



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA: INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

TEMA:

**Matriz para la obtención de la Certificación de Comercio
Justo para pequeños productores de banano de la provincia
de El Oro**

AUTORA:

Andrea Nathalie López Mayorga

**TÍTULO: INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

TUTOR:

Dra. Melva Lozano Veliz

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA: INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Andrea Nathalie López Mayorga, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en comercio y finanzas internacionales bilingüe.

TUTOR (A)

Dra. Melva Lozano Veliz

REVISOR(ES)

Eco. Felipe David Álvarez Ordoñez

Ing. María Josefina Alcívar Avilés Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Eco. Teresa Alcívar Avilés

Guayaquil, a los dieciséis días del mes de Julio del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA: INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Andrea Nathalie López Mayorga**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación Matriz para la obtención de la certificación de comercio justo para pequeños productores de banano de la provincia de El Oro previa a la obtención del Título de Ingeniería en comercio y finanzas internacionales bilingüe, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los dieciséis días del mes de Julio del año 2014

LA AUTORA

Andrea Nathalie López Mayorga



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Andrea Nathalie López Mayorga**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Matriz para obtención de la certificación de comercio justo para pequeños productores de banano de la provincia de El Oro**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los dieciséis días del mes de Julio del año 2014

LA AUTORA

Andrea Nathalie López Mayorga

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecerle a Dios porque Él siempre ha estado a mi lado y me ha demostrado su amor y compañía en cada una de las etapas de mi vida. Sin Él no hubiera podido hacer nada; en segundo lugar quiero agradecerle a cada uno de los miembros de mi hermosa familia, a mi Papa Cesar López, que sin su cariño y consejos no hubiera tenido el valor de enfrentar los desafíos de mi vida, a mi Mama Aura Mayorga, por su amor incondicional y ejemplo de honestidad y rectitud; a mi apreciado hermano Julio López por su fidelidad, amor y alegría, que siempre me las otorgaba cuando más las necesitaba.

Por último, quiero agradecerles a todos mis amigos y amigas, que me han acompañado con sus consejos, oraciones y cariño. Los llevaré siempre en mi corazón. Dios los bendiga.

ANDREA NATHALIE LÓPEZ MAYORGA

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a **Dios**,
A mis amados padres,
A mi querido hermano,
A mis amigos y amigas,
Por darme su apoyo y amor incondicional en todo momento

ANDREA NATHALIE LÓPEZ MAYORGA

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

**DRA. MELVA LOZANO VELIZ
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGUE

CALIFICACIÓN

Dra. Melva Lozano Veliz
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
1. ANTECEDENTES	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
3. JUSTIFICACIÓN	3
4. OBJETIVOS	4
4.1 OBJETIVO GENERAL	4
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
5. MARCO TEÓRICO	4
6. MARCO CONCEPTUAL	9
7. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	12
8. HIPÓTESIS	12
9. METODOLOGÍA	12
9.1 MÉTODO ANALÍTICO DESCRIPTIVO	12
9.2.- TIPO DE ESTUDIO A REALIZAR	13
9.3.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	13
9.4 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	14
9.5.- FUENTE	15
9.5.1.- Fuente primaria	15
9.5.2.- Fuentes secundarias	15
9.6.- PROCESO DE INFORMACIÓN	15
10. INTRODUCCIÓN	16
CAPITULO I	18
IMPORTANCIA Y CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN DEL BANANO	18
1.1 GENERALIDADES DEL BANANO	18

1.2 LAS ESPECIES DE BANANO	19
1.3 TIPICAS ENFERMEDADES DEL BANANO	20
1.3.1 Sigatoka Negra.....	20
1.3.2 Mal de Panamá	21
1.3.3 Moko.....	21
1.4 EXPORTACIÓN DEL BANANO A NIVEL MUNDIAL.....	22
1.5 EMPRESAS EXPORTADORAS A NIVEL MUNDIAL	23
1.6 PRECIO DEL BANANO	24
1.7 EL CONSUMO DEL BANANO	24
1.8. CERTIFICACIONES DEL MERCADO INTERNACIONAL.....	25
1.9 PRODUCCIÓN DEL BANANO EN EL ECUADOR.....	27
1.9.1 Requisitos para exportar	28
1.9.2 Comercio en el Ecuador.....	30
1.9.3 La producción de banano en la provincia del El Oro	32
CAPITULO II.....	35
ASPECTOS TEÓRICOS DEL COMERCIO JUSTO	35
2.1. HISTORIA DEL COMERCIO JUSTO	35
2.2 DEFINICIONES DEL COMERCIO JUSTO.....	39
2.3 PRINCIPIOS DE COMERCIO JUSTO.....	40
2.4 ASPECTOS DEL COMERCIO JUSTO.....	41
2.4.1 Aspectos Económicos	42
2.4.2 Aspectos Sociales	43
2.4.3 Aspectos Ambientales	44
2.5 PRIMA DE DESARROLLO.....	45
2.6 PRECIO MÍNIMO.....	45
2.7 TRAZABILIDAD	46
2.8 CRITERIOS	46
2.9 ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO.....	47
CAPITULO III.....	48
ANÁLISIS DEL COMERCIO JUSTO PARA PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO DE LA PROVINCIA DE EL ORO	48
3.1 ANÁLISIS GENERAL DE LA ENCUESTA.....	56
3.2 ANÁLISIS GENERAL DE LA ENTREVISTA.....	58
3.3 ANÁLISIS PEST	61

3.3.1 Político.....	62
3.3.2 Económico.....	63
3.3.3 Social.....	64
3.3.4 Tecnología.....	65
3.5 ANÁLISIS FODA.....	66
3.5.1 Fortalezas.....	66
3.5.2 Oportunidades.....	68
3.5.3 Debilidades.....	68
3.5.4 Amenazas.....	69
3.6 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO JUSTO.....	70
3.7 ANÁLISIS DEL COSTO DE PRODUCCIÓN DE BANANO FAIRTRADE	70
CAPITULO IV	78
MATRIZ PARA LA OBTENCIÓN DE LA CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO.....	78
4.1.-INVESTIGACIÓN Y TOMA DE DECISIÓN	81
4.2.- REQUISITOS	82
4.2.1 Producción	82
4.2.2. Desarrollo Ambiental	83
4.2.3 Condiciones Laborales	85
4.2.4 Negocios y Desarrollo	87
4.3.- SOLICITUD	89
4.3.1 Cuota Inicial de certificación (12 primeros meses)	89
4.3.2. Tipos de Organizaciones.....	90
4.3.3 Cuota inicial básica.....	91
4.3.4. Cuota por producto adicional.....	91
4.3.5 Cuota de Instalación de procesamiento	91
4.4 INSPECCIÓN INICIAL.....	92
4.5. EVALUACIÓN.....	93
4.6 CERTIFICACIÓN.....	94
CONCLUSIONES	95
RECOMENDACIONES.....	97
BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXOS.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No 1 Perfil del Encuestado.....	14
Tabla No 2 Ficha Técnica del Estudio Cuantitativo.....	15
Tabla No 3 Clasificación de las especies de banano y plátano	19
Tabla No 4 Principales Países Exportadores de Banano en el Mundo	23
Tabla No 5 Estructura Productiva del Banano	31
Tabla No 6 Exportaciones Mensuales de Banano	31
Tabla No 7 Comparativo de las Exportaciones por destino	32
Tabla No 8 Grado de Conocimiento de la Certificación de Comercio Justo	49
Tabla No 9 Grado de interés en la Certificación de Comercio Justo.....	50
Tabla No 10 Medios para aplicar la Certificación de Comercio Justo	51
Tabla No 11 Actividades para el conocimiento de la Certificación de Comercio Justo	53
Tabla No 12 Medios de la Información sobre la Certificación de Comercio Justo	55
Tabla No 13 Ventajas y Desventajas de la Certificación de Comercio Justo	70
Tabla No 14 Hoja de Costos de producción de Banana Fairtrade	71
Tabla No 15 Cuota Inicial Básica.....	91
Tabla No 16 Cuota por Producto Adicional.....	91
Tabla No 17 Cuota de Instalación de Procesamiento	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1 Evaluación Mensual del Precio Internacional del Banano	24
Gráfico No 2 Producción Principales Provincias	34
Gráfico No 3 Grado de Conocimiento de la Certificación de Comercio Justo	49
Gráfico No 4 Grado de interés en la Certificación de Comercio Justo	50
Gráfico No 5 Medios para aplicar la Certificación de Comercio Justo	51
Gráfico No 6 Atributos de las Certificación del Comercio Justo	52
Gráfico No 7 Actividades para conocimiento de la Certificación de Comercio Justo	53
Gráfico No 8 Dificultades de la Certificación de Comercio Justo	54
Gráfico No 9 Medios de Información sobre la Certificación de Comercio Justo	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No 1 El banano	18
Figura No 2 La Enfermedad Sigatoka Negra	20
Figura No 3 Enfermedad el mal de Panamá.....	21
Figura No 4 La Enfermedad El Moko.....	22
Figura No 5 Mapa del Ecuador	30
Figura No 6 Mapa de la Provincia de El Oro.....	33
Figura No 7 Primer Logo del Comercio Justo	37
Figura No 8 Logo de Fairtrade	38
Figura No 9 Asociación Cerro Azul	58
Figura No 10 Asociación" Urocal"	60

RESUMEN

El siguiente proyecto de tesis busca el desarrollo del proceso de certificación de Comercio Justo, con el fin de ayudar a los pequeños productores de banano de la provincia de El Oro a evidenciar las dificultades y también los beneficios que se presentan en la implementación de esta certificación. Ya que el fundamento de la certificación fairtrade es renovar la dignidad del pequeño productor reconociendo su esfuerzo y dedicación en su trabajo a través de un pago justo por sus productos y la entrega de prima para su desarrollo social.

Para la recolección de información se realizaron encuestas a los pequeños productores de banano que no han implementado todavía la certificación de Comercio Justo para reconocer primero el grado de interés y conocimiento de la certificación y segundo identificar los obstáculos o dificultades que poseen los pequeños productores. También se realizaron entrevistas a las asociaciones que ya han implementado la certificación y tienen experiencia, con el fin de conocer los beneficios y ventajas de la certificación y el proceso detalladamente.

Por ello el aporte de esta tesis es el desarrollo y detalle de los requisitos que deben llevar acabo los pequeños productores para obtener la certificación de Comercio Justo y su proceso, ya que al tener el conocimiento claro de los pasos a seguir en la certificación de Comercio Justo, los pequeños productores podrán implementarla y tener un desarrollo sustentable.

Palabras Claves: fairtrade, prima, desarrollo sustentable, pago justo, pequeños productores, proceso.

ABSTRACT

The following thesis project seeks to develop the process of fair trade certification in order to help small banana producers in the province of El Oro to highlight the difficulties and benefits that occur in the implementation of this certification. Since the basis of the fairtrade certification is to renew the dignity of the small producer recognizing their efforts and dedication in their work through a fair payment for their products and delivering premium for social development.

For data collection, surveys were conducted small banana producers who have not yet implemented fair trade certification to recognize first the level of interest and knowledge of certification and second identify obstacles or difficulties that have small producers. Interviews were also conducted to associations that have already implemented a certified and experienced in order to know the benefits and advantages of certification and the process to be performed.

Therefore, the contribution of this thesis is the development and detail of the requirements that must carry out small producers to get certified Fair Trade and its process, and that having a clear understanding of the steps in the certification of trade fair small producers can implement and have sustainable development.

1. ANTECEDENTES

Fairtrade International es la entidad que busca que exista un trato más justo con los productores y es la encargada de establecer los criterios de Comercio Justo y de dar un apoyo a los pequeños productores certificados. Con sede en Bonn, Alemania. El informe de monitoreo 2012 de Fairtrade Internacional brinda conocimientos acerca de los beneficios que ofrece a los pequeños productores y también los puntos que deben mejorar.

El informe indica que 1.24 millones de trabajadores y agricultores y sus familias se ven beneficiados con la certificación del Comercio Justo, además las organizaciones de pequeños productores obtuvieron un incremento de 30% en sus ventas y un 26% en sus ingresos referentes a la prima de fairtrade (International, 2013).

También de acuerdo a los estudios de la evolución mundial del sistema de Comercio Justo en el 2011 de la fundación Fortalecer, muestran que los tres mayores productos dentro del Comercio Justo: café, cacao y banana abarcaron el 75% del mercado mundial en cuanto al valor de ventas y el 68% en cuanto al volumen exportado, lo que demuestra que el Comercio Justo ha tenido un impacto positivo en el mercado (Fortalecer, 2011).

Por otro lado en el Ecuador el gobierno está fomentando el Comercio Justo, pero el desafío es encontrar un mercado competitivo para los productos. Un punto positivo es que ya existen algunas empresas que comercializan cacao y banano con el sistema de fairtrade pero a la vez otras que no, por la falta de conocimiento y capacitación acerca de la certificación.

Por estas cifras se conoce que el Comercio Justo tiene una gran aceptación a nivel mundial y en el Ecuador el gobierno está teniendo la iniciativa de ayudar a los pequeños productores en el conocimiento sobre esta certificación ya que la mayoría todavía no la conoce (Vredeseilanden, 2013).

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Ecuador es un país caracterizado por tener una gran diversidad de cultivos y un terreno fértil, además ha sido reconocido mundialmente como uno de los mayores exportadores de Banano. El cultivo de banano es una de las principales fuentes de trabajo para muchas familias del Ecuador especialmente en la provincia de El Oro.

A pesar de ser uno de los mayores exportadores de banano, es evidente la desigualdad y pobreza que viven la mayoría de las familias del sector agrícola porque algunas empresas multinacionales o exportadoras no les retribuyen un precio justo por sus productos. Lo más irónico es que los mismos productos son vendidos a Europa, EEUU y Australia con un precio final mucho más elevado, adquiriendo los exportadores toda la ganancia del esfuerzo cotidiano de los productores y productoras de las materias primas, además se venden los mejores bananos en el exterior, dejando para el consumo local, un producto que es notoriamente inferior no solo en calidad sino también en tamaño.

Por lo tanto para superar esta crisis socio-económica que viven los pequeños productores de banano existe una tendencia llamada Comercio Justo (FairTrade), la cual sostiene que el productor debe obtener una mayor ganancia por sus productos pero que al mismo tiempo este se comprometa a cumplir con una serie de criterios que garanticen la calidad de su producto y el cuidado socio-ambiental en la producción del mismo.

Pero por desgracia los pequeños productores ecuatorianos en su mayoría no conocen sobre esta ayuda comercial y por ende no han podido beneficiarse de las bondades que ofrece esta certificación; por otro lado otros han escuchado o leído sobre esta tendencia comercial, pero por la falta de entendimiento en los criterios prácticos de esta certificación no se han animado a realizarla. Por ello es necesario que los pequeños productores

conozcan a fondo que es la certificación de Comercio Justo y sus requisitos, para que con ello obtengan las ganancias que merecen por su esfuerzo y dedicación.

3. JUSTIFICACIÓN

El Ecuador ha sido desde siempre un país rico en diversidad, con un suelo apto para casi todo tipo de siembra. El mejor recurso de este país es su gente. Gente humilde y trabajadora que busca sacar adelante a su familia y que se esfuerza día a día, de sol a sol por cosechar un mejor mañana.

Sin embargo la realidad social contrasta con el lugar donde viven y es evidente la pobreza extrema en la que viven un gran número de familias, los bajos índices de formación académica, el trabajo infantil y además la gran desventaja entre los pequeños productores en relación con los exportadores, ya que estos en su mayoría reciben bajos precios por sus productos y la venta de los mismos cubre apenas el costo de producción y no les alcanza para invertir y seguir creciendo sino solo para subsistir. Éste es un gran problema que sufre la mayoría de los productores de los países en vías de desarrollo y el Ecuador obviamente no es la excepción.

Pero existe una tendencia de un comercio más justo, implementando los criterios del fairtrade que busca garantizar los derechos sociales de los productores marginados y contribuir a aumentar la justicia económica.

Pero la problemática es ¿qué tanto conocen los productores sobre esta nueva tendencia y si la conocen que tanto se animan a implementarla? , y es que según los estudios, se ha identificado que los pequeños productores primero no conocen específicamente que es "El Comercio Justo" y por otro lado no saben los requisitos y pasos que deben llevar a cabo para obtener esta certificación y así dar un valor agregado a sus productos y obtener mayores ganancias y oportunidades en el extranjero.

Por ello esta tesis se basará en el desarrollo y detalle de los requisitos que deben llevar a cabo los pequeños productores para obtener la certificación de Comercio Justo y mejorar su calidad de vida. Ya que al tener el conocimiento claro de los pasos a seguir en la certificación los pequeños productores no se confundirán y entenderán lo que deben hacer para la obtención de esta certificación. Y al desarrollarse ellos, también ayudará al progreso del país y por ende al progreso de todos los ecuatorianos.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar la matriz para la obtención de la certificación de Comercio Justo para los pequeños productores de banano de la provincia de El Oro como medio eficaz para su implementación.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los requisitos de los criterios de Comercio Justo que se aplican a los pequeños productores de banano de El Oro.
- Identificar el nivel de conocimiento sobre la certificación de Comercio Justo de los pequeños productores de banano de El Oro.
- Determinar el proceso y los recursos necesarios para la obtención de la Certificación de Comercio Justo.

5. MARCO TEÓRICO

“El Comercio Justo es una alternativa de comercio que promueve una relación equitativa de igualdad de oportunidades entre productores y consumidores, buscando beneficiarlos frente a las desventajas presentes en los grandes circuitos del comercio tradicional” (Castilla, 2013).

Esta igualdad que menciona Castilla no es muy común en los países sub desarrollados ya que como la mayoría sabe muchas veces las empresas multinacionales imponen un precio final al público mucho mayor del precio al cual compraron la materia prima a los productores, llevándose ellos la mayoría de las ganancias. Pero con el Comercio Justo se busca establecer una igualdad de ganancias, aquí se aplica la teoría de ganar- ganar tanto productor como consumidor final.

En otras palabras como lo menciona Castilla “Se trata de incluir todo en la balanza y preferir bienes elaborados con mayor respeto por el entorno, obtenidos en mejores condiciones laborales para los trabajadores; reducir la participación de intermediarios para acercarnos entre los actores indispensables de las transacciones, dos partes, personas, que encuentran sustento económico y desarrollo a través de la relación” (Castilla, 2013).

Se debe recalcar que el cuidado de los consumidores es de gran importancia en la tendencia del Comercio Justo, por ello el codex alimentarius es un requisito que debe estar en cada caja que tenga esta certificación para garantizar e informar a los compradores cual ha sido el comportamiento del producto en todas sus etapas (INEN, 2010).

Además el Comercio Justo tiene un impacto social, ya que contribuye al desarrollo de las mujeres rurales en algunos países, las mujeres representan aproximadamente el 70% de la mano de obra agrícola. Su papel es fundamental en las economías de las zonas rurales especialmente para garantizar la seguridad alimentaria, pero ellas tienen más dificultades para acceder a recursos productivos o a créditos. Un estudio de la FAO estima que si las mujeres rurales tuvieran el mismo acceso a estos recursos, las cosechas aumentarían entre un 20% y un 30%, lo que contribuiría al crecimiento económico (CECJ, 2010).

En este sentido muchas organizaciones de Comercio Justo facilitan créditos a bajo interés a campesinas y campesinos. Una de ellas es la cooperativa azucarera Manduvirá (Paraguay) “Un servicio que ofrecemos es la financiación de la producción en condiciones favorables, ya que en la banca convencional es difícil que den el crédito a pequeños, y sobre todo, a pequeñas productoras”, explica Ada Zarate, representante de la entidad. Por su parte, Merling Preza, de la cooperativa Prodecoop (Nicaragua) asegura: “Aquí el porcentaje de mujeres que tienen la propiedad de la tierra es muy pequeño. Pero cuando la mujer comienza a administrar, los recursos son mucho mejor utilizados y esto ayuda a mejorar las condiciones de la economía familiar y también otros problemas” (CECJ, 2010).

El comercio debe verse como un instrumento para el desarrollo sostenible y no como un fin, porque cuando se lo ve como un fin este se convierte más importante que las personas y su bienestar integral y ahí es cuando en vez de disminuir la desigualdad económica entre naciones esta aumenta porque no se busca el desarrollo social a través del comercio sino solo el desarrollo del comercio es decir del dinero y poder.

Afirma que el comercio tiene el potencial de contribuir positivamente al alivio de la pobreza, al desarrollo sostenible. Sin embargo la experiencia ha demostrado que si no se implementa de una manera justa y responsable el comercio, de hecho puede exacerbar la pobreza y la desigualdad (Egas, 2009).

La relación entre el Comercio Justo y la economía social y solidaria es que los dos buscan el desarrollo sostenible de la sociedad de manera integral considerando su aspecto social , económico, cultural, ecológico y ético en otras palabras como lo mencionó (Egas, 2009) el Comercio Justo o economía solidaria es el buen vivir del ser humano en armonía con el medio ambiente y por ende, el desarrollo del proceso por el cual los grupos

humanos pasan de condiciones menos humanas a condiciones más humanas en términos de calidad y cantidad de vida.

El último informe del Fondo Internacional para el Desarrollo Agrícola (FIDA) señala que más del 70% de las personas que viven en situación de pobreza extrema residen en zonas rurales (CECJ, 2010). Esto es tan irónico ya que son los principales productores de alimentación a nivel global.

La pobreza extrema que viven un gran número de personas es un tema de relevante importancia, ya que existen muchas alternativas económicas-comerciales que buscan solucionar esta situación pero a veces la empeoran.

Una de estas alternativas es la del Libre Comercio y desde el punto de vista de (George, 2013) El 'libre comercio', especialmente entre los países enriquecidos y empobrecidos, no es otra cosa que la libertad del zorro en el gallinero, la implantación planetaria de feroces normas de negocios que, en la práctica, se asemeja a una manada de depredadores al acecho de sus presas“ por ello la misma busca la implementación del Comercio Justo porque es una relación justa y equitativa entre productores y consumidores.

”La mitad de las personas más pobres del mundo son, paradójicamente, pequeños productores o agricultores que producen el 70% de la alimentación mundial” informa (Doniare, 2013).

En este sentido el Comercio Justo rechaza la explotación laboral, las relaciones abusivas, el trabajo infantil o los precios que no contribuyan a que los productores puedan tener unas condiciones de vida dignas.

Pero a pesar de los beneficios que otorga el sistema de Comercio Justo, es una realidad de que existen dificultades para los pequeños productores en la aplicación de los criterios, Marvin López dirigente de la Asociación de Productores Orgánicos para el Desarrollo Integral de Polochic de Guatemala

en una entrevista compartió, “A los pequeños productores nos cuesta entender ahora como está el sistema , los estándares están cada vez más complicados, más difíciles de entender sobre todo si se dejan cabos sueltos y no hay una claridad de cómo debe ser su aplicación , el problema es que en el momento de hacer la evaluación de las auditorias no se manejan los mismo criterios de aplicación. En muchas ocasiones no se ven las realidades distintas de nuestros países y el reto que queda es la unificación de los criterios “(López, 2010).

Marvin López menciona dos puntos muy importantes, el primero es que la falta de claridad de cómo aplicar los criterios fairtrade y el segundo son las realidades distintas de los países, ya que no es lo mismo el cuidado de un café colombiano que el de un café ecuatoriano más allá de que los 2 países estén en Latino América el suelo y el medio ambiente es distinto por ello es necesario ayudarle al pequeño productor a comprender desde su realidad como alcanzar los estándares del Comercio Justo.

Otra dificultad para los productores es el acceso a la financiación ya que una entidad financiera corriente no se arriesgaría a otorgar un préstamo a un pequeño productor que solo cuenta con su palabra y su cosecha para asegurar el pago de las cuotas y mucho menos dejaría de obtener beneficios aplicando una tasa de interés baja a una persona que no se sabe si cumplirá con su obligación de pago. Pero cuando el productor está asociado con el Comercio Justo existen una serie de organizaciones que se encargan de darles un acceso financiero (CECJ, 2010).

Y por último también existe el problema de crear una consciencia sostenible ambiental, tanto en los productores como en los consumidores, porque primero lleva mucho tiempo transmitir a las personas la importancia de realizar un cambio que trae resultados que se verán a largo plazo y en algunas ocasiones más costosos para los productores y las cooperativas de Comercio Justo y en segundo lugar aunque es difícil, crear una consciencia de la importancia del medio ambiente, explicar que vale la pena pagar un

poco más por un producto orgánico, de alta calidad, que garantiza que el beneficio monetario le corresponderá al productor.

Existen organizaciones que colaboran como un canal de comercialización entre productores y consumidores, una de ellas es Camari término en quechua que significa agrado, que se constituyó en 1981 para brindar apoyo a las productores realizando cursos de capacitaciones, asistencia técnica y orientación tanto en lo agrícola como en lo artesanal como esta organización también hay otras como FEPP es el Sistema Solidario de Comercialización del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP), entidad privada de finalidad social, auspiciada por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana que desde 1970 apoya al desarrollo de los sectores populares del país mediante la capacitación, el crédito y la asistencia técnica (Egas, 2009).

6. MARCO CONCEPTUAL

En el contexto del Comercio Justo, existen una serie de elementos técnicos y se debe conocer su definición para un mejor entendimiento e interpretación. A continuación la descripción de estos elementos:

Asociaciones estatales de promoción de Comercio Justo: Son las organizaciones estatales de FLO internacional que se dedican a dar a conocer el sello de Comercio Justo y además de gestionar su implementación. Existen aproximadamente 21 alrededor del mundo (Egas, 2009).

Comercio Justo: El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medio ambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos” (Cordinadora Estatal del Comercio Justo , 2010).

Desarrollo sostenible: La definición más clara y sencilla es, que es un concepto económico que busca cuidar el medio ambiente. La primera vez que fue utilizado este término fue en la Comisión Brundtland, en la cual se definió como el “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Egas, 2009).

Economía social y solidaria.- La economía social y solidaria nace del tronco común de la economía social, y supone un intento de repensar las relaciones económicas desde unos parámetros diferentes. Frente a la lógica del capital, la mercantilización creciente de las esferas públicas y privadas, y la búsqueda de máximo beneficio, la economía solidaria persigue construir relaciones de producción, distribución, consumo y financiación basadas en la justicia, cooperación, la reciprocidad, y la ayuda mutua. Frente al capital y su acumulación, la economía solidaria pone a las personas y su trabajo en el centro del sistema económico, otorgando a los mercados a un papel instrumental siempre al servicio del bienestar de todas las personas y de la reproducción de la vida en el planeta (Egas, 2009).

FLO – CERT: Es una asociación privada que se dedica a certificar que los productos cumplan con los criterios de fairtrade establecidos por FLO International y ello lo realiza a través de auditorías (Egas, 2009).

FLO Fair Trade Labelling Organization: Es una organización no gubernamental que se dedica a establecer los requisitos y criterios que se deben aplicar para la obtención de la certificación de Comercio Justo, a su vez también da un soporte a los pequeños productores y realiza las auditorías para la verificación de estos recursos. Por otro lado gestiona a las asociaciones estatales de promoción de Comercio Justo (Egas, 2009).

Licenciario: Empresas u organizaciones que comercializan con productos de Comercio Justo, que lleven el sello “FAIR TRADE” (Egas, 2009).

Plan Nacional para el Buen Vivir.- Es un instrumento creado para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública. El Plan cuenta con 12 Estrategias Nacionales; 12 Objetivos Nacionales, cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio que los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianos con el país que anhelamos para el Buen Vivir (Desarrollo, 2009).

Las prioridades establecidas en el Plan se centran en la erradicación de la pobreza (ya no en una simple reducción); el cambio de la matriz productiva (potenciación de la industria); la transición hacia la sociedad del conocimiento (indispensable cuando ya se han cubierto las necesidades básicas); la revolución agraria (redistribución de la tierra, fomento al crédito, asistencia técnica, comercio justo, y acceso al riego); el desarrollo integral de la niñez (formar seres humanos creativos, críticos, inteligentes, responsables y solidarios); y la construcción del Estado desde los territorios (descentralización de competencias, aproximando los servicios a toda la ciudadanía y entregando recursos a los gobiernos locales) (Nivelo, 2013).

Precio mínimo: Es el precio que paga el importador al productor. Este precio debe cubrir los costos de producción, para que así el productor pueda vivir dignamente. El precio mínimo es fijo con ello trata de dar seguridad al productor, para que en momentos en que los precios del mercado mundial, sean inferiores, no les afecte ni perjudique. Sin ello los agricultores estarían completamente supeditados a las fluctuaciones del mercado (Egas, 2009). Pero cuando el precio del mercado es superior al precio mínimo de comercio justo, el importador está en la obligación de pagar el precio más alto (Egas, 2009).

Prima de desarrollo: El importador además de pagar el precio mínimo, paga una suma de dinero adicional, que se define como prima de desarrollo; La misma que las organizaciones de pequeños productores deben utilizar únicamente para proyectos para la comunidad, como por ejemplo:

construcción de carreteras, centros de salud, servicios básicos, proyectos educativos, seguros para los trabajadores etc. El uso de la prima es decidido por todos los miembros de la organización de pequeños productores (Egas, 2009).

Sello de FAIR TRADE o Comercio Justo: Es el sello que es colocado en los productos. Certifica que los productores cumplen con los criterios de Comercio Justo establecidos por la FLO International (Egas, 2009).

7. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Dificultad en la interpretación y manejo de los requisitos para la certificación de Comercio Justo y el conocimiento básico del Comercio Justo.

8. HIPÓTESIS

Los pequeños productores no implementan la certificación de Comercio Justo por la falta de conocimiento sobre la misma y por la falta de apoyo en el desarrollo de los requisitos.

9. METODOLOGÍA

El método que vamos a implementar es el analítico descriptivo:

9.1 MÉTODO ANALÍTICO DESCRIPTIVO

Con el método descriptivo interpretaremos de una manera precisa, objetiva y sistemática los conceptos, estadísticas e información que se ha recopilado. Esto nos ayudara a obtener una idea clara de los términos utilizados en el comercio internacional y del proceso de certificación de Comercio Justo y del entorno del pequeño productor.

También analizaremos a profundidad como viven los pequeños productores de banano que quieren o ya han obtenido una

certificación de Comercio Justo. Además través de los resultados de las encuestas y entrevistas desarrollaremos recomendaciones que apoyen a los productores a obtener esta certificación.

Se realizarán encuestas en el mercado seleccionado, que serán los pequeños productores de la Provincia del El Oro donde se evalué el conocimiento sobre la certificación de Comercio Justo.

También se realizarán entrevistas a las asociaciones que ya han obtenido la certificación de Comercio Justo para que a través de su experiencia nos ofrezcan su conocimiento en relación a los problemas que hayan tenido en la implementación de la certificación.

Además se consultará con expertos en el tema de Comercio Justo para que nos brinden su opinión con respecto a la realidad que viven los pequeños productores ecuatorianos, que todavía no cuentan con esta certificación.

9.2.- TIPO DE ESTUDIO A REALIZAR

La fuente primaria será cuantitativa a través de encuestas a hombres y mujeres entre 25 y 40 años de la provincia de El Oro, que tengan como oficio la agricultura y además que no hayan aplicado todavía la certificación de Comercio Justo.

Se utilizarán dos instrumentos para este estudio que son: la encuesta y la entrevista.

9.3.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Determinar el nivel de conocimiento que tienen los pequeños productores de la provincia de El Oro sobre la certificación de Comercio Justo.

- Descubrir el nivel de interés de los pequeños productores en la certificación de Comercio Justo.
- Evaluar las dificultades que tienen los pequeños productores en la implementación de la certificación CJ.

9.4 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

- La población se la conseguirá por medio de nuestro grupo objetivo que se encuentra en la provincia de El Oro, nuestra fuente es del MAGAP hay 4200 agricultores que no tienen Comercio Justo aproximadamente.
- El tipo de muestreo seleccionado es el muestro estratificado del tamaño de muestra con el siguiente perfil.

Tabla No 1 Perfil del Encuestado

Edad:	Entre los 25 y 40 años
Genero :	Masculino y Femenino
Educación :	Básica
Ubicación:	Provincia de El Oro
Ocupación:	Agricultor
Nivel socio-económico :	medio, medio bajo

Fuente y Elaborado: Andrea López

Es importante tener en cuenta que el grupo objetivo al cual se le realizará las encuestas, deben ser pequeños productores que no hayan implementado todavía la certificación de Comercio Justo.

Tabla No 2 Ficha Técnica del Estudio Cuantitativo

FICHA TECNICA DEL ESTUDIO CUANTITATIVO	
COMPONENTES	RESULTADOS
Error Muestra	± 5%
Nivel de Confianza	90% (p=q=0,5)
Tamaño Muestra	255
N , este va a ser su valor de la población que tomó en el MAGAP	4200
Z	1,96
P	0,5
Q	0,5
E	0,05

Elaborado: Andrea López
Fuente: MAGAP

9.5.- FUENTE

9.5.1.- Fuente primaria

Se utilizarán los instrumentos como las encuestas para determinar cuál es el nivel de conocimiento sobre la certificación de Comercio Justo que tienen los pequeños productores de banano de la provincia de El Oro, también para evaluar el grado de interés que tienen en esta certificación. Y además definiremos los obstáculos o las razones por las cuales no han implementado esta certificación. Además realizaremos entrevistas a las asociaciones que ya han implementado la certificación de comercio para determinar cuáles fueron sus dificultades y que beneficios gozan en este momento.

9.5.2.- Fuentes secundarias

Se obtendrá la información de datos estadísticos por medio del MAGAP principalmente de la provincia de El Oro, aproximadamente son 4200 agricultores que no tienen certificación de Comercio Justo.

9.6.- PROCESO DE INFORMACIÓN

El levantamiento de la encuesta se realizaría en 2 días y un día adicional para ingresar los datos, procesar su tabulación y proceder

a realizar el análisis de las mismas (Anexo 1).

En el caso de las entrevistas serán 3 días, dos de entrevistas y uno para realizar las conclusiones de las mismas (Anexo 2).

10. INTRODUCCIÓN

En la actual situación económica los productores de banano están expuestos a muchos obstáculos para comercializar sus productos como por ejemplo los precios por debajo del costo-producción, la crisis económica, los problemas climáticos, la competencia desleal.

Estos obstáculos reducen las oportunidades de la venta de banano y obligan a los productores a emigrar ya sea a nivel local hacia las ciudades o emigrando hacia países extranjeros en condiciones deplorables, arriesgando sus vidas por un supuesto futuro mejor.

Con lo expuesto anteriormente, la tesis se centra en dar a conocer un método a los pequeños productores de banano que los ayudará a ser más competitivos y obtener mejores precios por sus productos. Este método es la Certificación de Comercio Justo (FairTrade) que tiene como finalidad lograr una mayor equidad y ofrecer mejores condiciones para los productores; esta certificación cuenta no solo con criterios económicos también defiende los valores éticos, sociales y ecológicos.

La Certificación de Comercio Justo da un plus al producto y abre las puertas para poder exportar a EEUU, Asia y Europa, y así reducir al máximo la cadena productor–consumidor, para que el pequeño productor obtenga una mayor ganancia del producto que está exportando.

La metodología que se va usar en esta tesis está dividida en 3 partes. En la primera parte se realizará una recolección de información de fuentes secundarias sobre el banano a nivel internacional y nacional, que nos

proveerá de una base sobre la cual plantear la investigación. En esta parte usaremos fuentes de información como revistas, folletos, libros, investigaciones, noticias, páginas webs entre otros.

En la segunda parte se reunirá información acerca de la Certificación de Comercio Justo como sus beneficios, ventajas y oportunidades. También los criterios que se deben llevar a cabo para su obtención.

Y en la tercera parte se procederá a la recolección de información primaria, para lo cual se establecerá contacto con asociaciones de pequeños productores de la provincia de El Oro que estén implementando esta certificación, para conocer todo el procedimiento previo y además las diferentes fases que debe pasar una asociación para cumplir con los criterios económicos, sociales y ambientales para obtener esta prestigiosa certificación. Se detallarán los pasos de una manera resumida en una matriz que ayude al pequeño productor a entender en de una manera práctica el proceso de certificación.

Finalmente se desarrollarán las recomendaciones y conclusiones. Y al término se encontrarán las fuentes bibliográficas y los anexos.

CAPITULO I

IMPORTANCIA Y CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN DEL BANANO.

1.1 GENERALIDADES DEL BANANO

Los bananos y plátanos son cultivos constantes que crecen con rapidez y pueden generar una cosecha durante todo el año.

El banano es uno de los alimentos de primera necesidad más importantes en las zonas tropicales y su producción para la venta en mercados locales es, junto con la producción lechera y la horticultura, una de las pocas actividades que proporciona a las familias ingresos regulares durante todo el año. La mayoría de bananos se cultiva para su venta en mercados locales o para el autoconsumo.

Figura No 1 El banano



Fuente y Elaboración: Earth Fructífera

El banano es un producto rico en potasio, el cual es un compuesto esencial para el corazón, los músculos, los riñones, los nervios y la salud digestiva también contiene vitaminas A, B y C. Es un alimento con altos nutrientes, para el consumo familiar y personal.

El banano es uno de los cinco principales productos tropicales de comercio internacional (los otros son café, caucho, cacao y azúcar). Es el fruto más conocido en el comercio internacional después de los cítricos.

1.2 LAS ESPECIES DE BANANO

El banano pertenece al orden Zingiberales, familia Musáceas y género Musa (Soto, 1985). Las especies más conocidas son: La Musa acuminata Colla que ha dado origen a las variedades comerciales. De las cuales se origina el tipo de banano dulce Cavendish que es el más comercializado a nivel mundial (Inversiones, 2014).

Tabla No 3 Clasificación de las especies de banano y plátano

CLASIFICACIÓN DE LAS ESPECIES DE BANANO Y PLÁTANO					
FAMILIA: Musaceae					
GÉNERO: MUSA					
SECCIÓN: EUMUSA					
Especies	Grupo	Subgrupo	Clones	Otros Nombres	
Musa Acuminata	Diploide AA	Sucrier	Baby banana	Lady'S Finger	
		Gross Michel	Gross Michel	Orito	
	Triploide AAA	Cavendish		Gran Naine	Gran enano
				Dwarf Cavendish	Cavendish
				Valery	Robusta
				Lacatan	Filipino
				Williams	
				Rojo y Rojo-verde	Morado
Musa Balbisiana	Triploide AAB	Plantain	French Plantain	Dominico	
			Horn Plantain	Barraganete	
			Dominico Harton		
			Maqueño		
			Manzano		
			Limeño		
	Triploide ABC	Plantain		Cuatrofilios	
				Pelipita	
	Tetraploides AAAB			FHIA 4	
				FHIA 21	

Fuente y Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PRO ECUADOR

La firmeza del banano es una de las características más importantes del mismo ya que refleja la calidad y el nivel de maduración.

El banano se divide en dos grupos:

- El banano para cocción, entre los que figuran los plátanos y otros subgrupos de variedades como el Pisang Awak en Asia (FAO, 2006).
- El banano para postre o dulces, entre los que destaca el subgrupo Cavendish. Casi todos los bananos comercializados en el mundo son Cavendish (FAO, 2006).

El comercio internacional de banano se basa principalmente en la exportación de bananos del tipo Cavendish. El Cavendish sustituyó al Gros

Michel en el comercio debido a su resistencia a la enfermedad del mal de Panamá y a su mayor productividad (hasta 60 toneladas por hectárea). El banano Cavendish es destinado para la exportación, tanto en pequeñas explotaciones como en grandes plantaciones de miles de hectáreas (FAO, 2006).

1.3 TÍPICAS ENFERMEDADES DEL BANANO

Es muy importante conocer sobre las principales enfermedades que sufre el banano. A continuación se detallan las 3 principales enfermedades del banano a nivel mundial.

1.3.1 Sigatoka Negra

Es causada por el hongo *Mycosphaerella fijensis* Morelet var. *Difformis*. Este hongo se propaga a través del viento y del agua, esto hace que sea mucho más difícil detectarlo y eliminarlo.

Los primeros síntomas son evidentes en la superficie inferior de la hoja, aparecen unos puntos cafés rojizos. Los puntos se alargan y forman estrías café rojizas. La estría se alarga ligeramente y hay un cambio de color de café rojizo a café oscuro o casi negro. Las estrías se agrandan, se hacen más anchas. La hoja termina por ponerse negro y muere (Gavilan, 2010).

Figura No 2 La Enfermedad Sigatoka Negra



Fuente y Elaboración: Cultivo de Banano, 2013

1.3.2 Mal de Panamá

Es la enfermedad más devastadora que se ha conocido a nivel mundial, que afectó gravemente la producción comercial de bananos en América Central y el Caribe en épocas anteriores. Es provocado por el hongo *Fusarium oxysporum* f. *cubense*. Los síntomas externos se caracterizan por un amarillento de las hojas más viejas. Puede o no manifestarse un agrietamiento en la base del pseudotallo (Gavilan, 2010).

Los síntomas internos consisten en una decoloración vascular solamente en las vainas externas o en estado muy avanzado, puede alcanzar hasta las vainas internas, el tallo verdadero y aun el pedúnculo de la fruta, la cual no presenta síntomas de la enfermedad. (Gavilan, 2010).

El Mal de Panamá solamente puede ser controlado por cuarentena y exclusión. No hay ningún método económico que reduzca la población del patógeno. En consecuencia de esto la variedad Gros Michel fue sustituida por la variedad Cavendish en las plantaciones comerciales (Gavilan, 2010).

Figura No 3 Enfermedad el mal de Panamá



Fuente y Elaboración: Cultivo de Banano, 2013

1.3.3 Moko

Es una enfermedad vascular provocada por la bacteria *Pseudomonas solanacearum*. Los síntomas son el color amarillo de las hojas más

jóvenes. En Moko afecta la producción al no permitir que los frutos se desarrollen. Algunos de los frutos pueden madurar prematuramente. A lo interno el tejido presenta una decoloración que al principio es de color amarillo pero que con el tiempo se convierte café o negro. También el interior de los frutos se pone negro (Gavilan, 2010).

Figura No 4 La Enfermedad El Moko



Fuente y Elaboración: Cultivo de Banano, 2013

1.4 EXPORTACIÓN DEL BANANO A NIVEL MUNDIAL

Según las más recientes estadísticas, el mayor exportador mundial es Ecuador de acuerdo a su participación al 2012 con 21.95%. Ecuador es un exportador residual, que a través de los años ha aumentado su nivel de exportación tanto en calidad como en cantidad. Su producción es, a diferencia de otros países latinoamericanos, controlado por productores nacionales, debido a las limitaciones legales impuestas a la propiedad extranjera. El segundo país exportador es Bélgica con 13.76% el tercero Colombia con 8.8% el cuarto Costa Rica con 8.45% y el quinto Filipinas con 6.94% (Inversiones, 2014).

Mientras que en el periodo 2008-2012 la TCPA¹ de los principales exportadores refleja que Ecuador creció un 5.69%, seguido de Bélgica, el cual tuvo un decrecimiento de 4.45% y Colombia que aumento de 5.87%

¹ TCPA Tasa de crecimiento promedio anual. Se calcula de la siguiente forma: $(\text{Último año correspondiente al Valor Importado } 2012 / \text{Primer año correspondiente al Valor Importado } 2008^{\wedge} 1 / \text{número de periodos } (4)) - 1$

Tabla No 4 Principales Países Exportadores de Banano en el Mundo

Principales Países Exportadores de Banano en el Mundo							
FOB - Miles USD							
Exportadores	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA	% Partic. 2012
Ecuador	1,640,865	1,995,950	2,033,794	2,246,350	2,047,520	5.69%	21.95%
Bélgica	1,540,799	1,389,031	1,279,331	1,329,264	1,284,123	-4.45%	13.76%
Colombia	654,354	837,042	748,100	815,318	822,010	5.87%	8.81%
Costa Rica	711,664	448,150	702,009	722,129	788,324	2.59%	8.45%
Filipinas	405,673	360,289	319,296	471,152	647,880	12.42%	6.94%
Guatemala	343,876	441,768	385,396	476,321	618,314	15.80%	6.63%
Estados Unidos de América	344,114	376,322	400,040	437,017	436,456	6.12%	4.68%
Honduras	170,733	180,353	190,776	193,955	342,148	18.98%	3.67%
Alemania	531,223	440,711	381,160	395,790	275,411	-15.15%	2.95%
Camerún	81,397	71,351	82,138	88,700	260,462	33.75%	2.79%
Otros países	1,516,083	1,604,478	1,807,554	1,989,668	1,806,308	4.48%	19.36%
Mundo	7,940,781	8,145,445	8,329,594	9,165,664	9,328,956	4.11%	100.00%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

1.5 EMPRESAS EXPORTADORAS A NIVEL MUNDIAL

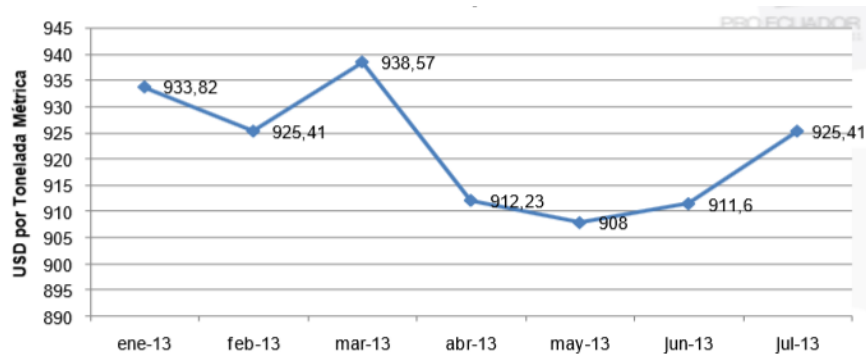
América Latina es la mayor zona exportadora del mundo, siendo los países más destacados Ecuador, Costa Rica y Colombia. Las empresas que lideran las exportaciones del banano a nivel mundial son:

- **DOLE:** Opera en USA también con el nombre Standard Fruit, se considera el mayor productor y exportador de banano a nivel global, controlando cerca del 25% del mercado internacional (Inversiones, 2014).
- **Fyffes:** Situada en Irlanda es la distribuidora de bananos más grande de Europa (Inversiones, 2014).
- **Chiquita:** Ubicada en USA tiene el segundo lugar en ventas después de DOLE. Cuenta con plantaciones de la fruta y se abastece de banano de países como Honduras, Panamá, Costa Rica, Guatemala, Ecuador, entre otros (Inversiones, 2014).
- **Noboa:** Ubicada en Ecuador exporta banano bajo la marca Bonita, además es el mayor productor y exportador del plátano en Ecuador. Cuenta con más de 7,000 hectáreas de producción de banano, caracterizado por su alta productividad (Inversiones, 2014).

1.6 PRECIO DEL BANANO

El precio internacional en términos FOB se ubicó a julio del 2013 en USD 925.41 por tonelada en relación a USD 911.60 del mes de junio o del USD 908 en el mes de Mayo esto demuestra que el precio ha tenido un ascenso progresivo (Inversiones, 2014).

Gráfico No 1 Evaluación Mensual del Precio Internacional del Banano



Fuente: Banco Mundial – Index Mundi

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Se observa en el gráfico No 1 que la tendencia de los precios entre abril y junio del año 2013 iba descendiendo mientras que en julio ascendió hasta el 925.41. El precio oficial de la caja de banano en Ecuador según Acuerdo Ministerial No. 759 es de USD 6.00.

1.7 EL CONSUMO DEL BANANO

El consumo del banano en el mercado de la U.E. se concentra en algunos países específicos como Alemania, el Reino Unido, Italia, España, Rumania, Suecia y Portugal cuya participación llega al 80% lo cual es un porcentaje bastante alto, con ello se llega a la conclusión que el mercado europeo tiene un alto índice de aceptación al banano. Por otro lado en los países bajos, el banano es visto como un commodity- producto² para los supermercados por su bajo precio lo cual es favorable, ya que es considerado un producto básico para el hogar (Inversiones, 2014).

² Commodity Producto.- Productos que no han sido semielaborados sino que han permanecido en su estado natural es decir son materias primas

Según las estadísticas del FAOSTAT (división estadística de la FAO) al 2011 indican que el 95% del banano importado, se reexporta a la U.E. El 40% a Alemania, 17% a Holanda y 14% a Francia, el resto a otros destinos. Esto se ve en el caso de EE.UU. que es el mayor importador y consumidor de banano, el mismo que vende el banano a los países de la UE y a otros. Este punto es muy importante ya que se llega a la conclusión de que USA compra al por mayor a un menor precio y lo comercializa a nivel mundial para obtener una mayor ganancia (Inversiones, 2014).

En Holanda en la época de invierno entre los meses de octubre a abril aumenta la demanda del banano ya que por la estación el país no cuenta con una gran variedad de productos. Sin embargo en la época de primavera-verano entre los meses de mayo a septiembre la demanda disminuye ya que el banano es sustituido por las frutas de la temporada.

Por otro lado Rusia es considerada actualmente uno de los mayores importadores de frutas frescas del mundo, el consumo anual per cápita de frutas frescas ruso ha venido creciendo progresivamente en los últimos años. En el 2011, el banano representó el mayor grupo de importaciones de frutas, constituyendo el 22.6% del total del volumen importado (Inversiones, 2014).

Los rusos comen alrededor del 60% del total de su consumo anual de frutas durante el verano y el 40% en el invierno. Las frutas tropicales son las preferidas durante esta última estación del año (Inversiones, 2014).

1.8. CERTIFICACIONES DEL MERCADO INTERNACIONAL

La nueva tendencia en el mercado internacional es el surgimiento de normas y certificaciones como Global GAP, Rainforest Alliance, Comercio Justo, UTZ y orgánica con el fin de brindar al consumidor un producto.

	<p>La certificación Rainforest Alliance se fundó en 1987 en respuesta a la deforestación masiva y la extinción de varias especies en los bosques tropicales de América Central en los años 1980. Es una organización no gubernamental internacional que trabaja para conservar la biodiversidad y asegurar medios de vida sostenibles</p>
	<p>La certificación UTZ nació en el año 1997 para transparentar la cadena de comercialización y para premiar a los productores de café conscientes. Ya que su objetivo es ofrecer productos de alta calidad, cuidando el medio ambiente y a los productores</p>
	<p>La certificación Global gap nace 1997 en Alemania con el fin de establecer una norma única de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), aplicable a diferentes productos, capaz de abarcar la globalidad de la producción agrícola</p>
	<p>La certificación orgánica es una opción para los productores que no utilizan químicos en su producción. Las bases para la producción orgánica incluyen un manejo ecológico a largo plazo, la implementación de estrategias de manejo de la fertilidad del suelo y un control de plagas</p>
	<p>El comercio justo es una alternativa de comercio que promueve una relación equitativa e igualdad de oportunidades entre productores y consumidores, buscando beneficiarlos frente a las desventajas presentes en los grandes circuitos del comercio tradicional</p>

Los consumidores prefieren pagar un poco más con tal de asegurarse que el producto que están adquiriendo cumple con algunos aspectos como: calidad, cuidado del medio ambiente, salud y derecho de los trabajadores. De esta manera se logra ganar la fidelidad y preferencia del consumidor. Ya que el mercado internacional, de especial manera el mercado europeo tiene una conciencia más solidaria por ende está dispuesto a pagar un poco más con tal de ayudar al desarrollo de los pequeños productores.

Y esta nueva tendencia la podemos ver en que la demanda de bananos certificados que ha venido creciendo (certificación orgánica, comercio justo,

global gap), llegando así que actualmente el banano certificado representa el 15% de las exportaciones mundiales (Inversiones, 2014).

Uno de los países que tiene mayor aceptación por el banano orgánico es Suecia llegando al 50% del total en la oferta de fruta orgánica y además específicamente en el mercado de banano con certificación de comercio justo solo ha tenido una participación del 7% en comparación con otros países europeos que representan una mayor participación como Suiza con 58%, Reino Unido con 30% y Finlandia con 17% (Inversiones, 2014).

En cambio en Holanda se importó en el 2011, 13´467,069 kilos de banana (25,29% más que en el 2010). Esto quiere decir que todavía hay mercado potencial para las ventas de productos de Comercio Justo (Inversiones, 2014).

1.9 PRODUCCIÓN DEL BANANO EN EL ECUADOR

En el Ecuador la actividad bananera, específicamente las exportaciones del país antes y después del boom petrolero representan una posición muy importante en su economía, como generador de divisas y fuentes de empleo, el cual es muy superior a otros rubros productivos³.

Para entender la relevancia de la producción del banano en la economía del Ecuador se pueden revisar algunas cifras, en el año 2012, el sector bananero exportó \$ 2078,239.38 millones de dólares por concepto de divisas y 5196,065.09 de toneladas esto demuestra que la producción del banano es el primer producto de exportación del sector privado del país y aparte es el mayor contribuyente para la economía del Estado.

La producción bananera del Ecuador, se realiza en algunas provincias del territorio continental. La Costa aporta con el 89% de la producción nacional,

³ AEBE, Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador

la Sierra con el 10% y el Oriente con el 1%. En la Costa, la provincia con mayor producción es la de Los Ríos con el 35% de la producción total (Agro, 2012).

También es importante recalcar que en la otras regiones y provincias también existe una significativa producción bananera en la Sierra, la provincia del Cañar con 3.8%, Bolívar con el 1.8%, Sto, Domingo de los Tsachilas con 1.4% y Loja con el 0.8% de la producción nacional (Agro, 2012).

Entre los productos no tradicionales, las exportaciones ecuatorianas de banano, representan el 45.34% del valor FOB exportado y el 87.14% de las toneladas exportadas.⁴

La exportación bananera ecuatoriana representa el 2% del PIB general, 26% del PIB agrícola, 8% de las exportaciones generales, 27% de las exportaciones agropecuarias y 20% de las exportaciones no petroleras (INEC, 2010). Estas cifras son muy representativas porque se evidencia que el sector bananero, es uno de los más importantes en el desarrollo de la economía del país.

El 95% de la producción ecuatoriana que se exporta, llega aproximadamente a 43 mercados a nivel mundial (Inversiones, 2014).

1.9.1 Requisitos para exportar

Tomando como fuente el Acuerdo Ministerial N° 556 del MAGAP los principales requisitos para exportar son los siguientes:

1. Verificación de estatus fitosanitario en AGROCALIDAD

⁴ Inteligencia Comercial e inversión , PRO ECUADOR

Verificar si existen requisitos fitosanitarios en el país de destino, en el caso de no existir, deberán establecer un estatus fitosanitario, que consiste en la información que detalla la situación sanitaria y fitosanitaria del banano en el Ecuador, para revisión y aprobación del país de destino (MAGAP, 2010).

2. Obtención del título de propiedad de la marca en el IEPI

Llenar la solicitud en el formato único de registro de signos distintivos y solicitud de pago de tasa de título (MAGAP, 2010).

3. Registro e inscripción de exportador en el MAGAP

Entregar la solicitud dirigida al MAGAP. Requisitos: RUC, copia de cédula, constitución de la empresa y nombramiento del representante legal (persona jurídica), título de propiedad emitido por el IEPI, adjuntar los contratos de compra venta anual de la fruta con el comprador internacional y/o el compromiso de compra venta anual debidamente legitimada. Éste registro deberá ser renovado cada 3 años (MAGAP, 2010).

4. Registro de contrato con productores y/o comercializadores en el MAGAP.

Entregar solicitud dirigida al MAGAP. Requisitos: tres ejemplares del contrato de compraventa, garantía en base a la proyección de cajas a exportar por precio mínimo de sustentación (MAGAP, 2010).

5. Presentación del plan de embarque provisional y definitivo en el MAGAP.

Presentar ante el MAGAP, cuarenta y ocho horas antes del embarque, el plan de embarque provisional, el mismo que contendrá el nombre del productor, nombre del predio agrícola, superficie sembrada y la zona en

que se encuentra ubicada. Dentro de las setenta y dos horas de efectuado el embarque, el exportador presentaría, el plan de embarque definitivo (MAGAP, 2010).

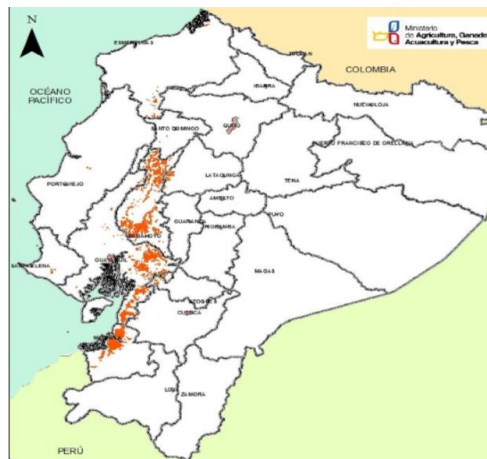
6. Solicitar certificado fitosanitario en AGROCALIDAD

Previo al embarque de banano el exportador debe acercarse a Agro calidad para solicitar la emisión del Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE), este proceso involucra una inspección de banano con la emisión de un informe, en el establecimiento antes de que se dirija al puerto, aeropuerto o puesto fronterizo (MAGAP, 2010).

1.9.2 Comercio en el Ecuador

El Ecuador es un país conocido por su tierra fértil y buen clima que le permite a los pequeños, medianos y grandes productores producir y comercializar bananos y plátanos para el consumo local y para responder a la demanda internacional del producto.

Figura No 5 Mapa del Ecuador



Fuente: MAGAP

El siguiente mapa muestra las provincias en las que se cultiva el Banano y Plátano, siendo en las principales Guayas, El Oro y Los Ríos.

La siguiente tabla muestra la estructura productiva del banano en el año 2013 en la cual se puede ver que existe un 79% de pequeños

productores con menos de 30 has. que representan el 25% de la superficie, esto quiere decir que más del 50% de los productores ecuatorianos con pequeños y aun así solo ocupan el 25% de la superficie con lo cual se puede inferir que las mayores ganancias la obtienen la minoría de los grandes productores, ya que cuentan con el 38% de la superficie, creando así una mayor desigualdad social.

Tabla No 5 Estructura Productiva del Banano

ECUADOR: ESTRUCTURA PRODUCTIVA DEL BANANO		
TIPO DE PRODUCTOR	% PRODUCTORES	% SUPERFICIE
Pequeño (0 a 30 hectáreas)	79%	25%
Mediano (30 a 100 hectáreas)	16%	36%
Grande (mayor a 100 hectáreas)	5%	38%

Fuente: Catastro del Banano 2013, MAGAP

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Se puede observar en la Tabla No 6 el volumen de las exportaciones de Banano dentro del periodo del 2011 al 2012 tuvo un decrecimiento de las 238,034.338 cajas a 208,255.882 cajas en el 2012. Por otro lado en el año 2013 aumento su volumen teniendo un crecimiento del 0.76% en comparación con el año anterior aunque no es un gran crecimiento este porcentaje refleja que el Ecuador está progresando en sus exportaciones.

Tabla No 6 Exportaciones Mensuales de Banano

	2011		2012		2013		Variaciones	
	Mes	Cajas	Cajas	Cre. / Decre.	Cajas	Cre. / Decre.	Var. Abs.	Var. Rel.
1	Enero	28,563,381	23,179,228		20,969,250		(2,209,978)	- 9.53
2	Febrero	23,717,111	21,493,760	- 7.27	21,191,425	1.06	(302,335)	- 1.41
3	Marzo	27,889,509	24,968,481	- 16.17	21,452,855	- 1.23	(3,515,626)	- 14.08
4	Abril	26,373,572	24,086,542	- 3.53	24,353,165	13.52	266,623	1.11
5	Mayo	25,287,791	22,492,626	- 6.62	21,351,778	- 12.32	(1,140,848)	- 5.07
6	Junio	20,635,778	20,938,153	- 6.91	19,563,909	- 8.37	(1,374,244)	- 6.56
7	Julio	22,404,618	19,288,383	- 7.88	17,512,737	- 10.48	(1,775,646)	- 9.21
8	Agosto	18,767,761	17,968,920	- 6.84	22,164,989	26.56	4,196,069	23.35
9	Septiembre	20,774,386	15,644,574	- 12.94	20,660,306	- 6.79	5,015,732	32.06
10	Octubre	23,620,431	18,195,215	- 16.30	20,615,081	- 0.22	2,419,866	13.30
TOTALES		238,034,338	208,255,882		209,835,495		1,579,613	0.76

Fuente: Datacomex S.A y Elaboracion: AEBE

De acuerdo a la tabla No 7 el 2013 tuvo un crecimiento del 0.76% en comparación con el 2012, siendo Rusia el mayor importador de banano con 52,440.748 cajas seguido de Mar del norte Maltico con 34,778.341 y en tercer lugar Estados Unidos. Uno de los destinos que

aumentó el 82.54% su importación fue Medio Oriente y a su vez Mediterraneo disminuyó el 44.86% .

Tabla No 7 Comparativo de las Exportaciones por destino

COMPARATIVO DE LAS EXPORTACIONES POR DESTINO 2012 / 2013 Según volúmenes de embarque acumulado (Enero - Octubre)			
	2012	2013	%
MEDIO ORIENTE	12,923,843	23,591,562	82.54
OCEANIA	963,794	1,198,163	24.32
RUSIA	45,908,772	52,440,748	14.23
CONO SUR	15,695,487	17,660,485	12.52
ESTADOS UNIDOS	32,082,574	34,778,341	8.40
EUROPA DEL ESTE	14,545,733	14,439,206	- 0.73
MAR DEL NORTE / BALTICO	49,907,393	44,214,973	- 11.41
ORIENTE	3,329,002	2,354,738	- 29.27
AFRICA	6,951,850	4,849,546	- 30.24
MEDITERRANEO	25,947,434	14,307,733	- 44.86
TOTAL	208,255,882	209,835,495	0.76

Fuente: Datacomex S.A

Elaboracion: AEBE

1.9.3 La producción de banano en la provincia del El Oro

La provincia del El Oro está situada en las tierras bajas próximas al golfo de Guayaquil, en el océano Pacífico. Su rica región genera un gran comercio basado en la producción agrícola, principalmente en la producción del banano, café y cacao. Puerto Bolívar, al suroeste, es el más importante puerto exportador de bananas de Ecuador y por lo tanto, Machala capital de El Oro es conocida también como la "capital bananera del mundo", debido a que la actividad de la ciudad gira en torno a la exportación de banano (Ministerio de Coordinación de la Producción, 2011).

El clima es moderado con temperaturas entre los 22° C a los 35° C óptimo para la producción de banano.

El Oro, con alrededor de 650 mil habitantes, según datos preliminares del último Censo del año 2010, se constituye como la provincia más poblada de la Región 7 (INEC, 2010).

Figura No 6 Mapa de la Provincia de El Oro



Fuente y Elaboración: La provincia de El Oro, 2011

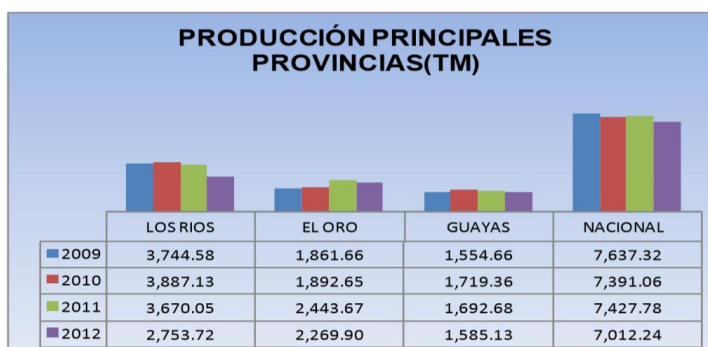
La Geografía de esta región está formada por montañas bajas y en su mayor extensión por una planicie litoral muy seca. La zona costanera u occidental tiene una sub zona de manglares, el estero de Santa Rosa y las islas de Jambelí, Las inundaciones a causa de las mareas son ocasionales, puesto que se encuentra en la región árida de la Costa (Ministerio de Coordinación de la Producción, 2011).

La estructura del mercado de producción de banano del Ecuador es diferente a los otros países productores, en donde las compañías de comercialización transnacionales tienen una fuerte participación en la producción del banano. En cambio en el Ecuador hay aproximadamente 7.000 productores. La mayor concentración de estos productores está en la provincia de El Oro, zona tradicional bananera donde se calcula que hay 5.500 productores de la fruta aproximadamente (MAGAP, 2013).

Existe una variación del nivel de rendimiento dentro del Ecuador por provincias. Mientras en la provincia de Los Ríos la productividad se encuentra en 2360 cajas por ha. cada año, en El Oro la productividad es de 1691 cajas. En otras provincias es todavía más baja, llegando a 692.82 cajas (Inversiones, 2014).

En el año 2012 se registraron 7012.24 de toneladas métricas de producción nacional de este sector, siendo la provincia de los Ríos la principal productora, seguida de la provincia del Oro y de la provincia del Guayas.

Gráfico No 2 Producción Principales Provincias



Fuente: INEC (Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) 2012
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

La diferencia por provincias es debido al tamaño promedio de las unidades de producción. El Oro se caracteriza por ser una provincia donde la mayoría de la producción bananera es proveniente de pequeñas y medianas empresas, el 70% de las haciendas en El Oro son de menos de 10 ha. En cambio en la provincia de Los Ríos es lo contrario ya que el 40% de la producción nacional es realizado por productores grandes y mayormente competitivos.

Por lo tanto se entiende que los pequeños y medianos productores son los que tienen bajos rendimientos y el gran productor correspondiente a la provincia de Los Ríos tiene rendimientos superiores similares a los de nuestros competidores internacionales. Ecuador posee una economía que ha sido afectada por factores que le han impedido crecer por ejemplo los bajos niveles de tecnificación o por procedimientos y otros que son un obstáculo para su productividad.

CAPITULO II

ASPECTOS TEÓRICOS DEL COMERCIO JUSTO

2.1. HISTORIA DEL COMERCIO JUSTO

El Comercio Justo ha existido aproximadamente desde los años cincuenta. Inicó en USA con un grupo de importadores sin ánimo de lucro que buscaban ayudar a los pequeños productores. Estos pequeños productores estaban combatiendo los bajos precios del mercado internacional y la alta dependencia de los intermediarios. Con esta nueva forma de comercio solidario descubrieron una manera de asegurar los ingresos de la producción y abstenerse de intermediarios, para tener una mejor aproximación al consumidor final. Y la primera tienda de Comercio Justo se abrió en 1958 (Comercio Justo, 2009).

Con el pasar de los años se crearon las organizaciones de comercio alternativo las ATOs (Alternative Trade Organizations), habitualmente en estrecha relación con grupos de voluntarios y Tiendas de Comercio Justo o Tiendas Solidarias (Worldshops). Esta red de ATOs y tiendas solidarias desempeñó un papel definitivo en el desarrollo de lo que hoy conocemos como Comercio Justo, ya que fueron el inicio de esta nueva tendencia (Comercio Justo, 2009).

En el año 1964 comenzó el sistema de Comercio Justo por medio de la conferencia de la UNCTAD: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. El objetivo de la conferencia era suplantar las ayudas económicas hacia los países del sur (ya que a largo plazo sólo la ayuda económica fomentaba la no productividad, la no actividad y la dependencia en dichas regiones), por un sistema de apertura comercial al mercado mundial. Además de esto, se ofrecieron proyectos de capacitación para potenciar los conocimientos y capacidades de los actores económicos de

estas regiones para que puedan ser más competitivos en el mercado, esto ayudaría a desarrollar su capacidad de comercialización y obtener beneficios monetarios constantes. Solo unos pocos grupos de habitantes de los países desarrollados, promovieron la creación de tiendas "UNCTAD", que comercializarían productos del llamado Tercer Mundo en Europa, evitando las barreras arancelarias para así colaborar con la comercialización (Comercio Justo, 2009).

Y con ello se creó la primera "Tienda Solidaria" en Holanda que, tan solo dos años después, llevó a la inauguración de más de 120 tiendas en países como Alemania, Suiza, Austria, Francia y otros (Comercio Justo, 2009).

Después en 1967 la organización católica SOS Wereldhandel, de los Países Bajos, comenzó a importar artesanías desde países subdesarrollados, con un sistema de ventas por catálogo. La formación de la red de tiendas Solidarias le otorgó a la SOS Wereldhandel, un canal de comercialización estable. Las tiendas Solidarias gozaron de éxito de ventas, donde las sucursales se transformaron en organizaciones autónomas que importaban productos (Comercio Justo, 2009).

En 1973 fue el lanzamiento del primer producto oficial del Comercio Justo: el café importado desde Guatemala bajo la marca común "Indio Solidarity Coffee". El café FT constituye un hito importante, dando un gran impulso al crecimiento del sistema. Seguido a esto le abrieron el camino a más productos clave como el azúcar, la miel, el cacao, el plátano, el té, las nueces, los textiles y otro (Comercio Justo, 2009).

En 1998 la ATO Holandesa Solidaridad, se esforzó para expandir productos Comercio Justo a grandes distribuidores y finalmente se encontró la manera perfecta para que el mercado internacional pueda reconocer que un producto es Comercio Justo y así incrementar las ventas, este método no ponía en peligro la confianza del consumidor en los productos ni la filosofía

de la organización. “Solidaridad”, se creó un sello que garantizaba que los productos cumplieran ciertos estándares relacionados con condiciones laborales, ecológicas y de calidad. Tal sello, que inicialmente fue sólo aplicado al café, se bautizó como Max Havelaar en honor a una novela del siglo XIX que cuenta la historia de la explotación de un grupo de caficultores javaneses por mercaderes colonos de Holanda (Comercio Justo, 2009).

Figura No 7 Primer Logo del Comercio Justo



Fuente y Elaboración: Comercio Justo, 2010

Hoy en día es reconocido como uno de los logos de la Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). La FLO es la encargada de certificar los productos que provienen de los países sub desarrollados los cuales son los que necesitan ser mercados para comercializar sus productos. El logo facilita la entrada y la comercialización de aquellos productos nuevos que pueden resultar desconocidos en el mercado extranjero (FLO, 2011).

A través de los años surgieron iniciativas similares de sellos de garantía a lo largo de Europa y Norte América, por ejemplo la Fundación Fairtrade, TransFair y Rattvisemarkt, con el fin de seguir los pasos de Max Havelaar y estimular las ventas de Comercio Justo.

En 1997 estas organizaciones crearon Fairtrade Labelling Organizations International o FLO (lo que en español se traduciría como Organizaciones Internacionales de Sello de Garantía de Comercio Justo) la cual tiene como misión definir los estándares del Sello de Garantía de Comercio Justo, es decir que las demás empresas que otorgan el sello de fairtrade deben

cumplir con los parámetros que la FLO dispone, otra característica es apoyar, examinar y certificar productores en desventaja para que puedan desarrollar sus habilidades y llegar a obtener la certificación de Comercio Justo (Comercio Justo, 2009).

En 2002, FLO lanzó un nuevo Sello de Certificación Internacional de Comercio Justo FAIRTRADE (International Fairtrade Certification Mark). Los objetivos del lanzamiento eran mejorar la visibilidad del sello en los estantes de los supermercados, transmitir una imagen dinámica y con miras hacia el futuro del Sello de Certificación Internacional de Comercio Justo FAIRTRADE, facilitar el comercio internacional y simplificar los procedimientos para los productores de fruta fresca (Fairtrade International, 2010).

El objetivo del sello es comunicar un mensaje positivo sobre la equidad, el empoderamiento, el progreso y la esperanza (FLO, 2011).

Figura No 8 Logo de Fairtrade



Fuente Elaboración: El Comercio Justo, 2010

En 2006, hubo organizaciones de Comercio Justo en Europa, Canadá, Estados Unidos, Japón que generaron ventas por más de 3.000 tiendas solidarias que son realizadas por catálogos, por representantes o por grupos. La aparición de los Sellos ha sido de gran ayuda para el sistema. Actualmente hay 20 Iniciativas del Sello de Comercio Justo FAIRTRADE son miembros de FLO Internacional. Y encontramos el Sello Internacional de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE en docenas de diferentes

productos: café, té, arroz, bananos, mangos, cacao, algodón, azúcar, miel, jugos de fruta, nueces, fruta fresca, hierbas y especias, vino y pelotas deportivas entre otros (FLO, 2011).

2.2 DEFINICIONES DEL COMERCIO JUSTO

La FLO define al comercio Justo como “una alternativa al comercio convencional y se basa en la cooperación entre productores y consumidores. Fairtrade ofrece a los productores un trato más justo y condiciones comerciales más provechosas. Esto les permite mejorar sus condiciones de vida y hacer planes de futuro. Para los consumidores, Fairtrade es una manera eficaz de reducir la pobreza a través de sus compras diarias” (fairtrade, 2011).

También la CSCJ (Coordinadora estatal de comercio Justo) (CECJ, 2010) sostiene que “El Comercio Justo es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza”.

La definición de Comercio Justo consensuada internacionalmente es:

“El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible, ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos” (CECJ, 2010).

Para el presidente de la ONG Azacán, Jesús Gómez Pérez, este tipo de comercio encuentra su mejor definición en las palabras de un directivo de OXFAM Intermón⁵ : es aquel comercio "que pone por delante a las personas" o, lo que es lo mismo, según Gómez, el comercio que "introduce la ética, que genera realmente un desarrollo real para todos los

⁵ OXFAM Intermon : Organización no gubernamental de cooperación para el desarrollo

participantes, desde el punto de vista de la reducción del número de intermediarios; así como una mejora de relaciones y condiciones basadas en la igualdad y en la dignidad de todos los implicados" (Martin, 2014).

2.3 PRINCIPIOS DE COMERCIO JUSTO

El comercio justo se base en 10 principios que son importantes mencionarlos:

1. **Pago de un precio justo.-** Esto quiere decir que el pequeño productor debe recibir una ganancia proporcionada a su trabajo, reconociéndole su esfuerzo y dedicación (Cordinadora Estatal de Comercio Justo, 2010).
2. **Transparencia y responsabilidad.-** Los procesos administrativos deben ser correctos y claros esto significa que no se pueden alterar o cambiar a beneficio propio atentando contra la verdad. Además de velar por establecer relaciones comerciales confiables y justas (Cordinadora Estatal de Comercio Justo, 2010).
3. **Creación de oportunidades para productores con desventaja económica.-** Por medio del comercio justo los pequeños productores tienen una apertura al mercado internacional (Cordinadora Estatal de Comercio Justo, 2010).
4. **Desarrollo de capacidades.-** A través de la prima que se obtiene por el Comercio Justo, se busca invertirla en capacitaciones que ayuden al desarrollo de habilidades del personal (Cordinadora Estatal de Comercio Justo, 2010).
5. **Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso.-** Se busca que en el proceso de producción de los productos haya un desarrollo social por ello la prohibición de trabajo infantil y trabajo forzoso es necesaria (Cordinadora Estatal de Comercio Justo, 2010).
6. **Compromiso con la no discriminación, equidad de género y liberta de asociación.-** Toda asociación que tenga Comercio Justo

no puede discriminar al personal y debe otorgar una equidad en la remuneración y en las oportunidades laborales (Cordinadora Estatal de Comercio Justo, 2010).

7. **Asegurar buenas condiciones de trabajo.-** Que el lugar físico del trabajo cuente con todos las herramientas necesarias para que el personal desarrolle eficientemente su labor y además sean lugares seguros para los mismos (Cordinadora Estatal de Comercio Justo, 2010).
8. **Relaciones comerciales más justas.-** Mantienen relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que contribuye a la promoción y al crecimiento del comercio. Se realizan pagos por adelantado en las fases de pre-cosecha y pre-producción (Cordinadora Estatal de Comercio Justo, 2010).
9. **Respeto al medio ambiente.-** La asociación debe comprobar que no afecta al medio ambiente con su proceso de producción (Cordinadora Estatal de Comercio Justo, 2010).
10. **Promoción del comercio justo.-** Expandir el comercio justo a través de su práctica para que hayan más beneficiarios (Cordinadora Estatal de Comercio Justo, 2010).

2.4 ASPECTOS DEL COMERCIO JUSTO

El Comercio Justo nació con el objetivo de compensar los desajustes sociales y económicos de países pobres y en vías de desarrollo, pero se está convirtiendo en una vía de reorientación de la economía internacional, contribuyendo al desarrollo sostenible. En España, las ventas de Comercio Justo son cada vez mayores: entre 2000 y 2012 se cuadruplicaron, pasando de siete millones de euros a 28,3 millones (Martin, 2014). Las consecuencias del Comercio Justo son positivas en su mayoría, las cuales se dividen en económicas, sociales y medioambientales.

Sin embargo realmente las consecuencias del Comercio Justo dependerán del comportamiento y situación específica de los diferentes actores de la

cadena productiva ya que algunas organizaciones o asociaciones buscan mayores ganancias, prefieren tener acceso a créditos, o muchas otras desean invertir en capacitación técnica.

2.4.1 Aspectos Económicos

Las consecuencias económicas son reales y generan un beneficio significativo para los pequeños productores. La diferencia entre los precios pagados a los productores de Comercio Justo y a los productores comunes es que los productores comunes están en función de las variaciones de la oferta y demanda del mercado, esto quiere decir que si existe una mayor oferta el precio del producto disminuye afectando a los productores . En cuanto bajo el sistema de Comercio Justo, los pequeños productores tienen un precio fijo establecido, el cual ha sido acordado entre ambas partes. Este precio debe cubrir los costos de producción. Además el mismo genera seguridad al productor.

Adicionalmente, existe otro beneficio económico el cual es la prima que se otorgan a productos fairtrade, es una suma de dinero que es utilizado para obras sociales o medioambientales.

Otro beneficio es que las organizaciones de pequeños productores venden sus productos de calidad de manera directa a los importadores sin intermediarios locales. El precio pagado a los productores es aproximadamente el 20 % superior al precio pagado por los intermediarios del mercado tradicional (Serrano, 2012).

La financiación de las cosechas es un hecho preocupante. Ya que las asociaciones no certificadas con Comercio Justo, dependen de los ingresos de la cosecha anual y cuando se viene la próxima cosecha no cuentan con el dinero suficiente para enfrentarse a los gastos cotidianos y para la financiación de los gastos de la próxima cosecha

y es ahí cuando se ven obligados a vender sus productos por debajo de lo justo, a un precio mínimo o piden préstamos con altos intereses.

En cambio a las asociaciones que poseen Comercio Justo son capaces de conceder créditos .El crédito otorgado es un anticipo de la cosecha que esta por entregarse, generalmente el 60% (Serrano, 2012).

2.4.2 Aspectos Sociales

El conjunto de beneficios que supone para los productores formar parte del sistema Fairtrade, va más allá de solo la obtención de un precio justo por su producto. También se busca establecer relaciones comerciales a largo plazo, de ingresos a proyectos de desarrollo, de participación y autonomía y de derechos de los trabajadores (Gallego, 2012).

Las consecuencias sociales del Comercio Justo se enmarcan en el fortalecimiento de las organizaciones, que son las primeras beneficiarias. Al contar con precios estables se consigue desarrollar servicios para los pequeños productores, tales como, créditos, asistencia técnica, capacitación que garantizan la formación de mujeres y hombres.

Es necesario tomar conciencia de que existen personas muy trabajadoras que no reciben una remuneración justa por su esfuerzo y dedicación pero que con la certificación de comercio ellos pueden acceder a un estilo de vida digno, con la ayuda de la sensibilización de los consumidores.

El Comercio Justo apoya al desarrollo de la calidad de los productos fairtrade a través de la contratación de expertos que imparten

capacitaciones técnicas con el fin de mejorar el método de producción y aumentar la productividad de los cultivos.

Otro tema social muy importante y que se encuentra extremadamente relacionado con el Comercio Justo es la eliminación del trabajo infantil ya que los niños deben estar estudiando y no trabajando para así una vez formados mejoren la sociedad por ello también en muchas ocasiones la prima de comercio justo es utilizada para obras sociales como la construcción de escuelas, dispensarios médicos entre otros.

Por último se da la oportunidad de formar sindicatos en los cuales se tomen decisiones colectivas democráticas basadas en elecciones periódicas y de transmitir la información financiera a todos los miembros de la organización (Serrano, 2012).

2.4.3 Aspectos Ambientales

La pobreza y el deterioro ambiental se alimentan mutuamente y tienen un efecto dominó sobre los derechos humanos y el desarrollo. El Comercio Justo manifiesta una estrecha relación con la preocupación por los problemas ambientales, el bienestar social y económico y los derechos humanos y laborales, en el marco de desarrollo sostenible (Comercio Justo, 2010).

El C.J. promueve la protección del medio ambiente y el uso racional y sostenible de los recursos naturales. A través de la utilización de abonos naturales, reducción del uso de abonos artificiales y pesticidas sintéticos y la no aplicación de productos agroquímicos. Las organizaciones productoras consideran el medio ambiente un aliado en los procesos productivos por ello procuran protegerlo y preservarlo (Comercio Justo, 2010).

Durante las dos últimas décadas, las asociaciones de Comercio Justo han motivado a sus miembros a utilizar métodos que protejan al medio ambiente o también previniéndoles sobre las prácticas que no deben realizar para cuidar los cultivos. De este modo los pequeños productores cuidan las plantaciones y cuidan la fertilidad del suelo, lo cual les beneficia sobre todo a ellos mismo ya que de una tierra bien cuidada se genera una producción de calidad.

Además el cuidado del medio ambiente le da un plus al pequeño productor como lo menciona Joaquín Vásquez “En el mercado convencional desapareceríamos como están desapareciendo cientos de productores, la única posibilidad real para nosotros es ser orgánicos” (Ponce, 2007). También, deben ocuparse de los problemas relacionados con la erosión y la gestión de los residuos y la no utilización de manera intencionada productos que incluyen organismos genéticamente modificados.

2.5 PRIMA DE DESARROLLO

El importador además de pagar el precio mínimo, paga una suma de dinero adicional, que se define como prima de desarrollo; La misma que las organizaciones de pequeños productores deben utilizar únicamente para proyectos de las comunidades, como por ejemplo: construcción de carreteras, centros de salud, servicios básicos, proyectos educativos, seguros para los trabajadores etc. El uso de la prima es decidido por todos los miembros de la organización de pequeños productores (Egas, 2009).

2.6 PRECIO MÍNIMO

Es el precio que paga el importador al productor. Este precio debe cubrir los costos de producción, para que así el productor pueda vivir dignamente. El precio mínimo es fijo con ello se trata de dar seguridad al productor, para que en momentos en que los precios del mercado mundial,

sean inferiores, no les afecte ni perjudique. Sin ello los agricultores estarían completamente supeditados a las fluctuaciones del mercado.

Pero cuando el precio del mercado es superior al precio mínimo de Comercio Justo, el importador está en la obligación de pagar el precio más alto, excepto que hayan acordado lo contrario (Egas, 2009).

2.7 TRAZABILIDAD

La trazabilidad consiste en poder saber de cualquier producto, que artículos lo componen y en que proporciones. A que proveedor se compró las materias primas, como se realizó el proceso de producción y finalmente el detalle de los clientes a los que se vendió el producto (Hansen, 2012).

Por lo tanto la trazabilidad significa que cada producto fairtrade pueda ser identificado como tal a lo largo de todos los pasos de la cadena de abastecimientos y en todos los documentos y embalaje. La trazabilidad asegura que los productos vendidos como fairtrade realmente proceden de productores que aplican los criterios Fairtrade. La Certificación garantiza la autenticidad e integridad de los productos fairtrade que compran los consumidores (Fairtrade International , 2011).

2.8 CRITERIOS

Existen dos tipos de criterios Fairtrade, que dividen a los diferentes tipos de productores desfavorecidos. El primer criterio se aplica a los pequeños productores afiliados a cooperativas u otras asociaciones esto significa que cuenten con una estructura democrática y legalmente constituida. El otro criterio se aplica a los trabajadores, cuyos empleadores pagan salarios decentes, garantizan el derecho a afiliarse a sindicatos, garantizan el cumplimiento de las normas de salud y seguridad establecidas.



Los trabajadores pueden participar en Fairtrade a través de su empresa normalmente en sindicatos (Serrano, 2012). La empresa debe estar

dispuesta a apoyar el desarrollo de los trabajadores y a compartir con ellos el dinero extra que podrían ganar gracias a Fairtrade.



2.9 ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO

Desde la creación del Comercio Justo, se desarrollaron algunas instituciones certificadoras a nivel mundial y nacional a continuación vamos a describir las 3 más relevantes.

A nivel internacional

CERTIFICADORA	DESCRIPCIÓN
	FLO-CERT es la más reciente de las organizaciones de Comercio Justo a nivel internacional ya que fue creada en 1997. Su principal objetivo es especificar los requisitos y estándares que deben cumplir los productores que desean adquirir la certificación de comercio. Estos estándares están en comunión con los criterios del CJ.
	Naturland desde el año 2006. La certificación de Comercio justo por Naturland es una certificación adicional voluntaria, para cuyo fin es posible realizar el control correspondiente de manera conjunta con la inspección anual para la producción ecológica.

A nivel nacional

CERTIFICADORA	DESCRIPCIÓN
	BCS brinda un servicio de certificación a productos. A través de su casa matriz en Alemania y su oficina en Ecuador, han logrado construir una red de servicio autorizada para ofrecer la Certificación en Comercio Justo para Organizaciones de Pequeños Productores y el Registro de Compradores, Comercializadoras Colectivas de Organizaciones de Pequeños productores.
	Ecocert es un organismo de control y certificación son cede en Francia y con su oficina en Ecuador desde el 2001 . Otorga un servicio de certificación de comercio justo a Iso pequeños produsstores de Ecuaaador respetando los parametros establecidos de CJ.

CAPITULO III

ANÁLISIS DEL COMERCIO JUSTO PARA PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO DE LA PROVINCIA DE EL ORO

Para poder realizar el análisis de la certificación de Comercio Justo, se ha utilizado como fuentes secundarias, libros, artículos, revistas y sitios web y por otro lado la fuente primaria ha sido cuantitativa y cualitativa a través de encuestas a hombres y mujeres entre 25 y 40 años de la provincia de El Oro, que tengan como oficio la agricultura y además que no hayan aplicado todavía la certificación de Comercio Justo y entrevistas a las asociaciones que ya estén implementando esta certificación.

Se utilizaron dos instrumentos para este estudio que son: la encuesta y entrevista. Es importante tener en cuenta que el grupo objetivo al cual se le realizó las encuestas, son pequeños productores que no han implementado todavía la certificación de Comercio Justo.

Ficha Técnica del Estudio Cuantitativo

FICHA TECNICA DEL ESTUDIO CUANTITATIVO	
COMPONENTES	RESULTADOS
Formula a Utilizar	$n = \frac{z^2 P Q N}{e^2 (N - 1) + z^2 P Q}$
Error Muestra	± 5%
Nivel de Confianza	90% (p=q=0,5)
Tamaño Muestra	255
N , este va a ser su valor de la población que tomo en el MAGAP	4200
Z	1,96
P	0,5
Q	0,5
E	0,05

Elaborado: Andrea López

Fuente: MAGAP

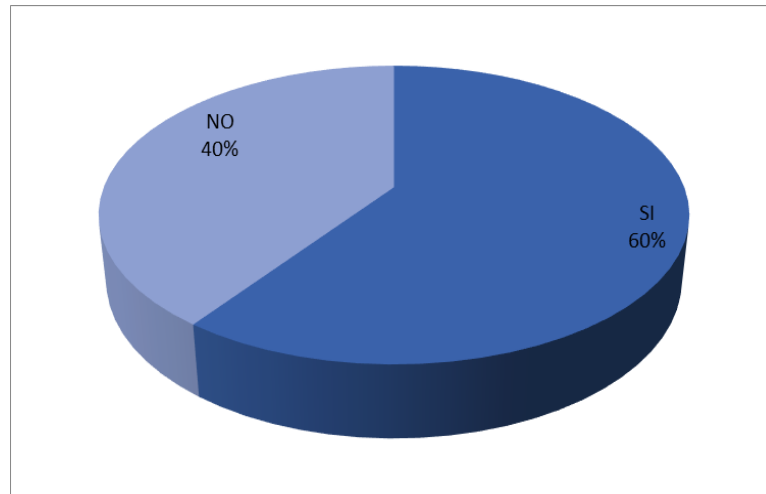
1) ¿Usted conoce o ha escuchado sobre la certificación de Comercio Justo?

Tabla No 8 Grado de Conocimiento de la Certificación de Comercio Justo

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	153	60%
NO	102	40%
TOTAL	255	

Fuente y Elaboración: Andrea López

Gráfico No 3 Grado de Conocimiento de la Certificación de Comercio Justo



Fuente y Elaboración: Andrea López

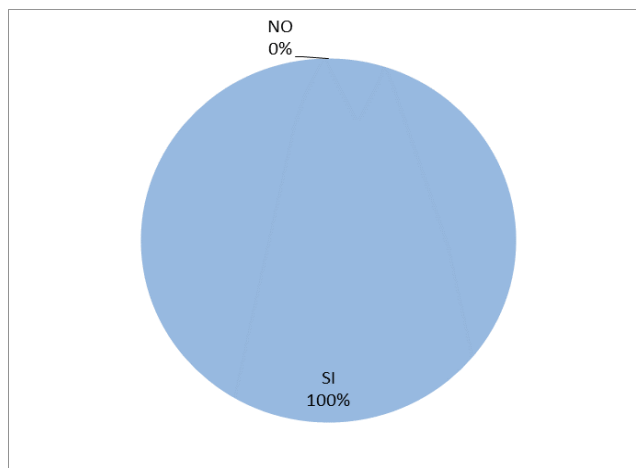
2) ¿Si su respuesta es “no” le gustaría conocer una certificación que ayude a los pequeños productores a mejorar su calidad de vida?

Tabla No 9 Grado de interés en la Certificación de Comercio Justo

N	OPCIONES	FRECUENCIA	%
1	SI	102	100%
2	NO	0	0%
	TOTAL	102	

Fuente y Elaboración: Andrea López

Gráfico No 4 Grado de interés en la Certificación de Comercio Justo



Fuente y Elaboración: Andrea López

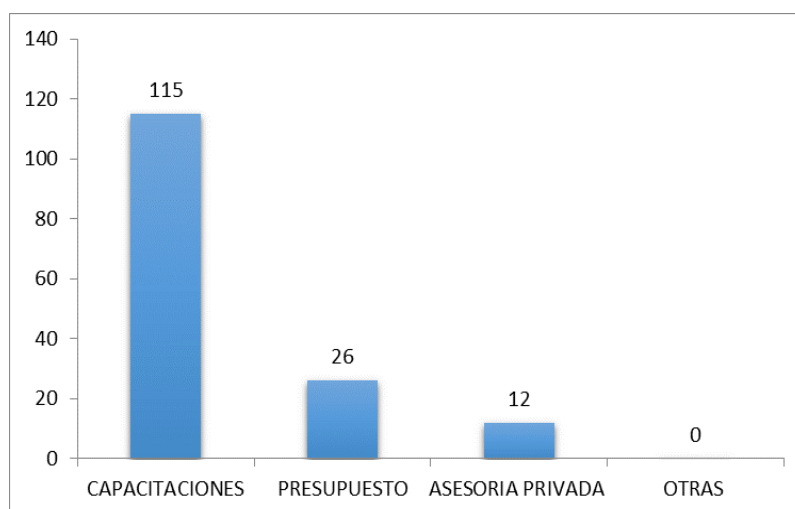
3) ¿Qué medios necesitaría para aplicar esta certificación en su producto? (Si puso “si” en la primera pregunta conteste)

Tabla No 10 Medios para aplicar la Certificación de Comercio Justo

N	OPCIONES	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA ACUMULADA	% ACUMULADA
1	CAPACITACIONES	115	75%	115	75%
2	PRESUPUESTO	26	17%	141	92%
3	ASESORIA PRIVADA	12	8%	153	100%
4	OTRAS	0	0%	153	100%
	TOTAL	153			

Fuente y Elaboración: Andrea López

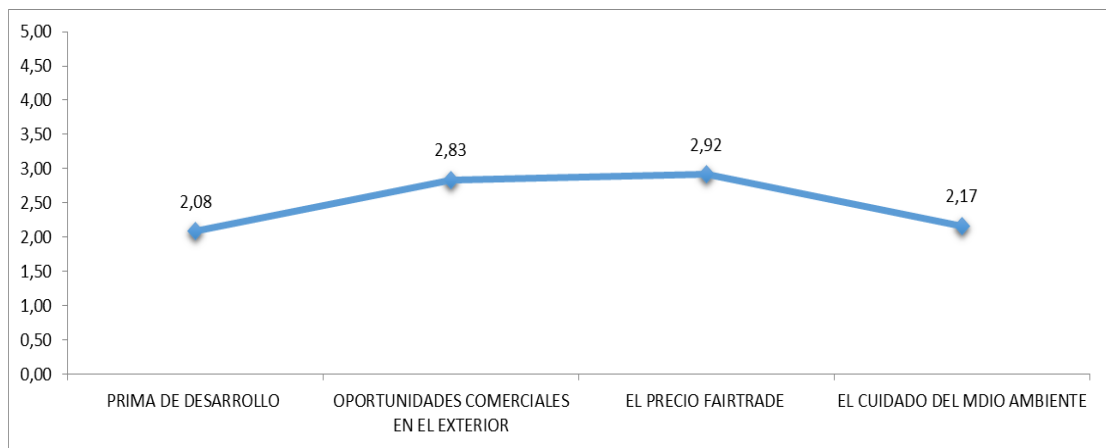
Gráfico No 5 Medios para aplicar la Certificación de Comercio Justo



Fuente y Elaboración: Andrea López

4) Califique del 1 al 4 los atributos de la certificación de Comercio Justo sabiendo que 1 es el menor valor y 4 el mayor (Si contesto “si” en la primero contestar esta pregunta)

Gráfico No 6 Atributos de las Certificación de Comercio Justo



Fuente y Elaboración: Andrea López

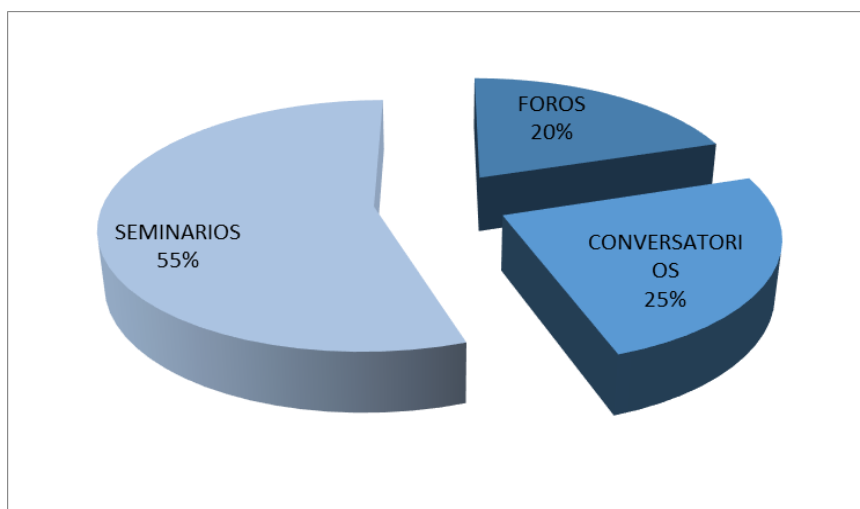
5) ¿A qué actividades le gustaría asistir para tener un mayor conocimiento sobre el Comercio Justo?

Tabla No 11 Actividades para el conocimiento de la Certificación de Comercio Justo

N	OPCIONES	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA ACUMULADA	% ACUMULADA
1	FOROS	51	20%	51	20%
2	CONVERSATORIOS	63	25%	114	45%
3	SEMINARIOS	141	55%	255	100%
	TOTAL	255			

Fuente y Elaboración: Andrea López

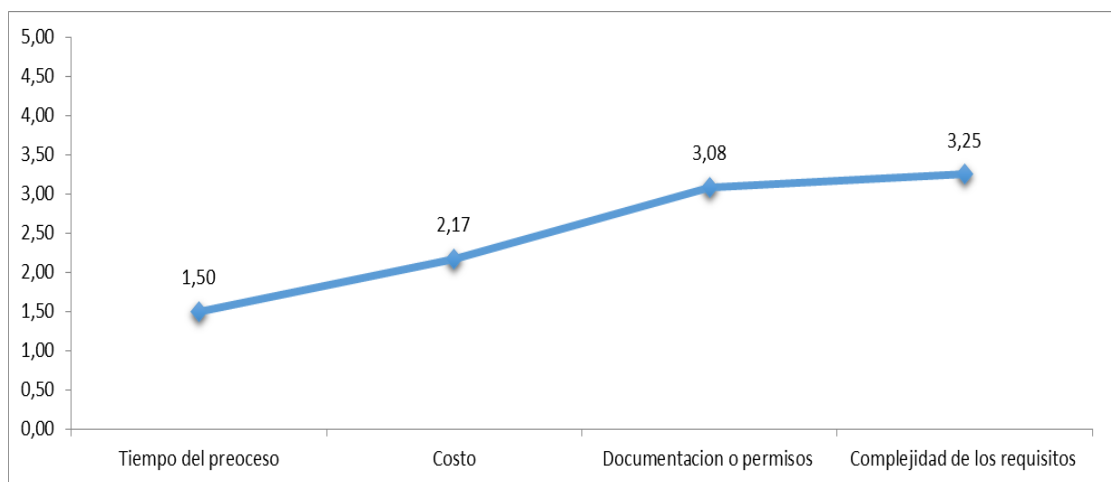
Gráfico No 7 Actividades para conocimiento de la Certificación de Comercio Justo



Fuente y Elaboración: Andrea López

6) Califique del 1 al 4 las dificultades de la certificación de Comercio Justo sabiendo que 1 es el menor valor y 4 el mayor (Si contesto “si” en la primera contestar esta pregunta)

Gráfico No 8 Dificultades de la Certificación de Comercio Justo



Fuente y Elaboración: Andrea López

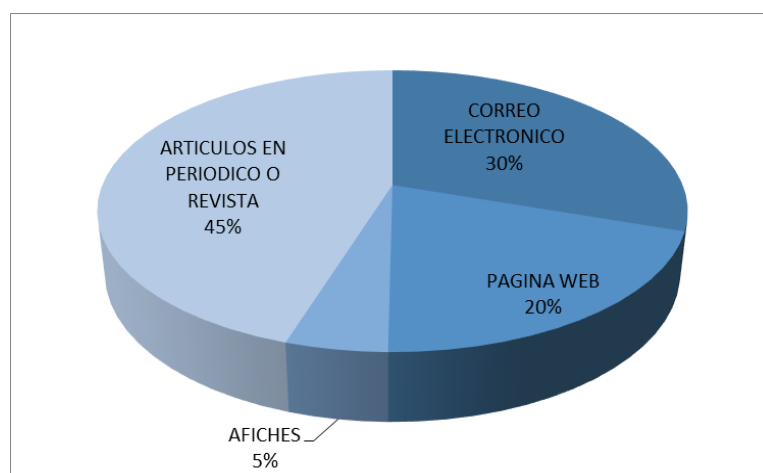
7) ¿Cómo le gustaría estar informado acerca del Comercio Justo?

Tabla No 12 Medios de la Información sobre la Certificación de Comercio Justo

N	OPCIONES	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA ACUMULADA	% ACUMULADA
1	CORREO ELECTRONICO	77	30%	77	30%
2	PAGINA WEB	51	20%	128	50%
3	AFICHES	12	5%	140	55%
4	ARTICULOS EN PERIODICO O REVISTA	115	45%	255	100%
	TOTAL	255			

Fuente y Elaboración: Andrea López

Gráfico No 9 Medios de Información sobre la Certificación de Comercio Justo



Fuente y Elaboración: Andrea López

3.1 ANÁLISIS GENERAL DE LA ENCUESTA

En la encuesta se constató que el 60% de los pequeños agricultores si conocen sobre la certificación de Comercio Justo, pero no la han implementado todavía por diferentes factores.

El 40% no ha escuchado sobre la certificación de CJ pero si estuvieran interesados en ella, lo cual evidencia una desventaja de la certificación que es la falta de promoción.

Además los pequeños productores conocen sobre la certificación pero no la han implementado todavía porque de acuerdo al estudio realizado el 75% necesitan capacitaciones para tener un mayor conocimiento sobre el tema y el 17% requiere de presupuesto ya que la certificación tiene un costo anual.

También otras actividades que les gustaría asistir son a seminarios y a conversatorios para poder exponer sus inquietudes y obtener una respuesta a sus dudas.

Para los pequeños productores encuestados el mayor atributo que ofrece la certificación CJ es el precio fairtrade, el cual es un precio fijo acordado entre el vendedor, FLO-CERT y el comprador que no varía aunque haya fluctuaciones del precio en el mercado. El segundo mayor atributo son las oportunidades comerciales en el exterior, que los productos certificados tienen de manera especial en Europa y Estados Unidos. El tercero es el cuidado al medio ambiente, ya que los requisitos de fairtrade son muy rigurosos en las disposiciones para proteger el área y los alrededores del cultivo o plantación.

Y por último esta la prima de desarrollo o el “premio” esto quiere decir que los pequeños agricultores no buscan principalmente la certificación para obtener la prima como algunos pensarían, ya que igual representa un dinero

extra para el agricultor, sino que lo ven como un premio en recompensa de su esfuerzo y dedicación.

A través de la encuestas también se ha identificado las mayores dificultades que tienen los pequeños agricultores para la obtención de la certificación mencionada. La mayor es la complejidad de los requisitos, esto quiere decir que un gran obstáculo para la obtención de la certificación, es la falta de comprensión de los estándares de CJ, ya que son extensos y minuciosos y llegan a confundir al pequeño productor que no está acostumbrado a llevar un control tan exhaustivo de sus productos y cultivos además “uno de los hechos más difíciles es educar al pequeño productor en cumplir ciertos parámetros porque no están familiarizados con los mismos” lo mencionada (Cabrera, 2014).

El segundo obstáculo es la documentación y permisos. Cuando las asociaciones ya tienen un tiempo establecida no representan este problema pero cuando tienen poco tiempo les cuesta tener todos sus documentos en regla, actualizados y legalmente constituidos.

El tercero es el costo, ya que como se lo ha mencionado, la certificación CJ no es gratuita, tiene un costo anual, además de los costos internos para la implementación también son representativos pero aunque los costos son un poco elevados se lo debería ver como una inversión, ya que como se lo analizaba anteriormente, existen atributos de CJ que compensan el costo de la misma.

Y por último está el tiempo de proceso, el cual depende del número de pequeños productores que tenga la asociación y de la situación particular de las mismas así como del número de productos a certificar pero de manera general si se superan los 2 primeros este se supera por añadidura ya que si el productor sabe en que debe trabajar y tiene sus documentos ordenados el tiempo de certificación será corto.

Por último el medio más óptimo de los pequeños productores para mantenerlos informados sobre la certificación de Comercio Justo, son los artículos de periódicos y el correo electrónico, ya que son los que más frecuentan.

3.2 ANÁLISIS GENERAL DE LA ENTREVISTA

ASOCIACION REGIONAL DE PEQUEÑOS PRODUCTORES BANANEROS “CERRO AZUL“



Figura No 9 Asociación Cerro Azul



Fuente y Elaboración: Andrea López



En la entrevista se pudo conversar con el Ing. Jorge Salazar el representante legal de la Asociación Cerro Azul, ubicada en la ciudad de Pasaje, en las calles Galo García entre Luis León y David Monroy.

La Asociación Cerro Azul inició sus actividades como organización en noviembre de 2001, comercializando banano orgánico destinado a la elaboración de puré. Se instituyó jurídicamente en octubre de 2002 con 24 miembros. Actualmente cuenta con 147 miembros.

La Asociación Cerro Azul cuenta con certificado orgánico acreditado por la Unión Europea y USDA, también certificado de Comercio Justo otorgado por FLO y Certificados Global-Gap.

La certificación de Comercio Justo es principalmente una ayuda social ya que su principal objetivo es mejorar la calidad de vida de los pequeños productores y sus familias, su fin no es solo incrementar las ventas o ingresos sino revalorar la dignidad de los agricultores y con ellos crear una sociedad más justa y solidaria.

Una de las mayores dificultades que tiene las Asociaciones de Pequeño productores es concientizar a los pequeños productores sobre las prácticas y requisitos de la certificación de Comercio Justo, ya que por su idiosincrasia esta acostumbrados a realizar las labores espontáneamente con poco control y orden.

El reto para las asociaciones no es solo obtener la certificación de Comercio Justo sino renovarla todos los años, ya que a través del tiempo los requisitos van aumentando en número y minuciosidad.

UNIÓN REGIONAL DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DEL LITORAL “UROCAL”



Figura No 10 Asociación " Urocal"



Fuente y Elaboración: Andrea López

Se entrevistó al Sr Joaquín Vásquez presidente de la Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral “UROCAL” ubicada en la ciudad de Machala en las calle Tarqui entre Bolívar y Pichincha. “UROCAL” inicio su

vida jurídica en el año 1973 tras la reforma agraria y el proceso de legalización de tierras en el Ecuador.

Como lo menciona el presidente de la Aso Urocal Joaquín Vásquez “las asociaciones que buscan solo incrementar sus ventas y no el desarrollo social de su comunidad pierden el sentido de la certificación” (Vasquez, 2014) ya que la certificación de Comercio Justo es una ayuda social y comunitaria, cuando los pequeños productores lo ven de esa manera no guardan esfuerzos con tal de obtener no un beneficio propio sino comunitario.

Para el presidente de Urocal las dificultades que se pueden presentar en la certificación son para las asociaciones que recién se están estableciendo ya que no cuentan con una estructura organizacional fija, pero para las que ya tienen un tiempo en el mercado no es tan complicado obtenerla.

La certificación de Comercio Justo piensa ante todo en el beneficio de los agricultores pero sí debería acercarse más a la realidad de cada país y región para poder establecer requisitos más claros y realizables.

Y por último la certificación de Comercio Justo ha sido de gran ayuda para los pequeños productores, ya que la prima se ha invertido en proyectos para la comunidad, entrega de fertilizantes, construcción de riego parcelario gratuito, capacitación sobre temas de seguridad y salud laboral y buenas prácticas agrícolas entre otros.

3.3 ANÁLISIS PEST

Se realizó el análisis PEST, el cual consistió en examinar los aspectos políticos, económicos, sociales y tecnológicos, con el propósito de comprender mejor la situación de la Provincia del El Oro.

3.3.1 Político

El gobierno está otorgando ayuda a los pequeños productores del Ecuador y de manera especial a los productores de banano en la provincia de El Oro, brinda esta ayuda a través de PROECUADOR, el instituto de Promoción de exportaciones e inversiones por medio de su Oficina Comercial en Estocolmo, están trabajando para facilitar el acceso de pequeños productores ecuatorianos de banano (PROECUADOR, 2013).

Además realiza ferias para exponer los productos ecuatorianos en otros países y también otorga capacitaciones para los productores que quieran exportar (PROECUADOR, 2013).

Un punto muy importante es que el Ecuador está fomentando tener un comercio más justo y una soberanía alimentaria con el objetivo de desarrollar al pequeño productor, el medio ambiente y la sociedad por ello promueve la implementación de certificaciones como la de Comercio Justo, global gap, orgánica.

El gobierno actual ha fomentado mucho el desarrollo de los pequeños productores más que de los grandes. José Luis Cueva, el Coordinador Nacional de la CECJ, dijo que los pequeños productores tienen dificultades, porque las políticas agrarias y de comercio han estado tradicionalmente vinculadas a los grandes empresarios, “es ahora con el Gobierno del Presidente Rafael Correa que nos abren una puerta para integrarnos con fuerza en una nueva visión de desarrollo integral (Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración , 2010).

Además uno de los principios del plan del buen vivir, es desarrollar la matriz productiva otorgando capacitación técnica y facilidad de crédito, lo cual es una ayuda de los diferentes ministerios a los

pequeños productores para su desarrollo productivo (SEMPLEDES, 2009).

3.3.2 Económico

Uno de los aspectos económicos de gran importancia es el PEA (Población Económicamente Activa), ya que con este índice se determina cuántas personas de la provincia de El Oro trabajan actualmente y generan productividad en su región y país. La provincia de El Oro ha aportado a la PEA con el 54% de la Región 7 y el 3% de la fuerza laboral del país. El 30% de la PEA de El Oro se encuentra en las zonas rurales, realizando actividades agropecuarias. (Ministerio de Coordinación de la Producción, 2011) La PEA aporta el 77% del Producto Nacional Bruto en promedio del 2004 al 2007 (Ministerio de Coordinación de la Producción, 2011).

En la provincia de El Oro la actividad agropecuaria es la principal fuente de productos alimenticios agroindustriales con lo cual aporta alrededor de 264 millones de dólares que representaron el 18% del total de la producción provincial (Ministerio de Coordinación de la Producción, 2011).

En el año 2010, El Oro generó 78 millones de dólares, correspondiente a ingresos fiscales que representa a nivel nacional el 1%.

El Oro se caracteriza por su producción de banano, contando con 44.129 ha. las cuales representan 1'301.296 TM, es decir el 98% del total de la producción. Además 3 de cada 5 kilos de banano que se exportan provienen de esta provincia, esto indica que el 35 % de la exportación nacional está concentrada en esta región (Ministerio de Coordinación de la Producción, 2011). Algo que se debe resaltar es que la mayoría de la producción bananera es proveniente de

pequeñas y medianas empresas, el 70% de las haciendas en El Oro son de menos de 10 ha. En comparación con la provincia de Los Ríos que el 40% de la producción nacional es realizado por productores grandes y mayormente competitivos.

3.3.3 Social

De acuerdo al último Censo del año 2010, la provincia de El Oro tiene 642.479 habitantes, lo que representa el 5% de los habitantes del Ecuador. El 18% de las personas viven en zonas rurales, y el 82% en zonas urbanas (INEC, 2010).

El índice de pobreza equivale al 28% lo que significa que sus ingresos son menores al costo mínimo de una canasta familiar la cual le permitiría satisfacer sus necesidades básicas. En relación a la desnutrición crónica la cual es una deficiencia en talla y peso de niños entre 1 y 5 años equivale al 18% de población infantil (INEC, 2010).

Una información muy importante de la provincia de El Oro es que el 72% de la población ha completado su instrucción primaria esto nos quiere decir que en la mayoría de la población orense no tiene un nivel medio o superior de educación que le permita entender términos técnicos o profesionales (INEC, 2010).

De acuerdo a la información recolectada de la encuesta de empleo, subempleo y desempleo de la ENEMDU, la provincia de El Oro mantiene la mejor situación laboral de la Zona 7 en términos de ocupación plena tiene el 34%, en la tasa de subempleo que es la mayor con 63% y en el desempleo es tan solo del 6%.

El perfil de la persona orense es trabajadora y dedicada, estas son características muy importantes de esta población, porque a pesar de no tener una educación de nivel superior saben cómo superarse, lo

cual se ve reflejado en las cifras anteriores, el porcentaje más bajo de desempleo. También tienen la iniciativa de crear asociaciones de pequeños productores que se unen para ayudarse y colaborar entre ellos. Y así juntos como comunidad desarrollarse.

3.3.4 Tecnología

Según el informe de rendición de cuentas del Ministerio de Agricultura, ganadería y pesca a nivel nacional 35.196 productores/as que utilizan innovación tecnológica y 207.307,04 hectáreas que mejoran su productividad con innovación tecnológica como maquinaria, herramientas, manejo agroecológico del suelo, bio-controladores, desinfección y tratamiento de semilla, tipo y manejo de podas, manejo integrado de plagas y enfermedades, entre otras (MAGAP, 2013).

También existe la implementación de Sistema Agroforestales dentro de las ERA con 680.156 plántulas entre especies nativas y frutales, 2.747,8 hectáreas intervenidas (MAGAP, 2013).

La utilización de esta tecnología tiene como fin obtener una producción sustentable con la aplicación de bio insumos en cultivos.

Una realidad a la que no podemos ser ajenos, es que a pesar de que haya tecnología, todavía le falta al sector de los pequeños productores, desarrollarse mucho más en este aspecto. En una entrevista realizada a Pablo Chang Jefe de investigaciones del CIBE de la Espol comento “El problema que no aumente la productividad de los pequeños productores es estructural y se origina en que los productores no tienen acceso a la tecnología para reducir sus costos. No se han tecnificado, esa es la diferencia. Los costos de producción son más altos en los pequeños bananeros, porque no tienen sistemas de riego adecuados ni la tecnología para mejorar los sistemas de

fumigación (Chang, 2011). En conclusión existe un cierto nivel de tecnología en el sector del banano, pero se debe explorar mucho más en este campo, ya que como mencionaba el Sr Pablo Chang es momento de que el Ecuador se tecnifique para tener un mayor valor agregado.

3.5 ANÁLISIS FODA

A continuación se detalla el análisis FODA de la certificación de Comercio Justo para pequeños productores de Banano de la provincia de El Oro.

El análisis consiste en evidenciar cuales son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la certificación para conocer qué es lo que tienen y que es lo que les falta.

3.5.1 Fortalezas

- **Prima de desarrollo:** La certificación de Comercio Justo, es netamente un proyecto social, una de sus mayores fortalezas es otorgar a los pequeños productores la prima de desarrollo o también conocido como el “premio” del Comercio Justo, que es una cantidad de dinero que se le da al pequeño productor por su producto, que tiene como fin ser invertido en proyectos que mejoren la calidad de vida de sus miembros, tanto en el aspecto laboral como personal, como por ejemplo la implementación de un sistema de riego que les facilite el trabajo a los pequeños productores, también podría ser la construcción de una escuela para los hijos de los productores y otros (Stoler, 2012).
- **Precio fairtrade:** Es el precio fijo que se establece por mutuo acuerdo entre el productor y el comprador, este precio se debe determinar sobre la base de los costos de producción, tomando en cuenta

cualquier costo adicional que pueda surgir al cumplir los requisitos de Comercio Justo tales como, por ejemplo, pagar salarios mejores a los trabajadores, mejorar la infraestructura de la hacienda etc. etc. La estabilidad del precio le da seguridad al productor ya que sus ganancias no están en función a la oferta o demanda, es decir que si existe una crisis en los precios del banano, el comprador debe respetar el precio que ya fue fijado.

- **Implementación de sistemas de procesos:** Los procesos ayudan a los pequeños productores a establecer fases o etapas para cumplir con estándares de calidad específicos. Este punto es muy importante ya que la certificación de Comercio Justo busca que todos los productos tengan el mismo grado de calidad y ello solo se lo podrá obtener por medio de un proceso estandarizado.
- **Cuidado del medio ambiente:** Teniendo la certificación de Comercio Justo es una incidencia de impacto social al cuidado del medio ambiente, en otras palabras es el cuidado a la salud y bienestar de las personas, por lo tanto es uso mínimo de pesticidas y erosión de suelo y manejo de fertilizantes, son medios para garantizar la vida de las personas (Serrano, 2012).
- **Buenas condiciones laborales:** Uno de los requisitos de Comercio Justo es el de velar porque los trabajadores tengan una serie de beneficios laborales legalmente constituidos, como por ejemplo el seguro social, un sueldo de un salario mínimo o más, la libertad de formar sindicatos, tener infraestructura con los recursos necesarios para trabajar. No a la discriminación bajo ningún concepto, no a la explotación y no al trabajo infantil (Stoler, 2012).

- **Desarrollo sostenible:** La certificación fomenta que exista una constante capacitación y asistencia técnica hacia los pequeños productores para generar en ellos un desarrollo sostenible y evolutivo que intente animar a los productores a seguir mejorando las condiciones de trabajo, la calidad del producto y la consciencia ecológica.

3.5.2 Oportunidades

- **Entidades del gobierno:** En otorgar capacitaciones, eventos o programas sobre temas de Comercio Justo, a través de sus diferentes ministerios o institutos como PROECUADOR y el MAGAP.
- **Crecimiento del nicho de mercado de consumidores responsables:** Apertura al mercado internacional, al preferir pagar más por un producto de Comercio Justo porque los consumidores son conscientes de que ayudan a los productores de países sub desarrollados.

3.5.3 Debilidades

- **La falta de promoción de Comercio Justo:** La realidad es que los pequeños productores no conocen sobre la certificación de Comercio Justo y es una gran desventaja, ya que se pierden de los beneficios de esta certificación pero no es culpa de ellos. Por lo tanto las organizaciones de Comercio Justo alrededor del mundo, deben buscar promocionar más esta certificación a través de ferias o eventos en los cuales reúnan a la mayor parte de pequeños productores.
- **La complejidad de los requisitos de Comercio Justo:** Para los pequeños productores que son personas humildes y sencillas les

resulta complicado entender la complejidad de requisitos para la obtención de Comercio Justo, además que ellos no están acostumbrados a los reglamentos y estándares que exige la certificación.

- **Los costos de la certificación** La certificación no es gratis. Las cooperativas, asociaciones u otras organizaciones productoras deben pagar una cuota de aproximadamente 2.000 euros que en dólares equivale a \$2.760 para la certificación inicial de Comercio Justo para la primera auditoria y una cuota anual de mantenimiento de 500 euros aproximadamente \$690 dólares (Serrano, 2012).
- **Si no hay mercado no hay certificación:** Esto quiere decir que los productores sólo pueden obtener la certificación si la organización FLO considera que hay un mercado estimado para sus productos etiquetados con la marca de Comercio Justo. Por lo tanto, para ingresar al sistema de Comercio Justo se recomienda como primer paso solicitar a la FLO y a los importadores de Comercio Justo información sobre las oportunidades de mercado para sus productos específicos (FLO, 2011).

3.5.4 Amenazas

- **Crisis económica:** Como todo país estamos expuestos a tener una crisis económica que afecte al comercio internacional y por ende a las ventas de los productores.
- **Desastres ambientales:** En la época de invierno, es muy común las inundaciones en las plantaciones, lo cual hace que se pierda un gran número de producción, por ello hay que establecer las medidas correctivas para crear un drenaje para que el agua fluya para los ríos.

- **La falta de sensibilización del consumidor:** El mercado al cual va solidarizarse con los pequeños productores y ayudarlos pero siempre existe el riesgo de la falta de sensibilización de parte de los consumidores en no valorar el esfuerzo y dedicación de los pequeños productores.

3.6 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO JUSTO

Tabla No 13 Ventajas y Desventajas de la Certificación de Comercio Justo

VENTAJAS	DESVENTAJAS
-Acceso a mercados internacionales	-Altos costos en la certificación
-Prima de desarrollo	-Complejidad en sus requisitos
-Garantiza que los pequeños productores trabajan en buenas condiciones laborales.	-Falta de promoción de Certificación de Comercio Justo.
-Cuidado del medio ambiente	
-Diferencia con sus competidores por el valor de compromiso social.	

Fuente y Elaboración: Andrea López

3.7 ANÁLISIS DEL COSTO DE PRODUCCIÓN DE BANANO FAIRTRADE

El costo de producción para la implementación de Comercio Justo, es visto como uno de los mayores obstáculos para los pequeños productores pero aunque si es cierto que son altos los costos tanto de licencia como para la obtención de la certificación y los costos de implementación también existe un considerable porcentaje de ganancia/utilidad. Para poder

evidenciar esto vamos a tomar como ejemplo los costos de producción de banano orgánico fairtrade de la Asociación Cerro Azul.

La información a continuación detallada es de 7 organizaciones de la Aso Cerro Azul que elaboran una hoja de costo para la certificadora en este caso FLO- CERT para fundamentar los costos de producción que declaran, ya que de acuerdo a los mismos se establece el precio de venta.

Tabla No 14 Hoja de Costos de producción de Banana Fairtrade

HOJA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN SOSTENIBLE PARA BANANA ORGÁNICA FAIRTRADE	
01. Instalación de cultivo de banana	Costos por caja de 18,14 kg. en dólares EE.UU.
Estudios y analisis previo a la instalación del cultivo	\$ 0,01
a) Estudio topográfico, b) Estudio de disponibilidad y Análisis de la calidad del agua, c) Estudio de la estructura del suelo y Análisis de la fertilidad y textura del suelo, d) Estudio para definir el sistema de producción.	
Infraestructura	\$ 0,30
Sistema de riego tecnificado y sistema de drenaje	
Sistema de cable vía para cosecha	
Planta de empaque (incluye costos de diseño y construcción de la planta).	
Plataforma de paletización	
Labranza y siembra	
Mano de obra	\$ 0,06
Corte de suelo sin animal de tracción ni maquinaria para labranza.	
Rastreo y nivelado del suelo sin animal de tracción ni maquinaria para labranza.	
Marcado	
Hojado	
Sembrado, plantado	
Insumos	\$ 0,00
Maquinaria, equipos, materiales y herramientas	\$ 0,03
Herramientas para el corte manual del suelo	
Herramientas para rastreo, gradeo manual de suelo	
Material para marcado	
Herramienta para hoyado	
Herramienta para sembrado, plantado	
COSTO TOTAL 1 ESTABLECIMIENTO DEL CULTIVO	\$ 0,40

02 Manejo de cultivo	Costos por caja de 18,14 kg. en dólares EE.UU.
Mano de Obra	
Apuntalado, amarre, reamarre de mata	\$ 0,18
Apertura de fundas o bolsas treebag	\$ 0,00
Colocado de fundas o bolsas treebag, cintas de edad y guantele	\$ 0,45
Estirado y arreglo de cintas de edad	\$ 0,00
Desflore	\$ 0,00
Deshije	\$ 0,15
Deshoje	\$ 0,45
Desmanche, control de la población de matas	\$ 0,04
Protección integral del racimo	\$ 0,00
Recojo y eliminación de nylon	\$ 0,00
Insumo	
Soga nylon para apuntalado	\$ 0,11
Cintas de edad para racimos	\$ 0,01
Nylon para estiramiento de cintad de edad	\$ 0,00
Fundas o bolsas treebag para cubrir los racimos	\$ 0,15
Daypa guatelete	\$ 0,24
Maquinaria, equipos, materiales y herramientas	
Palos, barras para apuntalado	\$ 0,00
Escalera	\$ 0,04
Herramienta para desflore	\$ 0,00
Herramienta para deshije	\$ 0,12
Herramienta para deshoje	\$ 0,05
Herramienta para desmanche	\$ 0,01
Resiembr	\$ 0,05
COSTO TOTAL 2 MANEJO DE CULTIVO	\$ 1,93

03 Fertilización	Costos por caja de 18,14 kg. en dólares EE.UU.
Mano de obra	
Aplicación manual para suelo con equipo de aplicación	\$ 0,03
Aplicación manual de fertilizantes foliar	\$ 0,03
Preparación de fertilizante para el suelo	\$ 0,00
Preparación de fertilizantes foliar hojas	\$ 0,00
Insumo	
Combustible para funcionamiento de equipo de aplicación de fertilizante.	
Fertilizante foliar	\$ 0,04
Fertilizante para suelo	\$ 0,42

Maquinaria, equipos, materiales y herramientas	
Equipo de aplicación de fertilizante para suelo	\$ 0,03
Equipo de aplicación de fertilizante foliar hojas	\$ 0,06
Material para preparación de solución de fertilizante para suelo	
Material para preparación de solución de fertilizante foliar hojas	
COSTO TOTAL 3 FERTILIZACIÓN	\$ 0,61

04 Control de maleza	Costos por caja de 18,14 kg. en dólares EE.UU.
Mano de obra	
Deshierbo manual con maquina cortadora	\$ 0,23
Insumo	
Combustible para funcionamiento de máquina cortadora de maleza	\$ 0,02
Maquinaria, equipos, materiales y herramientas	
Máquina cortadora de maleza	\$ 0,06
Mantenimiento y reparación mano de obra	
Mantenimeinto y reparación de máquina cortadora de maleza	\$ 0,01
Mantenimiento y reparación de insumo	
Insumo para mantenimiento y reparación de máquina cortadora de maleza.	\$ 0,02
COSTO TOTAL 4 CONTROL DE MALEZA	\$ 0,34

05 Control de plagas y enfermedades	Costos por caja de 18,14 kg. en dólares EE.UU.
Mano de obra	
Preparación de solución fungicida para sigatoka	\$ 0,00
Preparación de solución nematicida	\$ 0,00
Preparación de solución insecticida para picudos	\$ 0,00
Preparación de solución insecticida para thrips	\$ 0,00
Aplicación manual con equipo de solución fungicida para sigatoka	\$ 0,13
Aplicación manual con equipo de solución nematicida	\$ 0,00
Aplicación manual con equipo de solución insecticida para picudos	\$ 0,00
Aplicación manual con equipo de solución insecticida para thrips	\$ 0,00
Insumo	
Combustible para funcionamiento de equipo de aplicación fungicida	\$ 0,01
Fungicida para sigatoka	\$ 0,54
Nematicida	\$ 0,00
Insecticida para picudos	\$ 0,00
Insecticida para thrips	\$ 0,05
Maquinaria, equipos, materiales y herramientas	
Equipo de aplicación de fungicidas nematicidad insecticidas	\$ 0,00
Material para preparación de solución de fungicida nematicidas e insecticidas.	\$ 0,00
COSTO TOTAL 5 CONTROL DE PLAGAS Y ENFERMEDADES	\$ 0,73

06 Riego	Costos por caja de 18,14 kg. en dólares EE.UU.
Mano de obra	
Regado	\$ 0,19
Insumo	
Agua para riego	\$ 0,12
Maquinaria, equipos, materiales y herramientas	
Herramientas para regado	\$ 0,02
Mantenimiento y reparación mano de obra	
Mantenimiento y reparación de sistema de riego tecnificado	\$ 0,05
Mantenimiento, limpieza y reparación del sistema de riego	\$ 0,14
Mantenimiento y reparación de insumo	
Insumos para mantenimiento y reparación de sistema de riego tecnificado.	\$ 0,01
Insumos para mantenimiento, limpieza y reparación de sistema de drenaje.	\$ 0,01
COSTO TOTAL 6 RIEGO	\$ 0,55
07 COSECHA	Costos por caja de 18,14 kg. en dólares EE.UU.
Mano de obra	
Corte de racimo	\$ 1,25
Recepción y transporte de racimo hacia el sistema de cable vía Arrastre manual de sistema de cable vía sin uso de combustible o energía.	
Insumo	
Combustible para funcionamiento de sistema de cable vía	\$ 0,00
Energía eléctrica para funcionamiento de sistema de cable vía	\$ 0,00
Maquinaria, equipos, materiales y herramientas	
Herramienta para el corte	\$ 0,00
Material para recepción y transporte de racimo	\$ 0,07
Mantenimiento y reparación mano de obra	
Mantenimiento y reparación de sistema de cable vía	\$ 0,02
Mantenimiento y reparación de insumo	
Insumos para mantenimiento y reparación de sistema de cable vía.	\$ 0,01
COSTO TOTAL 7 COSECHA	\$ 1,35
08 Empaque	Costos por caja de 18,14 kg. en dólares EE.UU.
Mano de Obra	
Verificación de calidad de fruta en racimo y eliminación de manos o dedos con defectos.	\$ 0,18
Retiro de fundas, treebags y daypa guanteletes	\$ 0,00
Desmane y puesta en tina con agua para lavado	\$ 0,00
Selección de fruta y preparación de clusters	\$ 0,00

Puesta en tina con agua por segunda vez	\$ 0,00
Pesado y clasificación de clusters	\$ 0,00
Fumigación de corona	\$ 0,00
Etiquetado de clusters	\$ 0,00
Carga y descarga de cartón	\$ 0,00
Armado y pegado de cartón	\$ 0,00
Apertura de bolsas polipack	\$ 0,00
Embalado de clusters en cartón	\$ 0,00
Verificación del peso de cajas embaladas antes del paletizado	\$ 0,00
Transporte de cajas embaladas a centro de acopio para paletizado	\$ 0,25
Corte de vástagos	\$ 0,00
Eliminación de deshechos y merma	\$ 0,00
Insumo	
Agua	\$ 0,00
Combustible para funcionamiento de planta de empaque	\$ 0,03
Energía eléctrica para funcionamiento de planta de empaque	\$ 0,01
Floculante para coagular el latex de la corona	\$ 0,02
Insumo para fumigado de corona	\$ 0,02
Bolsa polipack gruesa	\$ 0,00
Goma para cerrar las bolsas	\$ 0,01
Grapa para trensar el zuncho	\$ 0,00
Lamina	\$ 0,00
Pegamento para cartón	\$ 0,01
Sellos	\$ 0,04
Tinta para máquina codificadora	\$ 0,00
Desperdicio del cartón	\$ 0,01
Maquinaria, equipos, materiales y herramientas	
Aspiradora de vacío	\$ 0,00
Balanza	\$ 0,00
Bandeja para pesaje	\$ 0,00
Bomba para fumigación	\$ 0,00
Máquina codificadora	\$ 0,00
Cuchillo de desmane	\$ 0,00
Cuchillo de selección	\$ 0,00
Mantenimiento y reparación mano de obra	
Mantenimiento y reparación de aspiradora de vacío	\$ 0,00
Mantenimiento y reparación de balanza	\$ 0,00
Mantenimiento y reparación de bomba de fumigación de corona	\$ 0,00
Mantenimiento y reparación de máquina codificadora	\$ 0,00
Limpieza, aseo, mantenimiento de la planta de empaque	\$ 0,00
COSTO TOTAL 8 EMPAQUE	\$ 0,57

09 Gastos de la organización plantación	Costos por caja de 18,14 kg. en dólares EE.UU.
Mano de obra	
Actividades del personal administrativo como gerentes, personal administrativo, abogado, etc etc.	\$ 0,27
Insumo	
Alquiler de oficinas administrativas, sala de reuniones, almacenes para los insumos.	\$ 0,02
Energía eléctrica, agua, teléfono e internet	\$ 0,03
Artículos de oficina	\$ 0,01
Combustible para transporte de insumos	\$ 0,02
Combustible para transporte de gerencia y personal	\$ 0,03
Combustible para transporte de trabajadores de campo	\$ 0,05
Insumos para servicio de desayuno almuerzo para el personal en general.	\$ 0,08
Uniformes y equipos de protección para los trabajadores	\$ 0,14
Insumo para charlas y capacitaciones	\$ 0,01
Dieta de los directivos	\$ 0,04
Impuestos	\$ 0,20
Seguros	\$ 0,00
Aportes y contribuciones a gremios públicos y privados	\$ 0,00
Certificación Fairtrade	\$ 0,01
Certificación orgánica	\$ 0,06
Certificación global Gap	\$ 0,02
Gastos financieros	\$ 0,01
Maquinaria, equipos, materiales y herramientas	
Equipos de oficina como teléfonos computadoras etc. etc.	\$ 0,02
Vehículos para transporte de gerencia y personal	\$ 0,05
Vehículo de transporte para trabajadores de campo	\$ 0,00
Mantenimiento y reparación mano de obra	
Mantenimiento, limpieza y reparación de oficinas administrativas	\$ 0,00
Mantenimiento y reparación de equipo de oficina	\$ 0,00
Mantenimiento y reparación de vehículos de transporte de gerencia y personal.	\$ 0,13
Mantenimiento y reparación de vehículos de transporte de trabajadores de campo.	\$ 0,00
Mantenimiento de carreteras y caminos	\$ 0,00
Mantenimiento y reparación de insumo	
Insumo para mantenimiento, limpieza y reparación de oficinas administrativas y otras.	\$ 0,01
Insumo para mantenimiento y reparación de equipos de oficina como teléfono computadora etc. etc.	\$ 0,00
Insumo para mantenimiento y reparación de vehículos de transporte de gerencia y personal.	\$ 0,00
Insumo para mantenimiento y reparación de vehículos de transporte de trabajadores de campo.	\$ 0,00

Insumo para mantenimiento y reparación de carretera y caminos	\$ 0,00
COSTO TOTAL 9 GASTOS DE LA ORGANIZACIÓN PLANTACIÓN	\$ 1,21
COSTO TOTAL EXWORKS en dólares por caja de 18,14 kg	\$ 7,63

Fuente: Aso. CerroAzul

Elaboración: Andrea López

Se observa en el siguiente cuadro, primero los pequeños productores no invierten mucho en pesticidas ya que como es orgánico utiliza lo mínimo posible. Ello es una ventaja frente a los productores que comercializan banano convencional ya que ellos en sus cultivos utilizan un gran número de químicos además los productores fairtrade guardan las prácticas de cuidado de suelos y agua, por ello procuran cuidar sus cultivos para que sean más fértiles y provechosos.

Por otro lado en la presente hoja de costo también vemos los gastos de la organización desde lo administrativo hasta lo referente directamente con los pagos de las certificaciones, impuestos y seguros, lo cual ayuda a tener una aproximación más real de cuánto gasta un pequeño productor, no solo en la producción, sino en todo el entorno del negocio para saber cuánto le costaría la implementación y mantenimiento de la certificación.

Un dato importante es que el precio de comercialización de la caja de 18,14 kg. de banano orgánico fairtrade EXW según FLO es de \$9.05 dólares y el costo de producción EX WORK llega a \$7.63 dólares, esto significa que el pequeño productor cubre 100% sus costos y además obtiene una ganancia aproximada de \$1.42 dólares por cada caja más \$1 dólar de la prima por cada caja.

Tal vez en cantidades mínimas como el cálculo que hemos realizado de una caja no refleje en su máxima expresión las utilidades del pequeño productor pero aproximadamente los productores elaboran entre 500 y 700 cajas lo cual representaría una ganancia mucho más alta.

CAPITULO IV

MATRIZ PARA LA OBTENCIÓN DE LA CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO

Como se ha mencionado en los anteriores capítulos la Certificación de Comercio Justo es una ayuda socio-económica para el pequeño productor pero en el proceso de implementación de la misma se presentan algunos inconvenientes o confusiones con los requisitos a seguir, por ello a continuación trataremos de aclararlos, describiendo detalladamente los pasos a seguir para la obtención de la certificación.

Se utilizará una matriz en la cual se podrá observar los diferentes pasos y el procedimiento y desarrollo de los mismos con el fin que la matriz ayude al pequeño productor a tener una resumida pero clara idea del proceso que debe seguir, para obtener la certificación de Comercio Justo. La fuente principal de esta información es la página oficial de FLO- CERT (CERT, 2010).

Posteriormente se detallara de una manera explicativa la matriz con el fin de aclarar cualquier duda.

PROCESO	PASOS A SEGUIR	PROCEDIMIENTO	DESCRIPCIÓN
<u>1.- INVESTIGACIÓN Y TOMA DE DECISIÓN</u>	Investigar y tomar conciencia de todo lo que abarca tanto el proceso previo como la adjudicación posterior de la certificación de Comercio Justo.	Primero hay que descubrir para cuál de los criterios califica, que pueden ser para organizaciones de pequeños productores o los criterios para situaciones de mano de obra contratada. Una vez que hemos identificado a cual criterio vamos aplicar debemos comprobar si existen criterios de Comercio Justo (Fairtrade) para nuestro producto en este caso el banano y si su país está incluido en los criterios (Ecuador). Anexo 3	
<u>2.- REQUISITOS QUE SE DEBERÁN CUMPLIR</u>	Se deben cumplir con 4 requisitos antes de otorgar la certificación de Comercio Justo.	<p>1.-Producción: En este primer aspecto se describe las prácticas de producción ética y sostenible que están detrás de cada producto de Comercio Justo (Fairtrade).</p> <p>2.-Desarrollo ambiental: Los miembros de la asociación deben tener prácticas agrícolas y ambientales que sean sostenibles, que minimicen los riesgos y protejan al medio ambiente.</p> <p>3.-Condiciones Laborales: El objetivo es garantizar buenas condiciones laborales para los trabajadores. Fairtrade International, se refiere a los convenios fundamentales de la OIT como el principal fundamento para buenas condiciones laborales.</p> <p>4.-Negocios y Desarrollo: Este requisito describe básicamente el uso adecuado de la prima de desarrollo, la organización democrática de los miembros y la integración.</p>	<p>Manejo de las Prácticas de Producción: Este primer paso se lo puede realizar a través de capacitaciones en las cuales se explique las condiciones y requisitos del comercio justo así como los beneficios del mismo.</p> <p>Dicha protección ambiental incluye: Manejo de plagas, Selección de plaguicidas utilizados, Suelo y Agua que se va a usar, Erosión de suelo, identificarlos y como prevenirlo, Manejo de fertilizante, Basura y desechos, Organismos modificados genéticamente (omg), Energía y emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).</p> <p>Las condiciones laborales se basan en los siguientes parámetros: --Derecho a la no discriminación --Libertad de trabajo --Trabajo infantil y protección de la infancia --Libertad de asociación y negociación colectiva --Condiciones de empleo --Salud y seguridad laboral</p> <p>Potencial de desarrollo: El objetivo de la prima es asegurar que los pequeños productores incluyendo sus familias gocen de un desarrollo social y económico. Democracia, participación y transparencia: Establecer estructuras democráticas y administrativas. No discriminación: Fairtrade International sigue la Declaración de los Derechos Humanos en su rechazo a la discriminación.</p>

<p><u>3.- SOLICITUD</u></p>	<p>Se hace el envío de la solicitud a Latinoamerica-solicitudes@flo-cert.net por una de las partes interesadas y culmina con la verificación del alcance, que evalúa las posibilidades de ser certificada.</p>	<p>Se tendrá que pagar una cuota de solicitud de \$710,85 dólares no reembolsable. La cuota inicial de certificación se cobra una sola vez y está relacionada a la inspección inicial que realiza FLO-CERT, el monto dependerá del tipo de asociación que sea (1er grado, 2do grado o 3er grado).</p>	<p>Organización de 1er grado: Es una organización de productores legalmente constituida que puede contribuir al desarrollo social y económico de sus miembros y comunidades.</p> <p>Organización de 2do grado: Es una organización de pequeños productores constituida a su vez por organizaciones de pequeños productores de 1er grado (miembros) que están legalmente afiliadas en un 2º grado.</p> <p>Organización de 3er grado: Es una organización de pequeños productores legalmente establecida que se compone de organizaciones de 2º grado afiliadas.</p>
<p><u>4.- INSPECCIÓN INICIAL</u></p>	<p>FLO-CERT tiene como misión verificar el cumplimiento de los requisitos fairtrade por medio de auditorías, cuya duración depende del número de hectáreas del cultivo, complejidad de la asociación y el número de productos que serán certificados.</p>	<p>Aunque la duración varía, toda auditoría cuenta con 6 fases:</p> <ul style="list-style-type: none"> --Preparación --Reunión de Apertura --Revisión documental --Entrevista --Visita de Campo --Reunión de Cierre 	<p>Preparación: El auditor previamente envía al productor una carta en la cual detalla todos los puntos que se van a revisar en la misma.</p> <p>Reunión de apertura: El auditor se presenta explica brevemente como se realizará la auditoría.</p> <p>Revisión documental: El auditor revisa: Balances financieros, presupuestos, informes y otros.</p> <p>Visita de campo: Incluye la oficina y finca central, la procesadora, los almacenes de acopio y toda actividad agrícola. La visita de campo es un recorrido a leatorio.</p> <p>Reunión de cierre: Se realiza una reunión en la cual se informan las debilidades y no conformidades de la asociación.</p>
<p><u>5.- EVALUACIÓN</u></p>	<p>Antes de realizar la evaluación se deberá corregir las no conformidades señaladas por el personal de FLO-CERT.</p>	<p>Se le otorga a la asociación tiempo prudente para realizar las acciones debidas para corregir las no conformidades. Personal de FLO-CERT evaluará las acciones implementadas y verificará si cumplen con los requisitos de fairtrade. (CERT, 2010).</p>	
<p><u>6.- CERTIFICACIÓN</u></p>	<p>Una vez corregidas todas las inconformidades, el caso pasa a manos de un experto certificador, y se deberá esperar a que él decida si se da la certificación o no.</p>	<p>FLO-CERT, emite el certificado una vez que la asociación cumple con todos los requisitos fairtrade. (CERT, 2010)</p>	

4.1.-INVESTIGACIÓN Y TOMA DE DECISIÓN

Al iniciar en un proceso de certificación de Comercio Justo no debe ser tomada a la ligera, debe ser concientizada y pensada ya que es un proceso arduo y exigente. Requiere del conocimiento profundo sobre la certificación y además implica una inversión monetaria de parte de las asociaciones.

Primero hay que descubrir para cuál de los criterios califica, que pueden ser para organizaciones de pequeños productores o los criterios para situaciones de mano de obra contratada. Para cada categoría, hay que considerar también el producto específico, así como los respectivos precios mínimos Fairtrade, por producto y origen.

En este caso el criterio que se aplica es el de ser una organización de pequeños productores pero para esto debe cumplir con las siguientes características:

- Usted es una organización de pequeños productores cuando por lo menos la mitad y uno de sus miembros son pequeños productores (51%) (Fairtrade International , 2011).
- Cuando el trabajo agrícola se realiza principalmente por los miembros y sus familias (Fairtrade International , 2011).
- No contratan trabajadores durante todo el año. Si sus miembros producen productos más tecnificados en mano de obra, son pequeños productores si cumplen con los criterios anteriores y los criterios que se enumeran a continuación (Fairtrade International , 2011).
- Contratan un número menor que el máximo de trabajadores permanentes, tal y como lo define y publica el órgano de certificación (Fairtrade International , 2011).
- La extensión de la tierra que cultivan debe ser de hasta 10 hectáreas (Fairtrade International , 2011).

- Pasan la mayor parte de su tiempo trabajando en actividades agrícolas en sus fincas (Fairtrade International , 2011).
- La mayor parte de sus ingresos provienen de su finca (Fairtrade International , 2011).

Una vez que hemos identificado a cual criterio vamos aplicar, debemos comprobar si existen criterios de Comercio Justo Fairtrade para nuestro producto en este caso el banano y si su país está incluido en los criterios (Ecuador). Anexo 3

Después hay que tener claro, cuáles son los requisitos que hay que seguir, identificar si estamos aptos para iniciar el proceso de certificación.

Los requisitos se basan en 4 aspectos generales: producción, desarrollo ambiental, condiciones laborales, negocios y desarrollo. A continuación se detallan los requisitos teniendo como fuente Fairtrade International Organization (Fairtrade International, 2011).

4.2.- REQUISITOS

4.2.1 Producción

En este primer aspecto se describe las prácticas de producción ética y sostenible que están detrás de cada producto de Comercio Justo Fairtrade.

Manejo de las Prácticas de Producción

La Asociación debe informar y explicar a sus miembros los requisitos ambientales y laborales sobre las prácticas de Producción en Comercio Justo.

Este es uno de los pasos más difíciles de las asociaciones ya que crear una conciencia fairtrade en los pequeños productores es complicado, porque implica regirse bajo parámetros específicos y estándares que por su realidad no están acostumbrados a seguir.

Este primer paso se lo puede realizar a través de capacitaciones en las cuales se explique las condiciones y requisitos del Comercio Justo pero también los beneficios del mismo para motivar a los pequeños productores a esforzarse por organizarse y llevar un mejor orden en sus actividades agrícolas.

Se debe identificar en qué requisitos de la Producción los miembros podrían estar en riesgo de incumplimiento.

También se debe definir e implementar un procedimiento para verificar y evaluar el desempeño de los miembros en relación con los requisitos de Producción que se detallan a continuación (Fairtrade International , 2011).

4.2.2. Desarrollo Ambiental

Los miembros de la asociación deben tener prácticas agrícolas y ambientales que sean sostenibles, minimicen los riesgos y protejan al medio ambiente.

En primer lugar, deben elegir a un responsable para que dirija las medidas operativas necesarias para que los pequeños productores cumplan con los requisitos de Protección Ambiental.

Manejo de plagas

La asociación debe proporcionar capacitación a sus miembros sobre el tema de manejo integrado de plagas.

Uso y manejo adecuado de plaguicidas y otros productos químicos peligrosos. Se debe proporcionar capacitación a los miembros y trabajadores que manipulan plaguicidas y otros productos químicos peligrosos sobre los riesgos de estos materiales y sobre cómo manejarlos adecuadamente.

Selección de plaguicidas utilizados

Usted debe compilar una lista de los plaguicidas que son empleados en los cultivos de Comercio Justo Fairtrade y actualizarla como

mínimo cada 3 años. En esta lista usted debe indicar qué materiales se incluyen en la Parte 1 (Lista Roja) de la Lista de Materiales Prohibidos (LMP) de Fairtrade International y en la Parte 2 (Lista Amarilla) (Véase el anexo 4 y 5).

Suelo y Agua

El suelo y el agua son recursos naturales no renovables. Los suelos fértiles y el agua disponible y limpia son importantes para la sostenibilidad del sistema de producción. Por ello hay que aprovecharlos y cuidarlos.

Erosión de suelo

Se debe identificar si existen suelos con erosión y además dar capacitaciones para prevenir la erosión y combatirla con el fin de reducir este mal.

Manejo de fertilizante

Se debe proporcionar capacitación a los miembros de la organización sobre el uso apropiado de fertilizantes. Con el objetivo de que los pequeños productores conozcan las cantidades que responden a la necesidad de los nutrientes del cultivo y además mantengan separados los fertilizantes de los plaguicidas para evitar contaminación.

Basura y desechos

Se debe asegurarse de que los miembros mantienen sus fincas libres de basura y desechos peligrosos.

Organismos modificados genéticamente (omg)

Los miembros no deben utilizar deliberadamente semillas o material de plantación genéticamente modificados para los cultivos de

Comercio Justo Fairtrade. Ya estos pueden afectar a la salud de los consumidores.

Energía y emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)

En las instalaciones centrales de procesamiento dónde se utilice energía no renovable, usted debe mantener registros del consumo de energía, tomar medidas de uso más eficiente de la energía y reemplazar las fuentes no renovables por renovables en la medida de lo posible (Fairtrade International , 2011).

4.2.3 Condiciones Laborales

El objetivo es garantizar buenas condiciones laborales para los trabajadores. Fairtrade International se refiere a los convenios fundamentales de la OIT como el principal fundamento para buenas condiciones laborales.

Derecho a la no discriminación

Prevenir la discriminación a los trabajadores en función del contenido de la Convención 111 de la OIT sobre la Discriminación. La Convención define la discriminación como “cualquier distinción, exclusión o preferencia basada en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social, que tenga por efecto anular o alterar la igualdad de oportunidades o de trato en el empleo y la ocupación”. Los miembros de las asociaciones deben regirse bajo esta función.

Libertad de trabajo

Esta aplicado a todos los trabajadores. La FLO se basa en el contenido de las Convenciones 29 y 105 de la OIT sobre la Trabajo Forzoso. “El trabajo forzoso u obligatorio se entenderá como todo el trabajo o servicio exigido a una persona bajo amenaza de algún tipo

de penalización, y para el cual la persona mencionada no se ha ofrecido voluntariamente”

El trabajo forzoso u obligatorio se puede manifestar de distintas maneras hacer que el empleado permanezca trabajando en contra de su voluntad entre otras bajo amenazas o extorción.

Trabajo infantil y protección de la infancia

Aplicable a todos los miembros de la asociación para prevenir el trabajo que esté dañando a los niños en función del contenido de la Convención 182 de la OIT. Se consideran infantil a las personas menores de 15 años es decir que no pueden contratar a menores de 15 años.

Los niños solo pueden trabajar del modo que su horario y peso de trabajo este estructurado para que pueda asistir a al colegio y no le afecte en asistencia ni aprovechamiento. El trabajo comprendido como ayuda de los niños después de la escuela a sus familiares no se considera trabajo infantil.

Libertad de asociación y negociación colectiva

Se aplica a los productores que empleen a un número considerable de trabajadores.

FLO se basa en los convenios 87 de la OIT sobre la Libertad de Asociación y Protección de los Derechos para Sindicación, de la Convención 98 sobre los Derechos a la Organización y Negociación Colectiva y de la Recomendación 143 de la OIT sobre los Representantes de los Trabajadores. “Los trabajadores y empleadores, sin ninguna distinción y sin autorización previa, tienen el derecho de constituir las organizaciones que estimen convenientes,

así como el de afiliarse a estas organizaciones, con la sola condición de observar los estatutos de las mismas.

La certificación de comercio justo sostiene que la mejor manera de proteger a los pequeños productores en la formación de sindicatos ya que ellos por medio de una asamblea elegirían lo mejor de manera conjunta y podrían exponer sus quejas e inconformidades también como ideas y sugerencias.

Condiciones de empleo

La asociación debe aplicar el pago y las condiciones de empleo de los trabajadores en función del contenido de la Convención 100 de la OIT sobre la Igualdad de Remuneración y la Convención 110 sobre las Condiciones de Empleo de los Trabajadores.

Salud y seguridad laboral

El objetivo de este requisito es prevenir accidentes de trabajo minimizando los riesgos en el lugar de trabajo. Se basa en el contenido de la Convención 155 de la OIT sobre Salud y Seguridad Laborales.

Por ello se debe otorgar capacitaciones de seguridad social y laboral a los pequeños productores, para que tengan conocimiento al respecto (Fairtrade International , 2011).

4.2.4 Negocios y Desarrollo

En esta sección se describen los requisitos exclusivos para el Comercio Justo fairtrade. Es decir vamos a describir el uso adecuado de la prima de desarrollo, la organización democrática de los miembros y la integración.

Potencial de desarrollo

El objetivo de la prima es asegurar que los pequeños productores incluyendo sus familias gocen de un desarrollo social y económico. Por ello las asociaciones deben planificar y documentar todas las actividades que han planificado financiar con la Prima de Comercio Justo Fairtrade en el Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade.

Y antes de realizarlas se debe llevar a votación ante la Asamblea General para su aprobación.

Democracia, participación y transparencia

El objetivo de este requisito es establecer estructuras democráticas y una administración que permita a los miembros y al consejo tener un control sobre el manejo de los beneficios del Comercio Justo. Fairtrade International sigue la recomendación R193 de la OIT “sobre la promoción de las cooperativas”.

Por ello debe existir la formación de una Asamblea General en dónde todas las decisiones principales son discutidas y tomadas. Todos los miembros deben tener derecho a votar y consejo debe ser elegido en elecciones libres, justas y transparentes.

No discriminación

Fairtrade International sigue la Declaración de los Derechos Humanos en su rechazo a la discriminación. Por lo tanto no debe discriminarse a ningún miembro de la asociación así como también no debe haber favoritismos dentro de la misma.

Antes de tomar la decisión, la asociación de tener una lista de posibles compradores que quieran sus productos bajo las condiciones Fairtrade en los países donde quiere venderlos. Obtener la

certificación Fairtrade no garantiza que vaya a vender sus productos al mercado de Comercio Justo Fairtrade.

Cuando la asociación tiene claro los requisitos y el criterio para el cual quiere aplicar y haciendo una evaluación interna determina si pasa o no al siguiente paso.

4.3.- SOLICITUD

El proceso de solicitud inicia con el envío de la solicitud por una de las partes interesadas en la certificación de Comercio Justo y culmina con la verificación del alcance que tiene como objetivo evaluar las posibilidades que tiene la asociación de ser certificada.

Para Latino América y el caribe la empresa debe enviar su solicitud a Latinoamerica-solicitudes@flo-cert.net.

Recibirá un formulario, el cual deberá completar y posteriormente será informado si cumple con los criterios mínimos. Si cumple con los criterios mínimos FLO- CERT se le envía un paquete de solicitud con más información sobre como continuar con su solicitud y tendrá que pagar una cuota de solicitud de 525 euros que son \$710,85 dólares.

4.3.1 Cuota Inicial de certificación (12 primeros meses)

La cuota inicial de certificación se cobra una sola vez y está relacionada a la inspección inicial que realiza FLO- CERT, el monto dependerá del tipo de asociación que sea (1er grado, 2do grado o 3er grado), número de miembros, número de productos que quiera certificar y el número de instalaciones de procesamiento que tenga la asociación.

4.3.2. Tipos de Organizaciones

Organización de 1er grado: Es una organización de productores legalmente constituida que puede contribuir al desarrollo social y económico de sus miembros y comunidades, y que está democráticamente gestionada por sus miembros directos. La mayoría de los miembros son pequeños productores (Fairtrade International, 2011).

Organización de 2do grado: Es una organización de pequeños productores constituida a su vez por organizaciones de pequeños productores de 1er grado (miembros) que están legalmente afiliadas en un 2º grado. La organización de 2º grado está controlada democráticamente por sus miembros directos. La organización de 2º grado proporciona servicios centrales a sus miembros (Fairtrade International, 2011).

Organización de 3er grado: Es una organización de pequeños productores legalmente establecida que se compone de organizaciones de 2º grado afiliadas (Fairtrade International, 2011).

Instalaciones de Procesamiento: Propiedad o subcontratadas por la organización de pequeños productores, donde se transforma la materia prima intermedia en un producto con mayor valor (Fairtrade International, 2011).

Según el número de miembros, cantidad de productos certificados e instalaciones FLO- CERT cobrará las cuotas detalladas en las siguientes tablas

4.3.3 Cuota inicial básica

Tabla No 15 Cuota Inicial Básica

Tipo de organización	Cat	Indicador	Cuota total facturada
1er grado		Miembros ¹	
	A	< 50	€ 1.430,00
	B	50 - 100	€ 2.040,00
	C	101 - 250	€ 2.250,00
	D	251 - 500	€ 2.450,00
	E	501 - 1000	€ 3.060,00
	F	> 1000	€ 3.470,00

Fuente y Elaboración: Fairtrade Labelling Organization (FLO), 2013

La cuota está calculada solo por un producto, por cada producto adicional varia la cuota.

4.3.4. Cuota por producto adicional

Por cada productor adicional se deberá pagar un monto adicional

Tabla No 16 Cuota por Producto Adicional

Tipo de organización	Cat	Indicador	Cuota total facturada
1er grado	A	Producto adicional	€ 180,00

Fuente y Elaboración: Fairtrade Labelling Organization (FLO), 2013

Si la organización tiene alguna instalación de procesamiento la cuota tendrá un recargo adicional.

4.3.5 Cuota de Instalación de procesamiento

Tabla No 17 Cuota de Instalación de Procesamiento

Tipo de organización	Cat	Indicador	Cuota total facturada
1er grado		Trabajadores por instalación de procesamiento	
	A	< 10 trabajadores ²	€ 210,00
	B	10 -100 trabajadores	€ 410,00
	C	> 100 trabajadores	€ 620,00

Fuente y Elaboración: Fairtrade Labelling Organization (FLO), 2013

4.4 INSPECCIÓN INICIAL

FLO-CERT tiene como misión verificar el cumplimiento de los requisitos fairtrade por medio de auditorías cuya duración depende del número de hectáreas del cultivo, complejidad de la asociación y el número de productos que serán certificados.

Aunque la duración varia, toda la auditoria cuenta con 6 fases:

Preparación

El auditor previamente prepara la auditoria y envía al productor una carta en la cual detalla todos los puntos que se van a revisar en la misma. Esta carta contiene la agenda de la visita y su estructura, además los documentos que se van a evaluar y el listado de las entrevistas que se van a realizar para que el productor este informado y tenga todo debidamente ordenado (Fairtrade International , 2011).

Reunión de Apertura

El auditor llega a la central de la organización y se reúne con el consejo de administración y los diferentes comités y productores que puedan estar presentes. El auditor se presenta explica brevemente como se realizará la auditoria (Fairtrade International , 2011).

Revisión documental

El auditor revisará diferentes documentos, los más relevantes son:

- Balances financieros, presupuestos, informes
- Estatutos, políticas, reglamento internos
- Actas de la Asamblea General, información dirigida sobre el fairtrade
- Registros laborales y prácticas de salud y seguridad (Fairtrade International , 2011).

En algunas ocasiones esta etapa es una de las más dificultosas ya que a veces los pequeños productores no tienen un orden en

documentos porque han estado acostumbrados a tener un registro informal.

Entrevista

El auditor entrevista a diferentes personas y compara la información obtenida con cada uno. Se entrevista con el comité ejecutivo y la asamblea y los trabajadores. También en ocasión puede implementar otros tipos de evaluación como focus group sobre un tema y observa el comportamiento (Fairtrade International , 2011).

Visita de Campo

La visita de campo incluye la oficina y finca central, la procesadoras, los almacenes de acopio y toda actividad agrícola. La visita de campo es un recorrido aleatorio es decir a cualquier finca se la podría ir a visitar y también es participativo, esto significa que el auditor va constantemente acompañado del encargado de la auditoria.

También se visita a los alrededores para evaluar el impacto medio ambiental que produce la asociación.

Reunión de Cierre

Como en la apertura, en el cierre se realiza una reunión en la cual se informan las debilidades y no conformidades de la asociación. El informe se lo envía FLO-CERT para la debida evaluación.

4.5. EVALUACIÓN

Se le otorga a la asociación tiempo prudente para realizar las acciones debidas para corregir las no conformidades. Personal de FLO-CERT evaluará las acciones implementadas y verificará si cumplen con los requisitos de fairtrade (CERT, 2010).

4.6 CERTIFICACIÓN

Una vez corregidas todas las inconformidades, el caso pasa a manos de un experto certificador, el cual decidirá si será certificado, basándose en las no conformidades y sus resoluciones respectivas.

FLO-CERT emite el certificado una vez que la asociación cumpla con todos los requisitos fairtrade (CERT, 2010).

CONCLUSIONES

El Ecuador es el mayor exportador de banano a nivel internacional llegando a una producción de \$2047,520 (miles de dólares) siendo USA su mayor importador. El Oro es la provincia con el mayor número de pequeños productores 5,792 aunque es la segunda mayor productora de banano, la primera es la provincia de los Ríos.

De acuerdo al estudio se ha identificado que el 40% de los pequeños productores no conocen sobre la certificación de Comercio Justo y sus beneficios.

El Comercio Justo es una iniciativa comercial que coloca a la persona / pequeño productor en primer lugar, reduciendo los intermediarios para obtener una mayor ganancia, respetando los derechos de los trabajadores y cuidando el medio ambiente.

La prima de Comercio Justo, tiene un fin exclusivamente social, que ha ayudado a mejorar la calidad de vida de los pequeños productores.

Por medio de las entrevistas se logró determinar los requisitos de la certificación de Comercio Justo que aplican a los pequeños productores de banano en la provincia de El Oro.

El 75% de los pequeños productores encuestados no han implementado la certificación de Comercio Justo, por falta de capacitación técnica, por lo que desconocen las ventajas de esta certificación. Por ello por medio de este estudio se ha podido desarrollar el proceso de certificación del Comercio Justo a través de una matriz afable a la vista, que ayude al pequeño productor a implementar la certificación.

Uno de los mayores obstáculos que tienen los pequeños productores para la obtención de la certificación es su falta de organización a nivel de registros y documentación.

Por medio del presente estudio se logró determinar los costos para la obtención de la certificación de Comercio Justo, que deben incurrir los pequeños productores para adquirirla, los mismos que varían dependiendo del número de productos a certificar, como del número de pequeños productores que formen parte de la asociación.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los pequeños productores llevar un registro de su producción y tener su documentación legalizada y actualizada para que les resulte más sencillo su proceso de certificación.

Los pequeños productores deben reunirse en gremios o asociaciones para que uniendo fuerzas y recursos lleguen a ser más competitivos en el mercado.

Las instituciones del gobierno deben brindar asistencia técnica y tienen que capacitar a los pequeños productores sobre el proceso de obtención de la certificación de Comercio Justo.

De parte del Gobierno este debe promocionar a través de prensa escrita, radio o televisión los beneficios del Comercio Justo para que los pequeños productores conozcan más sobre esta iniciativa y se animen a implementarla.

Se recomienda a las instituciones financieras del Gobierno que realicen planes de financiamiento a los pequeños productores para pagar los altos costos de la certificación de Comercio Justo.

BIBLIOGRAFÍA

Castilla, A. C. (2013, 28 de mayo). El comercio justo y consumo responsable. *Apronad*. Recuperado de <http://apnad.org/comercio-justo-y-consumo-responsable/>

Cert, F. (2010, julio). *FLO- CERT*. Obtenido: <http://www.flo-cert.net/flo-cert/63.html?&L=1>

Chang, P. (2011,22 de agosto). *El comercio*. Obtenido de: http://elcomercio.com/pais/pequeno-bananero-tecnificado_0_539946078.html

Cordinadora Estatal del Comercio Justo (2010). Que es el Comercio Justo. *Cordinadora Estatal del Comercio Justo*. Obtenido de: <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/>

Doniare, G. (2013, 25 de septiembre). La mitad de las personas mas pobres del mundo producen el 70 % de la alimentacion mundial. *La marea* Recuperado de: <http://www.lamarea.com/2013/09/25/>

Egas, F. A. (2009). Comercio Justo o Economia solidaria .*AFESE* 49, 103.

Fairtrade International . (2011, Mayo). Obtenido de FLO-CERT: <http://www.flo-cert.net/flo-cert/60.html?&L=1>

Fairtrade International. (2010). *Fairtrade International*. Obtenido de <http://www.fairtrade.net/history-of-fairtrade.html?&L=1>

Gallego, C. (2012, 23 de noviembre). Los beneficios del Comercio Justo, más allá del desarrollo económico. *Gestion restaurante*. Obtenido de: http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=964

Gavilan, J. (2010,15 de octubre). Principales plagas y enfermedades del Banano. *Galeon*. Obtenido de: <http://www.galeon.com/bananasite/plagas.html>

George, S. (2013, Septiembre). *La marea* . Recuperado de: <http://www.lamarea.com>

James, C. (2009, Agosto 18). Banano Origen e Influencia en la economia ecuatoriana. *Carlos James* Obtenido de: <http://carlosjames-carlosjames-1.blogspot.com/>

MAGAP. (2010, Diciembre). Obtenido de faolex.fao.org: www.faolex.fao.org/docs/texts/ecu120450.doc

MAGAP. (2013, Enero). Rendición de cuentas. Obtenido de www.produccion.gob.ec/wp.../2013/.../Informe-Rend-Ctas-MAGAP1.pdf

Martin, R. (2014, 10 de enero). El comercio justo reorienta los valores de la economia internacional. *Tendencias 21*. Obtenido de: http://www.tendencias21.net/El-comercio-justo-reorienta-los-valores-de-la-economia-internacional_a29382.html

Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integracion . (2010, 10 de septiembre). *Ecuador Actual*. Obtenido de: http://www.mmrree.gob.ec/ecuador_actual/bol021.asp

Nivelo, R. (2013, 13 de noviembre). *Secretaria Nacional de planificacion y desarrollo* . Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/el-plan-del-buen-vivir-sera-socializado-con-periodistas-de-manabi-y-santo-domingo-de-los-tsachilas/>

Ponce. (2007). Los pequeños bananeros están en el Comercio Justo. Quito: Imprenta Noción Editorial.

SENPLADES. (2009). Plan Nacional para el Buen vivir . *Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo*. Obtenido de : <http://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-para-el-buen-vivir-2009-2013/>

Sistema Integrado de la Legislación Ecuatoriana . (2010,Noviembre). *LEXIS*. Obtenido de: <http://www.lexis.com.ec/website/content/servicio/esilec.aspx>

ANEXOS

ANEXO 1

Encuesta

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para evaluar el nivel de conocimiento de interés sobre la certificación de Comercio Justo. Le agradeceremos que nos brinde un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

1. ¿Usted conoce o ha escuchado sobre la certificación de Comercio Justo?

- Si
- No

2.- Si su respuesta es “no”, le gustaría conocer una certificación que ayude a los pequeños productores a mejorar su calidad de vida?

- Si
- No

3. ¿Qué factores necesitaría para aplicar esta certificación en su producto?

- a) Capacitaciones
- b) Asesoría
- c) Presupuesto
- d) otras

4. Califique del 1 al 4 los atributos de la certificación de Comercio Justo sabiendo que 1 es el menor valor y 4 el mayor **(Si contesto si en la primera contestar esta pregunta)**

- a) La prima de desarrollo
- b) El precio fijo del Comercio Justo
- c) Oportunidades comerciales en el exterior
- d) El cuidado del medio ambiente

5.- ¿A qué actividades le gustaría asistir para tener un mayor conocimiento sobre el Comercio Justo?

- a) Foros
- b) Conversatorios
- c) Seminarios

6.- Califique del 1 al 4 las dificultades de la certificación de Comercio Justo, sabiendo que 1 es el menor valor y 4 el mayor **(Si contesto si en la primera contestar esta pregunta)**

- a) Tiempo del Proceso
- b) Costo
- c) Documentación o permisos
- d) Complejidad en los Términos

7. ¿Cómo le gustaría estar informado acerca del Comercio Justo?

- a) Correo electrónico
- b) Pagina web
- c) Afiches
- d) Artículos en los periódicos

ANEXO 2

Entrevista

- ¿Qué opina usted sobre la certificación del Comercio Justo?
- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de la certificación de Comercio Justo?
- ¿Para usted cuales son los factores más importantes del Comercio Justo?
- ¿Cómo fue su proceso para obtener la certificación del Comercio Justo (muy bueno, bueno o regular)
- ¿Cuánto tiempo requirió para obtener la certificación de Comercio Justo?
- ¿Cuánto le costó sacar la certificación en cada etapa en que invirtió?
- ¿De todo el proceso de la implementación de Comercio Justo cual fue el más dificultoso?
- ¿Cómo era antes la Asociación sin el Comercio Justo y como es ahora?
- ¿Qué recomendación o consejo usted le daría a los que van a sacar la certificación?

ANEXO 3

Política del ámbito geográfico de la certificación de productores Fairtrade International

Los Criterios de Comercio Justo Fairtrade son aplicables a los (as) productores (as) de los siguientes países:

ÁFRICA				
<i>África Oriental</i> Burundi Comoras Yibuti Eritrea Etiopía Kenia Madagascar Malawi Mauricio Mayotte Mozambique Ruanda Seychelles Somalia Uganda República Unida de Tanzania Zambia Zimbabue	<i>África Central</i> Angola Camerún República Centroafricana Chad Congo República del Congo República de Guinea Ecuatorial Gabón República Democrática de Santo Tomás y Príncipe	<i>África del Norte</i> Argelia Egipto Gran Jamahiriya Árabe Libia Popular Socialista Marruecos Sudán Túnez	<i>África del Sur</i> Botswana Lesoto Namibia Sudáfrica Suazilandia	<i>África Occidental</i> Benín Burkina Faso Cape Verde Costa de Marfil Gambia Ghana Guinea Guinea-Bissau Liberia Mali Mauritania Níger Nigeria Santa Helena Senegal Sierra Leona Togo

AMÉRICA (América Latina y el Caribe)		
<i>Caribe</i> Anguilla Antigua and Barbuda Barbados Cuba Dominica República Dominicana Granada Haití Jamaica Montserrat Santa Lucía San Cristóbal y Nieves San Vicente y Las Granadinas Trinidad y Tobago Islas Turcas y Caicos	<i>América Central</i> Belice Costa Rica El Salvador Guatemala Honduras México Nicaragua Panamá	<i>América del Sur</i> Argentina Bolivia Brasil Chile Colombia Ecuador Guyana Paraguay Perú Surinam Uruguay Venezuela (República Bolivariana de)

Fuente y Elaboración: FLO – CERT (Fairtrade International , 2011).

ANEXO 4

Lista de materiales prohibidos

La lista de materiales prohibidos (LMP) está dividida en dos: la lista roja y la lista amarilla.

La lista roja

La lista roja contiene los materiales que no pueden ser utilizados por los productores en el manejo del producto certificado de Comercio Justo Fairtrade. Por manejo se entienden todas las actividades en que están implicados los productores, es decir, producción, poscosecha, tratamiento, procesamiento, almacenamiento y transporte.

La lista amarilla

La lista amarilla contiene los materiales que están siendo evaluados por Fairtrade International como candidatos a ser prohibidos e incluidos en la lista roja. Los productores pueden usar los materiales de la lista amarilla en productos certificados de Comercio Justo Fairtrade. Los productores deben reportar su uso con fines de monitoreo. El monitoreo durará 3 años, hasta junio del 2014, para entonces se hará una revisión de las listas roja y amarilla. Los productores deben tener en cuenta que estos materiales eventualmente pueden ser prohibidos y se les recomienda que abandonen su uso.

Estructura de las listas roja y amarilla

Las listas contienen la siguiente información:

Material: describe el nombre del material

Lista de referencia: muestra en 7 columnas la lista internacional o regulación a partir de la cual Fairtrade International ha incluido el material. Las listas de referencia son:

- POP: Convenio de Estocolmo sobre Contaminantes Orgánicos Persistentes (COP)
- PIC: Convenio de Rotterdam sobre el Consentimiento Fundamentado Previo (CFP)
- PAN 12: Lista de la Docena Sucia de La Red de Acción en Plaguicidas (PAN) (18 plaguicidas)
- WHO 1a y 1b: Organización Mundial de la Salud (WHO) categorías de toxicidad aguda Ia y Ib
- EU: Prohibidos o restringidos en la Unión Europea de acuerdo a PAN (Lista de Listas)
- US: Prohibidos o restringidos por la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos de acuerdo a PAN (Lista de Listas)

Regulaciones específicas de la lista roja:

Estas aportan información sobre uso específico de los materiales e incluye:

Por derogación su uso es posible y requiere permiso previo al uso: El material no puede ser usado a menos que una derogación sea otorgada por el organismo de certificación. Se indica el posible alcance de producto y límite de tiempo para la derogación.

Prohibido específicamente para determinados cultivos y usos: El material no puede usarse para el cultivo y uso especificado.

Prohibición introducida con la revisión del estándar: El material estaba previamente permitido y ahora está prohibido al incluirse en este listado. Derogación de su prohibición puede o no ser posible. El organismo certificador definirá un periodo de transición para que los productores certificados eliminen el uso de este material o, alternativamente puede otorgar una derogación con base en solicitud, según aplique.

Lista roja de productos prohibidos

Material	Lista de referencia							Reglamentos específicos
	POP	PIC	PAN 12	WHO 1a	WHO 1b	EU	US	
1,2 dibromuro de etileno (EDB)		X	X			X	X	
1,2 dicloruro de etileno (dicloroetano)		X				X	X	
2,4,5-T (2,4,5-Triclorofenoxiacético) y sus sales y ésteres (contaminación por dioxina)		X	X			X	X	
3-Cloro-1,2-propanediol (alfa-clorhidrina)					X			
acetato de fenilmercurio				X				
acroleína					X			
alcohol alílico, 2-propen-1-ol					X			
aldicarb			X	X		X		
aldrín	X	X	X			X	X	
alfa-hexaclorociclohexano	X							
amoxicilina								Prohibido en poscosecha de banano
arseniato de calcio					X		X	
arseniato de cobre (cardenillo, verdigris, aerugo, Paris Green)					X			
arseniato de plomo					X		X	
arsenito de sodio					X		X	
asbestos, amiantos (tan crocidolita, actinolita, antofilita, amosita y tremolita)		X						

azinfos-metilico	X				X	X		Por derogación su uso es posible en cítricos y frutales de hoja caduca hasta junio 1, 2014
beta-ciflutrina					X			Prohibido desde 2011. Por derogación su uso es posible hasta junio 1, 2014
beta-hexaclorociclohexano	X							
bifenilos polibromados (PBB)		X						
binapacril		X				X	X	
blasticidina (blasticidina-S)					X			
brodifacoum				X				
bromadiolona				X				
brometalin				X				
butocarboxim					X			
butoxicarboxim					X			
cadusafos (ebufos)					X	X		Por derogación su uso es posible en cítricos y frutales de hoja caduca y para flores y plantas hasta junio 1, 2014
camfeclor	X	X	X			X	X	
captafol		X		X		X	X	
carbofurano					X	X	X	Por derogación su uso es posible en flores y plantas hasta junio 1, 2014
cianuro de calcio				X				
cianuro sódico					X			
ciflutrin					X			Prohibido desde 2011. Por derogación su uso es posible hasta junio 1, 2014
clorbenzilato		X				X	X	
clordano	X	X	X			X	X	
clordecon	X					X	X	

clordimeform		X	X			X	X	
cloretoxifos				X				
clorfenvinfos					X	X		
clormefos				X		X		
clorofacinon				X				
cloruro de mercurio		X		X		X		
compuestos de mercurio (incluye mercuric oxide, mercurous chloride (calomel), phenylmercury acetate (PMA), phenylmercuric oleate (PMO) y otros compuestos inorgánicos de mercurio: alkyl mercury, alkyloxyalkyl y compuestos de aryl mercury)		X				X		
cumafós					X			
cumatetralilo					X			Por derogación su uso es posible hasta junio 1, 2014
DBCP (dibromocloropropano)			X					
DDT (1,1,1-tricloro-2,2-bis(4-clorofenil)-etano)	X	X	X			X	X	
demeton-S-metil					X			
diclorvos					X	X		Por derogación su uso es posible en cítricos y frutales de hoja caduca hasta junio 1, 2014
dicrotofos					X			
dieldrin	X	X	X			X	X	
difacitone				X				
difenacum				X				
difetialone				X				
dinoseb, sus acetatos y sales de dinoseb		X				X		
dinoterb					X	X		
disulfoton				X				
DNOC y sus sales (amonio, potasio, sodio)		X			X	X		
edifenfos (EDDP)					X			

endosulfán	X					X		
endrina	X		X			X	X	Prohibido desde 2011
EPN				X			X	
estricnina					X	X		
ethylene oxide (oxirane) (óxido de etileno, oxirano)		X				X	X	
etiofencarb					X			
etoprofos, etoprop				X				
famfur					X			
fenamifos					X			Por derogación su uso es posible hasta junio 1, 2014
flocumafen				X				
flucitrinato					X			
fluoroacetato de sodio (1080)				X				
fluoroacetamida		X			X	X	X	
forato				X				
formaldehído								Prohibido en flores y plantas
formetanato					X			
fosfamidon		X		X		X	X	
fosfuro de zinc					X			
furatiocarb					X	X		
HCH mezclas de isómeros (que contengan menos del 99.0% de isómero gamma)		X				X		
heptaclor	X	X	X			X	X	
heptenofos					X			
hexaclorobenceno (HCB)	X	X		X		X	X	
HCH/BCH - (mezclas de isómeros)	X		X					
isoxation					X	X		
lindano (gamma HCH)	X	X	X					
mecarbam					X			
metamidofos		X			X	X	X	

metidation					X	X		Por derogación su uso es posible en cítricos y frutales de hoja caduca hasta junio 1, 2014
metiocarb					X			Por derogación su uso es posible hasta junio 1, 2014
metomilo					X			Por derogación su uso es posible hasta junio 1, 2014
mevinfos				X			X	
mirex	X					X	X	Prohibido desde 2011
monocrotofós		X			X	X		
nicotina					X			
ometoato					X	X		
oxamilo					X			Por derogación su uso es posible hasta junio 1, 2014
oxidemeton metil					X	X		
óxido de mercurio		X			X	X		
paraquat (todas sus formas)			X					
paratión		X	X	X		X	X	
paratión-metil		X	X	X		X	X	
pentaclorobenceno	X							Prohibido desde 2011
pentaclorofenato, sus sales y ésteres		X	X		X	X	X	
plaguicidas de las formulaciones en polvo seco que contengan una combinación de: - benomilo al 7% o más, - carbofurano al 10% más, - tiram al 5% o más (PIC: 15%)		X				X		
plomo y tetrametilo		X						

Material	Lista de referencia							Reglamentos específicos
	POP	PIC	PAN 12	WHO 1a	WHO 1b	EU	US	
policlorobifenilos (PCB) (excepto los fenoles mono y diclorados) (aroclor)	X	X						
policloroterfenilos (PCT)		X						
propetamfos					X			
sulfato de talio					X	X	X	
sulfotep				X				
tebupirimifos				X				
teflutrin					X			
terbufos				X		X		
tetraetilo de plomo		X						
tiofanox					X			
tiometon					X			
triazofos					X	X		
tris (2,3-dibromopropil) fosfato		X						
vamidotion					X	X		
warfarina					X			
zeta-cipermetrina					X			

Lista Amarilla de materiales en evaluacion Fairtrade International

Sustancia	Lista de referencia						
	POP	PIC	PAN 12	WHO 1a	WHO 1b	EU	US
2,3,4,5-bis(2-butyleno) tetrahydro-2-furaldehído [repelente-11]							X
2,4,5-TCP (2,4,5-triclorofenato de potasio)							X
acefato						X	
acetato de fentin						X	
alacloro						X	
amitraz						X	
arseniato de cobre							X
arsénico compuestos de (EPA: anhídrido arsénico: calcio, cobre, plomo, arseniato de sodio y arsenito de sodio)						X	
atrazina						X	
bromoxinil							X
butirato de bromoxinil							X
butirato							X
cadmio y sus compuestos							X
carbaril						X	
carbosulfan						X	
cloranil							X

clorometoxipropil acetato de mercurio (CPMA)							X
cloruro de vinilo							X
clozolinato						X	
cyhalotrina (excepto lambda-cyhalotrina)						X	
daminozida							X
DDD (dichlororodiphenyl-dichloroethan) [TDE]							X
di (phenylmercury) dodecenylsuccinate (PMDS)							X
dicofol						X	
dicofol con < 78 % de p,p'-dicofol o > 1 g/kg de DDT y compuestos relacionados con el DDT						X	
dimetenamida						X	
etil hexileno glicol							X
etoxilatos de nonilfenol						X	
fention						X	
fenvalerato						X	
ferbam						X	
fosalon						X	
haloxyfop-R (haloxyfop-P-methyl-ester)						X	
hidracida maleica y sus sales, distintas de colina, sales de potasio y sodio;						X	

hidracida maleica con un contenido superior al 1 mg/kg of hidracina libre expresada basándose en el equivalente de ácido							
hidróxido de fentin						X	
leptophos							X
malation						X	
monolinuron						X	
monuron						X	
nitrofenó						X	X
OMPA (octamethylpyrophosphoramida)							X
permetrin						X	
pirasofos						X	
profam						X	
pyriminil (vacor)							X
quintoceno						X	
safrole							X
silvex							X
simazina						X	
tecnazene						X	
tiodicarb						X	

Sustancia	Lista de referencia						
	POP	PIC	PAN 12	WHO 1a	WHO 1b	EU	US
terpene polychlorinates (strobane)							X
tetracloruro de carbono							X
triazamato							
triclorfon						X	
triorganostannic compounds (compuestos de tributilestaño)						X	
zineb						X	

Fuente y Elaboración: FLO – CERT (Fairtrade International , 2011).

ANEXO 5

Visita a Asociaciones

Asociación Cerro Azul





Asociación “UROCAL”





ANEXO 6

Artículos de información

Periodico: El Universo

Sábado 07 de febrero del 2004

Agropecuario

Cómo funciona el Comercio Justo en Ecuador

Comercio justo es un enfoque alternativo al comercio convencional internacional que busca un desarrollo sostenible para los pequeños productores.

FLO (Fairtrade Labelling Organization International) ha suscrito un convenio con la GTZ de Alemania para trabajar en Ecuador y Perú, indicó Juan Rodríguez, representante del programa para nuestro país, quien explicó que todas las organizaciones con certificado FLO pueden comercializar productos orgánicos o convencionales como café, banano, cacao, mango, panela a los mercados de Alemania, Holanda, Francia, Italia Austria, Canadá y Estados Unidos, entre otros.

El sistema –acota el directivo– de comercio justo prevé los siguientes beneficios: pago de un precio que cubra costos de producción y sustento, abono de una prima o premio que los productores o trabajadores deben reinvertir en su desarrollo, y contratos que permitan una planificación a largo plazo y métodos de producción sostenible.

En este sistema los comercializadores juegan un papel importante y deben apoyar a los productores; Román Olivé, gerente de fruta del Pacífico de España, dijo que la comercialización es cuestión de transparencia por lo cual laboran con los productores para ayudarles a bajar costos y entregar la calidad que requieren los supermercados en el exterior.

En ocasiones, indica el comerciante, hemos llevado a los productores para que aprecien cómo se venden sus productos, cómo los llevan los consumidores y lo importante que es trabajar con calidad y cumplir con los envíos, concluye Olivé.

Periodico: El Universo

Viernes, 12 de octubre, 2012

Comercio justo rinde \$ 559,7 millones

QUITO.- Aumentar los volúmenes de exportación de los bienes que se comercializan bajo el sello del comercio justo y ampliar su incursión en los mercados internacionales son los principales objetivos del Gobierno sobre esta actividad, que genera \$ 100 millones anuales y que entre el 2007 y el 2011 significó \$ 559,7 millones en exportaciones.

Ayer, en la Cancillería se realizó una exposición de productos elaborados bajo el concepto de comercio justo. A la cita acudieron delegados de pequeñas empresas y organizaciones para analizar las políticas públicas sobre el tema.

Entre sus principales preocupaciones estuvieron las trabas para obtener certificaciones para sus productos.