



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

**IMPACTO Y POTENCIAL DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS
DE COMERCIO JUSTO DEL SECTOR DE CACAO Y ELABORADOS.**

AUTORES:

Saltos Noboa David Alberto

Vera Díaz Félix Gonzalo

TUTOR:

Morán Murillo Néstor Alejandro

Guayaquil, Ecuador

2015



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS

INTERNACIONALES BILINGÜE

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **David Alberto Saltos Noboa y Félix Gonzalo Vera Díaz**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTOR

OPONENTE

Ing. Néstor Morán Murillo

**Econ. Andrey Maldonado
Karpova**

DIRECTORA DE CARRERA

**COORDINADORA DE ÁREA LA
CARRERA**

Ing. Teresa Knezevich Pilay

**Ing. María Josefina Alcívar
Avilés**

Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2015



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **David Alberto Saltos Noboa y Félix Gonzalo Vera Díaz**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **Impacto y Potencial de las Exportaciones Ecuatorianas de Comercio Justo del Sector de Cacao y Elaborados**, previo 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, y su origen se incorpora en nuestra fuente de investigación. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

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

Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2015

LOS AUTORES

David Alberto Saltos Noboa

Félix Gonzalo Vera Díaz



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS

INTERNACIONALES BILINGÜE

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **David Alberto Saltos Noboa y Félix Gonzalo Vera Díaz**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Titulación **Impacto y Potencial de las Exportaciones Ecuatorianas de Comercio Justo del Sector de Cacao y Elaborados**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2015

LOS AUTORES:

David Alberto Saltos Noboa

Félix Gonzalo Vera Díaz

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por tener la bendición de culminar mi tercer nivel académico. Agradezco a mis padres y a mis hermanos porque nunca me negaron ninguna ayuda y siempre estuvieron conmigo hasta la culminación de este período académico. Agradezco a mi compañero de tesis por su gran ayuda para la elaboración del mismo. Por último agradezco a la Mgs. Josefina Alcívar por sus consejos y al Ing. Néstor Morán por ser guía para la elaboración de la tesis.

David Alberto Saltos Noboa

Agradezco al Señor Jesús por iluminar a mi compañero de tesis y a mí, agradezco sobremanera a mis padres, mi hermana y mi esposa quienes fueron piezas fundamentales en este periodo de mi formación académica quienes con sus directrices y sabios consejos, me supieron guiar hasta la meta brindándome su apoyo incondicional. De la misma manera doy gracias a mi compañero de trabajo por su gran aporte. Un sincero reconocimiento al Ing. Néstor Morán quien con enorme paciencia nos supo guiar en la elaboración de este documento.

Félix Gonzalo Vera Díaz

DEDICATORIA

Para mi mamá por ser el corazón que me da vida y motivación todos los días. Para mi papá por ser guía y por sus consejos. Para mis hermanos por su ayuda incondicional. Siempre le agradeceré a Dios por haberme enviado una familia tan hermosa, gracias a ustedes seré profesional porque no lo hubiese logrado sin su apoyo. Este trabajo es para ustedes y espero seguir siendo un orgullo para ustedes. Gracias.

David Alberto Saltos Noboa

Dedico el presente trabajo a mis padres y a cada uno de los integrantes de mi familia que de una u otra forma estuvieron presentes cada vez que necesitaba de ayuda. Gracias por todo.

Félix Gonzalo Vera Díaz

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

ING. NESTOR ALEJANDRO MORÁN MURILLO

TUTOR

ING. TERESA KNEZEVICH PILAY

DIRECTORA DE CARRERA

ING. MARÍA JOSEFINA ALCÍVAR AVILÉS

COORDINADORA DEL ÁREA DE LA CARRERA

ECON. ANDREY MALDONADO KARPOVA

OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS

INTERNACIONALES BILINGÜE

CALIFICACIÓN

ING. NESTOR ALEJANDRO MORÁN MURILLO

TUTOR

ING. TERESA KNEZEVICH PILAY

DIRECTORA DE CARRERA

ING. MARÍA JOSEFINA ALCÍVAR AVILÉS

COORDINADORA DEL ÁREA DE LA CARRERA

ECON. ANDREY MALDONADO KARPOVA

OPONENTE

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	VII
CALIFICACIÓN	VIII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIV
ÍNDICE DE FIGURAS	XV
ÍNDICE DE ANEXOS	XVI
RESUMEN	XVII
ABSTRACT	XVIII
INTRODUCCIÓN	19
CAPÍTULO I: GENERALIDADES DEL PROYECTO	20
1.1 ANTECEDENTES	20
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
1.3 JUSTIFICACIÓN	21
1.4 OBJETIVOS	23
1.4.1 <i>Objetivo General</i>	23
1.4.2 <i>Objetivos Específicos</i>	23
CAPÍTULO II: BASE CONCEPTUAL	23

2.1	MARCO TEÓRICO.....	23
2.1.1	<i>El cacao Nacional, tipos y descripción</i>	23
2.1.2	<i>Generalidades del Comercio Justo</i>	28
2.2	MARCO LEGAL	29
2.2.1	<i>Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014 - 2017</i>	29
2.2.1.1	Marco Político y Constitucional del Comercio Justo en el Ecuador	29
2.2.2	<i>Plan Nacional del Buen Vivir</i>	31
2.2.3	<i>Principios de Comercio Justo</i>	31
2.3	BASE METODOLÓGICA	34
2.3.1	<i>Método de Investigación</i>	34
2.3.2	<i>Tipo de Investigación</i>	34
CAPÍTULO III: EL COMERCIO JUSTO		35
3.1	COMERCIO JUSTO INTERNACIONAL	35
3.2	PAÍSES QUE INTERVIENEN EN EL COMERCIO JUSTO.	37
3.3	REQUISITOS PARA EL ACCESO A LA CERTIFICACIÓN.....	37
3.3.1	<i>Pasos para obtener una certificación Comercio Justo...</i>	38
3.4	TIPOS DE CERTIFICACIONES	39
3.5	PRODUCTOS FAIRTRADE	39
3.6	COSTOS DE LA CERTIFICACIÓN PARA ORGANIZACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES	40
3.6.1	<i>Cuota Inicial de la Certificación</i>	42
3.6.2	<i>Cuota anual de la Certificación</i>	44
3.6.3	<i>Cuota de auditoría de seguimiento</i>	47
3.7	PRECIOS Y PRIMA FAIRTRADE	48
3.8	COMERCIO JUSTO EN EL ECUADOR.....	49
3.8.1	<i>Antecedentes de Comercio Justo en el Ecuador</i>	49
3.8.2	<i>Principales sellos de Comercio Justo en el Ecuador</i>	50
3.8.2.1	FLO - CERT	50
3.8.2.2	WTFO – WORLD FAIRTRADE ORGANIZATION	51

3.8.2.3	IMO - FAIR FOR LIFE	52
3.8.2.4	ECO – CERT.....	52

CAPÍTULO IV: LA PRODUCCIÓN DE CACAO Y ELABORADOS EN EL ECUADOR..... 54

4.1	CADENA DE VALOR	54
4.1.1	<i>Mapeo de la Cadena de valor del sector cacao en el Ecuador</i>	54
4.1.2	<i>Situación actual de la cadena de valor del sector cacao</i>	56
4.2	ESTADÍSTICAS DE PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN	57
4.2.1	<i>Estadísticas de producción</i>	57
4.2.1.1	<i>Zonas de producción de cacao</i>	59
4.2.2	<i>Estadísticas de Exportación de cacao</i>	60
4.3	PRINCIPALES MERCADOS DE DESTINO	63
4.4	EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO CON CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO.....	64

CAPÍTULO V: ESTUDIO DE CASO DE LA ORGANIZACIÓN UNOCACE 66

5.1	BREVE PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN UNOCACE.....	66
5.1.1	ANTECEDENTE HISTÓRICO DE UNOCACE.....	66
5.1.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA UNOCACE.....	66
5.1.3	DESCRIPCIÓN DE UNOCACE.....	68
5.1.4	LA CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO FAIRTRADE EN UNOCACE	70
5.2	ESTADÍSTICA COMPARATIVA DE VENTAS ANTES Y DESPUÉS DE LA CERTIFICACIÓN	71
5.3	ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL COMERCIO JUSTO EN LA ORGANIZACIÓN	74
5.3.1	<i>Impacto Económico</i>	74
5.3.2	<i>Impacto Social</i>	76

5.3.3 <i>Impacto Ambiental</i>	77
CONCLUSIONES.....	78
RECOMENDACIONES.....	79
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	80
ANEXOS.....	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Pasos para la obtención de la certificación FAIRTRADE	38
Tabla 2. Costos Iniciales de la Certificación para organizaciones de pequeños productores	42
Tabla 3. Modelo de costos iniciales de Certificación en Organización de 1er Grado	43
Tabla 4. Modelo de costos iniciales de Certificación en Organización de 2do grado.....	44
Tabla 5. Costos anuales de la Certificación para organizaciones de pequeños productores	45
Tabla 6. Modelo de costos anuales de Certificación en Organización de 1er grado.....	46
Tabla 7. Modelo de costos anuales de Certificación en Organización de 2do grado.....	47
Tabla 8. Precios mínimo y prima de Comercio Justo en el sector Cacao y Elaborados a nivel mundial	49
Tabla 9. Características de las principales certificaciones de comercio justo existentes en el Ecuador.....	53
Tabla 10. Detalle de la Superficie Cosechada HA vs la Producción en TM. 58	
Tabla 11. Zonas de producción de cacao a nivel provincial.....	59
Tabla 12. Organizaciones miembros de UNOCACE.....	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolución de las Exportaciones Totales del Cacao y Elaborados	61
Gráfico 2. Desarrollo de las exportaciones totales de cacao y elaborados..	62
Gráfico 3. Principales Destinos de las Exportaciones de Granos de Cacao	63
Gráfico 4. Principales Destinos de las Exportaciones de Semielaborados de Cacao.	64
Gráfico 5. Exportaciones totales del sector cacao y elaborados con y sin certificación de comercio justo	65
Gráfico 6. Exportaciones totales de UNOCACE periodo 2010 – 2014.....	71
Gráfico 7. Ventas totales de la UNOCACE en el 2014	72
Gráfico 8. Ventas por tipo de producto cacao convencional y cacao con certificaciones orgánicas y comercio justo.	73
Gráfico 9. Registro de ventas de UNOCACE.....	74
Gráfico 10. Valores obtenidos por concepto de la prima de Comercio Justo en la UNOCACE	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cacao Criollo o Fino de Aroma.....	24
Figura 2. Cacao Forastero	26
Figura 3. Cacao Trinitario	26
Figura 4. Cacao CCN51.....	27
Figura 5. Sistema de la Certificación FLO-CERT.....	36
Figura 6. Países que Intervienen en el Comercio Justo.....	37
Figura 7. Principales certificadoras de Comercio Justo	39
Figura 8. Principales productos certificados Comercio Justo.....	40
Figura 9. Tipos de organizaciones de Comercio Justo	41
Figura 10. Cadena de Valor del Sector Cacao y Elaborados.....	54
Figura 11. Problemática de la cadena de valor de cacao en Ecuador	55
Figura 12. Composición de cadena de valor del sector cacao y elaborados en Ecuador	56
Figura 13. Organigrama de la UNOCACE	67
Figura 14. Ubicación de las Organizaciones de UNOCACE	69

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Entrevista al Gerente General de UNOCACE en el centro de acopio matriz.....	84
Anexo 2. Quintal de cacao en grano con certificación FAIRTRADE	84
Anexo 3. Visita de campo a la finca “El Deseo”	85
Anexo 4. Plantaciones de la finca “El Deseo”	85
Anexo 5. Asociaciones, Organizaciones, Uniones y empresas ecuatorianas con certificación de Comercio Justo del sector cacao y elaborados.	86

RESUMEN

El presente trabajo busca analizar el impacto generado en las exportaciones ecuatorianas de cacao y elaborados mediante la certificación de Comercio Justo FAIRTRADE y posterior a ello, su potencial a futuro, teniendo como base un estudio de caso de una de las organizaciones más importantes del sector que es la Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador - UNOCACE.

En la investigación, se presenta los diversos sellos, principios y requisitos necesarios para obtener la certificación y los beneficios que conlleva tanto para los pequeños productores como para la organización. Se analiza la situación actual del sector de cacao y elaborados, su cadena de valor y la evolución de las exportaciones.

El estudio de caso sobre la UNOCACE, permitió conocer el impacto económico, social y ambiental que ha tenido la organización gracias al Comercio Justo. La principal recomendación que se da es la mayor difusión de la certificación de Comercio Justo.

Palabras claves: Comercio Justo, FAIRTRADE, cacao y elaborados, exportación, UNOCACE, pequeños productores.

ABSTRACT

This study seeks to analyze the impact generated in the Ecuadorian coca exports by Fairtrade certification and the possible potential that this may have based on a case study of one of the most important organizations in the sector that is the Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador UNOCACE for its acronym in Spanish.

In this research presents the different kind of Fairtrade's labels, its principles, requirements and benefits for small producers and organizations. The current cocoa's chain value situation it will be analyzed and its exports trends.

The UNOCACE's case study allowed knowing the economic, social and environmental impact has been thanks of the Fairtrade certification. The main recommendation given is the spread of information about this Fairtrade certification.

Key words: Fairtrade, exports, UNOCACE, small producers, cocoa, chain value.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo busca analizar el impacto de las certificaciones de comercio justo en las exportaciones ecuatorianas de cacao y elaborados.

El estudio define cada una de las palabras claves para la elaboración de la tesis por medio de la base conceptual, aclarando así el significado del Comercio Justo, las diferentes variedades del cacao y su importancia en la economía ecuatoriana.

Se aborda temas relacionados con la historia, evolución y principios del Comercio Justo en el mundo para luego enfocarlos de manera interna, en el mercado ecuatoriano; las empresas que poseen la certificación, su impacto social, económico y ambiental mediante un estudio de caso de una MIPYME dedicada a la producción de cacao.

Dicho estudio definirá la cadena de valor de la producción del cacao para tener un mejor panorama y poder observar en qué etapa el Comercio Justo juega un papel importante para la mejora de su producción y ventas, basándonos en las estadísticas de producción y exportación total de cacao; y una vez definido estas cifras se analizará la participación que tienen las empresas que cuentan con esta certificación en la industria cacaotera y sus elaborados.

Finalmente se analizará un estudio de caso de la organización UNOCACE (Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador) para determinar en qué medida ha impactado la certificación de Comercio Justo en dicha organización, no sólo en el ámbito económico y su volumen de ventas, sino también en el aspecto social y ambiental, que es el real propósito de la certificación y son los recursos más importantes para el bienestar de toda la comunidad.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 Antecedentes

Actualmente el comercio internacional es controlado por las grandes transnacionales gracias a la globalización que está en constante evolución afectando así a los países más pequeños que se encuentran en vías de desarrollo, las cuales se aprovechan de la mano de obra barata, imponiendo así sus condiciones de compra en cuanto a materias primas, producción, transporte, mano de obra y precios; es por esta razón que nace el Comercio Justo, para el bienestar social beneficiando de esta manera a los pequeños productores no sólo de cacao, sino también de banano, café, y otras materias primas.

El Comercio Justo nace como una vía alterna al comercio convencional, y tiene como finalidad lograr mayor equidad y ofrecer mejores condiciones comerciales para productores y trabajadores que se encuentren en desventaja, sin desatender el cuidado al medio ambiente que es un problema latente en la actualidad debido a la explotación irresponsable de los recursos naturales.

Se escoge este tema porque es preciso no sólo conocer un panorama macro de toda la América Latina, sino también un panorama micro del Ecuador enfocado sólo a la industria cacaotera y elaborados, tomando en cuenta que es uno de los productos más representativos del país con un fuerte potencial y es por esta razón que se ejemplifica este tema con un estudio de caso de una organización productora de cacao donde se podrá evidenciar los resultados que tiene la certificación de Comercio Justo.

Es necesario que los productores de cacao, sus elaborados y las comunidades conozcan los beneficios y el impacto económico, social y ambiental que conlleva esta certificación de Comercio Justo.

1.2 Planteamiento del problema

El propósito de este trabajo de investigación es conocer y medir los resultados del impacto que tiene la certificación del Comercio Justo a través de la Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador - UNOCACE.

A raíz de la falta de un análisis de impacto de esta iniciativa surgen las interrogantes como: ¿Están siendo justas las empresas con la fuerza laboral y el medio ambiente? ¿Están siendo justas las grandes empresas transnacionales pagando el precio ecuánime por el cacao y sus elaborados?

Al no tener hasta la actualidad una forma confiable de medir a nivel macro todas las empresas que están suscritas a esta certificación en el sector de cacao y elaborados se tomará como ejemplo a la UNOCACE para saber los resultados de esta organización a partir de la certificación y así observar si es amigable con el medio ambiente y a los trabajadores para una mejor calidad de vida.

El Comercio Justo no sólo se preocupa por un precio equitativo para todos, también conlleva el bienestar del medio ambiente con una correcta utilización de ella y sobretodo el bienestar de la fuerza laboral que a veces sufren por no tener un sueldo competitivo.

1.3 Justificación

El presente trabajo se basa en la línea de investigación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, orientada al crecimiento y desarrollo económico a través de sectores productivos, empresas y líneas de producción mediante el estudio de modelos sustentables de intercambio comercial en la región analizando así una de las certificaciones más importante en el comercio internacional como lo es el Comercio Justo, donde

se determinará cuan tan favorable es el impacto de esta certificación en la industria cacaotera ecuatoriana.

También existen grandes desfases en la cadena de valor debido a que participa al menos cuatro intermediarios incrementando el precio de venta al público siendo ellos los mayores beneficiados y ocasionando pocos beneficios para los productores.

A pesar de que existe cierto interés y aumento en las exportaciones de Comercio Justo, no es tan tangible el tema del impacto, ya sea económico, social o ambiental y las empresas no conocen el beneficio que tiene el obtener la certificación. Es por eso que es de vital importancia conocer los beneficios que trae el Comercio Justo para el buen crecimiento y desarrollo económico.

La información que se proporcionará en el presente trabajo será con el objetivo de dar a conocer los beneficios que conlleva obtener esta certificación no sólo por el incremento del volumen de ventas sino también por el bienestar común de toda la sociedad ecuatoriana como se irá explicando en el desarrollo de este estudio.

Este trabajo está respaldado también por el plan nacional del buen vivir del Ecuador que hace referencia en 6 de los 12 Objetivos Nacionales:

En el Objetivo 2, políticas con relación a la Inclusión y Equidad; en el Objetivo 7, políticas con relación a la biodiversidad y recursos naturales; en el Objetivo 8, de la política comercial con relación a la soberanía económica; en el Objetivo 9, relacionado con las formas de trabajo y redistribución; en el Objetivo 10, en lo relacionado a los intercambios económicos y comercio justo; y, en el Objetivo 12; en los principios, tratados y acuerdos internacionales. (Ministerio de Comercio Exterior, 2014).

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Analizar el impacto en las exportaciones ecuatorianas realizadas bajo la certificación del Comercio Justo en el sector cacao y elaborados.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar la base conceptual del Comercio Justo a través del estudio de sus antecedentes, evolución, costos y requisitos para la obtención del sello.
- Analizar un estudio de caso sobre la organización UNOCACE para ejemplificar el impacto social y económico que tiene la certificación del comercio justo.
- Identificar las ventajas y desventajas que la certificación tiene dentro del comercio internacional.

CAPÍTULO II: BASE CONCEPTUAL

2.1 Marco Teórico

Es necesario tener en claro los conceptos del sector cacao y sus como también se debe conocer los conceptos básicos del Comercio Justo para lograr un buen entendimiento del trabajo a presentarse.

2.1.1 El cacao Nacional, tipos y descripción

El cacao es un árbol originario de las selvas de América Central y del Sur, su nombre científico es *Theobroma cacao* c., en griego *Theobroma* significa “comida de los dioses”. Crece mejor en climas ecuatoriales donde hay abundantes precipitaciones durante todo el año y donde hay temperaturas relativamente estables, de entre 25 – 28 grados centígrados. Este árbol se demora de 4 a 5 años para producir frutos y de 8 a 10 años en

lograr su máxima producción, esto dependerá de tipo de cacao y las condiciones de la zona (Arevalo Lara , Anzules Peñafiel, Rivas Gamboa, Rosado Ponce, & Villamar Moncada, 2014).

Variedades de cacao

Figura 1. Cacao Criollo o Fino de Aroma



Fuente: Agrxonegocios Ecuador, 2014

Representa la variedad original del cacao; el significado de su nombre se da debido a que el término “criollo” en el lenguaje tradicional de América del Sur representa lo nativo, es conocido también como “Fino de Aroma”. Crecía en América Central, hasta mitades del siglo XVIII fue el tipo de cacao más cultivado a nivel mundial. Es considerado como “El Príncipe de los Cacaos”, se lo reconoce y debe la fama a su finura y sus aromas fuertes y poderosos. (Solis Orellana & Moreno Almeida, 2014)

Se caracteriza por su sabor dulce y sus granos tienen un leve contenido tanino. Para su cata se lo reconoce por su suave amargor, con sabores ácidos y afrutados; además de no ser astringente. Los árboles de esta variedad son delicados, frágiles, más susceptibles a contraer plagas y generalmente con un bajo rendimiento en su producción. La variedad Premium del cacao Criollo es el cacao de grano blanco, comúnmente

llamado porcelana, cacao blanco o marfil. Reconocido por su exquisito aroma, sabor y diversidad original (Solis Orellana & Moreno Almeida, 2014).

El Cacao Criollo por su sutileza y delicada aroma es la variedad más solicitada por la industria chocolatera fina pero, no obstante únicamente representa el 5% de la producción mundial. (Solis Orellana & Moreno Almeida, 2014) .

Ecuador por tradición es un importante productor de cacao; y en la actualidad, es reconocido internacionalmente por ser el país proveedor del 70% de la producción mundial de cacao Fino y de Aroma, que equivale a 72.002 toneladas de materia prima que es requerida y al mismo tiempo codiciada, principalmente por la industria europea y norteamericana para la formulación y fabricación de chocolates finos. Las exportaciones de cacao y semi-elaborados generaron 481 millones de dólares en el 2013. (CORPEI, 2014).

El cacao fino o de aroma sobresale sobre el cacao común por sus características particulares de aroma y sabor, ya sea floral y/o frutal. El precio premium que paga el mercado por ser cacao fino de aroma está alrededor de USD\$ 200 y USD\$ 300, diferencia que se produce debido a las propiedades organolépticas y la calidad de este producto. Sin embargo, el precio premium puede ir incrementando a medida que otros atributos se van complementando para el producto, por ejemplo, con otros tipos de certificaciones como orgánica o de comercio justo, marcas de orígenes particulares y por el grado y calidad de fermentación. (CORPEI, 2014)

El cacao tipo Nacional Ecuatoriano (y sus diferentes categorías ASSS, ASSPS, ASS, ASN y ASE) tiene cualidades organolépticas (sabor floral y otros), por lo cual es categorizado como materia prima para la producción de chocolates con alto contenido de cacao. Los precios Premium para este cacao están alrededor de USD 200 para el ASS y USD 300 para el ASSS. (CORPEI, 2014)

Figura 2. Cacao Forastero



Fuente: Agropecuarios, 2013.

Tipo de cacao originario de la cuenca superior del río Amazonas, representa especies más resistentes y más productivas; su principal característica es la amargura en su sabor. Es conocido también como “Ordinario”. Es el cacao con mayor volumen de producción a nivel mundial con el 80% de la totalidad, los principales productores son Costa de Marfil y Ghana. Para su reconocimiento en el proceso de cata se lo distingue por su sabor fuerte, amargo, potente, recio y ligeramente ácido; contiene un elevado nivel de tanino y astringencia. Su aroma es poco pronunciado y su sabor es fuerte y corto. Es utilizado en la elaboración de chocolates corrientes (Solis Orellana & Moreno Almeida, 2014).

Figura 3. Cacao Trinitario



Fuente: Agropecuarios, 2013.

Variedad de cacao híbrida biológica natural entre Criollos y Forasteros que se generó en la isla de Trinidad, Trinidad y Tobago. La calidad de este cacao varía de media a superior a pesar de no contar con características definidas claramente, normalmente es más aromático que el forastero y más resistente que el criollo mismo que representa el 15% de la producción a nivel mundial (Solis Orellana & Moreno Almeida, 2014).

Figura 4. Cacao CCN51



Fuente: Agropecuarios, 2013.

Algo atractivo de Ecuador es el hecho de que cultiva dos variedades de cacao, que van dirigidos para dos mercados diferentes. El nacional para chocolatería fina y el CCN51 para chocolates convencionales e industria de semielaborados. El cacao CCN-51 fue declarado, por medio de acuerdo ministerial, un bien de alta productividad. Con esta declaratoria, el Ministerio de Agricultura brindar apoyo para fomentar la producción de este cacao, así como su comercialización y exportación. (Anecacao, 2013).

El clon CCN-51 cultivado en el Ecuador, es considerado cacao ordinario, corriente o común. Por sus características físicas, el cacao CCN51 presenta un mayor contenido de grasa que las variedades nacionales por lo tanto es muy atractivo para la producción de manteca de cacao y otros derivados como polvo y torta de cacao (CORPEI, 2014).

Las exportaciones del CCN-51 han crecido de manera progresiva de 2.295 TM en el año 2004 hasta superar las 50.000 TM en el 2013. En valores totales, en este período se han exportado 220 TM de este cacao a mercados como México, Argentina, España, Colombia y China entre otros. (CORPEI, 2014)

Para el año 2013 la relación existente en la participación de CCN51 y el Cacao Nacional Fino en las exportaciones ecuatorianas hasta al momento es de: 62 % Cacao Nacional equivalente a 111,204 TM y 38 % CCN-51 equivalentes a 66,837 TM. (CORPEI, 2014).

2.1.2 Generalidades del Comercio Justo

Se debe conocer terminologías de Comercio Justo y FAIRTRADE. El término FAIRTRADE se utiliza para describir el sistema de certificación y sellado controlado por FLO-CERT, una compañía independiente de certificación encargado de realizar inspecciones regularmente, siguiendo los criterios laborales y medioambientales adecuados. El término Comercio Justo se emplea para referirse al movimiento de Comercio Justo en su totalidad y las organizaciones que suscriban a los principios de Comercio Justo. El término puede utilizarse para describir tanto los productos sellados como los no sellados.

El Sello Internacional de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE, es un sellado de estándar de calidad que se lo pone a ciertos productos de materia prima de países de tercer mundo, tiene como objetivo dotar a los pequeños productores desfavorecidos. Hace frente a la injusticia de los precios bajos garantizando que se obtienen términos comerciales y precios justos para el bienestar de la comunidad. Puede interpretarse también como una garantía única de que productores desfavorecidos en países en vías de desarrollo están recibiendo un trato justo. Como consecuencia del Comercio Justo, estos productores obtienen un Precio

Mínimo FAIRTRADE que cubre los costes de una producción sostenible y también una Prima de FAIRTRADE adicional que se invierte en proyectos de desarrollo social o económico.

Para que un producto lleve el Sello Internacional de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE debe cumplir los criterios Internacionales FAIRTRADE. Estos criterios han sido establecidos por FLO International conforme a los requisitos del Código de Buenas Prácticas de ISEAL para el Establecimiento de Criterios. Son además el resultado de numerosas consultas a diversas partes involucradas y expertos externos (FAIRTRADE , 2011).

2.2 Marco Legal

2.2.1 Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014 - 2017

2.2.1.1 Marco Político y Constitucional del Comercio Justo en el Ecuador

El Comercio Justo es mencionado en la Constitución de la República del Ecuador en varios de sus articulados:

En el artículo 276, objetivos del régimen de desarrollo, numeral 2 se encuentra que se debe construir un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

En el artículo 281, que es sobre la soberanía alimentaria, en el numeral 11 habla de generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas, lo que significa que ayuda mucho a los pequeños productores para poder competir con las grandes empresas (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

En el artículo 283 en el que encontramos acerca del sistema económico, debe ser social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza: y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir, aquí claramente vemos que es muy importante el cuidado del medio ambiente (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

En el artículo 284 que dice sobre los objetivos de la política económica, en el numeral 8 cita el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes lo que significa que se quiere disminuir la corrupción. En el numeral 9 habla que se debe impulsar un consumo social y ambientalmente responsable (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

En el artículo 304 que tiene como tema los objetivos de la política comercial, en el numeral 5 se quiere impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

En el artículo 306 habla que el Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal, aplicando así un comercio justo para todos los productores (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

En el artículo 336, el Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentar la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante la ley. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

2.2.2 Plan Nacional del Buen Vivir

En este marco, la nueva Constitución Política de la República del Ecuador posiciona el tema del Comercio Justo en importantes articulados y el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 establece un conjunto de políticas públicas relacionadas al Comercio Justo y coinciden en 6 de sus 12 Objetivos Nacionales. El segundo objetivo está relacionado con la inclusión y equidad, el séptimo objetivo destaca las políticas relacionadas con la biodiversidad y recursos naturales, el octavo objetivo habla sobre la política comercial relacionada con la soberanía económica, el noveno objetivo coincide con las formas de trabajo y la redistribución para así ayudar a los productores marginados, el décimo objetivo tiene como prioridad los intercambios económicos y comercio justo y por último el décimo segundo objetivo encontramos los principios, tratados y acuerdos internacionales.

2.2.3 Principios de Comercio Justo

A nivel mundial las organizaciones de Comercio Justo, han desarrollado y establecido varios mecanismos de evaluación para asegurar la práctica de los Principios del Comercio Justo en toda la cadena productiva comercial. Según (World Fair Trade Organization, 2015) estos principios, que en el Ecuador también han sido adoptados, son:

1. Generación de oportunidades para productores y productoras en desventaja económica.

El Comercio Justo es una estrategia orientada a la contrarrestar la pobreza, su propósito es generar oportunidades para los productores en desventajas económicas o excluidos por el comercio convencional y de esta manera conseguir una economía equitativa.

2. Transparencia y rendición de cuentas.

El Comercio Justo necesita un trabajo transparente por parte de las organizaciones junto con sus relaciones comerciales para erradicar la corrupción e impulsar la participación de los productores miembros mediante procesos colectivos.

3. Relaciones comerciales justas

Como se mencionó anteriormente, el Comercio Justo persigue el bienestar social, económico y ambiental de los productores excluidos sin aumentar utilidades por causa de ellos. Sus relaciones son en base a la confianza y respeto recíproco para aportar a la promoción e incremento VIH/SIDA del Comercio Justo.

4. Pago de un precio justo

Un precio justo no se halla únicamente con el financiamiento de los costos de producción sino que también genera una producción sostenible. Permite un pago justo a los productores y estipula el principio de remuneración equitativa tanto para mujeres como para hombres. Los que realizan actividades comerciales certifican un pago puntual a sus socios, y en la medida de lo posible, brindan apoyo a los productores a obtener financiamientos para sus cultivos. Las organizaciones de Comercio Justo brindan capacitación permanente a sus productores con el objetivo de otorgar un precio justo a sus productos.

5. Respeto de las normas de trabajo infantil y explotación laboral.

Es muy importante citar que las organizaciones de Comercio Justo respetan la Convención de las Naciones Unidas para los Derechos del Niño así como las leyes locales y del país respecto al trabajo infantil. Las organizaciones de Comercio Justo controlan la participación de niños y niñas, en el que caso que existiese, para que no afecte su bienestar ni su seguridad y no interfiera en su educación (OXFAM INTERMÓN).

6. Compromiso con la equidad de género, la no discriminación y la libertad de asociación.

Las organizaciones de Comercio Justo no discriminan en los procesos de contratación, remuneración, acceso a formación, promoción, y finalización o jubilación por raza, casta, estrato socio-económico, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, pertenencia a organizaciones, afiliación política, edad, estado legal o enfermedades como el VIH/SIDA (Compromiso RSE, 2014).

7. Condiciones de trabajo y prácticas saludables.

Mediante el Comercio Justo se promueven prácticas de seguridad en el trabajo con el propósito de contrarrestar riesgos que atenten al bienestar y/o salud de sus productores, y también impulsar su bienestar social. Las organizaciones de Comercio Justo cumplen con las leyes locales y del país así como con las convenciones de la OIT (Organización Internacional del Trabajo).

8. Desarrollo de Capacidades.

El Comercio Justo busca ampliar el desarrollo intelectual de las familias productoras. Tanto las organizaciones productoras como las organizaciones importadoras participan en el proceso de desarrollo de conocimientos y capacidades de los productores.

9. Promoción del Comercio Justo.

El Comercio Justo busca generar conciencia para una mayor justicia en el comercio mundial ofreciendo a sus clientes información sobre la organización, sus productos y en qué condiciones son fabricados.

10. Respeto por el Medio Ambiente.

Uno de los principales objetivos del Comercio Justo es promover el cuidado ambiental y la aplicación de métodos de producción responsables.

2.3 Base Metodológica

2.3.1 Método de Investigación

Cuantitativo o método tradicional: Este procedimiento apoyado en el cálculo de las particularidades de los fenómenos sociales, y a raíz de la situación analizada se proponen mejoras para la relación entre las variables definidas. (Bernal Torres, 2010)

Se realizará el análisis de los indicadores más importantes del sector cacaoero y sus elaborados, como por ejemplo cifras totales de la producción en base a la superficie cosechada y la exportación en valor FOB y en toneladas, lo cual nos proporcionará un panorama del estado actual del sector de cacao y elaborados para lograr enfocarnos en el estudio de una organización, y ejemplificar el contraste antes y después de la certificación.

2.3.2 Tipo de Investigación

Investigación documental: consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio. (Bernal Torres, 2010)

Se analizará los datos existentes sobre el tema de estudio en lo referente al comercio de cacao en el mundo y el Ecuador, como por ejemplo estadísticas de las exportaciones y sus principales países de destino con el objetivo de tener una perspectiva más acertada del mercado y de sus fluctuaciones a partir de las certificaciones de Comercio Justo, el contraste en relación al histórico y la situación actual.

Investigación descriptiva: como su nombre lo indica, describe lo que ocurre en un momento determinado, por lo que es un estudio formal y estructurado de los factores analizados. La investigación descriptiva se

soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental. (Merino Sanz, 2010)

Se describirá la situación actual de la Unión de Organización Campesinas Cacaoteras del Ecuador - UNOCACE, con base a una entrevista realizada al gerente y la observación directa. Mediante esto se logrará describir el impacto social de la organización, si los trabajadores están siendo bien tratados, el impacto ambiental, conociendo la opinión de los trabajadores y mediante la observación, y por último el impacto económico que será realizado mediante entrevistas al gerente de la organización a para que dé testimonio de la evolución de la organización.

CAPÍTULO III: EL COMERCIO JUSTO

3.1 Comercio Justo Internacional

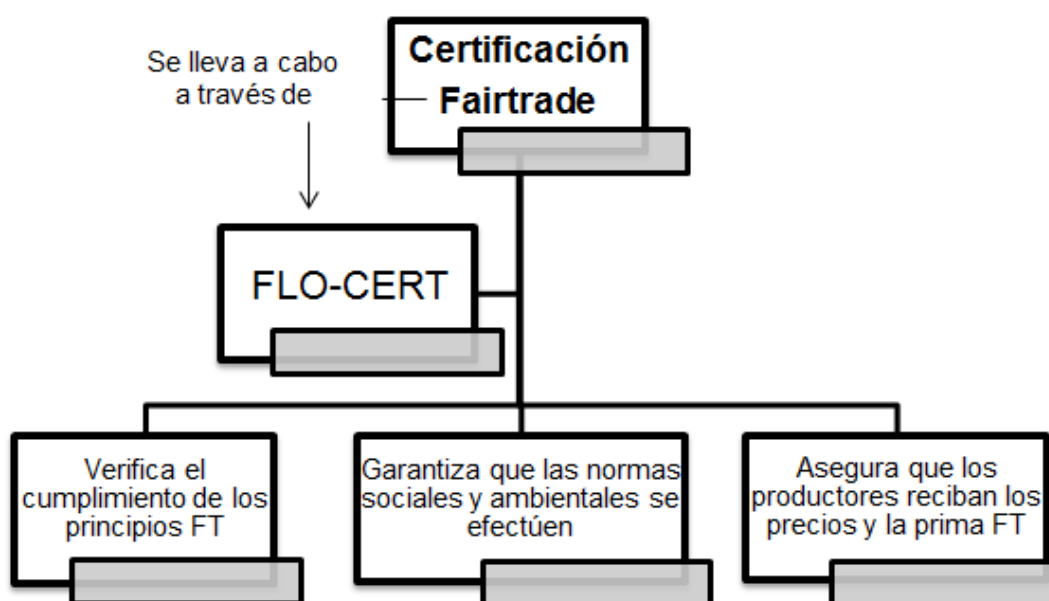
El Comercio Justo, representa una alternativa al comercio convencional y se basa en la cooperación entre productores y consumidores. Fairtrade ofrece a los productores un trato más justo y condiciones comerciales más provechosas que permite mejorar sus condiciones de vida y hacer planes de futuro (Fairtrade Labelling Organizations International, 2011).

Para los consumidores, Fairtrade significa una forma eficiente de contrarrestar la pobreza mediante de sus compras frecuentes. Cuando un producto tiene el Sello FAIRTRADE, quiere decir que los productores y comercializadores cumplieron con los criterios Fairtrade (Fairtrade Labelling Organizations International, 2011).

Dichos criterios tienen el propósito de corregir la desigualdad de poder en las relaciones comerciales, el desequilibrio de los mercados y las

injusticias del comercio convencional. Para los productores, la certificación Fairtrade representa precios que tienen la intención de financiar los costos de una producción sostenible. De la misma manera, representa una Prima Fairtrade, un medio de apalancamiento para acceder a un tipo de crédito y en el caso de los empleados, condiciones de trabajo justas.

Figura 5. Sistema de la Certificación FLO-CERT



Fuente: FLO - CERT 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

Los auditores de FLO-CERT, por lo general, tienen sede en los países y regiones donde trabajan, así también están familiarizados con las culturas, idiomas y sistemas jurídicos locales. Todos los auditores deben pasar un examen para comprobar sus conocimientos y reciben una formación anual (COMERCIO JUSTO CHILE).

Los consumidores pueden estar seguros de que el Sello de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE sólo se utiliza en productos que proceden de organizaciones con certificación Fairtrade donde los

comerciantes cumplen con las obligaciones establecidas por estas normas (FAIRTRADE , 2011).

3.2 Países que intervienen en el Comercio Justo.

Se puede observar en el sitio web de Fairtrade International en la sección de Fairtrade Near You (comercio justo cerca de ti), todos los países que están interesados y que compran productos con esta certificación. También se puede observar las regiones que son productoras.

Figura 6. Países que Intervienen en el Comercio Justo



Fuente y elaboración: Fairtrade Labelling Organizations, 2011

3.3 Requisitos para el acceso a la certificación

Un producto que desea estar certificado bajo comercio justo debe cumplir con los 10 estándares y/o principios establecidos por la Organización Mundial del Comercio Justo, detallados en el marco teórico de este documento.

3.3.1 Pasos para obtener una certificación Comercio Justo

Existen 5 pasos para obtener la certificación de comercio justo, mismas que siguen las directrices ISO 17065 (FLOCERT, FLOCERT, 2015):

Tabla 1. Pasos para la obtención de la certificación FAIRTRADE

Paso 1: Aplicación	Llenar los detalles de contacto y formulario de solicitud en la página web de la FLOCERT.
Paso 2: Auditoría	El auditor FLOCERT organizará visitas a las instalaciones, reuniones cara a cara y entrevistas con los agricultores, los sindicatos de trabajadores, directivos y comités, así como la verificación de documentos financieros y otros. Se debe tener en cuenta que las auditorías varían en longitud y complejidad, dependiendo del tamaño y la estructura de su organización, y el número de productos que se desea certificar. Por último, el auditor entregará los resultados de la auditoría con la empresa solicitante, señalando las áreas donde no está cumpliendo con las normas Fairtrade, y dando una oportunidad para discutir las posibles medidas correctoras.
Paso 3: Análisis y evaluación	El auditor envía un informe a uno de los analistas FLOCERT, donde son evaluados y si se identifica no conformidad con los estándares Fairtrade, se dará la oportunidad a la empresa solicitante de corregir las faltas de conformidad en esta etapa.
Paso 4: Certificación o solicitud de cambios	FLOCERT aprobará o rechazará la certificación y sólo emitirá el certificado cuando todos los casos de incumplimiento se han resuelto – pero en esta etapa, si los casos de incumplimiento no son importantes, se podrá conceder a los productores un 'permiso para comercializar, hasta que todos los cambios se realicen.
Paso 5: Seguimiento:	Se da inicio de un ciclo de certificación de 3 años, donde realiza al menos 2 auditorías, más 1 de vigilancia y 1 de renovación. Si se clasifica a una organización como "alto riesgo" tal vez debido a la complejidad de sus cadenas comerciales o de alto volumen de comercio – se pueden necesitar más auditorías. FLOCERT también realiza auditorías no anunciadas.

Fuente: FLO - CERT 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

3.4 Tipos de Certificaciones

En el mundo existe una diversidad muy amplia de certificaciones de comercio justo, entre las más usuales encontramos las siguientes:

Figura 7. Principales certificadoras de Comercio Justo



Fuente y elaboración: PRO ECUADOR, 2015

3.5 Productos Fairtrade

Los productos Fairtrade son fáciles de reconocer. Tan sólo hace falta fijarse si el embalaje lleva el Sello Fairtrade. Todos los productos que lo lucen cumplen los estándares de Fairtrade International para el Comercio Justo. En España y Portugal más de 2.000 comercios, bares, restaurantes y hoteles ofrecen productos Fairtrade a sus clientes. Se trata de unos 200

productos diferentes de 70 marcas, y cada año la oferta se va ampliando (SELLO COMERCIO JUSTO).

Dentro de los 5 principales productos que se comercializan en el mundo con certificación de comercio justo, encontramos los siguientes:

Figura 8. Principales productos certificados Comercio Justo



Fuente: Fairtrade Labelling Organizations, 2011

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

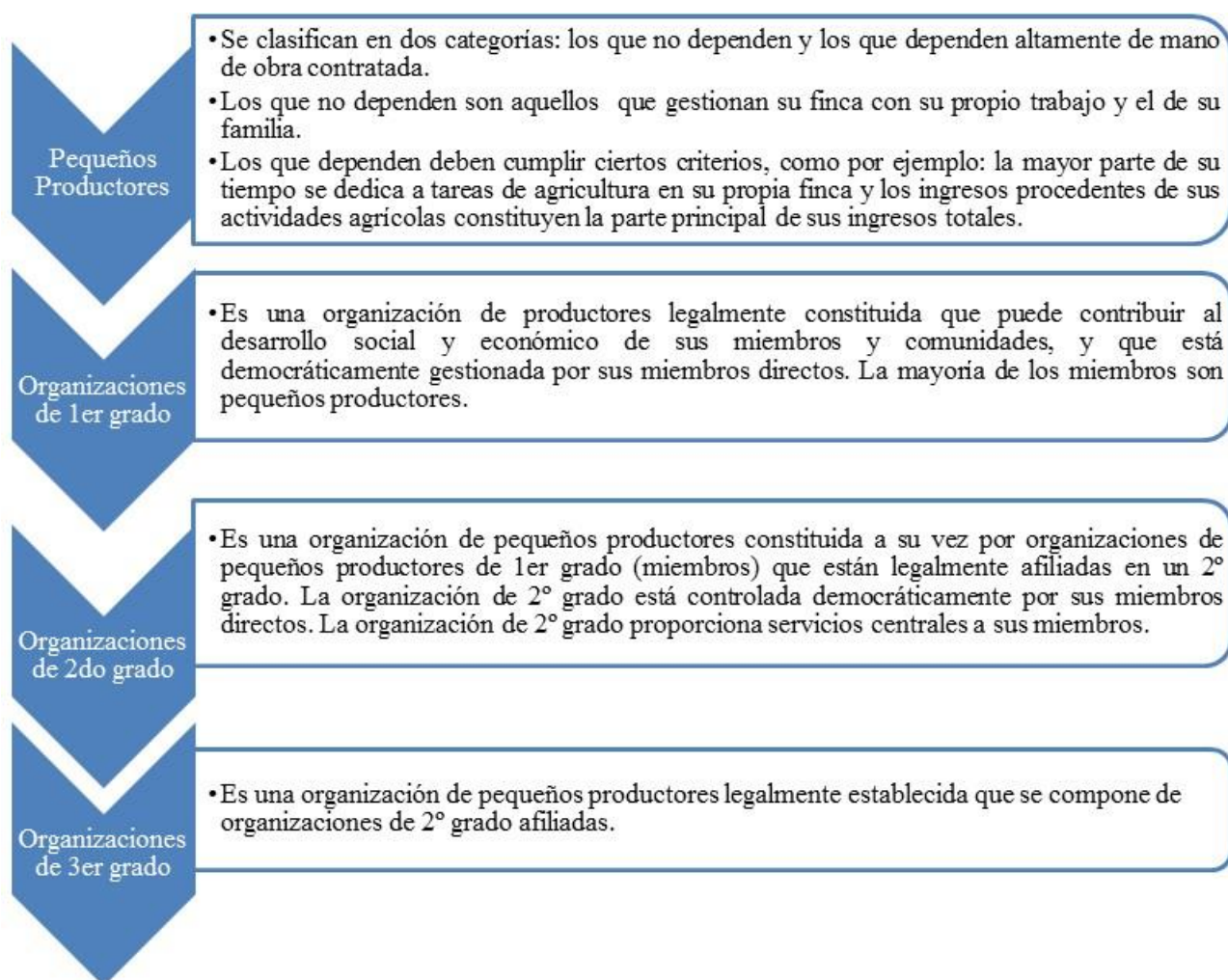
3.6 Costos de la certificación para organizaciones de pequeños productores

Los costos de la certificación de comercio justo varían de acuerdo a los siguientes puntos:

1. Tipo de certificación,
2. Tipo y tamaño de la empresa solicitante,
3. El o los productos que se desea certificar
4. Entidad o entidades subcontratadas y,
5. Número de organizaciones miembro

A continuación se tomará a manera de ejemplo, los valores cobrados para la certificación FLOCERT, para lo cual es necesario tener en claro las siguientes definiciones:

Figura 9. Tipos de organizaciones de Comercio Justo



Fuente: FLO - CERT 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

3.6.1 Cuota Inicial de la Certificación

Esta cuota es cobrada por FLOCERT para la Certificación Inicial misma que se realiza una sola vez y se abona antes de la auditoría inicial. Existe también, una cuota por solicitud y es obligatoria para cualquier tipo de organización de pequeños productos independientemente si es de 1ero, 2do o 3er grado. Los demás valores expresados en la tabla 1 son cobrados dependiendo de cada organización.

Tabla 2. Costos Iniciales de la Certificación para organizaciones de pequeños productores

CUOTA INICIAL PRIMEROS 12 MESES -Incluye un producto	CATEGORÍA	ORGANIZACIÓN 1ER GRADO	ORGANIZACIÓN 2DO GRADO	ORGANIZACIÓN 3ER GRADO
*Solicitud	A	538,00 €	538,00 €	538,00 €
*Miembros				
<50	A	1.466,00 €	943,00 €	943,00 €
50 - 100	B	2.091,00 €	1.046,00 €	1.046,00 €
101 - 250	C	2.306,00 €	1.158,00 €	1.158,00 €
251 - 500	D	2.511,00 €	1.261,00 €	1.261,00 €
501 - 1000	E	3.137,00 €	1.568,00 €	1.568,00 €
>1000	F	3.557,00 €	1.784,00 €	1.784,00 €
*Producto adicional + 1	A	184,00 €	184,00 €	184,00 €
*Trabajadores por instalación de procesamiento				
1 - 10	A	215,00 €	215,00 €	215,00 €
11 - 100	B	420,00 €	420,00 €	420,00 €
> 100	C	635,00 €	635,00 €	635,00 €
*Entidad subcontratada +1 máximo 3 entidades	A	307,00 €	307,00 €	307,00 €
*Estructura central	A	-	1.568,00 €	1.568,00 €

Fuente: FLO - CERT 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

Ejemplo 1:

Una organización de pequeños productores de 1er grado con 100 afiliados, requiere de una certificación para el producto cacao y 1 producto adicional (ej. banano). Adicional, la organización de 1er grado mantiene una instalación de procesamiento con 30 trabajadores (FLOCERT, 2015).

Tabla 3. Modelo de costos iniciales de Certificación en Organización de 1er Grado

Tipo de organización	Indicador	Factor	Cuota individual	Cuota total
1er grado	Miembros 50 - 100	1	2.091,00 €	2.091,00 €
	Producto adicional	1	184,00 €	184,00 €
	11 - 100 Trabajadores	1	420,00 €	420,00 €
Suma:				2.695,00 €

Fuente: FLO - CERT 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

En conclusión la empresa solicitante deberá cancelar la cantidad de 2695 euros como cuota inicial, para obtener la certificación Fairtrade, sumada a los 538 euros por la solicitud de certificación.

Ejemplo 2:

Una organización de pequeños productores de 2do grado con 20 afiliados de 1er grado (los cuales a su vez tienen 322 pequeños productores afiliados), requiere de una certificación para el producto cacao y 1 producto

adicional (ej. banano). Adicional, la organización de 2do grado mantiene una instalación de procesamiento con 30 trabajadores (FLOCERT, 2015).

Tabla 4. Modelo de costos iniciales de Certificación en Organización de 2do grado

Tipo de organización	Indicador	Factor	Cuota individual	Cuota total
2do grado	Estructura central	1	1.568,00 €	1.568,00 €
	Organizaciones Miembro Afiliadas 251 – 500	4	1.261,00 €	5.044,00 €
	Producto adicional	1	184,00 €	184,00 €
	11 - 100 Trabajadores	1	420,00 €	420,00 €
Suma:				7.216,00 €

Fuente: FLO - CERT 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

Nota explicativa: La cuota por organizaciones miembro afiliadas se calcula de la siguiente manera: $M \times \text{Categoría}$ donde M es la raíz cuadrada redondeada del número total de organizaciones miembro, (en este caso la raíz cuadrada de 20) que forman parte de la certificación Fairtrade siempre que sean menos de 400 organizaciones miembro, de lo contrario M será igual a 20 (FLOCERT, 2015). La categoría se pueden observar en la tabla 2.

En conclusión la empresa solicitante deberá cancelar la cantidad de 7216 euros como cuota inicial, para obtener la certificación Fairtrade, sumada a los 538 euros por la solicitud de certificación.

3.6.2 Cuota anual de la Certificación

Los valores expresados en la tabla a continuación son cobrados por FLOCERT de forma anual para mantener la certificación FAIRTRADE y cada ítem es cobrado dependiendo de cada organización utilizando como referencia la fecha de la factura inicial.

Tabla 5. Costos anuales de la Certificación para organizaciones de pequeños productores

CUOTA ANUAL DE CERTIFICACIÓN -Incluye un producto	CATEGORÍA	ORGANIZACIÓN 1ER GRADO	ORGANIZACIÓN 2DO GRADO	ORGANIZACIÓN 3ER GRADO
*Miembros				
<50	A	1.199,00 €	738,00 €	738,00 €
50 - 100	B	1.650,00 €	738,00 €	738,00 €
101 - 250	C	1.835,00 €	830,00 €	830,00 €
251 - 500	D	2.019,00 €	923,00 €	923,00 €
501 - 1000	E	2.470,00 €	1.107,00 €	1.107,00 €
>1000	F	2.839,00 €	1.281,00 €	1.281,00 €
*Producto adicional + 1	A	184,00 €	184,00 €	184,00 €
*Trabajadores por instalación de procesamiento				
1 - 10	A	92,00 €	92,00 €	92,00 €
11 - 100	B	184,00 €	184,00 €	184,00 €
> 100	C	369,00 €	369,00 €	369,00 €
*Entidad subcontratada +1 máximo 3 entidades	A	307,00 €	307,00 €	307,00 €
Estructura central	A	-	1.199,00 €	1.199,00 €

Fuente: FLO - CERT 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

Ejemplo 1 – cuota anual:

Una organización de pequeños productores de 1er grado con 100 miembros legales, que solicita para cacao y 1 producto adicional (ej. banano) para comercializarlos bajo condiciones Fairtrade. Además, la organización de 1er grado dirige una instalación de procesamiento con 30 trabajadores (FLOCERT, 2015).

Tabla 6. Modelo de costos anuales de Certificación en Organización de 1er grado

Tipo de organización	Indicador	Factor	Cuota individual	Cuota total
1er grado	Miembros 50 - 100	1	1.650,00 €	1.650,00 €
	Producto adicional	1	184,00 €	184,00 €
	11 - 100 Trabajadores	1	184,00 €	184,00 €
Suma:				2.018,00 €

Fuente: FLO - CERT 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

En conclusión la empresa solicitante deberá cancelar la cantidad de 2018 euros como cuota anual, para mantener su certificación Fairtrade.

Ejemplo 2 – cuota anual:

Una organización de 2do grado, producto cacao, con 20 organizaciones miembro de 1º grado (número medio de miembros por organización es de 322) solicita la comercialización bajo condiciones Fairtrade para cacao y como producto adicional banano. Además, la organización de 2º grado cuenta con 1 instalación de procesamiento con 30 trabajadores (FLOCERT, 2015).

Tabla 7. Modelo de costos anuales de Certificación en Organización de 2do grado

Tipo de organización	Indicador	Factor	Cuota individual	Cuota total
2do grado	Estructura central	1	1.199,00 €	1.199,00 €
	Organizaciones Miembro Afiliadas 251 – 500	4	923,00 €	3.692,00 €
	Producto adicional	1	184,00 €	184,00 €
	11 - 100 Trabajadores	1	184,00 €	184,00 €
Suma:				5.259,00 €

Fuente: FLO - CERT 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

Nota explicativa: La cuota por organizaciones miembro afiliadas se calcula de la siguiente manera: $M \times \text{Categoría}$ donde M es la raíz cuadrada redondeada del número total de organizaciones miembro (en este caso la raíz cuadrada de 20) que forman parte de la certificación Fairtrade siempre que sean menos de 400 organizaciones miembro, de lo contrario M será igual a 20, (FLOCERT, 2015). La categoría se pueden observar en la tabla 5.

En conclusión la empresa solicitante deberá cancelar la cantidad de 5259 euros como cuota anual, para mantener la certificación Fairtrade.

3.6.3 Cuota de auditoría de seguimiento

Estas Auditorías de Seguimiento se centran exclusivamente en los incumplimientos identificados durante una Auditoría Inicial o de Renovación, y se cobra además de la respectiva Cuota de Certificación Inicial o de Renovación de la Certificación (FLOCERT, 2015). El cobro de las Auditorías de Seguimiento se determina según el tiempo y los gastos donde el importe

de la factura es de 358 € por día (incluyendo los días de traslado y elaboración de informes) más desplazamiento. Los costos del viaje son los costos estimados para el desplazamiento más un 20% de contingencia. (FLOCERT, 2015)

3.7 Precios y Prima Fairtrade

El precio mínimo pagado a los productores está determinado por las Normas Fairtrade, se aplica a los productos certificados Fairtrade. Este precio tiene como objetivo garantizar que los productores puedan cubrir sus costes medios de producción sostenible. Actúa como una red de seguridad para los agricultores en momentos en que los mercados mundiales caen por debajo de un nivel sostenible. Sin esto, los agricultores están completamente a merced del mercado. Cuando el precio de mercado es superior al mínimo de Comercio Justo, el comprador debe pagar el precio más alto. Los productores y comerciantes también pueden negociar precios más altos en base a la calidad y otros atributos (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013).

Además del precio, hay una suma adicional de dinero, llamada prima de Comercio Justo. Este dinero va a un fondo común para los trabajadores y los agricultores a utilizar para mejorar sus condiciones sociales, económicas y medioambientales, donde el uso de este ingreso adicional se decide democráticamente por los productores, o por los trabajadores de una plantación (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013).

La prima se invierte en educación y salud, las mejoras agrícolas para aumentar el rendimiento y la calidad, o el procesamiento de las instalaciones para aumentar los ingresos. Como muchos de los proyectos financiados por la prima son comunales, la comunidad en general se beneficia del Fairtrade. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013).

Normalmente la prima va por separado, en la factura se detalla el premio porque eso hay que contabilizarlos por separado al momento de un

proyecto productivo y es un valor que no tiene que ser parte del precio entregado al productor.

Tabla 8. Precios mínimo y prima de Comercio Justo en el sector Cacao y Elaborados a nivel mundial

Producto	Calidad	Forma	Nivel	Unidad	Cantidad	Moneda	Precio mínimo de CJ	Prima de CJ
Cacao	Convencional	Granos	FOB	TM	1	USD	2000	200
Cacao	Convencional	Manteca	FOB	TM	1	USD	5650	530
Cacao	Convencional	Manteca y polvo	FOB	TM	1	USD	3100	250
Cacao	Convencional	Licor	FOB	TM	1	USD	2850	250
Cacao	Convencional	Polvo	FOB	TM	1	USD	4950	470
Cacao	Orgánico	Granos	FOB	TM	1	USD	2300	200
Cacao	Orgánico	Manteca	FOB	TM	1	USD	6450	530
Cacao	Orgánico	Manteca y polvo	FOB	TM	1	USD	3450	250
Cacao	Orgánico	Licor	FOB	TM	1	USD	3200	250
Cacao	Orgánico	Polvo	FOB	TM	1	USD	5650	470

Fuente: Fairtrade Labelling Organization (FLO), 2014

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

3.8 Comercio Justo en el Ecuador

3.8.1 Antecedentes de Comercio Justo en el Ecuador

A partir de los años 70 en el Ecuador se ha dado un proceso interesante de evolución conceptual y metodológica en el tema del Comercio

Justo puesto que nació como un enfoque y una práctica de ayuda a los más pobres, para que se inserten en el mercado en mejores condiciones, gracias a la solidaridad de un conjunto de grupos sociales en los países del norte, pero ha ido evolucionando hacia un enfoque estructural de transformación de las relaciones sociales y económicas de desigualdad mediante la incorporación de principios, valores y prácticas, que se proyectan no solo a los actores de los distintos eslabones de las cadenas de valor vinculadas al Comercio Justo, sino especialmente en la construcción de relaciones justas y equitativas en el comercio en general. Más aún, con el proceso de la Revolución Ciudadana y en el marco del enfoque de Economía Social y Solidaria, el Comercio Justo constituye un puntal importante para la construcción del sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible que manda la constitución (Art. 276) y una estrategia clave para la construcción del Buen Vivir de los ecuatorianos y ecuatorianas (Ministerio de Comercio Exterior, 2013).

3.8.2 Principales sellos de Comercio Justo en el Ecuador

En el mundo hay muchos sellos que certifican a una empresa, asociación u organización que tiene interés en el bienestar de los productores y del medio ambiente a través de un Comercio Justo, sin embargo en nuestro país, contamos con 4 principales que son:

3.8.2.1 FLO - CERT

La certificación FAIRTRADE la otorga por la empresa FLO-CERT. Este sello permite una opción al comercio convencional y es basado en la contribución entre productores y consumidores. Permite a los productores un trato más justo y mejores condiciones comerciales. Esto los presiona a mejorar sus condiciones de vida y realizar proyectos a largo plazo (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013). Para los

consumidores, Fairtrade es una manera eficaz de reducir la pobreza a través de sus compras diarias ya que cuando un producto lleva el Sello de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE significa que los productores y comerciantes han cumplido con sus criterios, los cuales están destinados a corregir el desequilibrio de poder en las relaciones comerciales, la inestabilidad de los mercados y las injusticias del comercio convencional. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013)

3.8.2.2 WTFO – WORLD FAIRTRADE ORGANIZATION

La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) cuenta con más de 450 organizaciones miembros y 40 asociados individuales de más de 75 países repartidos por los cinco continentes. Como red global, WFTO es apoyada por cinco delegaciones regionales a través de sus respectivas oficinas. La oficina en Culemborg, Países Bajos, coordina las actividades de WFTO en todo el mundo. WFTO también trabaja estrechamente con varias redes de países que apoyan el comercio justo (WFTO, 2014).

Inició en 2004 en el Foro Social Mundial en la India, el logo **WFTO (World Fair Trade Organization)** significa que una organización cumple con los 10 criterios del comercio justo, mejora las condiciones de trabajo de sus empleados, es transparente, otorga un salario justo a sus empleados, protege el medio ambiente, tiene equidad de género dentro de su nómina.

El logotipo WFTO no es una marca de un producto determinado, es utilizado por las organizaciones relacionadas 100% con el Comercio Justo. Se les diferencia de otros negocios de Comercio Justo, y brinda una señal clara a los comercializadores, los socios, los gobiernos y los donantes que su actividad primordial es el Comercio Justo. (WFTO, 2014).

3.8.2.3 IMO - FAIR FOR LIFE

El programa de certificación nació en Mayo 2006 como respuesta al requerimiento de varios clientes de IMO con respecto a la necesidad de ampliar los alcances y la accesibilidad de los esquemas existentes de Certificación Social y de Comercio Justo, los que actualmente no abarcan a una amplia gama de situaciones productivas y de relaciones comerciales (COMERCIO JUSTO CHILE).

Se basa en estándares sociales establecidos como ILO, SA8000, FLO e IFOAM Social Chapter (COMERCIO JUSTO CHILE). A pesar de que ciertos inspectores de IMO son avalados como inspectores de FLO también, en el caso de FLO, sólo FLO-CERT está habilitado para realizar inspecciones y certificaciones de FLO.

3.8.2.4 ECO – CERT

Ecocert es un organismo de control y certificación con sede en Francia y con su oficina en Ecuador desde el 2001. Otorga un servicio de certificación de comercio justo a los pequeños productores de Ecuador respetando los parámetros establecidos de CJ. (ECOCERT, 2014)

Ecocert provee servicios de auditoría y certificación para productos de comercio justo en conformidad con la norma “ESR – Equitable, Solidaire, Responsable-” (ECOCERT).

La primera versión de la norma ESR fue creada en 2007 en cooperación cercana con grupos representativos del sector del comercio justo. En ese entonces, el enfoque se centró en el Comercio Justo tradicional Norte/Sur. En 2013, la norma ESR fue revisada para incluir la prestación de servicios para el Comercio Justo Norte/Norte. (ECOCERT)

Tabla 9. Características de las principales certificaciones de comercio justo existentes en el Ecuador

X	FAIRTRADE INTERNATIONAL	FAIR FOR LIFE	ECO - CERT	WFTO
Fecha de creación	1997	2006	2010	1989
Sello	Fairtrade Max Havelaar	Fair For Life	Ecocert Equitable	World Fair Trade
Sectores	Alimentos, cosméticos, ropa y flores	Alimentos, cosméticos, ropa, flores, artesanías y turismo	Alimentos, cosméticos, perfumes y textiles	Alimentos, artesanías, joyería, cosméticos, perfumes y textiles
Alcance	Producción, importación y procesamiento	Producción, importación y procesamiento	Producción, importación y procesamiento	Producción, importación y procesamiento
Orientado a	Pequeños agricultores Trabajo por contrato Plantaciones	Agricultores de bajos ingresos Cadena de custodia Los compradores (importadores, agentes comerciales) y dueños de marca deben estar certificados	Producción de países en desarrollo Sólo puede exportarse a países que tengan una producción baja o inexistente del producto. No se pueden exportar productos hacia países que tengan excedentes agrícolas. Se certifican plantaciones siempre y cuando se demuestre que no se compite con otros productores en la zona	Productores para que mediante de esta certificación mejoren condiciones de vida y la de sus comunidades.
Criterios sociales	Lineamientos de la OIT	Lineamientos de la OIT Especial atención a la participación de la mujer y sus condiciones laborales	Lineamientos de la OIT Legislación local sobre pensión, maternidad, seguro médico. En caso no contar con legislación local se incluyen unos estándares mínimo para prevenir y cubrir riesgos de accidentes y enfermedades	Lineamientos de la OIT
Criterios ambientales	Prohibición a productos modificados genéticamente 70 sustancias están prohibidas	Todas las etapas de producción deben cumplir con algún tipo de certificación orgánica	Certificación agricultura orgánica Plan de manejo de agua, energía y empaque	Reducción de los impactos ambientales de las actividades Gestión sostenible de los recursos naturales Gestión de la energía, residuos, transporte, envases de productos
Idiomas del programa	Español - Inglés - Portugués y Francés	Español e inglés (guía en inglés)	Español - Inglés y Francés	Español - Inglés
Uso del Logo	Pegado al producto y puede usarse en comunicación corporativa de las organizaciones certificadas	Pegado al producto y puede usarse en comunicación corporativa de las organizaciones certificadas	Pegado al producto y puede usarse en comunicación corporativa de las organizaciones certificadas	Comunicación corporativa de las organizaciones certificadas
Agente certificador	FLO - Cert	IMO	ECOCERT FAIR TRADE	WFTO

Fuente: PRO ECUADOR, 2013

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

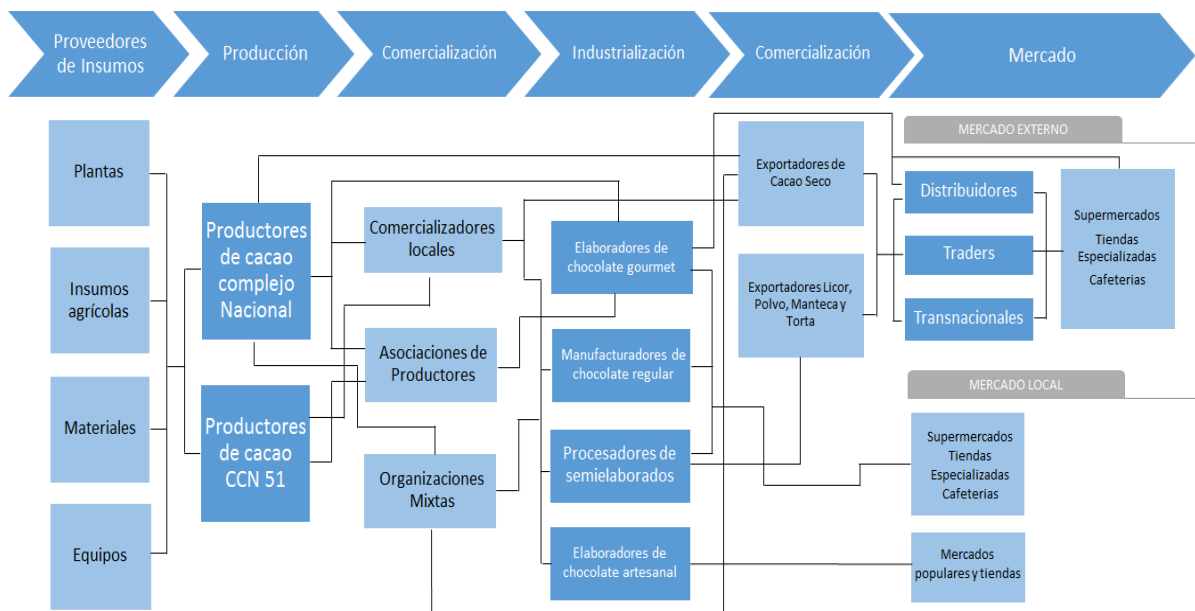
CAPÍTULO IV: LA PRODUCCIÓN DE CACAO Y ELABORADOS EN EL ECUADOR

4.1 Cadena de valor

4.1.1 Mapeo de la Cadena de valor del sector cacaotero en el Ecuador

La cadena de valor empresarial, o cadena de valor, es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final, descrito y popularizado (Porter, 1985). En este contexto, se detalla el mapa resumido de la cadena de valor de cacao en Ecuador.

Figura 10. Cadena de Valor del Sector Cacao y Elaborados



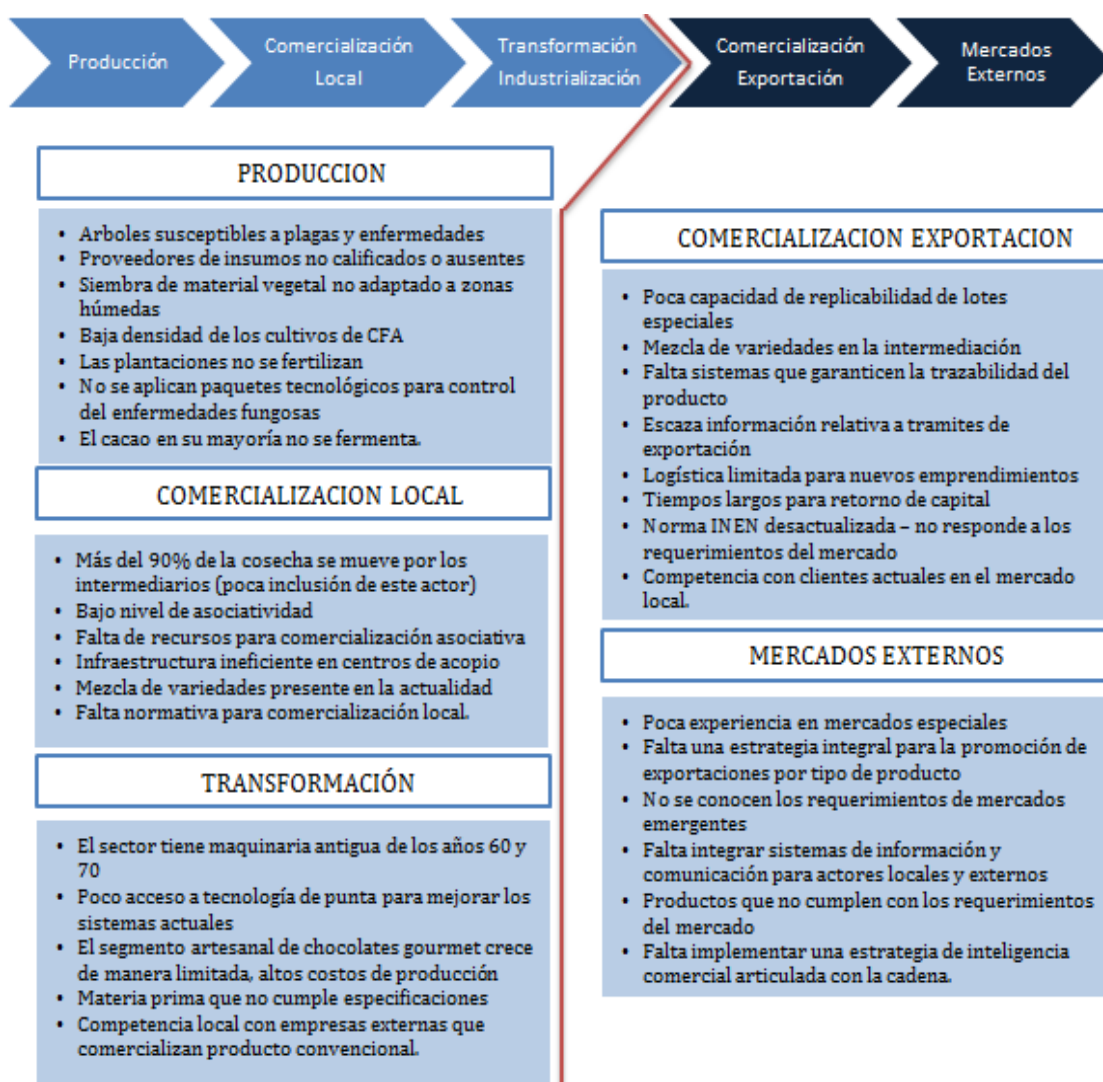
Fuente: CORPEI, 2014

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

La Cadena de valor del cacao inicia cuando los proveedores de insumos realizan la siembra de las plantas de cacao, mismas que son utilizadas por

los productores que son los encargados del cultivo del cacao, mantenimiento y cosecha. Las comercializadoras, asociaciones u organizaciones mixtas, a través de sus centros de acopio, recopilan la producción que es vendida para su transformación ya sea dentro del país o en el exterior para la posterior venta del producto final al consumidor.

Figura 11. Problemática de la cadena de valor de cacao en Ecuador



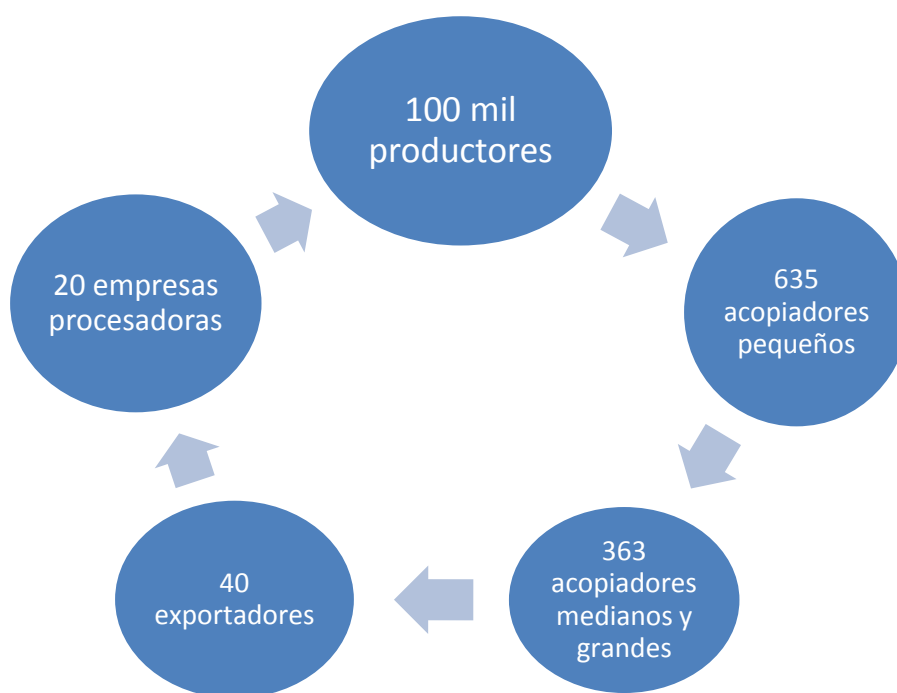
Fuente: CORPEI, 2014

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

4.1.2 Situación actual de la cadena de valor del sector cacaoero

La cadena de cacao y chocolate en Ecuador está compuesta por más de 100.000 productores, 635 acopiadores pequeños y 363 acopiadores medianos y grandes, que canalizan la producción a un grupo de 40 exportadores activos (50 registrados) y a 20 empresas procesadoras (gráfico 2); estos a su vez comercializan la producción a los principales compradores de cacao en grano y a procesadores de semielaborados y elaborados del mercado global. Es importante destacar que aproximadamente el 95% de la cosecha de cacao en grano se moviliza a través de la red acopiadores o intermediarios (CORPEI, 2014).

Figura 12. Composición de cadena de valor del sector cacao y elaborados en Ecuador



Fuente: CORPEI, 2014

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

Se evidencia que la industria actualmente vive un proceso de integración hacia atrás (producción de grano) y hacia adelante de especialización.

Algunos productores de grano manifiestan una visión de futuro de convertirse en fabricante de chocolates aunque en la práctica existen muchos retos para mejorar el eslabón de la producción. Actualmente, a la industria nacional le resulta difícil conseguir volúmenes de cacao consistentes, principalmente debido a los altos precios que pagan al productor desde los mercados internacionales, lo cual es el resultado de la creciente demanda principalmente de países como China, India y Rusia, de las condiciones climáticas adversas en Costa de Marfil y la eliminación de subsidios de fertilizantes en Ghana (CORPEI, 2014).

4.2 Estadísticas de producción y exportación

4.2.1 Estadísticas de producción

El Cacao Involucra alrededor de 100.000 familias, mayoritariamente de pequeños y medianos productores, que sobre la base de la agricultura familiar, mantienen pequeñas superficies con cultivos destinados al comercio y también a la provisión de alimentos para el autoconsumo (CORPEI, 2014).

Para efectos del presente análisis, se han agrupado: la superficie del área cosechada expresado en hectáreas, la producción de cacao y elaborados en toneladas métricas y su rendimiento por hectárea desde el año 2002 hasta el 2015 donde los años 2014 y 2015 son estimaciones de la producción, cifras que fueron presentadas por el INEC.

Tabla 10. Detalle de la Superficie Cosechada HA vs la Producción en TM

Año	Superficie, Área Cosechada (ha)	Producción (t)	Rendimiento (t/ha)
2002	363.544	60.267	0,17
2003	348.376	88.249	0,25
2004	336.358	89.680	0,27
2005	357.706	93.659	0,26
2006	350.028	87.562	0,25
2007	356.657	85.890	0,24
2008	376.604	94.300	0,25
2009	398.104	120.582	0,30
2010	360.025	132.100	0,37
2011	399.467	224.163	0,56
2012	390.176	133.323	0,34
2013	402.434	178.264	0,44
2014*	420.000	240.000	0,57
2015*	430.000	260.000	0,60
*Estimaciones			

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua - ESPAC, 2013

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

En el Ecuador el área cosechada, dedicada a la producción de cacao, corresponde a un valor de 402.434 hectáreas (Año 2013), cuyo rendimiento por hectárea es de 0,44 toneladas métricas mismo que alcanza un incremento del 30% en relación al año anterior.

4.2.1.1 Zonas de producción de cacao

Según la última encuesta de superficie y producción agropecuaria continua presentado en el 2013 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, menciona que las principales provincias del Ecuador donde se concentra la producción del cacao son Guayas, Los Ríos, Cañar, Manabí y Esmeraldas.

Las provincias del Guayas y Los Ríos registran las cifras de producción de cacao más altas, ocupando el 36% y 17% respectivamente a nivel nacional.

Tabla 11. Zonas de producción de cacao a nivel provincial

Año	Provincia	Superficie Sembrada (ha)	Superficie Cosechada (ha)	Producción (TM)	Rendimiento (TM/ha)	Porcentaje Nacional
2013	GUAYAS	108.868	89.158	64.062	0,72	36%
	LOS RÍOS	105.462	73.614	30.689	0,42	17%
	CAÑAR	9.559	9.269	18.614	2,01	10%
	MANABÍ	97.799	75.746	14.286	0,19	8%
	ESMERALDA	51.735	45.338	10.484	0,23	6%
	OTROS	135.462	109.310	40.128	0,37	23%
	TOTAL NACIONAL	508.885	402.434	178.264	0,44	100%

Fuente: Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua - ESPAC, 2013

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

Las plantaciones de cacao en general presentan una edad avanzada con una alta incidencia de enfermedades fungosas como la Monilla y la Escoba de Bruja, las cuales son responsables de hasta el 60 % de las pérdidas actuales. Respecto a la post-cosecha, los sistemas de fermentación y secado que se utilizan actualmente demandan alta mano de obra y son poco eficientes y se aplican por un número reducido de productores y en sistemas asociativos; en consecuencia la calidad del producto se ve afectada especialmente por factores climáticos: En épocas de cosecha con clima soleado, los productores tienden a secar su producto de manera inmediata para ponerlo a la venta (cacao seco sin fermentar); lo contrario ocurre en épocas de cosecha con clima lluvioso, en las cuales los productores se ven forzados a guardar el producto hasta poder secarlo, esta dinámica implica un proceso de fermentación que no necesariamente es dirigida pero que aumenta la calidad del producto de manera involuntaria (cacao seco con granos fermentados). Esta dinámica es el resultado de la actual estructura comercial ya que el mercado local está dominado por comerciantes pequeños y medianos que canalizan la mayoría de la producción a los exportadores con una dinámica de acopio por volumen y no por calidad. (CORPEI, 2014)

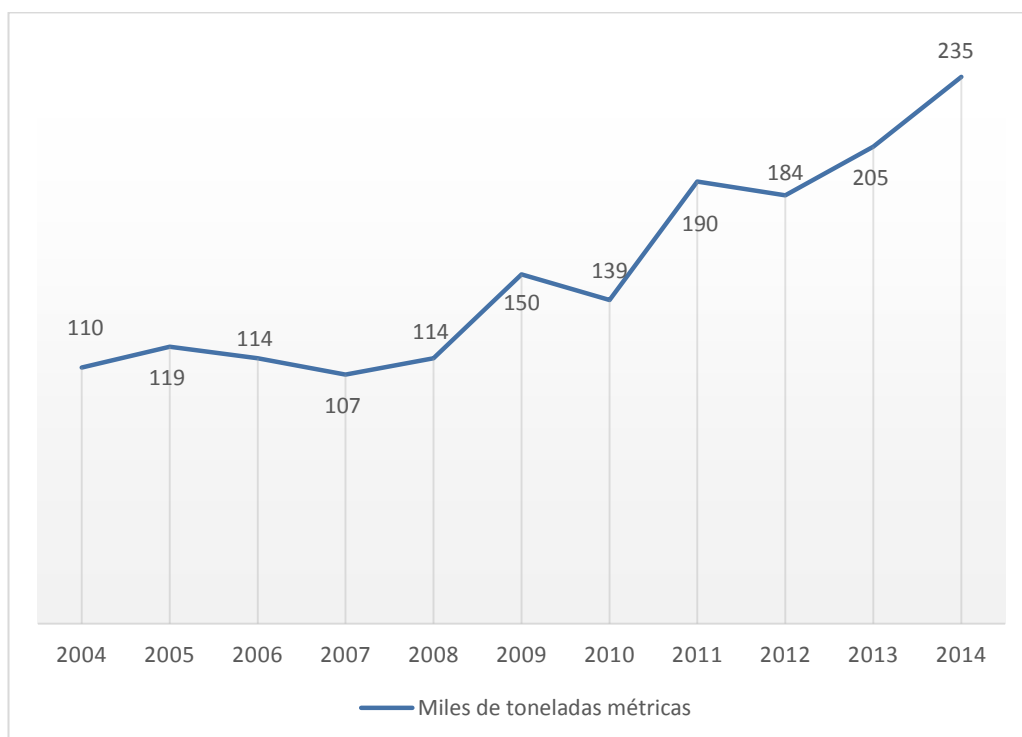
4.2.2 Estadísticas de Exportación de cacao

Una vez el producto ha sido comercializado localmente, llega a manos del exportador, quien se encarga de las actividades finales de preparación y comercio al exterior. Aquí, el cacao vuelve a pasar por controles de calidad definidos por la normativa nacional para su clasificación, así como controles requeridos por los mercados externos. El cacao es clasificado y ensacado en la infraestructura que poseen los exportadores.

Los exportadores cuentan con acceso a tecnología y comunicación que les permite desarrollar una serie de actividades relativas a la logística de

transporte marítimo hacia los puertos de destino, así como trámites de exportación.

Gráfico 1. Evolución de las Exportaciones Totales del Cacao y Elaborados



Fuente: ANECACAO, 2015

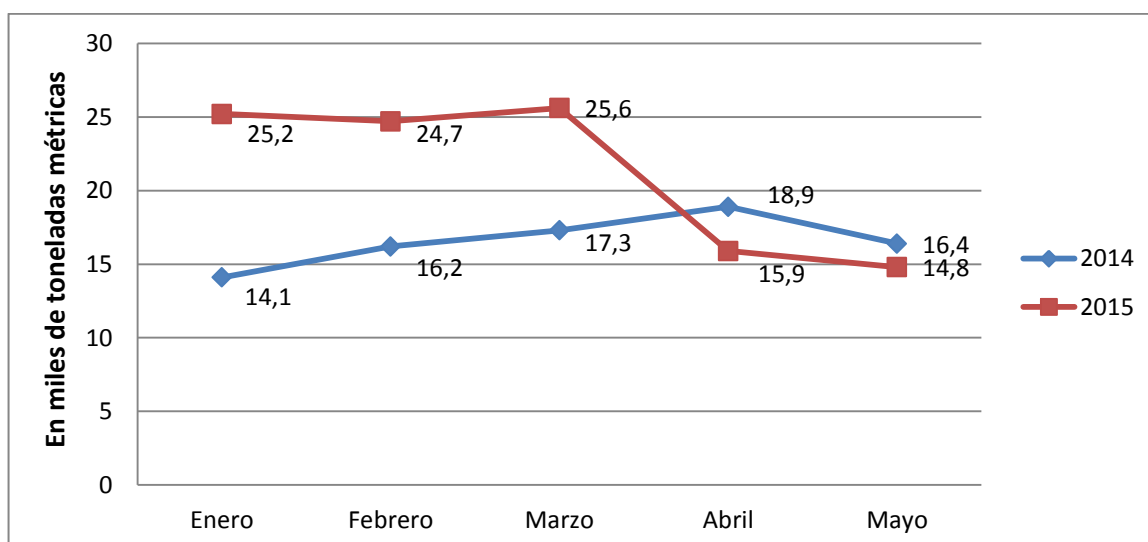
Elaboración: David Saltos y Félix Vera

Las exportaciones del cacao y elaborados han registrado un crecimiento constante en el periodo 2012 – 2014 alcanzando una Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) de 13%. A pesar de que se han registrado fluctuaciones, el Ecuador, en tan sólo una década ha logrado un incremento del 114% en producción y exportación de cacao.

La producción de cacao a inicios del año en curso se mostró en buenos términos en relación a los volúmenes exportados. Sin embargo, si

las lluvias continúan provocarán una reducción considerable en la cosecha principal de cacao del Ecuador con impacto directo en la cadena y el sector exportador (ANECACAO, 2015).

Gráfico 2. Desarrollo de las exportaciones totales de cacao y elaborados



Fuente: ANECACAO, 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

El primer trimestre del presente año ha registrado un incremento importante en las exportaciones totales de cacao ecuatoriano con relación al año anterior en el mismo periodo; 79% en enero, 52% febrero y 48% marzo. Sin embargo, los meses de abril y mayo han experimentado descensos del -16% y del -10% respectivamente. Se puede observar en el gráfico 4 altas y bajas en los volúmenes de exportación del 2015, una brecha positiva pronunciada a excepción del cuarto y quinto mes del año por un efecto de las lluvias en las zonas productoras.

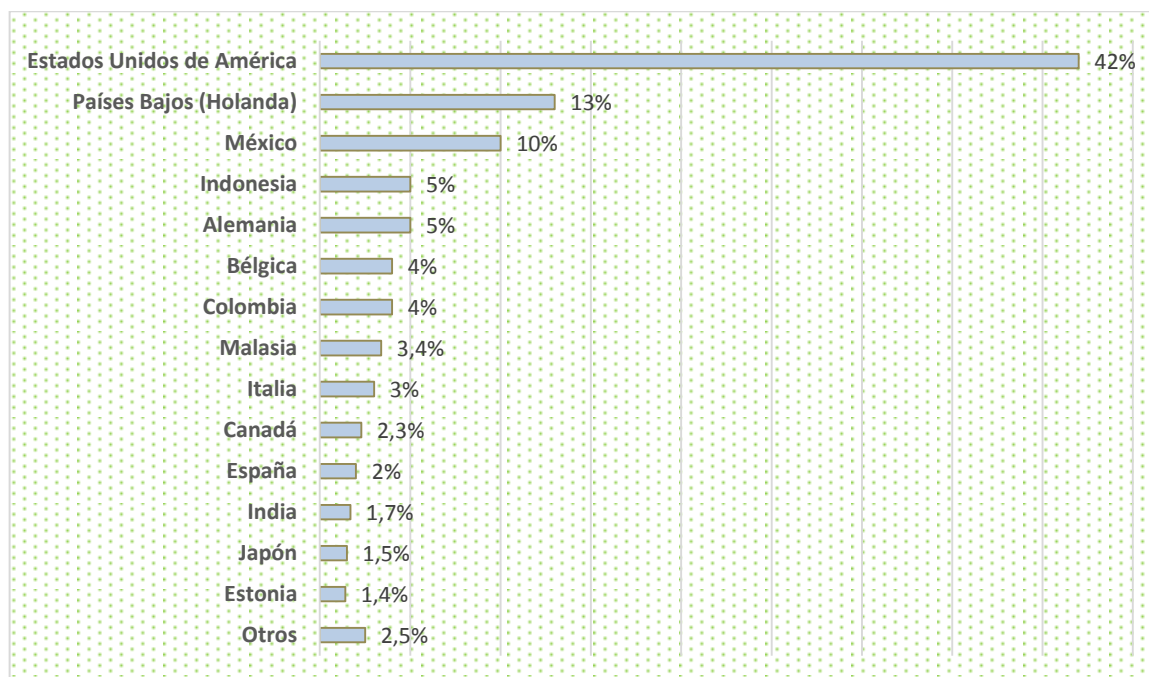
El volumen registrado del 2015 es de 106 mil toneladas métricas de cacao en grano y productos elaborados de cacao exportados por el país. Lo

que equivale a un crecimiento del 28% en comparación al año anterior durante el mismo periodo cuando las exportaciones totales alcanzaron 83 mil toneladas métricas. Esto ha representado un ingreso económico de 294 millones de dólares para el Ecuador, un 28% más que los ingresos de los primeros cinco meses del 2014 cuando se generaron 230 millones de dólares en exportaciones de cacao y elaborados.

4.3 Principales mercados de destino

El principal mercado de destino de las exportaciones de granos de cacao en el 2014, fue Estados Unidos con una participación del 42%, seguido por Países Bajos (13%), México (10%), Indonesia (5%) y Alemania (5%); en estos 5 mercados se concentra el 75% del total de las exportaciones de cacao en grano.

Gráfico 3. Principales Destinos de las Exportaciones de Granos de Cacao

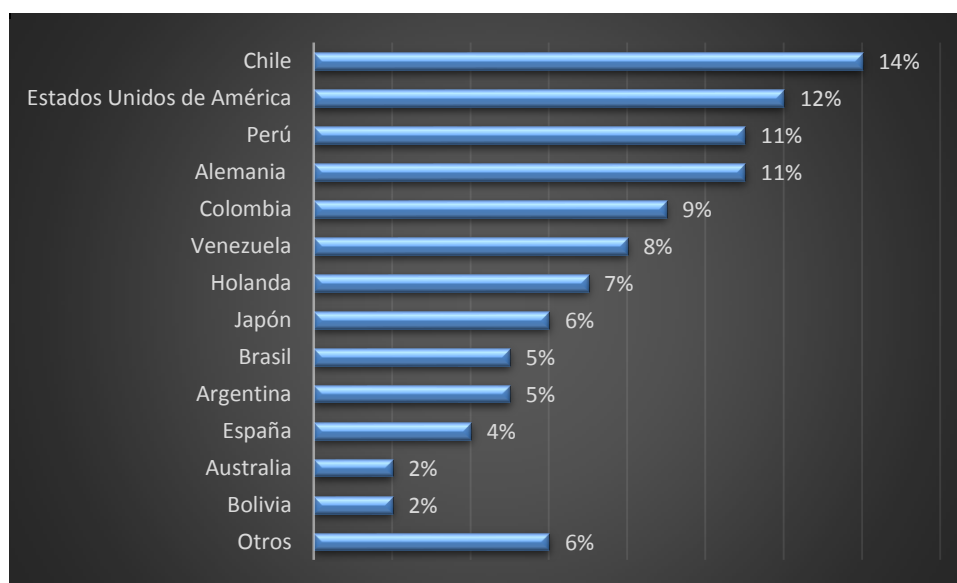


Fuente: ANECACAO, 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

La región sudamericana se mantiene como principal nicho de mercado para las exportaciones de los productos elaborados de cacao ; la manteca, el polvo, la torta y el licor tienen en un 14% como destino final Chile, seguido por los Estados Unidos con un 12% de esta participación, por encima de Perú con un 11%, respectivamente (ANECACAO, 2015).

Gráfico 4. Principales Destinos de las Exportaciones de Semielaborados de Cacao.



Fuente: ANECACAO, 2015

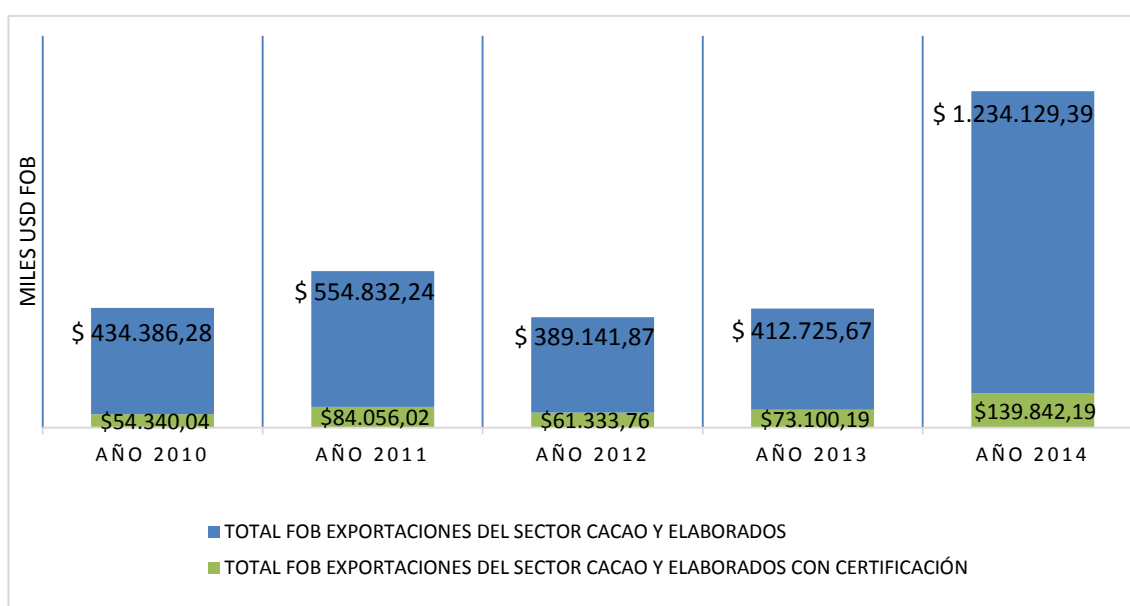
Elaboración: David Saltos y Félix Vera

4.4 Evolución de las Exportaciones de Cacao con Certificación de Comercio Justo

En el Ecuador existen 46 unidades de negocio, divididas en: asociaciones, federaciones, uniones, corporaciones, organizaciones y empresas, con certificación de comercio justo que desde el 2012 han tenido un crecimiento positivo en el total de su ventas al exterior (no todas son consideradas como comercio justo). (PRO ECUADOR, 2015).

Debido que no existe una subpartida asignada a los productos con certificación de comercio justo, se toma como referencia las exportaciones totales de las 10 empresas que cuentan con esta certificación que pertenecen al sector de cacao y elaborados.

Gráfico 5. Exportaciones totales del sector cacao y elaborados con y sin certificación de comercio justo



Fuente: Servicio Nacional de Aduanas, SENA

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

A partir del 2012 se puede observar un incremento en las exportaciones totales del sector cacao y elaborados. El 2014 fue uno de los años más importantes para este sector, mostrando un crecimiento de más del 200% en comparación al año anterior, logrando un total de 1.234 millones de dólares en valor FOB de los cuales el 11,33% provienen de las exportaciones con certificación comercio justo.

CAPÍTULO V: ESTUDIO DE CASO DE LA ORGANIZACIÓN UNOCACE

5.1 Breve perfil de la organización UNOCACE

5.1.1 Antecedente histórico de UNOCACE

La desaparición del Programa Nacional del Cacao en el año de 1995, tuvo como consecuencia el bajo rendimiento de la producción de cacao ya que dejó al agricultor sin la supervisión y asesoría técnica que necesitaba para un mejor rendimiento.

Ese mismo año se inició el proyecto de reactivación de la Producción y Mejora de la Calidad del Cacao en el Ecuador mediante un convenio suscrito entre la Unión Europea y el Ministerio de Agricultura y Ganadería (actual MAGAP), que estuvo en vigencia entre 1995 y el 2000. Este proyecto se focalizó en fomentar la productividad y la comercialización asociativa, en brindar asistencia técnica y financiamiento, y en promocionar el mejoramiento de la calidad del cacao. (Troya Rocha, 2014)

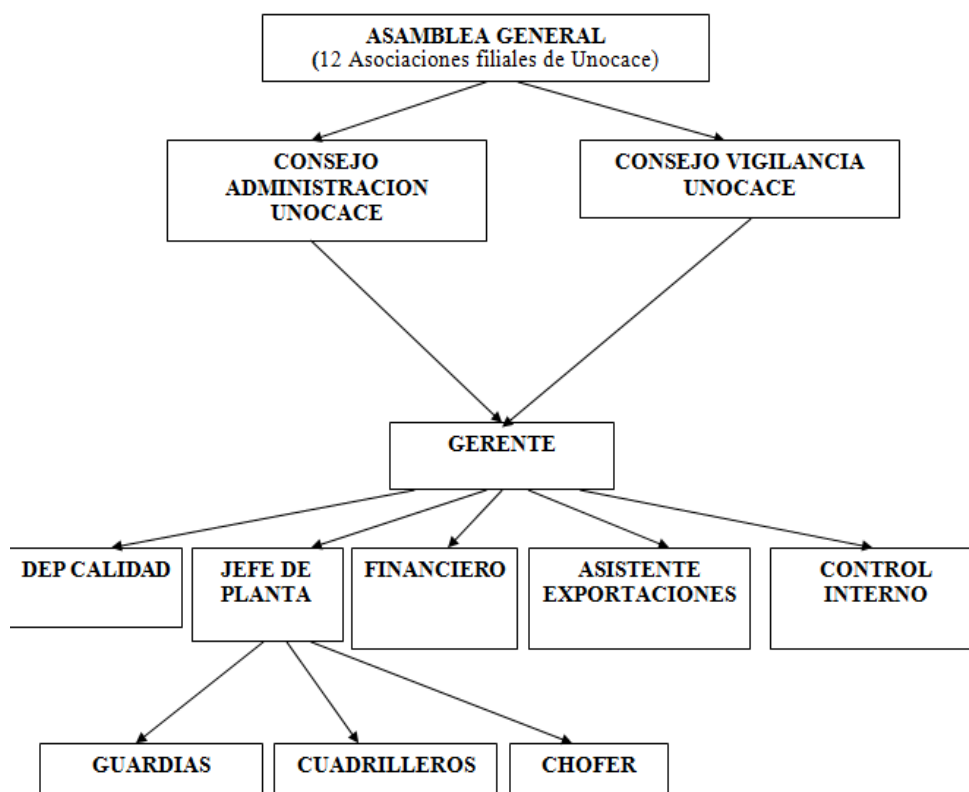
En vista de aquello y con la finalidad de continuar con los logros alcanzados en dicho proyecto, surgió la Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador. UNOCACE es una organización de la Economía Popular y Solidaria, creada y funcionando desde el 2 de Febrero de 1999, con la finalidad de defender los intereses del pequeño productor de cacao y fortalecer su entorno socioeconómico.

5.1.2 Estructura organizacional de la UNOCACE

La organización se centra en la agricultura orgánica, la asociatividad, el fortalecimiento de los pequeños productores para defender sus intereses, gestionar líneas de crédito para el mejoramiento de calidad y comercialización. (Troya Rocha, 2014)

A continuación se detallará el organigrama de la organización.

Figura 13. Organigrama de la UNOCACE



Fuente y elaboración: UNOCACE, 2015

La UNOCACE tiene cuatro niveles de jerarquía, la primera es la Asamblea General, se conforma por dos delegados acreditados por cada organización de base. Cada vez que se reúnen deciden la planificación semestral de comercialización y asistencia técnica. A la vez autoriza los rubros de inversión al área gerencial, la aprobación de balances y la introducción de nuevas organizaciones socias. El segundo nivel de gobierno se encarga de administrar la empresa asociativa, se elige al Gerente. (Troya Rocha, 2014)

El siguiente nivel es de apoyo a la gestión organizacional de la UNOCACE, se abordan los procesos de acopio, compra y venta del grano,

asistencia técnica, mejoramiento de productividad y de calidad, la dirección financiera y los procesos logísticos para la exportación a diferentes países.

5.1.3 Descripción de UNOCACE

La UNOCACE está conformada por 12 organizaciones que provienen de 5 provincias del Ecuador, agrupando esta manera a 927 agricultores con una superficie de cultivo de 4500 hectáreas de cacao nacional fino o de aroma, ubicados en las provincias Los Ríos (4 organizaciones), Guayas (4 organizaciones), El Oro (2 organizaciones), Santo Domingo (1 organización) y Azuay (1 organización). A continuación se detalla lo antes expuesto:

Tabla 12. Organizaciones miembros de UNOCACE

PROVINCIA	ORGANIZACIÓN	PRODUCTOR	HAS CACAO
LOS RÍOS	LA CRUZ	190	885
	UNIÓN Y PROGRESO	138	517
	BUSCANDO EL FUTURO	209	958
	MIRAFLORES	77	513
EL ORO	CORDILLERA DE JUBONES	56	317
	PARAISO	61	338
GUAYAS	2 DE MAYO	54	185
	EL DESEO	56	248
	VILLANUEVA	26	97
	EL TRIUNFO	34	328
AZUAY	ZHUCAY		
SANTO DOMINGO	ASOPROTEN	26	82
TOTAL	12	927	4467

Fuente: UNOCACE, 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

Con relación a Zhucay, se puede observar que dicha organización de 1er nivel carece de datos debido que se encuentra en la etapa de afiliación a UNOCACE.

De las organizaciones miembro de la UNOCACE, se puede observar que la provincia de Los Ríos cuenta con una participación de 66.24% ya que cuenta con el mayor número de productores asociados mismos que poseen una superficie de 2873 hectáreas cultivadas.

Figura 14. Ubicación de las Organizaciones de UNOCACE



Fuente y elaboración: UNOCACE, 2015

Los productos que ofrece la Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador, UNOCACE, son cacao en grano y semielaborados tales como licor o pasta, manteca, polvo, nibs y coberturas de chocolate,

todos con certificación orgánica (CE, NOP, BioSuisse y COR) y Fairtrade FLO.

5.1.4 La certificación de Comercio Justo FAIRTRADE en UNOCACE

La organización tiene la certificación de Comercio Justo de FLOCERT, a partir del segundo semestre del año 2012. Está certificada bajo una organización de segundo nivel, lo que significa que está conformada por organizaciones de primer nivel.

Una de las razones por las cuales la organización UNOCACE obtuvo la certificación de Comercio Justo fue para que todos los asociados a la organización logren el mejor ingreso posible por la actividad productiva de sus respectivas fincas. Otro de los motivos que incentivaron a obtener la certificación fue con el objetivo de la apertura de nuevos mercados, vieron que uno de los nichos de mercado para los pequeños productores era la certificación orgánica y comercio justo misma que les genera ingresos adicionales para mejorar sus proyectos productivos y al mismo tiempo le permite mejorar la formación de sus asociados mediante capacitaciones y desarrollarse en un entorno de sostenibilidad en cuanto al cultivo de cacao.

La certificación que mantiene la Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador – UNOCACE, incluye todo el proceso productivo y comercial, es decir, los productores y sus plantaciones, y todos sus centros de acopio.

En el proceso logístico UNOCACE exporta directamente sin intermediarios, la organización vende directamente hacia la empresa importadora. No es requisito que una naviera, agente portuario o un operador de logística tenga certificación de comercio justo, ya que no es un requisito que normalmente exige FLO CERT.

5.2 Estadística comparativa de ventas antes y después de la certificación

Según la entrevista realizada al Gerente General de UNOCACE, Freddy Cabello, la organización obtuvo la certificación de Comercio Justo en el año 2012, por motivos administrativos y comerciales en sus registros de ventas no se ve contemplado ingresos con la certificación debido a que no tenían debidamente identificada a las empresas compradoras con Comercio Justo. En el año 2013 obtuvieron ingresos por ventas con certificación por lo que ya tenían compradores con Comercio Justo.

En el año 2014 continuaron con la certificación. A continuación se detalla los gráficos comparativos por países de las exportaciones de UNOCACE.

Gráfico 6. Exportaciones totales de UNOCACE periodo 2010 – 2014



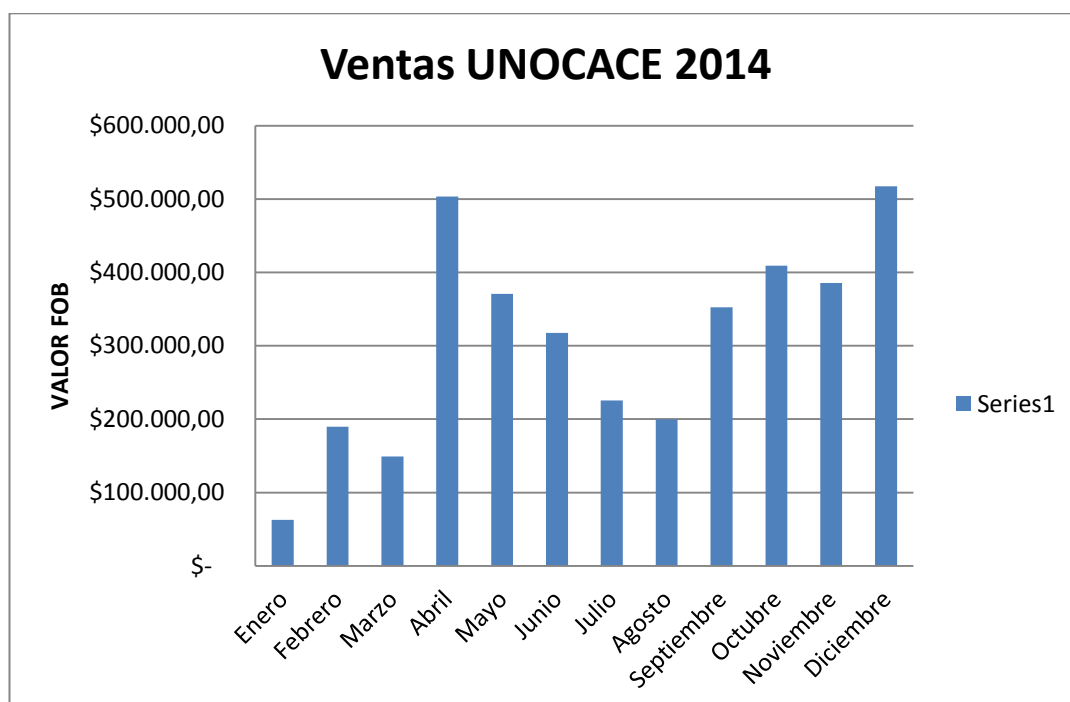
Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

A pesar del acceso a nuevos mercados gracias a la certificación de comercio justo se puede observar un decrecimiento en el año 2013 de aproximadamente el 69% en relación al año anterior, esta caída es debido a que UNOCACE a finales del 2012 inició un proceso de depuración de sus productores con el objetivo de que todos cumplan con los principios de Comercio Justo por lo tanto fueron excluidas 6 organizaciones miembro lo que provocó que la producción de cacao sea menor.

La UNOCACE en el año 2014 obtuvo ventas totales de \$3,7 millones con una producción 992 toneladas, donde el 70%, fueron destinadas al mercado internacional y el 30%, fue comercializado en el mercado local.

Gráfico 7. Ventas totales de la UNOCACE en el 2014

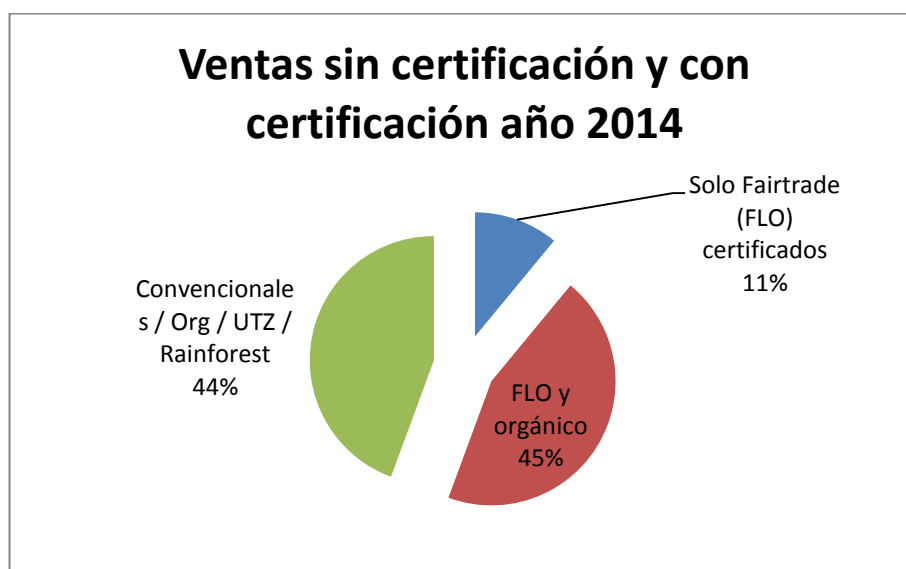


Fuente: UNOCACE, 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

Se puede observar que los meses donde se registra las cifras más altas con relación a las ventas de la organización UNOCACE, son los meses de abril y diciembre los cuales superan los 500mil dólares.

Gráfico 8. Ventas por tipo de producto cacao convencional y cacao con certificaciones orgánicas y comercio justo.



Fuente: UNOCACE, 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

De los \$3,7 millones de dólares por concepto de la venta de cacao y derivados de la organización UNOCACE, el 11% corresponde sólo a productos con certificación de comercio justo, el 45% entre productos con certificación de comercio justo y certificación orgánica y lo restante entre cacao convencional y con certificación orgánica.

Gracias a la venta de productos con certificación de comercio justo la UNOCACE ha sido acreedora de una prima por un valor de 108,5 mil dólares.

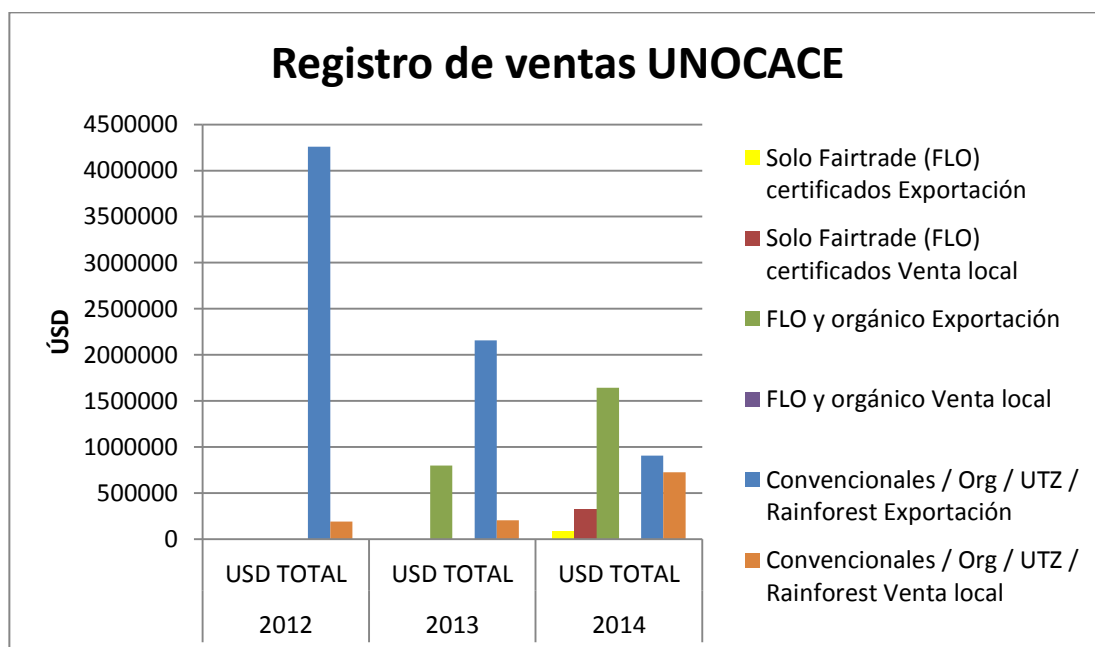
5.3 Análisis del impacto del Comercio Justo en la organización

5.3.1 Impacto Económico

La inversión inicial de UNOCACE para obtener la certificación fue de aproximadamente 6700 dólares. La cuota anual que la organización debe pagar a FLOCERT para continuar con la certificación es de aproximadamente 3800 dólares. También se debe pagar las auditorías que FLOCERT realiza para la renovación de la misma que tiene un valor de 400 dólares por día.

El impacto económico de la organización en cuanto a las ventas totales se describirá en la siguiente tabla:

Gráfico 9. Registro de ventas de UNOCACE

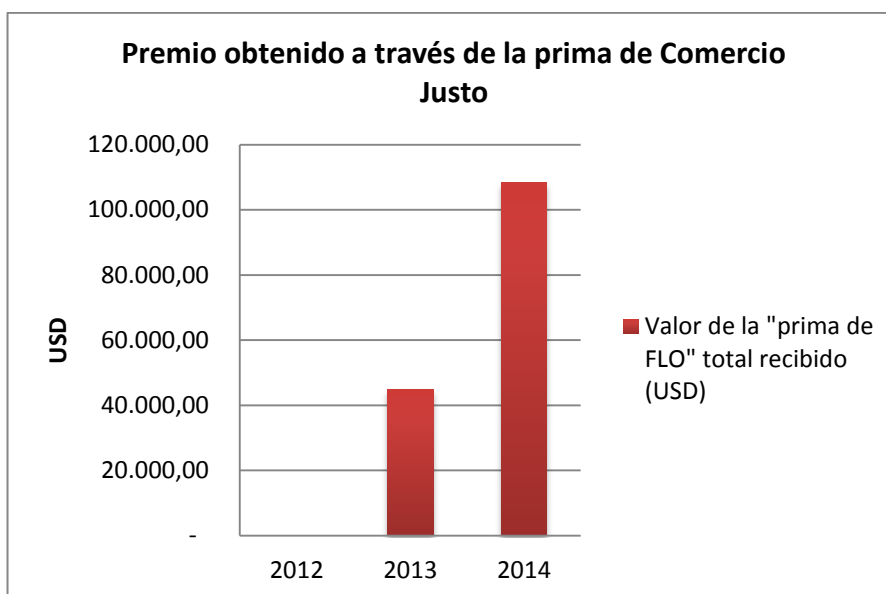


Fuente: UNOCACE, 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

En este gráfico se detallan las ventas que tuvo la UNOCACE por año. En el año 2012 no se registra ventas con certificación de comercio justo debido que la obtención de la misma, inició a finales del segundo semestre de dicho periodo. La UNOCACE en el 2013 empezó a vender con certificación de Comercio Justo y con certificación orgánica. Sin embargo, refleja un decrecimiento en las ventas totales, mismo que es causado por la depuración de productores que hizo la organización a fin de seguir con las imposiciones que demanda la certificación de Comercio Justo.

Gráfico 10. Valores obtenidos por concepto de la prima de Comercio Justo en la UNOCACE



Fuente: UNOCACE, 2015

Elaboración: David Saltos y Félix Vera

Se puede observar un incremento significativo en el año 2014 que corresponde al 141% con relación al año anterior. La prima obtenida a través del Comercio Justo es otro componente del impacto económico, este rubro se encuentra en 200 dólares por tonelada en donde la UNOCACE, ha logrado un premio alrededor de 150 mil dólares que han sido invertidos en proyectos productivos para la organización.

En base a la investigación realizada a la UNOCACE, la organización invierte aproximadamente 4000 dólares anuales, a cambio el beneficio recibido gracias a esta inversión en el año 2014 fue de 108.500 dólares.

5.3.2 Impacto Social

Para la Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador, UNOCACE la certificación de Comercio Justo significa que el pequeño productor reciba el mejor precio posible de su actividad productiva y comercial del cacao. Se ha logrado pagar un precio justo a los pequeños agricultores incrementando así sus ingresos.

Los resultados del impacto económico determinan en qué medida es posible causar un impacto social significativo en la organización, en virtud de aquello, la UNOCACE tiene previsto invertir parte de la prima de Comercio Justo en proyectos productivos como por ejemplo; proyectos de viveros para entregar plantas a los agricultores y mejorar la capacidad instalada de los centros de acopio. Se considera que es una condición que se necesita mejorar a la brevedad posible a fin de mejorar la calidad del producto.

Adicional, la UNOCACE busca mejorar la situación social mediante una constante capacitación para el eficiente uso de los recursos y obtener una producción de cacao de calidad.

Un proyecto que la organización tiene estimado realizar es de tener su propia planta de producción de semielaborados y productos terminados, misma que beneficiará en gran cantidad a la comunidad con la creación de plazas de trabajo. Este proyecto es a largo plazo dado que el valor de la prima actual no es suficiente para su financiamiento, por lo que la alta

gerencia de la organización busca un apalancamiento con alguna entidad financiera.

Por último la organización planea tener una línea de micro créditos destinada para los pequeños agricultores para mejorar así su calidad de vida.

5.3.3 Impacto Ambiental

Con el transcurso de los años se ha podido evidenciar la irresponsabilidad que tienen las grandes industrias en cuanto al cuidado del medio ambiente, buscando sólo obtener beneficios económicos a través del uso inadecuado del suelo por medio de la aplicación de fertilizantes, pesticidas, entre otras sustancias químicas que perjudican en gran cantidad al ecosistema. Es por esta razón que tanto la certificación orgánica como la de Comercio Justo buscan una relación ecológicamente amigable entre las empresas con el medio ambiente.

En base a la investigación realizada sobre la Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador, UNOCACE se pudo observar que las plantaciones de dicha organización cuentan con certificación orgánica, por lo tanto cumple con una mitigación de la contaminación del medio ambiente a través de diferentes actividades como por ejemplo un proceso de limpieza periódica en las fincas, no uso de plásticos, no uso de fertilizantes, etc.

La certificación orgánica que ellos poseen son: Canada Organic Regime (COR) para Canadá, BioSuisse para Suiza. Reglamento CE para la Unión Europea y la National Organic Program (NOP) para Estados Unidos.

Dado que la UNOCACE cuenta con certificación orgánica, ellos no utilizan ningún tipo de fertilizante y en su reemplazo los productores con su propia iniciativa elaboran sus abonos orgánicos para ser usado en sus plantaciones.

CONCLUSIONES

El Comercio Justo es una iniciativa a nivel mundial que busca el bienestar social, económico y ambiental para los pequeños productores y ha tomado fuerza durante los últimos años. El costo de esta certificación depende del tipo de empresa y el número de productos certificados.

Con relación al análisis, socioeconómico ambiental de la Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador, prevalece el impacto económico por el uso de la prima que ha ayudado a establecer proyectos para la mejora de la producción. Este impacto influye en el ámbito social, ya que mejora el ingreso de los pequeños productores y se encuentran en una constante capacitación. En cuanto al impacto ambiental, se pudo observar que la organización cuenta con procesos de producción que son responsables con el medio ambiente excluyendo el uso de plásticos y fertilizantes en las fincas.

Dentro de las ventajas de la certificación de Comercio Justo encontramos la apertura a nuevos mercados internacionales, la prima de Comercio Justo que permite la inversión en mejoras de sus instalaciones o en actividades adicionales relacionadas con el beneficio de las organizaciones miembro afiliadas.

RECOMENDACIONES

Con respecto a los objetivos específicos y la información obtenida mediante la presente investigación, se exponen recomendaciones con el objetivo de que sean utilizadas en beneficio del país:

Mayor difusión sobre la certificación de comercio justo para una mejora continua de los pequeños productores.

Creación de una subpartida arancelaria que clasifique las exportaciones de productos con certificación de Comercio Justo para un mayor control de los ingresos obtenidos gracias a esta certificación.

Creación de una entidad pública o privada que coordine y regularice las actividades realizadas por las certificadoras del Comercio Justo en el Ecuador.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Anecacao. (2013). *Anecacao*. Recuperado el 29 de Julio de 2015, de Anecacao: <http://www.anecacao.com>
- ANECACAO. (2015). *ESTADÍSTICAS*. Obtenido de <http://www.anecacao.com/es/estadisticas/>
- ANECACAO. (2015). Revista Especializada en Cacao, 4ta edición. *Sabor Arriba*, 17.
- Arevalo Lara , M., Anzules Peñafiel, G., Rivas Gamboa, K., Rosado Ponce, L., & Villamar Moncada, G. (2014). *Proyecto de Nomenclatura Exportación de Cacao Tostado*. Guayaquil.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución Política de la República del Ecuador*. Montecristi.
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.
- COMERCIO JUSTO CHILE. (s.f.). Obtenido de <http://www.comerciojusto.cl/cj/certificaciones-de-comercio-justo/>
- Comercio Justo Chile. (2014). *IBIZNET*. Obtenido de <http://www.comerciojusto.cl/cj/certificaciones-de-comercio-justo/>
- Compromiso RSE. (2014). Obtenido de <http://www.compromisorse.com/rse/2014/11/27/comercio-justo-para-una-navidad-alternativa/>
- CORPEI. (2014). *Estrategia para la promoción de exportaciones de cacao y elaborados*.
- CORPEI. (2014). *Estrategia para la Promoción de Exportaciones de Cacao y Elaborados*. Guayaquil.

- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones - PRO ECUADOR. (2013). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec>
- ECOCERT. (2014). *ECOCERT*. Obtenido de <http://www.ecocert.com/es>
- ECOCERT. (s.f.). *ECOCERT*. Obtenido de <http://www.ecocert.com/es/comercio-justo>
- Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC. (2013). *SINAGAP*. Obtenido de <http://sinagap.agricultura.gob.ec/index.php/2012-12-13-15-09-13/cadenas-cacao-spr>
- Espinosa, A. E. (2015). *Comercio Justo*. Guayaquil.
- FAIRTRADE . (2011). *FAIRTRADE INTERNATIONAL*. Recuperado el 29 de Julio de 2015, de FAIRTRADE INTERNATIONAL:
<http://www.fairtrade.net>
- FAIRTRADE. (04 de 06 de 2014). *TABLA DE PRECIOS MÍNIMOS Y PRIMA DE COMERCIO JUSTO FT*. Obtenido de http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2014-06-04_SP_Fairtrade_Minimum_and_Premium_table.pdf
- FAIRTRADE IBÉRICA. (s.f.). Recuperado el 2015, de <http://www.sellocomerciojusto.org/es/productos/>
- Fairtrade Labelling Organizations International. (2011). *Fairtrade Labelling Organizations International*. Obtenido de <http://www.fairtrade.net/what-is-fairtrade.html?&L=1>
- FLOCERT. (01 de 01 de 2015). Obtenido de <http://www.flocert.net/wp-content/uploads/2014/03/PC-FeeSysSPO-ED-26-es.pdf>

- FLOCERT. (2015). *FLOCERT*. Obtenido de <http://www.flocert.net/es/servicios-fairtrade/certificacion-fairtrade/como-funciona/>
- FLOCERT. (01 de 01 de 2015). *FLOCERT*. Obtenido de <http://www.flocert.net/wp-content/uploads/2014/03/PC-FeeSysSPO-ED-26-es.pdf>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2013). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/GuiaCertificaciones.pdf>
- Merino Sanz, M. J. (2010). *Introducción a la Investigación de Mercado*. Madrid: ESIC Editorial.
- Ministerio de Comercio Exterior. (2013). Obtenido de <http://www.oescj.org.ec/pdf/marco-legal-ESS/nacional/AGENDA-CJ-2013-2017.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior. (05 de 2014). *Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014 - 2017*. Obtenido de ISSUU: http://issuu.com/vecoandino/docs/publicacion_estrategia_ecuatoriana
- OXFAM INTERMÓN. (s.f.). Obtenido de <http://www.oxfamintermon.org/es/que-hacemos/comercio-justo/como-trabajamos/criterios-de-comercio-justo>
- Oxfam Intermón. (s.f.). *Oxfam Intermón*. Recuperado el 29 de Julio de 2015, de Oxfam Intermón: <http://www.oxfamintermon.org>
- Porter, M. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.

PRO ECUADOR - SAE, D. d. (2014). *PRO ECUADOR*. Obtenido de

<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/GuiaCertificaciones.pdf>

PRO ECUADOR. (10 de 2013). Estudio de Redes y Actores de Comercio Justo en Los Países Bajos.

PRO ECUADOR. (2015). *Boletín de Exportadores Sector Asociativo y Comercio Justo*. Guayaquil.

SELLO COMERCIO JUSTO. (s.f.). *FAIRTRADE IBÉRICA*. Obtenido de <http://www.sellocomerciojusto.org/es/productos/>

Solis Orellana, A. M., & Moreno Almeida, E. X. (2014). *Repositorio@UCSG*. Recuperado el 2015 de Julio de 2015, de Repositorio@UCSG: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/2628/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-124.pdf>

Troya Rocha, M. B. (2014). *Repositorio.flacsoandes*. Recuperado el 30 de Agosto de 2015, de sitio web de Repositorio Flacso : <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec>

WFTO. (2014). *World Fair Trade Organization*. Obtenido de <http://wfto.com/about-us/who-we-are>

World Fair Trade Organization. (2015). Obtenido de <http://wfto-la.org/comercio-justo/wfto/10-principios>

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista al Gerente General de UNOCACE en el centro de acopio matriz



Anexo 2. Quintal de cacao en grano con certificación FAIRTRADE



Anexo 3. Visita de campo a la finca “El Deseo”



Anexo 4. Plantaciones de la finca “El Deseo”



**Anexo 5. Asociaciones, Organizaciones, Uniones y empresas
ecuatorianas con certificación de Comercio Justo del sector cacao y
elaborados.**

EMPRESAS	ACTIVIDAD	PRODUCTOS	TIPO DE EMPRESA	CERTIFICACIÓN	CIUDAD
UNION REGIONAL DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DEL LITORAL UROCAL	PRODUCTOR, EXPORTADOR	BANANO, CACAO EN GRANO	UNION	FLO	MACHALA
ASOCIACION DE PRODUCTORES ORGANICOS DE VINCES APOVINCES	PRODUCTOR, EXPORTADOR	CACAO EN GRANO	ASOCIACIÓN	FLO	VINCES
CORPORACION FORTALEZA DEL VALLE	PRODUCTOR, EXPORTADOR	CACAO EN GRANO	CORPORACIÓN	FLO	CALCETA
UNION DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS CACAOTERAS UNOCACE	PRODUCTOR, EXPORTADOR	CACAO EN GRANO	UNION	FLO	YAGUACHI
FEDERACION DE ORGANIZACIONES NEGRAS Y MESTIZAS DEL SUR OCCIDENTE DE ESMERALDAS	PRODUCTOR, EXPORTADOR	CACAO EN GRANO	FEDERACIÓN	FLO	ESMERALDAS
AGROINDUSTRIAS ARRIBA DEL ECUADOR AGROARRIBA S.A.	EXPORTADOR	CACAO	EMPRESA	FLO	YAGUACHI
TRANSMAR COMMODITY GROUP OF ECUADOR S.A.	PRODUCTOR EXPORTADOR	CACAO	EMPRESA	FLO	GUAYAQUIL
FUNDACION MCH MAQUITA CUSHUNCHIC COMERCIALIZANDO COMO HERMANOS	EXPORTADOR	CAÑA DE AZÚCAR, CACAO EN GRANO	ASOCIACIÓN	FLO - WFTO	QUITO
FONDO ECUATORIANO POPULORUM PROGRESSIO	PRODUCTOR EXPORTADOR	ADORNOS DE MADERA, ARROZ, ARTESANIAS DE TAGUA, CAFE TOSTADO, CAFE VERDE, CERAMICAS, CEREALES, CONFECIONES, CONSERVAS DE FRUTAS Y VEGETALES EDULCORANTES, ELABORADOS DE CACAO, GRANOS, HIERBAS Y TES, JALEAS Y MERMELADAS JOYAS DE ORO Y PLATA, OTRAS ARTESANIAS, SALSAS, CONDIMENTOS Y ESPECIAS, SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA, TUBERCULOS	ASOCIACIÓN	WFTO	QUITO
CORPORACION GRUPPO SALINAS	EXPORTADOR	CACAO, SACOS EN LANA DE OVEJA Y ALPACA, ALIMENTOS PROCESADOS (TURRON, BOMBONES, TABLETAS DE CHOCOLATE), TEXTILES, PROD. ARTESANALES, LACTEOS, QUESOS, CANASTAS DE PAJA, HILOS DE ALPACA, PANELA GRANULADA, MERMELADAS, SUETERES CHALES Y PONCHOS Y ACCESORIOS, CARNES, JAMON, PERNIL, MORTADELA, DERIVADOS DE LA SOYA	CORPORACIÓN	WFTO	GUARANDA