solidaria, por sus resultados de desarrollo rural integral, equidad y sostenibilidad

En consecuencia, de esta práctica responsable y solidaria, se ha generado diferentes fuentes de empleo, en donde nuevos profesionales ven un futuro dentro de su comunidad, evitado la migración de sus pueblos.

A continuación, se puede visualizar sus exportaciones junto a los principales destinos y su precio promedio unitario:

Tabla 24

Principales destinos de exportación Corporación Grupo Salinas

Principales destinos de exportación de cacao			
Corporación Grupo Salinas			
Periodo 2015-2018			
PAÍS	SUMA TOTAL FOB	SUMA KG	PRECIO UNITARIO PROMEDIO
ITALIA	28,46%	601.128	\$2,59
MÉXICO	27,67%	626.175	\$2,44
ESTADOS UNIDOS	21,44%	400.872	\$3,42
MALASIA	13,32%	350.451	\$2,30
PAÍSES BAJOS	2,95%	50.094	\$3,08
ESTONIA	2,32%	50.094	\$2,42
ALEMANIA	1,95%	31.041	\$3,71
FRANCIA	1,90%	27.601	\$3,09
TOTAL		2.137.456	

Fuente: (Cobus Info Aduana, 2019)

La Corporación Grupo Salinas, presenta como principales destinos de exportación a Italia con 28,46% de su FOB total, México con 27.67%, y en tercer lugar Estados Unidos con 21,44%. La suma total de kilogramos exportados en todo el período es de USD 2.137.456 y se puede evidenciar también que el precio unitario promedio rodea los USD 2,88.

4.2 Análisis cualitativo

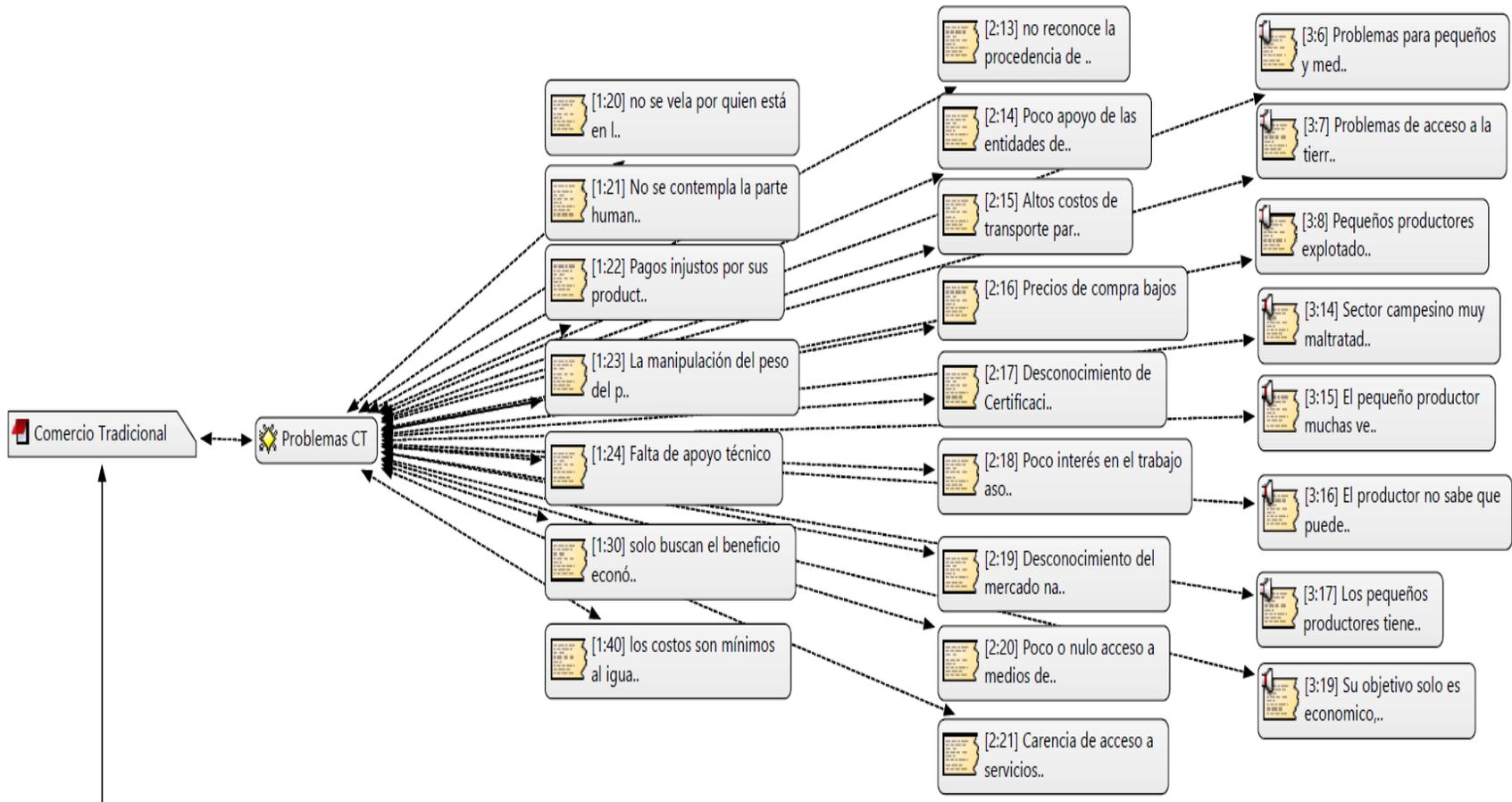
La entrevista es una herramienta necesaria para la recolección de información, datos, y despejar cualquier inquietud del problema de investigación. En el presente trabajo se realizó la entrevista en base al “*Guion de Entrevista de Profundidad*” planteado por el investigador Miguel Valles, que consiste en estructurar la entrevista en fases para una mejor comprensión y análisis de datos. En la primera fase se hicieron preguntas que ayuden con la extracción de información de acontecimientos pasados del tema tratado, para poder recrear un escenario histórico del cual se partirá. En la segunda fase las preguntas están direccionadas para investigar hechos presentes de la del tema, y por último en la tercera fase se estructuraron preguntas con enfoque de perspectiva futura, como medios correctivos o recomendaciones ante la problemática.

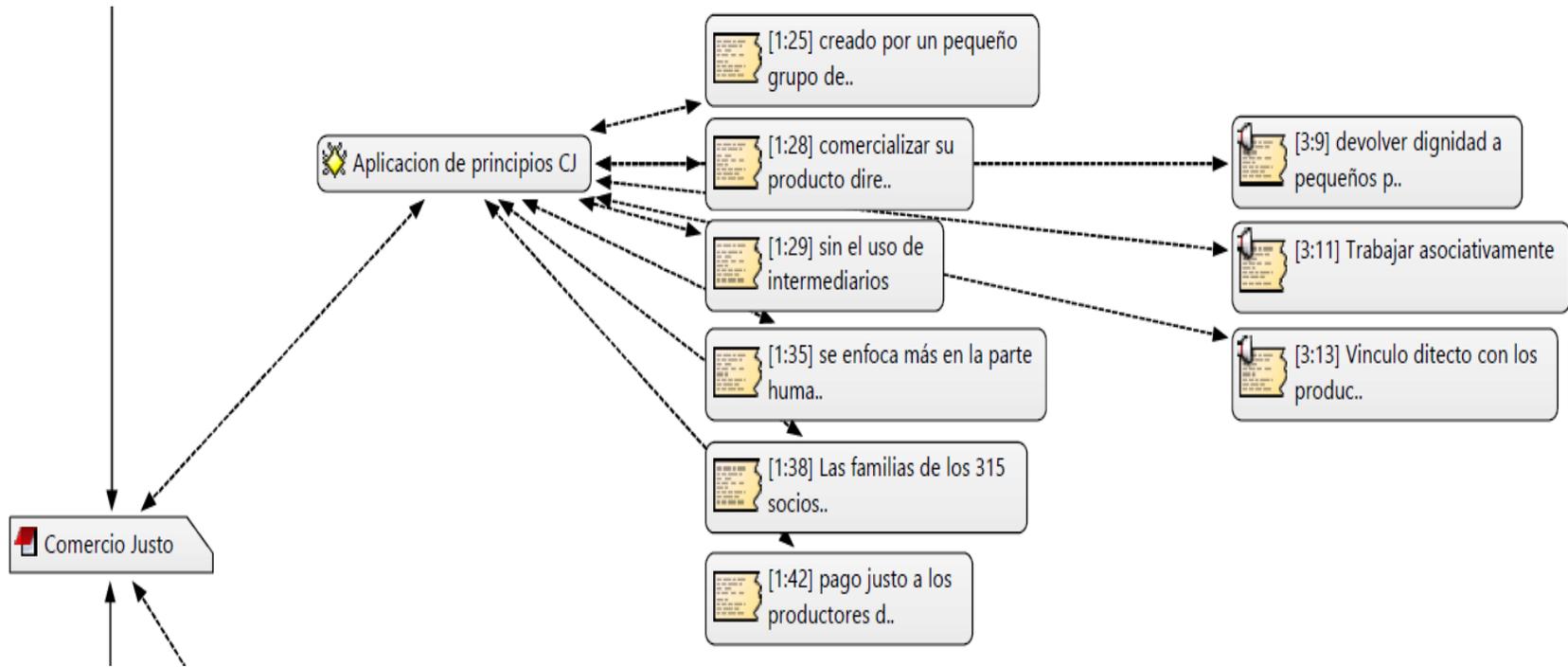
La entrevista estuvo dirigida a tres representantes que manejan Comercio Justo, entre ellos: una Asociación, una Fundación y una Organización sin fines de lucro, para lo cual se planificaron las preguntas dependiendo de cada caso y enfoque al cual estaba dirigido. Las preguntas abarcan diferentes aspectos que pueden afectar directamente al desarrollo de la misma. Entre ellos estaban aspectos económicos, estrategias comerciales, Comercio Justo y Sostenibilidad; misma que está incluida en los anexos.

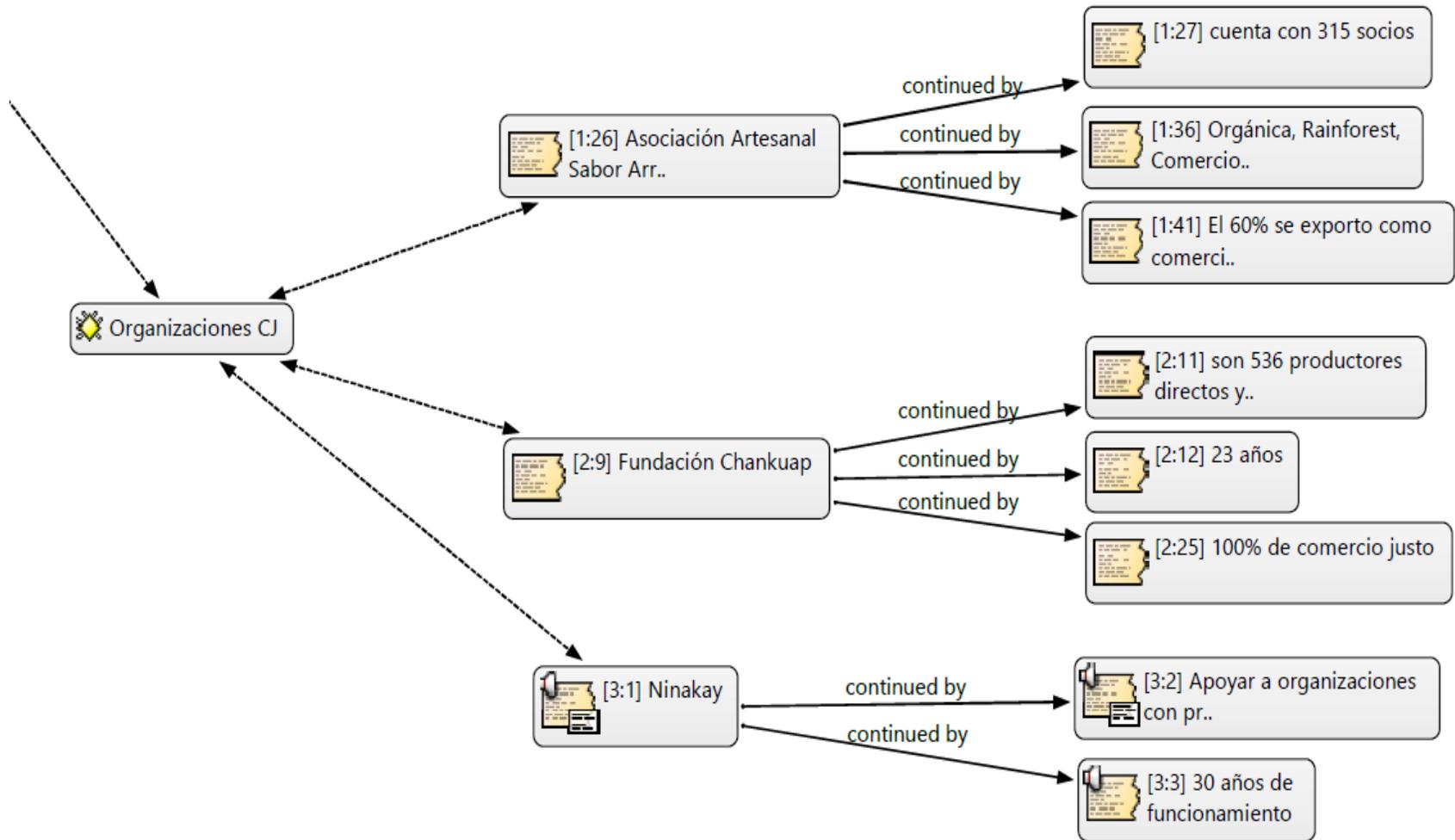
La información que se recopiló fue procesada en el programa Atlas ti, que es un software para procesar el análisis de datos cualitativos extensos, y puede tener diferentes presentaciones como: gráficos, videos y audios. Permite ordenar, consolidar y gestionar el material de manera creativa y al mismo tiempo sistemática (Atlas Ti, 2019).

En la matriz se puede observar que ha sido diseñada en base a la teoría de Desarrollo Sostenible y contribución de Comercio Justo.

4.2.1 Matriz resumen entrevistas







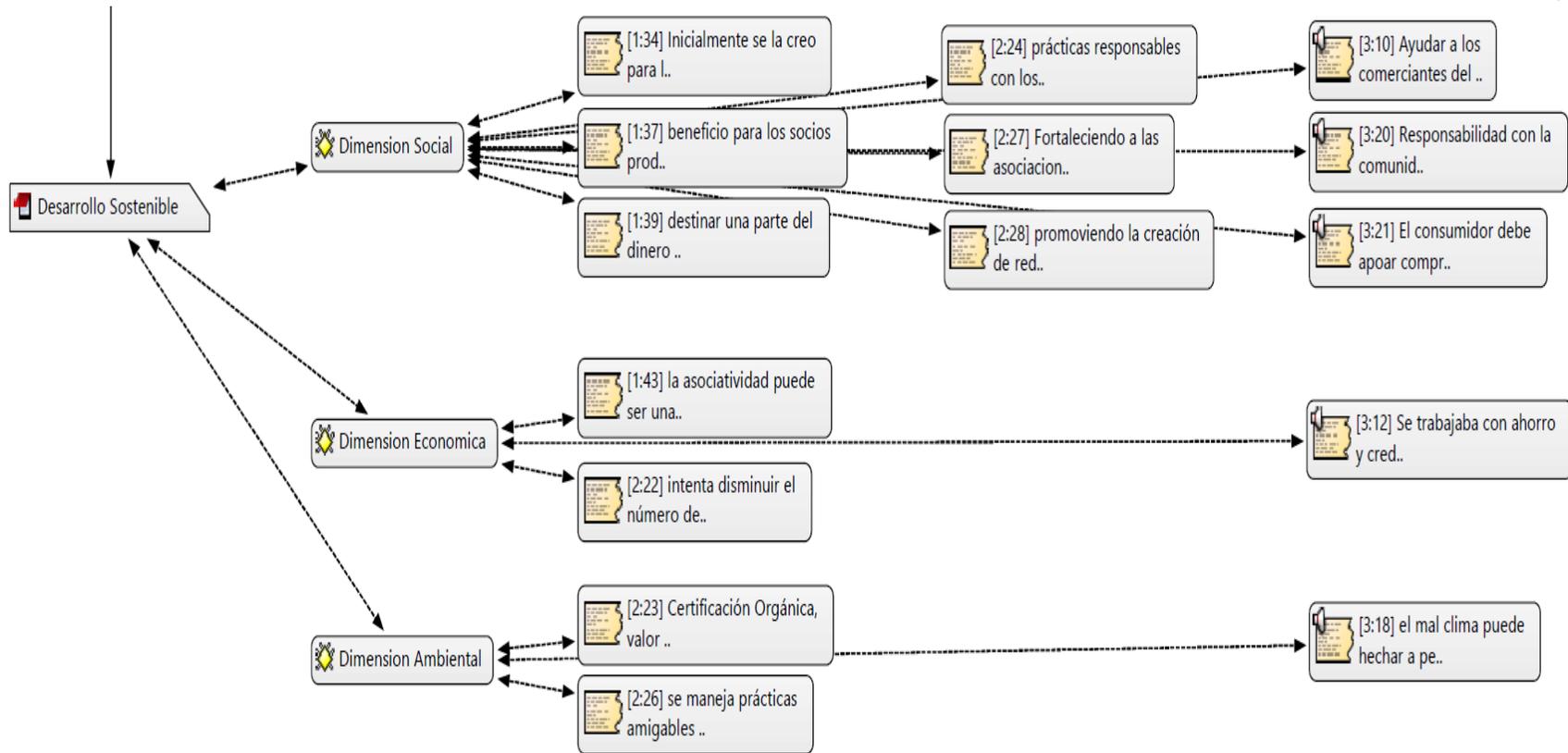


Figura 20 Matriz entrevistas

4.2.2 Análisis matriz entrevistas

4.2.2.1 Factores de la teoría de las tres dimensiones de sostenibilidad

Dentro del análisis de esta teoría se derivaron algunos aspectos que contribuyen a la investigación de características de un cambio sustancial en sostenibilidad, para poder contribuir a las futuras generaciones con un mundo mejor para vivir.

4.2.2.1.1 Aspecto económico

- “La unión hace la fuerza” dentro de la información recolectada se pudo coincidir con la Asociación Sabor Arriba, debido a que la Asociatividad es uno de los caminos para poder alcanzar un desarrollo económico para los pueblos, pequeños productores, mujeres y demás sectores vulnerables, con una predisposición de una ayuda colectiva, solidaria y responsable.
- La Fundación Chankuap propone disminuir el uso de intermediarios, de tal manera que se pueda evitar largos canales de distribución para llegar al consumidor final. Un beneficio sin duda es que el pago sea más equitativo, controlado y que permita al pequeño productor ser reconocido justamente por su producto, de tal manera que sus ingresos sirvan para proporcionarle un mejor estilo de vida.
- La organización Ninakay puede evidenciar en comunidades y demás productores de zonas alejadas que los préstamos económicos, salen del dinero de las propias ventas y ahorros de sus socios, a través de créditos de cooperativas prestas a brindar una mano a quienes más lo necesitan, y a la vez hacen rentable el dinero de sus ahorros.

4.2.2.1.2 Aspecto social

- Las ideas de Economía Popular y Solidaria, parten así siempre de ideas de pequeños sectores que carecen de recursos y presentan necesidades básicas como la de una vivienda, alimentación, salud, etc. Asociación Sabor Arriba inició este emprendimiento ideológico con la idea de crear un programa de vivienda de carácter social, para dar paso a una organización que trabaje bajo principios solidarios, y de cooperación con su gente.
- El trabajo que se realiza con las comunidades y productores, está directamente enfocado en beneficiar al pequeño productor, mediante la erradicación de pobreza a través de la creación de fuentes de empleo en sus comunidades; lucha de igualdad de género brindando la oportunidad de desarrollarse como miembros activos a los grupos considerados vulnerables; al alcanzar un desarrollo económico a través de la práctica del trabajo decente y digno que permita dar realce al valor agregado que cada una de las personas aporta en sus empleos.
- Lo importante del Comercio Justo es el cooperar con nuestros aliados, significa el velar por el bien común, y olvidar el individualismo. Parte del dinero que se recauda de la comercialización de productos la Asociación Sabor Arriba del Ecuador destina una parte del dinero para invertir en obras sociales que beneficia a familias más necesitadas que atraviesan dificultades económicas, o a la vez en la ejecución de proyectos sociales, que brinden mejores condiciones para un desarrollo económico social.
- La creación de redes cooperativas y solidarias son otro punto importante que benefician al desarrollo del pequeño productor, debido a que su propio dinero está generando intereses,

no acuden al endeudamiento de la banca privada y se benefician entre ellos con el dinero que es producto de la venta de sus productos.

- La ayuda y seguimiento que las organizaciones sin fines de lucro brindan a los pequeños productores, ayuda a concienciar entre comunidades, para optar por una comercialización de ayuda mutua. Las organizaciones de apoyo son como padres que guían y encarrilan a sus productores por un camino de desarrollo sostenible.

Un punto clave, además de la práctica de los principios del Comercio Justo, es el consumo responsable con el que porta el consumidor, pues gracias a esta acción se puede generar una gran ayuda para el cambio de hábitos, que sean más justos, saludables y que apoye a los orígenes de un producto de alto valor agregado.

4.2.2.1.3 Aspecto Ambiental

- El uso de sellos amigables con el medio ambiente en los productos de exportación crea confianza en el consumidor. Garantiza que estos fueron producidos bajo condiciones responsables y amigables con el medio ambiente. La implementación de normativa sostenible da un giro al comercio convencional por un Comercio Justo que busca dar el menor impacto posible al ecosistema, logrando una armonía entre la naturaleza, el ser humano y el consumo.
- El clima es un factor importante para la producción de los productos agrícolas, y puede afectar enormemente a la economía de las organizaciones y productores. Debido al calentamiento global, y malas prácticas ambientales se ha venido evidenciando distintos acontecimientos naturales que muchas veces arrasa con plantaciones, que representa el

sustento de miles de familias. Es importante que se tomen medidas correctivas para no ser parte del problema, y encontrar prácticas que contribuyan a un mejor cuidado ambiental.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- En base al estudio realizado en el periodo de 2015-2016 de las “*Exportaciones de cacao ecuatoriano bajo normativa de Comercio Justo*” se concluye que en el año 2017-2018 fue donde más variación experimentaron las exportaciones, que acorde a investigaciones fue debido a la sobreproducción de cacao en grano a nivel mundial, lo que ocasionó que en el mercado existiera excedente de stock, los precios cayeran, y que por consecuencia los consumidores no mantengan el mismo nivel de compra. Por otro lado, se vieron afectadas seriamente empresas privadas, organizaciones y sobre todo pequeños productores, que en el caso del cacao de Comercio Justo al ser un sector pequeño aún en el país, se vio fuertemente en desventaja.
- Las exportaciones de cacao de Comercio Justo tiene una incidencia pequeña en el total de las exportaciones, con un total de 12% en comparación al 88% del cacao de comercio convencional, y de acuerdo al análisis de la información recopilada en las entrevistas se determina que existe aún mucho trabajo por hacer en tema de socialización en comunidades como productoras y ciudades principales como consumidores, apoyo técnico y profesional para los productores que en la mayoría de los casos requieren acompañamiento básico para la producción y comercialización de su producto, formación y capacitación de liderazgo. Son algunos de los factores que influyen directamente para que exista un crecimiento notable dentro del sector.

- Al haber realizado en análisis de las exportaciones y su participación en el mercado de las empresas de Comercio Justo, se concluye que el sector se encuentra liderado por tres empresas privadas. Lo encabeza “*Agroindustrias Arriba del Ecuador AGROARRIBA S.A*” con el 80,40%, seguido de “*SWEETCHOCO S.A.*” con el 5,76% y “*ADSANCOCOA S.A*” con el 4,77%. Apenas 12 asociaciones, fundaciones, uniones y corporaciones conforman el 6,07%, tomando en cuenta que son organizaciones con una trayectoria de décadas que han venido apoyando activamente a las comunidades más olvidadas del Ecuador.
- Después del análisis de los tres principales destinos de exportación de cacao ecuatoriano de Comercio Justo se encuentra Malasia con el 35,03% de exportaciones totales, seguido de Indonesia con 15,54%, en tercer Estados Unidos con 12,40%. Tras los acercamientos que han existido en los dos últimos años con el continente asiático se ha podido realizar negociaciones para acceder a nuevos mercados, y aprovechar que estos son mercados altamente potenciales en consumo. No obstante Estado Unidos se mantiene como uno de los principales destinos de exportación por su preferencia de productos orgánicos y con alto valor agregado.
- De la recolección de datos de las entrevistas realizadas, todas tienen una visión solidaria, cooperativista y sostenible. Se enmarcan en los principios de Comercio Justo, haciéndolo una práctica diaria, contribuyendo al desarrollo de las dimensiones, económica, social y ambiental. El trabajo realizado con productores es minucioso, y constante, permitiéndoles obtener mejores condiciones de vida, en base a un pago justo y equitativo.

- En base al estudio realizado los principios de Comercio Justo guardan estrecha relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas, pues contribuye con la defensa de producción y sus productores, en base a principios de equidad, justicia, solidaridad, cuidando hoy en día nuestro planeta, para que futuras generaciones también puedan beneficiarse de la maravillosa naturaleza.
- El Comercio Justo tiene una especial preocupación por el desarrollo de “*Mujeres*”, pues en su constante lucha por la equidad de género, contribuye a que las mujeres desarrollen sus capacidades de liderazgo y autonomía, de tal manera que estén involucradas en todos los procesos de producción, toma de decisiones y así ejerzan sus derechos como mujeres.

5.2 Recomendaciones

- El gobierno ecuatoriano debe apoderarse más del tema de socialización de Comercio Justo, brindando apoyo a las organizaciones y pequeños productores mediante capacitaciones con asesoría técnica, y de acompañamiento en el proceso productivo, ya que las circunstancias en las que se inicia para producir un producto orgánico y sostenible, son en la mayoría de los casos muy complicadas por la tierra, insumos, falta de planificación y créditos.
- La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, al ser el ente que regula las organizaciones de EPS y vela por su desarrollo, estabilidad y solidez, debería trabajar más de cerca con los pequeños productores en el campo, en comunidades, en zonas vulnerables, que es donde más se necesita la cooperación de personal calificado y profesional, para que sirva como guía en proyectos de emprendimiento encaminados al Comercio Justo.
- Nosotros los jóvenes somos también llamados a contribuir con el movimiento de Comercio Justo, mediante el voluntariado y la vinculación, para trabajar en asesoramiento en temas

comerciales como de cálculo de precios, valor agregado, presentación de un producto, calidad, empaque, estrategias, etc, en temas técnicos como técnicas de cultivo, fertilizaciones de tierra, buen uso del espacio, etc. Toda esta ayuda puede generar que las organizaciones y productores sean más productivos con los recursos que poseen.

- La implementación de la estrategia de integración hacia atrás y adelante por parte de las organizaciones, sería un punto clave para terminar por completo con la utilización de intermediarios que solo encarecen los costos, y evitan una visualización clara del consumidor final. El estar de una manera directa con el consumidor se puede hacer una retroalimentación sobre niveles de satisfacción y necesidades aún no cubiertas.
- Quito y Riobamba al ser declaradas como “Ciudades por el Comercio Justo” deberían intensificar los planes de socialización en “*Sostenibilidad*” a todos los involucrados en la cadena de valor, y consumidores, para poder encaminar los sistemas económicos en base a producciones, comercialización y consumo responsable y solidario. La población en su mayoría desconoce cómo hacer uso de los recursos de forma eficiente y los diferentes aportes que se puede hacer al desarrollo sostenible.
- Es indispensable que el gobierno ecuatoriano y las entidades competentes continúen en la búsqueda de acuerdos comerciales, para la apertura de nuevos mercados, acceso a tecnología especializada que permita potenciar la producción de cacao, mejorar las técnicas de cultivo, de tal manera que se puedan optimizar recursos y costos, para lograr diferenciación en los mercados.

5.3 Discusión

Después de la investigación realizada en el presente trabajo sobre las exportaciones de cacao ecuatoriano bajo normativa de Comercio Justo he podido evidenciar que la mayoría del mercado (80%) abarca una empresa privada, con aporte de capital extranjero.

Es necesario considerar que el “Comercio Justo” nace de la necesidad de los pequeños productores, y que, con el fin de superar dificultades económicas, sociales y ambientales en sus comunidades, buscan en la “Asociatividad” un camino de respaldo, solidaridad y entrega para el trabajo en conjunto.

Por otro lado, hoy en día multinacionales, y firmas muy reconocidas han enviciado el término, pues al ser productos de alto valor agregado y por ende de un costo superior al de productos convencionales, han incurrido en la idea de producir en masa productos supuestamente de “Comercio Justo”, todo sea por generar mayores ingresos, y ganar mercado también con estos productos. Lamentablemente las empresas que están fuera de esta práctica lo toman como una “moda” que quieren copiarla a toda costa.

BIBLIOGRAFÍA

- Apolaya, M. (s.f.). *DISAN FAP*. Obtenido de http://bvsper.paho.org/videosdigitales/matedu/2012investigacionsalud/20120626Operacionnalizacion_MoisesApolaya.pdf?ua=1
- Arrieta, K. (2012). *Slideshare*. Obtenido de Fuentes primarias y secundarias de la investigación: https://es.slideshare.net/kellyjhoana10/fuentes-primarias-secundarias-y-terciarias?next_slideshow=2
- Artazar, M. (2002). *Asociación española de ecología terrestre*. Obtenido de <http://www.aeet.org/ecosistemas/022/informe1.htm>
- Asociación Nacional de Exportadores de Cacao Ecuador . (2015). *ANECACAO*. Obtenido de <http://www.anecacao.com>
- Atlas Ti. (2019). *Atlas.Ti*. Obtenido de https://atlasti.com/wp-content/uploads/2014/07/atlas.ti6_brochure_2009_es.pdf
- Banco Central del Ecuador. (2019). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>
- Bermejo, r. (2005). *La gran transición hacia la sostenibilidad*. Madrid: Los libros de Catarata.
- Bermejo, R. (2015). *La gran transición hacia la sostenibilidad*. Madrid: Los libros de la catarata.
- Berumen, S. (2006). Intrducción a la Economía Internacional. En S. Berumen, *Intrducción a la Economía Internacional* (págs. 66-70). Madrid: ESIC .
- Buse, Eduardo. (2017). Biocomercio, comercio justo y asociatividad modelo para los superfoods peruanos. *Industrial Data*, 73.
- Cancino, L. (24 de julio de 2013). *Oportunidades de mercado para los productos de Valor Agregado*. Obtenido de

http://usapeec.org.mx/publicaciones/presentaciones/pdf/oportunidades_de_mercado_para_el_valor_agregado.pdf

Cesar Marcillo. (s.f.). *Vive comercio Justo: Manual básico de conceptos avances y proyecciones en el Ecuador*. Obtenido de https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/reaslibrary_attachments/Manual-de-Comercio-Justo.pdf

Ciudades y Pueblos Latinoamericanos por el comercio Justo. (2019). *La campaña “Ciudades y Pueblos Latinoamericanos por el Comercio Justo”*. Obtenido de <http://ciudades-comerciojusto.org>

Cobus Info Aduana. (2019). *Cobus Group Comercial Business*. Obtenido de <https://www.cobusgroup.com/home>

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2018). Ecuador.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (julio de 2017). *Vicepresidencia del Ecuador*. Obtenido de <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/Resumen-Cadena-de-Cacao-rev.pdf>

Comité de Comercio Exterior. (2017). *Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones*. Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec>

Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños. (2018). *Comercio Justo*. Obtenido de Red Cacao: <http://clac-comerciojusto.org>

Connect Americas. (2018). *Connect Americas*. Obtenido de <https://connectamericas.com>

Coordinadora de Comercio Justo . (2018). Obtenido de <http://www.cecjecuador.org.ec/coordinadora/mision-y-vision/>

- Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2016). *Un mismo camino, dos caminos: Comercio Justo y Objetivos de Desarrollo sostenible*. Obtenido de <http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2017/09/Comercio-Justo-y-ODS.pdf>
- Coscione, M. (2017). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es>
- Cruz, L. (mayo de 2015). *Universidad Politécnica Salesiana* . Obtenido de Enfoque teórico epistemológico del Comercio Justo-Caso estudio Ecuador: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9289/1/UPS-QT07179.pdf>
- ECOCERT GROUP. (2018). Obtenido de <http://www.ecocert.com/es/comercio-justo/index.html>
- Economía Solidaria. (2018). *Economía Solidaria*,. Obtenido de https://www.economiasolidaria.org/comercio_justo
- EKOS . (2016). Comercio Justo. *EKOS Negocios* , 95-98.
- El Telégrafo. (21 de mayo de 2018). El comercio justo busca posicionarse en Ecuador. *El Telégrafo*.
- Estrella, V., & Gonzales, A. (2014). Desarrollo Sustentable. En V. Estrella, & A. Gonzales, *Un nuevo mañana* (págs. 4,). México: Grupo Editorial Patria.
- Eticambio . (2019). *Eticambio*. Obtenido de <http://eticambio.com>
- FairTrade. (2018). *Sello Comercio Justo*. Obtenido de <http://www.sellocomerciojusto.org/es/empresas/queesfairtrade.html>
- Fondo Ecuatoriano Populorum Progreso. (2019). *El Comercio Justo: un camino hecho al andar*. Obtenido de <http://fepp.org.ec/?p=1327>
- Fuentemayor, B. (18 de marzo de 2015). *Economía y Finanzas Internacionales*,. Obtenido de Ventaja comparativa: <http://www.puce.edu.ec>

Garzón, A. (5 de mayo de 2016). Obtenido de <http://tciusb.blogspot.com>

Genoveva, S. (2011). *Repositorio Universidad Simón Bolívar*. Obtenido de Análisis de competitividad del sector de la producción y exportación de plantas y flores de orquídeas: <http://repositorio.uasb.edu.ec>

Guerrero, G. (s.f.). *El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV*. Obtenido de Revista Líderes: <https://www.revistalideres.ec>

Helmut Jacob. (15 de diciembre de 2016). *Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca*. Obtenido de La Agricultura Orgánica, Agroecología y su influencia en la Inocuidad de los alimentos: <http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/1erseminocuidadlim/Jueves15/Agricultura%20Orga%CC%81nica%20Helmut%20Jacob.pdf>

Hernández, Roberto. (s.f.). Metodología de la investigación. En R. Hernández, *Metodología de la investigación* (pág. 79). Quinta Edición,.

Huauquipura. (2019). *Huauquipura entre hermanos*. Obtenido de <http://huauquipura.org>

Ideas Comercio Justo. (2017). *El comercio justo y los objetivos de desarrollo sostenible "Un camino en común"*. Obtenido de http://ideas.coop/wp-content/uploads/2016/05/informeODS_OK.pdf

IMOCert, L. (julio de 2018). *ImocertBio*. Obtenido de <http://imocert.bio/quienes-somos/>

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2017). *PRO ECUADOR*. Obtenido de Perfil Sectorial de Cacao y Elaborados: <https://www.proecuador.gob.ec>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2018). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Maldonado, G. (2 de agosto de 2012). *Pontificia Universidad Católica de Perú*. Obtenido de

Determinantes e impactos de la asociatividad para el comercio justo el caso de REPEBAN:

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1452>

Maquita. (2018). *Maquita*. Obtenido de <http://maquita.com.ec>

Marcillo, C. (s.f.). *Economía Solidaria*. Obtenido de Manual de Comercio Justo:

[https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/reaslibrary_attachments/Manual-de-](https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/reaslibrary_attachments/Manual-de-Comercio-Justo.pdf)

[Comercio-Justo.pdf](https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/reaslibrary_attachments/Manual-de-Comercio-Justo.pdf)

Mendoza, V. (17 de mayo de 2016). El desarrollo sustentable. *El telégrafo*, pág.

<https://www.eltelegrafo.com.ec>.

Ministerio de Agricultura ganaderia Acuacultura y Pesca. (2017). *Ministerio de Agricultura*

ganaderia Acuacultura y Pesca. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/>

Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones. (2018). *Misión* . Obtenido de

<https://www.comercioexterior.gob.ec/valores-mision-vision/>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2018). Obtenido de

<https://www.industrias.gob.ec/valores-mision-vision/>

Ministerio del Ambiente. (2017). *Naciones Unidas reconoce a Ecuador como modelo de*

Desarrollo Sostenible,. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec>

Mundo Gestión. (15 de 11 de 2017). *Por qué cayeron las exportaciones de grano de cacao* .

Obtenido de <https://gestion.pe>

MypressMexico. (31 de enero de 2018). *Qué es el Comercio Justo en alimentos orgánicos*.

Obtenido de Los productos agrícolas buscan llegar a otros sectores de la sociedad:

<https://www.mypress.mx/negocios/que-es-comercio-justo-en-alimentos-organicos-849>

Nunes, P. (19 de febrero de 2016). *Knook Net*. Obtenido de Valor Agregado:

<http://knook.net/es/cieeconcom/economia-es/valor-agregado/>

Orellana, E. (2018). Diagrama Arbol de Problema.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación . (2018). *Organización de las Naciones*

Unidas para la Alimentación . Obtenido de <http://www.fao.org/home/es/>

Organización de Naciones Unidas. (2015). *17 Objetivos para transformar nuestro mundo*,.

Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Organización Mundial del Comercio Justo. (2018). *Comercio Justo*,. Obtenido de <http://wfto->

[la.org/comercio-justo/que-es/](http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es/)

Pardo, R. (2018). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*,.

Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/s5780s/s5780s09.htm#TopOfPage>

Pérez, J. (s.f.). *Definicion De*. Obtenido de <https://definicion.de/variable-cuantitativa/>

Perfil. (6 de noviembre de 2018). *Ecuador recurre a mercado asiático de cacao por rechazo de*

Estado Unidos. Obtenido de <https://www.perfil.com>

Plan Nacional de Buen Vivir, 2.-2. (17 de octubre de 2017). *Secretaria Nacional de Planificación*

y Desarrollo SEMPLADES,. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

PRO ECUADOR. (2017). *Anuario de exportaciones del sector asociativo y de comercio justo*.

Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec>

PRO ECUADOR. (2017). *PRO ECUADOR*. Obtenido de [http://base.socioeco.org/docs/anuario-](http://base.socioeco.org/docs/anuario-comercio-justo-2018.pdf)

[comercio-justo-2018.pdf](http://base.socioeco.org/docs/anuario-comercio-justo-2018.pdf)

PRO ECUADOR. (12 de Julio de 2018). *PROECUADOR*. Obtenido de División sectorial exportación: <https://www.proecuador.gob.ec>

PROECUADOR. (18 de diciembre de 2017). *Estudio Especial de Comercio Justo en Italia*,. Obtenido de Obtenido de Comercio Justo Estudio De Mercado Exportador Italia: <https://www.proecuador.gob.ec/estudio-especial-de-comercio-justo-en-italia/>

PROECUADOR. (2017). *Perfil sectorial del cacao y elaborados 2017*. Obtenido de www.proecuador.gob.ec

PROECUADOR. (2018). Obtenido de http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=122

Revista Ekos. (2016). Producción Nacional. *Ekos Negocios*, 94-104. Obtenido de www.ekosnegocios.com

Riqueleme, M. (20 de agosto de 2014). *Webyempresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com>

Riquelme, M. (2014). *Web y Empresas*,. Obtenido de La Ventaja competitiva segun Michael Porter,: <https://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/>

Rosero, L. (septiembre de 2016). *Repositorio IAEN*. Obtenido de Instituto de Altos Estudios Nacionales : <http://repositorio.iaen.edu.ec>

Salazar, Adriana. (s.f.). *Universidad Monteávila*. Obtenido de <http://www.uma.edu.ve/audiencia/wordpress/metodos-de-recoleccion-de-datos-en-una-investigacion-cualitativa/>

- Saltos, D., & Vera, f. (2015). *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de Impacto y potencial de las expotaciones ecuatorianas de comercio justo del sector de cacao y elaborados: <http://www.ucsg.edu.ec/>
- Sanjinés Motán, F. (202). *Ventajas comparativas y competitivas del comercio regional orureño*. La Paz: Editorial Offset Boliviana Ltda.
- Santacruz, G. (2011). *Universidad Andina Simon Bolivar*. Obtenido de Análisis de la competitividad del sector de la producción y exportación de plantas y flores de orquideas.: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2913/1/T1037-MBA-Santacruz-An%C3%A1lisis.pdf>
- Secretaria de Economía Popular y Solidaria. (2018). *Conoce que es la Economía Popular y Solidaria (EPS)*. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/noticia?conoce-la-eps>
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, S. (11 de octubre de 2017). *Planificación*,. Obtenido de Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Sello Comercio Justo . (2019). *Sello Comercio Justo* . Obtenido de <https://sellocomerciojusto.org/es>
- Sistema de Investigación sobre la Problemática agraria en el Ecuador (Dirección). (2012). *Comercio justo a cualquier precio* [Película].
- Sites. (s.f.). *Características cualitativas y cuantitativas*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/51300008metodologia/caracteristicas-cualitativa-cuantitativa>
- Solis, Diego. (2013). *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3138/1/T-UCE-0005-399.pdf>

Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. (01 de 2019). *Superintendencia de Compañías*

Valores y Seguros,. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec>

Unión de organizaciones campesinas cacaoteras UNOCACE. (2019). *Unión de organizaciones*

campesinas cacaoteras UNOCACE. Obtenido de <http://unocace.com/es>

Vizcarra Gustavo. (202). *Argeninta ORG*. Obtenido de El Comercio Justo: Una alternativa para la

Agroindustria Rural de America Latina:

<http://www.argeninta.org.ar/pdf/comercio%20justo%20alternativa%20para%20Agroindustria%20rural%20de%20amer.pdf>

Vizcarra, G. (2002). El Comercio Justo. En U. a. Latina. Santiago de Chile.

World Bank Group. (2018). *World Bank Group*. Obtenido de <https://www.worldbank.org/>

Yuliani. (20 de Abril de 2010). Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. Perú.