



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
INDOAMÉRICA  
DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE  
LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**

**TEMA:**

---

EL COMERCIO JUSTO PARA LA PRODUCCIÓN DE TUNA EN LA  
PARROQUIA TOTORAS - AMBATO

---

Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Magister en  
Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria.

**Autor:**

Lic. Christian David Ponce Peralvo

**Tutor:**

Ab. Mg. Mauricio Quiroga

AMBATO – ECUADOR

2021

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo Christian David Ponce Peralvo, declaro ser autor del Trabajo de Investigación con el nombre “El Comercio Justo para la Producción de Tuna en la Parroquia Totoras - Ambato” y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato a los 26 días del mes de septiembre de 2021, firmo conforme:

Autor: Christian David Ponce Peralvo

Firma:



Número de Cédula: 180379307-2

Dirección: Parroquia Totoras, sector Huachi Totoras, barrio La Union

Correo Electrónico: christian\_ponce88@yahoo.es

Teléfono: 0985432975

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “El Comercio Justo Para La Producción De Tuna En La Parroquia Totoras - Ambato” presentado por Christian David Ponce Peralvo, para optar por el Título de Magister de Administrador de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria.

### **CERTIFICO**

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe

Ambato 08 de noviembre del 2021

 Fiebre electrónicamente por:  
**MAURICIO  
SANTIAGO  
QUIROGA LÓPEZ**

.....  
Ab. Mg. Mauricio Quiroga

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Magister de Administrador de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria., son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato 08 de noviembre de 2021



Christian David Ponce Peralvo

1803793072

## **APROBACIÓN TRIBUNAL**

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “El Comercio Justo Para La Producción De Tuna En La Parroquia Totoras - Ambato”, previo a la obtención de Título de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 08 de noviembre del 2021



Firmado electrónicamente por:  
**JORGE WASHINGTON  
SANCHEZ CHAVALIE**

.....

PhD. Jorge Washington Sánchez Chavalie

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



Firmado electrónicamente por:  
**ALICIA  
JANNETH SILVA  
ORDÓÑEZ**

.....

Ing. M. Sc. Alicia Janeth Silva Ordoñez

**VOCAL**



Firmado electrónicamente por:  
**MAURICIO  
SANTIAGO  
QUIROGA LÓPEZ**

.....

Ab. Mg. Mauricio Santiago Quiroga López

**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar el presente trabajo a mis hijas Scarlett, Celeste, Charlize y a mi esposa Mayra que me brindaron su apoyo, me comprendieron, tuvieron paciencia y cedieron su tiempo para que pueda estudiar, para así pasar de ser una meta personal a una meta familiar, esta tesis es un logro más que llevo a cabo, y sin lugar a dudas ha sido gracias a ustedes, no sé dónde me encontraría si no fuera por ustedes quienes han sabido apoyarme y motivarme.

## **AGRADECIMIENTO**

Dios tu amor y tu bondad no tiene fin, me permites sonreír ante todos mis logros que son resultado de tu ayuda, y cuando caigo y me pones a prueba, aprendo de mis errores y me doy cuenta que los pones en frente mío para superarlos, quiero agradecer a Dios por la oportunidad que me dio, a mi esposa por el apoyo incondicional que me brinda, a mis hijas por la fuerza que me dan para superarme siendo ustedes mi principal motivación, y a mi madre por creer en mí pese a todas las circunstancias de mi vida ya que nunca has dejado de apoyarme.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
CERTIFICO	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE CUADROS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	xvi
Introducción	1
Justificación	7
Planteamiento del Problema	11
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
CAPÍTULO I	14
Marco Teórico	14
1.1. Antecedentes de la Investigación	14
1.1.1. El Comercio	14
1.2. Economía Social y Solidaria	19
1.2.1. Economía Social (ESoc)	20
1.2.2. Economía Solidaria (ESol)	21



1.2.3. Economía Popular y Solidaria	22
1.3. Producción Rural en Ecuador	24
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>26</b>
<b>Marco Metodológico</b>	<b>26</b>
2.1. Enfoque de investigación	27
2.2. Diseño de investigación	29
2.3. Descripción de la muestra y el contexto de la investigación	29
2.3.1. Contexto de la Investigación	29
2.3.2. Descripción de la muestra	30
2.4. Proceso de recolección de los datos	30
2.5. Análisis de los resultados	32
2.6. Investigación de Mercado	32
2.7. Formulación de Objetivos	33
2.8. Establecimiento de Hipótesis	34
2.9. Definición de Variables	34
2.10. Operacionalización de Variables	35
3.6. Investigación de campo	40
3.7. Ficha técnica	40
3.8. Resultados del levantamiento de información	42
<b>PROPUESTA: Sistema de Comercio Justo para la comercialización de Tuna</b>	<b>80</b>
3.1. Caracterización de la zona de estudio	80
3.2. Relación con la Planificación Local	84
3.3. Caracterización Productores	86
3.3.1. La Tuna	90
3.4. Propuesta de Sistema de Comercio Justo para la comercialización de Tuna	91
3.4.1. Marco institucional de la propuesta	92
3.4.2. Acciones previas	94
3.4.3. Gestión Administrativa de la organización	95

3.4.4. Sistema de Comercio Justo	96
3.4.5. Procedimiento General.	96
Conclusiones y Recomendaciones	116
Conclusiones	116
Recomendaciones	117
Bibliografía	117
Anexo	122

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Operacionalización de la Variable Independiente: Producción y Comercialización actual de Tuna en la parroquia Totoras del cantón Ambato	36
Cuadro N° 2. Operacionalización de la variable dependiente: Sistema de Comercio Justo para la comercialización de Tuna en la parroquia Totoras, del cantón Ambato	38
Cuadro N° 3. Cantón y parroquia de residencia	42
Cuadro N° 4. Sexo de encuestados	42
Cuadro N° 5. Rangos de edad de encuestados	43
Cuadro N° 6. Estado civil de encuestados	44
Cuadro N° 7. Tiene usted hijos menores de edad	45
Cuadro N° 8. Hijos menores de edad que estudien	46
Cuadro N° 9. Material de construcción predominante	47
Cuadro N° 10. Servicios básicos que posee	48
Cuadro N° 11. Identificación de jefe de Hogar	49
Cuadro N° 12. Tenencia del Terreno productivo	50
Cuadro N° 13. Tiempo de productor de Tuna	51
Cuadro N° 14. Rango de ingresos por venta de Tuna	52
Cuadro N° 15. Destino de sus ingresos	53
Cuadro N° 16. Percepción sobre afirmaciones	54
Cuadro N° 17. Medios de comercialización	57
Cuadro N° 18. Tiempo de movilización hasta punto de comercialización	58
Cuadro N° 19. Conocimiento sobre Comercio Justo	58
Cuadro N° 20. Razón sobre Comercio Justo	59
Cuadro N° 21. Percepción sobre Comercio Justo	60

Cuadro N° 22. Percepción sobre Comercio Justo	61
Cuadro N° 23. Sexo de compradores de tuna encuestados	62
Cuadro N° 24. Rangos de edad de compradores encuestados	63
Cuadro N° 25. Lugar de residencia habitual	64
Cuadro N° 26. Tiempo como comprador de Tuna	65
Cuadro N° 27. Sabe usted de donde provienen los productores de Tuna	66
Cuadro N° 28. Unidad de compra de tuna	68
Cuadro N° 29. Valor pagado por cada unidad de compra de tuna	69
Cuadro N° 30. Percepción sobre afirmaciones	70
Cuadro N° 31. Medios de comercialización	72
Cuadro N° 32. Conocimiento sobre Comercio Justo	73
Cuadro N° 33. Razón sobre Comercio Justo	74
Cuadro N° 34. Percepción sobre Comercio Justo	75
Cuadro N° 35. Percepción sobre Sistema de Comercio Justo	76
Cuadro N° 36. Opinión sobre Comercio Justo	77
Cuadro N° 37. Parroquias y extensión del cantón Ambato	80
Cuadro N° 38. Población de parroquias de cantón Ambato y proyección 2010 - 2020	81
Cuadro N° 39. Barrios y caseríos de la parroquia Totoras	83
Cuadro N° 40. Barrios y caseríos de la parroquia Totoras	83
Cuadro N° 41. Fuentes principales de ingresos familiares de la parroquia Totoras	86
Cuadro N° 42. Organizaciones legalizadas ante la SEPS, parroquia Totoras	87
Cuadro N° 43. Cultivos que se dan en la parroquia Totoras	88
Cuadro N° 44. Tabla Sanciones	115

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	Árbol de Problemas	12
Gráfico N° 2	Fases del proceso de análisis de datos	32
Gráfico N° 3	Sexo de encuestados	42
Gráfico N° 4	Rangos de edad de encuestados	43
Gráfico N° 5	Estado civil de encuestados	44
Gráfico N° 6	Tiene hijos menores de edad	45
Gráfico N° 7	Hijos menores de edad que estudien	46
Gráfico N° 8	Material de construcción predominante	47
Gráfico N° 9	Servicios Básicos que posee	48
Gráfico N° 10	Identificación del Jefe de Hogar	49
Gráfico N° 11	Tenencia del terreno productivo	50
Gráfico N° 12	Tiempo de productor de Tuna	51
Gráfico N° 13	Rango de ingreso por producción de Tuna	52
Gráfico N° 14	Destino de ingresos por venta de Tuna	53
Gráfico N° 15	Medios de comercialización	57
Gráfico N° 16	Conoce sobre Comercio Justo	58
Gráfico N° 17	Detalle sobre Comercio Justo	59
Gráfico N° 18	Percepción importancia sobre Comercio Justo	60
Gráfico N° 19	Percepción sobre Sistema de Comercio Justo	61
Gráfico N° 20	Sexo de comercializadores encuestados	62
Gráfico N° 21	Rangos de edad de comercializadores encuestados	63
Gráfico N° 22	Residencia habitual de comercializadores encuestados	65
Gráfico N° 23	Tiempo como comprador de Tuna	66

Gráfico N° 24 Conocimiento de origen de productores de Tuna	67
Gráfico N° 25 Unidad de compra de tuna	68
Gráfico N° 26 Medios de comercialización de Tuna	72
Gráfico N° 27 Conoce sobre Comercio Justo	73
Gráfico N° 28 Detalle sobre Comercio Justo	74
Gráfico N° 29 Percepción sobre Comercio Justo	75
Gráfico N° 30 Percepción sobre Sistema de Comercio Justo	76
Gráfico N° 31 Opinión sobre Comercio Justo	77
Gráfico N° 32 Ubicación de la parroquia Totoras dentro del cantón Ambato	82
Gráfico N° 33 Cultivo de tuna en la parroquia Totoras	90
Gráfico N° 34 Flujo del Proceso de Obtención del certificado SPP	96

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**DIRECCIÓN DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE**  
**LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**

**EL COMERCIO JUSTO PARA LA PRODUCCIÓN DE TUNA EN LA**  
**PARROQUIA TOTORAS - AMBATO.**

**AUTOR:** Christian David Ponce  
Peralvo

**TUTOR:** Ab. Mg. Mauricio Quiroga

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo parte de un marco referencial teórico que permite generar una propuesta relacionada con la creación de una organización que agrupe a los productores de Tuna de la parroquia Totoras, que a su vez permita acceder a la certificación de Comercio Justo como un distintivo que impulse un crecimiento comercial y un reconocimiento al origen y dedicación de los productores.

Inicialmente se hace un análisis de las condiciones nacionales y la normativa vigente asociada al sector de Economía Popular y Solidaria, del reconocimiento a la actividad agrícola, a los productores como actores fundamentales de desarrollo rural.

Luego se plantea un diseño metodológico que ayude a diagnosticar las condiciones de los productores de Tuna en la parroquia Totoras, describiendo y caracterizando dicha condición para establecer las bases que sustenten la propuesta para un Sistema de Comercio Justo.

Una vez realizada la investigación de campo y también bibliográfica, se plantean las condiciones para la constitución de una organización de EPS que agrupe a los productores de Tuna y define un gobierno y una visión de grupo enfocada en mejorar las condiciones comerciales y por ende de los ingresos. Además se incluyen los requerimientos de un ente de certificación de un distintivo de comercio Justo bajo la organización SPP. Símbolo de Pequeños Productores.

**DESCRIPTORES:** Organización, Productores, Tuna, Comercio Justo

## ABSTRACT

This research aims to propose the creation of an organization that groups prickly pear fruit producers in Totoras, which permits them to get a Fair Trade Certification as a distinctive that promotes commercial growth and recognition of the origin and dedication of the producers. It was made an analysis of the national conditions, the current regulations associated with the Popular and Solidarity Economy sector, the recognition of agricultural activity, and producers as key actors of rural development. A methodological design was proposed to help diagnose the conditions of prickly pear fruit producers in Totoras, describing and characterizing this condition in order to establish the bases that support the proposal for a Fair Trade System. A field and bibliographic approach was used to identify the conditions for the creation of an EPS organization that groups prickly pear fruit producers and defines a government and group vision focused on improving the commercial conditions and incomes. It also includes the requirements of a certification body for a fair trade distinctive under the SPS organization (Small Producers' Symbol)

**KEYWORD** fair trade, organization, prickly pear fruit producers  
s.



## **Introducción**

El presente trabajo de investigación dentro del programa de Maestría de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, enmarca en la siguiente línea de investigación: Mercados y Comportamiento del Consumidor; y, en la sub línea: Comercio Justo y Conflicto Distributivo. Y, en este contexto se presenta el desarrollo de la misma.

Algunos estudios buscan “comprender y analizar la actividades económicas y estratégicas de los sectores económicos del Ecuador, divididos en tres sectores: primario (obtención de recursos de la naturaleza), secundario (transformación de materias primas y alimentos) y terciario, asociada a los servicios” (Gómez Jurado, 2016).

En general, la actividad productiva del Ecuador ha estado directamente relacionada con actividades primarias, como la agricultura, la ganadería, las artesanías, sin dejar de lado las de manufactura, las industriales y obviamente las de servicios y el comercio. De hecho y como lo afirma el Ministerio de Agricultura, ente público rector de la política agropecuaria en el Ecuador:

Los agricultores son tan necesarios para la población como el agua o el sol. Ellos son los que suministran cada día productos de calidad para una alimentación saludable, pero también cultivan productos que sirven para la exportación, y por lo tanto son fuente de ingreso de divisas para la economía ecuatoriana. En Ecuador, este sector aporta con el 8% a la producción total anual del país (Producto Interno Bruto). Con su trabajo, los agricultores también generan fuentes de empleo, en el sector rural con lo que contribuyen a reducir la pobreza en el campo. Se estima que hasta el primer semestre de este año, el sector ha generado más de 2,2 millones de trabajos. (Ministerio de Agricultura, 2019)

Aunque las actividades agrícolas en la zona rural tienen, como se menciona, un alto peso en la generación de empleo, esto no significa que las condiciones de vida sean adecuadas o que ello permita reducir indicadores de pobreza, como se menciona en el Informe de Política Agropecuaria, de los autores Egas, Shik, Inurritegui y De Salvo (2018), que publica el Banco Interamericano de Desarrollo.

Si bien la pobreza en el país ha disminuido, en zonas rurales aún es elevada. Así, mientras en el 2006 la tasa de pobreza y pobreza extrema por consumo rural se ubicó en 61.5% y 26.9% respectivamente, al 2014 se redujo a 47.3% y 13.8% (ECV, 2006 y 2014). En ese contexto, como complemento de las políticas sociales, el desarrollo de la agricultura podría ser un medio importante para reducir la pobreza, dado que, entre 2007 y 2013, el 68% de la Población Económicamente Activa (PEA) rural se dedicó a la agricultura (MAGAP,2016). Esto indica el papel potencial del sector agropecuario en las estrategias de reducción de la pobreza; para lo cual, las políticas agropecuarias pueden ser fundamentales. La agricultura en el Ecuador puede contribuir a mejorar las condiciones económicas de las zonas rurales si incrementa su productividad y mejora las condiciones de equidad en que se desarrolla. (BID, 2018)

Esto permite reconocer que las condiciones en las que se desarrollan la actividad agrícola, presenta debilidades que deben ser analizadas y enfrentadas de forma que se puedan eliminar y así fortalecer los resultados.

La calidad de las características que posee el suelo y su ubicación geográfica, han generado biodiversidad, flora y fauna, en base a la agricultura y ganadería del país, vale recalcar que Ecuador es considerado como uno de los mejores países por su gran concentración de biodiversidad. En la actualidad se presentan problemas económicos, sociales, ambientales en los países en vías de desarrollo lo que da lugar al retroceso, la destrucción, dependencia y daño ambiental, que no ha sido alejada a la realidad del Ecuador, sobre todo cuando los modelos de desarrollo establecidos han discriminado al sector agropecuario sin poder mantenerlos en el tiempo. (Salas L, 2018)

Se reconoce la importancia de las actividades agrícolas para el sostenimiento, la soberanía alimentaria, el desarrollo y crecimiento económico, al mejoramiento de indicadores de empleo y desempleo. Su aporte fundamental en la producción y abasto de toda clase de productos primarios, de alimentos e insumos para la producción.

En la Constitución del Ecuador, se incluyó como un derecho del buen vivir la soberanía alimentaria, conceptualizada como “el derecho de los pueblos a definir sus propias políticas de producción, distribución y consumo de alimentos y a poder producir, localmente, comida sana, nutritiva y culturalmente adecuada”. (Giunta, 2018)

Esto conlleva a pensar que las actividades, principalmente agrícolas, agropecuarias, ganaderas, piscícolas, entre otras, representan para el país y la sociedad un componente fundamental de fortalecimiento del propio estado y una condición muy sensible para el desarrollo; y que tiene en los campesinos y habitantes de las zonas rurales a quienes se dedican de una forma permanente y sacrificada, a entregar su esfuerzo en bien propio, de su familia, de su entorno, pero de forma indirecta pero muy trascendente por el país.

En este trabajo enfocado en el comportamiento comercial de los actores que intervienen en las comerciales y sociales, interna y externas del grupo asociativo, del sector y la comunidad, en la presencia inequívocamente distorsionante de la intermediación comercial, y de la normativa creada para garantizar el reconocimiento a la labor y esfuerzo de productores primarios; se busca entender, cuantificar y cualificar las condiciones socioculturales y económicos de los productores de tuna de la parroquia Totoras, y el resultado de aplicación de las características aceptadas del Comercio Justo, en la forma y medida que se sobreentienda. En el desarrollo se pretende abordar en forma amplia, temas de mercado, consumo y cultura; referente a bienes, servicios y comportamiento social del grupo de estudio, que sea, a su vez, un aporte para la sociedad ecuatoriana.

La investigación, analiza la predisposición particular y grupal, el comportamiento de los integrantes, y las condiciones necesarias para que la aplicación de las medidas de Comercio Justo sean entendidas y defendida por el grupo asociativo; y, también, que a nivel público y privado se reconozca y genere conciencia en la necesidad de valorar y asignar un aporte en términos de aceptación y mayor valor del esfuerzo humano, sobre todo de quienes, como el caso de los productores de Tuna de la parroquia Totoras, de forma organizada, y las prácticas comerciales adecuadas para que la producción y su venta, genere ingresos y

bienestar (trabajo) a los productores asociados, dentro del mercado local, provincial y hasta nacional.

Con esta investigación se podrá tener una primera idea del sistema productivo y comercial de la Tuna en la zona geográfica de Totoras, parroquia del cantón Ambato, del impacto social que esta actividad genera y de las relaciones con los intermediarios y compradores finales, considerado los aspectos humanos, valores y actitudes en toda la cadena productiva y comercial.

El presente trabajo tiene vigencia, por lo que se establece en la Constitución de la República del Ecuador, la cual define en el artículo 283, que el sistema económico es social y solidario, colocándose al ser humano por encima del capital económico y financiero, contribuyéndose a establecer relaciones amigables con la naturaleza y garantizar procesos que conlleven al bienestar social (Buen Vivir). Asimismo, define que el sistema económico del país esté integrado por la: economía pública, privada, mixta y, la popular y solidaria. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

También es importante mencionar que el estudio se articula al Plan Nacional de Desarrollo, Toda una Vida para el periodo 2017-2021, con los siguientes objetivos y políticas:

Objetivo 1: “Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas”:

“El garantizar una vida digna en igualdad de oportunidades para las personas es una forma particular de asumir el papel del Estado para lograr el desarrollo; este es el principal responsable de proporcionar a todas las personas –individuales y colectivas–, las mismas condiciones y oportunidades para alcanzar sus objetivos a lo largo del ciclo de vida, prestando servicios de tal modo que las personas y organizaciones dejen de ser simples beneficiarias para ser sujetos que se apropian, exigen y ejercen sus derechos”. (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2017)

Política 1.1: Promover la inclusión económica y social, combatir la pobreza en todas sus dimensiones, a fin de garantizar la equidad económica, social, cultural y territorial.

Política 1.6: Garantizar el trabajo digno y la seguridad social de todas las personas.

Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario y afianzar la dolarización.

“En el sector real es necesario aumentar las fronteras de transformación estructural de la economía, mediante el fortalecimiento de un sistema productivo eficiente e innovador que diversifique la producción de manera sostenible; fomente la producción de bienes y servicios con alto valor agregado; genere empleo de calidad y potencie la economía popular y solidaria, con los actores cooperativistas, asociativos y comunitarios (CE, 2008, art. 283). Siguiendo esta línea de pensamiento, se debe evitar que los salarios resulten afectados, no solo para mantener la capacidad de consumo de los hogares y la demanda agregada, sino también para evitar el incremento de la pobreza y la desigualdad. Por ende, se crearán las condiciones de entorno y competitividad sistémica para fortalecer el tejido empresarial, generar confianza y mejorar el clima de negocios, gracias a una regulación económica estable y simplificada que brinde seguridad jurídica a las empresas”. (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2017)

Política 4.8: Incrementar el valor agregado y el nivel de componente nacional en la contratación pública, garantizando mayor participación de las MIPYMES y de los actores de la economía popular y solidaria.

Política 4.9: Fortalecer el apoyo a los actores de la economía popular y solidaria mediante la reducción de trámites, acceso preferencia a financiamiento y a contratación pública, para su inclusión efectiva en la economía.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

En el cambio de matriz productiva es clave favorecer la transformación y diversificación productiva. A largo plazo, los esfuerzos deben encaminarse a

cambiar la especialización productiva y superar la grave heterogeneidad estructural, lo que implica afectar las bases de las estructuras económicas y productivas que hemos heredado. En el camino hacia ello, se deben analizar las condiciones naturales, de suelo y clima, pero también las variables socio-culturales que posee el país, para generar producción diferenciada del resto del mundo, con lo cual se incentiva y potencia las ventajas comparativas a corto plazo y abre las puertas para la creación de ventajas competitivas a largo plazo. Es una apuesta que va más allá de incrementos de producción y de mayor diversificación en la misma escala. Va hacia el potenciamiento de las capacidades del talento humano y a incorporar mayor valor agregado a la producción nacional para establecer estándares de calidad que permitan su diferenciación en el mercado nacional e internacional para abrir caminos hacia la producción de nuevos elementos que resulten del fomento a la innovación. Para cambiar el patrón productivo utilizado en la economía ecuatoriana a lo largo de su historia, se requiere fortalecer y potenciar la integración de las cadenas productivas locales, al incrementar la relación espontánea entre actores implicados en la provisión de bienes y servicios –desde la producción primaria hasta la llegada al consumidor, lo cual incluye el circuito de comercialización y de incentivos afinados, bien concebidos y oportunos. (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2017)

Política 5.9: Fortalecer y fomentar la asociatividad, los circuitos alternativos de comercialización, las cadenas productivas, negocios inclusivos y el comercio justo, priorizando la Economía Popular y Solidaria, para consolidar de manera redistributiva y solidaria la estructura productiva del país.

Objetivo 6: Desarrollar la capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural.

Si bien en lo productivo la ruralidad prioriza las actividades relacionadas a la obtención de alimentos, también son prioritarias otras actividades generadoras de trabajo como las artesanías, la confección, el turismo, los servicios de apoyo y comercio. En conjunto, todas estas actividades económicas brindan

oportunidades de encadenamientos y emprendimientos, que generan trabajo y mayores ingresos familiares. Estos elementos fundamentales para reactivar las economías locales evitan la migración y reducen la pobreza, aportando de esta manera a un cambio inclusivo de la matriz productiva, en donde la economía popular y solidaria, enfatizando el papel de las mujeres, desempeñará un rol motivado y activo. (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2017)

Política 6.1: Fomentar el trabajo y el empleo digno con énfasis en zonas rurales, potenciando las capacidades productivas, combatiendo la precarización y fortaleciendo el apoyo focalizado del estado e impulsando el emprendimiento.

Política 6.5: Promover el comercio justo de productos, con énfasis en la economía familiar campesina y en la economía popular y solidaria, reduciendo la intermediación a nivel urbano, e incentivando el cuidado del medioambiente y la recuperación de los suelos.

El gobierno nacional, a través de este Plan Nacional, incentiva y amplía el alcance de metas sobre indicadores socioeconómicos que ayuden a cerrar brechas en la sociedad, como un medio para la redistribución de la riqueza, permitiendo el mejoramiento social, productivo, y comercial de las familias en general.

## **Justificación**

La Constitución del Ecuador, del año 2008, establece que el sistema económico es Social y Solidario, (Art. 283), es decir que existe una valoración de las condiciones humanas naturales e históricas en las actividades productivas y comerciales, por tanto se establece en el Art. 304.

La política comercial tendrá los siguientes objetivos: (entre otros) 3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales. 4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas. **5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.**

De la misma manera en la propia Constitución, el artículo 35 menciona que:

El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

Y, en el artículo 336, también menciona que: Art. 336:

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

Considerando también que la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, incluye en el artículo 4, los Principios, el literal c, menciona que:

- a. La búsqueda del buen vivir y del bien común.
- b. La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.
- c. El comercio justo y consumo ético y responsable.**
- d. La equidad de género.

Entonces se debe entender que la práctica del Comercio Justo está reconocida constitucional y legalmente, por tanto la investigación gana en vigencia y de por sí se justifica, al tratar de apoyar en sistema productivo y comercial de la Tuna, que por naturaleza y ubicación, corresponde a grupos de campesinos y productores de la zona rural, donde las carencias y necesidades son más acentuadas.

Algunos de los principales estudios

Fue en 1964, en el seno de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), cuando se oyó por primera vez el grito de “Comercio, No Ayuda”. Desde entonces, el Comercio Justo constituye una alternativa al comercio convencional para los productores del Sur en situación de vulnerabilidad, caracterizándose por establecer relaciones comerciales estables y



transparentes, que se rigen no sólo por criterios económicos, sino sociales y medioambientales. (CEPAL, s.f.)

A raíz de este primer reconocimiento, tanto el concepto como su aplicación han venido consolidándose de forma que en la actualidad se acepta como un medio de comercialización mucho más humano y que reconoce un valor más profundo de los productos que se asocian con el sistema. Además de la creación de organizaciones dedicadas al comercio justo, como medio alternativo: "entre éstas destacan el Oxford Committee for Famine Relief (Comité Oxford de Ayuda contra el Hambre), mejor conocido como Oxfam, fundado en Gran Bretaña en 1942; la Fair Trade Federation (Federación de Comercio Justo) en Estados Unidos, cuyos inicios se remontan a 1946, y la Fédération Artisans du Monde (Federación de Artesanos del Mundo), creada en Francia en 1981, con antecedentes que datan de 1970" (García, 2011)

A nivel latinoamericano, entidades como la Comisión Económica para América Latina, ha impulsado estudios y publicaciones sobre Comercio Justo, como por ejemplo: "El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible", o "Los beneficios y retos del comercio justo: los casos de Cosurca (Colombia) y Banelino (República Dominicana) son esfuerzos para un mejor entendimiento del aporte del movimiento de comercio justo.

Además se considera que es importante en los actuales momentos el aporte de la presente investigación, por cuanto el desarrollo económico del pequeño productor debe ser sistemático e integral para contribuir a la reducción de la pobreza mediante el trabajo decente en el sector rural, como un aporte directo a la consecución de las metas del PND.

En lo productivo, Ecuador es un país con grandes recursos para la producción primaria, con campos aptos para el cultivo, en el que la actividad de sector campesino es un pilar fundamental de la economía, y debe apuntalarse con la implementación de políticas públicas que permanentemente incentiven la actividad y posibiliten la formación y consolidación de organizaciones sociales productivas; sin embargo, este esfuerzo no siempre se logra, sobre todo en el sector urbano, mientras que a nivel rural, la resistencia es menor, aunque existen personas que no creen pertinente el asociarse como medio de mejoramiento.

Tungurahua, se encuentra ubicada estratégicamente en el centro del país, perteneciente a la región sierra, por lo que su clima es frío templado, favoreciendo la producción de alimentos por sus tierras productivas, además se ha caracterizado por su gran variedad de productos agrícolas lo que le ha permitido ser reconocida a nivel nacional por ello, la comercialización de productos favorece a sus habitantes, siempre que estos sean conocidos por los consumidores, no solo locales, sino nacionales.

La provincia entre sus principales fuentes de ingreso está la actividad agrícola como son: la cebolla, las papas la zanahoria, la lechuga, el maíz, el tomate y entre las frutas que contamos con una gran variedad se encuentran la manzana, claudia, mandarina, durazno, mora, fresa, pera, por lo que la provincia es una de las principales proveedoras de estos productos al resto del país.

Ambato, conocida como la tierra de las flores y las frutas, es un cantón netamente comercial, por ser el centro de comercialización e intercambio de productos provenientes de la costa, sierra y de la Amazonía.

En el Plan de Desarrollo Territorial establece que la zona presenta una gran diversidad de productos que se ha adaptado al clima de la zona los cuales son muy apreciados en el mercado, en esta zona el mayor porcentaje de producción es agrícola produciendo principalmente hortalizas, tubérculos, flores, frutas, entre otros por lo que se está dando un cambio en el sistema productivo y un mejoramiento de las relaciones con el mercado. (Planifica Ecuador, 2020)

Uno de los principales rubros se centra en los cultivos de fresa en variedades como Albión, Diamante, Monterrey, entre las principales; y la mora de los tipos de castilla, colombiana con y sin espinas. En la zona baja de la parroquia se alternan bajo la copa de los árboles frutales cultivos como alfalfa, papas, arveja, habas, entre los principales.

Tungurahua, se encuentra conformada por varios pueblos y comunidades indígenas, ubicadas especialmente en los sectores altos de los cantones, entre ellos están el pueblo Quisapincha, el pueblo Santa Rosa, el pueblo Salasaca, y otros ubicados en parroquias rurales de esta provincia como en Ambatillo, Santa Rosa, Juan Benigno Vela, entre otros.

La parroquia Totoras se encuentra ubicada al sureste del cantón Ambato a una distancia de 8 km de la vía al cantón Baños, con 7.913 habitantes aproximadamente, de las cuales en su mayoría se dedican a la agricultura que es una de las principales fuentes de ingresos para poder solventar su economía familiar. Los productores del sector, se dedican al cultivo de chochos y tuna de manera individual, por la necesidad de aprovechar las tierras productivas y ser un sustento para sus familias, por ello la variedad de productos agrícolas con los que cuenta la comunidad. Esta investigación pretende ayudar a mejorar la economía de los productores de tuna en la parroquia Totoras de la ciudad de Ambato mediante el análisis, evaluación y valoración del Comercio Justo para este tipo de producto, que reconozca la condición humana, las historias detrás de las personas y familias involucradas, los resultados sociales, el bienestar, el mejoramiento de ingresos, entre otros factores, y así alcanzar un mejor nivel de vida.

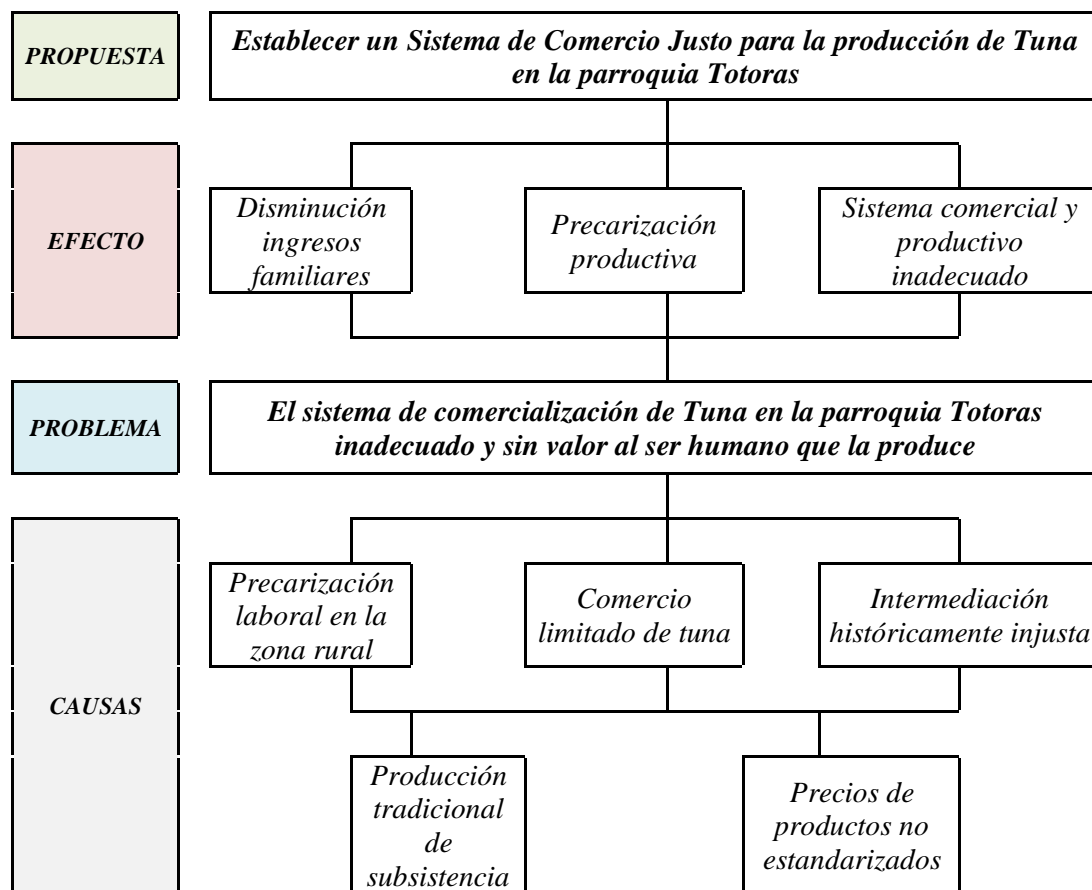
### **Planteamiento del Problema**

Previo al planteamiento del problema es importante partir de preguntas directrices que con la investigación se responderán, considerando que cada una direcciona un desarrollo que profundiza el trabajo investigativo y fortalece la propuesta derivada de la misma.

La primera pregunta, planteada como:

- ¿Cómo el sistema de comercio justo puede incidir en las condiciones productivas y comerciales de las familias productoras de tuna en la parroquia Totoras?
- ¿Cómo implementar condiciones adecuadas de producción y comercialización para las familias productoras de Tuna en la parroquia Totoras?

Una vez que estas preguntas, que obligatoriamente deben responderse como parte fundamental de esta investigación, se podrán dar respuesta integral al problema identificado, para una complementación más adecuada se plantea un árbol de problemas como herramienta de apoyo.



**Gráfico N° 1** Árbol de Problemas

**Elaborado Por:** Christian Ponce

**Fuente:** Hernández Sampieri (2018)

En función de este análisis se establece el problema como:

**¿El sistema de comercialización de Tuna en la parroquia Totoras inadecuado y sin valor al ser humano que la produce?**

## **Objetivo General**

Evaluar la pertinencia de implementar un sistema de Comercio Justo para la producción de Tuna en la parroquia Totoras.

## **Objetivos Específicos**

- Elaborar un diagnóstico de línea base del sistema productivo de Tuna en la parroquia Totoras.
- Evaluar las condiciones del proceso de comercialización de productos de Tuna en la zona de Totoras.
- Identificar la normativa vigente respecto de la aplicación del Comercio Justo al sector productivo primario en Ecuador.
- Identificar un Modelo de Sistema de Comercio Justo asociado a la producción y comercialización de Tuna en la parroquia Totoras del cantón Ambato.

## CAPÍTULO I

### Marco Teórico

#### 1.1. Antecedentes de la Investigación

##### 1.1.1. El Comercio

Una primera aproximación a esta investigación, debe obligatoriamente partir de la idea básica del Comercio.

La palabra Comercio proviene del latín “*commercium*”. Ésta se descompone en *cum*, que significa con; y, *merx* o *mericis*, que significa mercancía. Desde el punto de vista económico, se llama comercio a la intermediación entre la oferta y la demanda de mercaderías, con el objetivo de obtener un lucro. Desde este punto de vista, la actividad mercantil se distingue de otras actividades conexas a ella. Se distingue de la transformación (fabricación) que no implica, necesariamente, intermediación en el cambio de bienes. (Rodríguez Olivera & López Rodríguez, s.f.)

Este primer acercamiento conceptual, nos permite tener una noción cercana y clara del comercio, la intermediación es sinónimo de comercio, por tanto el afán o finalidad se asocia directamente con el lucro o la utilidad.

Otro criterio interesante es el que el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) incluye como forma de identificar al comercio, y lo conceptualiza como:

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor, Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios

que se afectan a través de un mercader o comerciante. El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles. (Comercio, s.f)

Considerando el concepto anterior, el comercio como actividad es el puente entre quien (o quienes) producen, y quien (o quienes) adquieren bienes y servicios. Para que esta relación se cumpla, el rol del comerciante (intermediario) es obligatoriamente necesario.

Si bien la base racional de la investigación parte de esta conceptualización (rápida, es cierto), el esfuerzo va hacia reconocer la existencia o forma en que el Comercio Justo opera y se valora.

Es por ello que es importante centrar el análisis en la fundamentación teórica y conceptual del Comercio Justo, en la aceptación general, aunque como reconocen algunos autores, como por ejemplo Vizcarra, menciona que:

Es importante reconocer que hablar de comercio justo nos permite enriquecer el concepto de comercio, comúnmente considerado como una actividad estrictamente técnica y maximizadora de ganancias, al añadirle elementos esenciales del desarrollo sostenible. Esto ha implicado el reconocimiento del rol clave que puede jugar el comercio en el desarrollo de las regiones más atrasadas, siempre que se incorpore el concepto de equidad en él. No debemos olvidar, sin embargo que el equilibrio “negocio-desarrollo” es un punto difícil de precisar y mantener. A lo dicho, debemos adicionar el hecho histórico que el movimiento de comercio justo, se inició de manera descentralizada como respuesta de la sociedad civil en diferentes momentos, lugares y posiciones, como una de las formas de respuesta a las injustas u desiguales estructuras y relaciones comerciales entre los países desarrollados y los países en vías de desarrollo. Como resultado de esta diversidad, ha sido u hecho inevitable que exista una variedad de definiciones para el mismo. Por tanto, no existe una única definición de Comercio Justo, lo cual permite que diferentes personas y organizaciones lo utilicen o lo entiendan de diferentes maneras. (Vizcarra K, 2002)

Es necesario incluir, como un elemento de análisis, que, como reconoce el autor Vizcarra: “el Comercio Justo es una respuesta a modelos económicos y comerciales

existentes, y básicamente como respuesta al Capitalismo” (2002); de hecho Marx lo consideraba como: “un sistema de producción inherentemente injusto, en el que las clases proletarias son explotadas por la burguesía como mano de obra. A cambio, obtienen un salario que usan para consumir, entre otras cosas, los bienes que ellas mismas produjeron”. (Raffino, 2020)

En ocasión del Día Mundial de la Alimentación, celebrado el 16 de octubre de 2016, Rafael Zavala Gómez del Campo, representante de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en Colombia, afirmó que el 70% de los alimentos que se consumen son producidos por pequeños productores. Sin embargo, únicamente un 5% de ese 70% de productos lo producen pequeños productores organizados en cooperativas, asociaciones u otras formas organizativas. Por esta razón, el fomento de la asociatividad es un elemento fundamental del movimiento por un comercio justo y solidario, en las relaciones con los pequeños productores agrícolas. Para Zavala, esto implica que gran parte de los campesinos les venden a los intermediarios. En este sentido, limitar al máximo las intermediaciones y empoderar a las organizaciones de productores para que tengan cada vez más voz y fuerza en el mercado es otro principio fundamental del comercio justo. (CLAC, 2017)

Estas aproximaciones teóricas a lo que representa el Comercio Justo, nos acerca a un idea general, aceptada y fácil de asimilar, que cobijada bajo este concepto, los pequeños productores pueden llegar a ser valorados en su real dimensión.

La ONG “Coordinadora de Comercio Justo”, en su página web, realiza un análisis y plantea una idea amplia pero asociada al ser humano, en los siguientes términos:

El Comercio Justo es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza. Se basa en:

- **Condiciones laborales y salarios adecuados** para los productores del Sur, que les permitan vivir con dignidad.
- **No explotación laboral infantil**



- **Igualdad entre hombres y mujeres:** Ambos reciben un trato y una retribución económica equitativa.
- **Respeto al medioambiente:** Los artículos se fabrican a través de **prácticas respetuosas con el entorno en el que se producen.**

Por todo ello, el Comercio Justo es considerado como una herramienta de cooperación. El Comercio Justo constituye, además, un movimiento internacional formado por organizaciones del Sur y del Norte. Su objetivo es mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional que consolidan la pobreza y la desigualdad mundial. (Comercio Justo, s.f.)

Estas apreciaciones conllevan una respuesta directa contraria a lo que las economías de mercado o capitalistas pregonan, que el beneficio, o mejor la rentabilidad, pero por sobre todo la distribución de la rentabilidad no quede en pocas manos, en los dueños del capital, sino que se redistribuya de forma tal, que permita disminuir pobreza, desigualdad, y relegación de grupos y personas. Aquí cabe incluir una definición muy interesante de la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO), que la Coordinadora de Comercio Justo (ONG) recoge en su página web:

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

Como un complemento que ayude a generar una idea mucho más profunda de lo que termina siendo, o por lo menos que ayude a asimilar las ideas fundamentales relacionadas con el Comercio Justo, la WFTO define 10 principios internacionales que se indican a continuación:

1. Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas.

2. Transparencia y responsabilidad
3. Prácticas comerciales justas
4. Pago de un precio justo
5. Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso
6. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical)
7. Asegurar buenas condiciones de trabajo
8. Facilitar el desarrollo de capacidades
9. Promoción del Comercio Justo
10. Respeto por el medio ambiente

Se debe destacar un aspecto fundamental que tanto los conceptos expuestos como los principios enunciados pretenden destacar, que la búsqueda de la aplicación del Comercio Justo se orienta a darle valor, a reconocer el nivel de esfuerzo y compromiso que los pequeños productores tienen dentro de la cadena productiva y comercial. Pero, una de las realidades del Ecuador es que en el mercado, la presencia de intermediarios, por un lado, y la falta de solidaridad de las grandes cadenas o negocios, por otro, simplemente limitan la aplicabilidad de los principios y de la finalidad del Comercio Justo como respuesta a las desigualdades históricas, aún latentes. Por ello la asociatividad, la cooperación como una forma de fortalecer procesos, presencia y capacidad negociadora (y obviamente de gestión), se vuelven una necesidad vital para que la promoción, aceptación y valoración del Comercio Justo se de en su real dimensión que se asocia de forma directa e inequívoca con los preceptos de la Economía Social y Solidaria

Y aquí un factor determinante e inmensamente influyente es la presencia del Estado para promover políticas públicas y de fortalecimiento del sector rural, del mejoramiento de las capacidades y de la propia eficiencia de las acciones en favor de los pequeños productores como impulso a su mejoramiento de condiciones de vida.

Zavala apunta a dos elementos clave: la importancia de las políticas públicas hacia el cambio de las estructuras económicas de las zonas rurales y la relevancia de enfocarlas en la asociatividad rural, esto es, en las organizaciones de pequeños

productores y no en los productores individuales. De alguna manera está afirmando que es mucho mejor construir políticas públicas para aquellos actores que, especialmente en América Latina y el Caribe, consideramos como actores clave de la economía social y solidaria. En estos dos elementos podemos ver realmente el gran potencial del comercio justo, como un movimiento con características propias que se adaptan claramente al enfoque de desarrollo holístico, propuesto nuevamente por Naciones Unidas a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. El movimiento tiene un enfoque multidimensional (aspectos económicos, sociales, ambientales y políticos), multinivel (participación local, nacional, regional, continental y global) y multi-stakeholders (productores, organizaciones, exportadores, importadores, compradores, organizaciones de la sociedad civil, tiendas, supermercados, autoridades públicas, consumidores finales, entre otros); características que pocos movimientos socio-económicos globales están desarrollando de manera tan exitosa como lo está haciendo el comercio justo, a pesar de las dificultades, los muchos desafíos y también los tropiezos que el movimiento vive en sus procesos. (CLAC, 2017, pág. 5)

Como se puede colegir de este anterior planteamiento, la relación entre políticas públicas y esquemas asociativos, como base del desarrollo del Comercio Justo; y, ello conlleva obligatoriamente a dirigirse a las nociones y generalidades de la Economía Social y Solidaria como sistema económico alternativo a los sistemas tradicionales vigentes en los diferentes países, y obviamente en el Ecuador.

Por tanto es importante incluir los conceptos básicos de la Economía Social y Solidaria y cómo se ha ido generando las políticas públicas para su vigencia y desarrollo.

## **1.2. Economía Social y Solidaria**

La ESS no es una idea ni corriente que nace de forma integrada, tal y como en la actualidad se la asocia y acepta. Para poder llegar a entenderla es necesario que se repase cada uno de los conceptos que se integran para alcanzar a dimensionar lo profundo y trascendental de sus alcances.

### ***1.2.1. Economía Social (ESoc)***

La ESoc es un término con una amplia tradición en la literatura (Monzón, 2003; Chaves et. al, 2003; Defourny y Monzón, 1992; Defourny, 1990), con una referencia académica bastante clara a nivel internacional, el Ciriec-Internacional, que acota estas realidades socio-empresariales en base a unos principios<sup>1</sup> y las organiza en dos sub-sectores: el de mercado y el de no mercado (Monzón y Chaves, 2012, 2011, 2008; Pérez de Mendiguren et al 2009, Etxezarreta y Morandeira, 2012). Esta definición integra las tres grandes familias socio-económicas consideradas tradicionalmente como entidades de la ESoc (cooperativas, mutualidades y asociaciones), dando así carta de naturaleza legal a la existencia de empresas no capitalistas (Laville, 2013) o a-capitalistas (Draperi, 2013), en cuanto que organizaciones democráticas que no condicionan la capacidad de decisión ni de percepción de beneficios al capital aportado por cada miembro. (Pérez de Mendiguren & Etxezarreta, 2014)

Los mismos autores Perez de Mendiguren y Etxezarreta (2014), mencionan que “Las organizaciones de ESoc son entidades privadas, organizadas formalmente, con autonomía de decisión y libertad de adhesión, con distribución de beneficios no vinculado al capital aportado y con organización democrática”. Esto permite considerar que existe una identificación de quienes se relacionan en este tipo de economía, como actores reconocidos y que tienen una finalidad diferente al simple lucro o rentabilidad. (Que, como ya se mencionó, se buscan prácticas sostenibles en el Comercio Justo, y al existir redistribución, la probabilidad de genera esa sostenibilidad es mayor).

Las raíces y los orígenes de la economía social se encuentran en las grandes corrientes ideológicas del siglo XIX, tanto en la social-cristiana como en la tradición socialista y anarquista de auto organización de la clase obrera, cuyos principales exponentes fueron Owen, Saint-Simon, Fourier, Proudhon o Buchez. Con ella se designaban las nuevas formas de organización creadas por la clase trabajadora en forma de cooperativas, asociaciones obreras y las mutualidades de seguros, de ahorro y crédito. (Jubeto, Guridi, & Fernández - Villa, 2014)

Como se menciona, quienes impulsaron la creación e las formas de organización fueron trabajadores, u obreros de las grandes fábricas que el desarrollo (sobre todo a partir de la Revolución Industrial) generó.

### ***1.2.2. Economía Solidaria (ESol)***

Razeto Luis (2018) menciona que: “La Economía Solidaria o economía de solidaridad es una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo”.

En este sentido se puede considerar que la base de este tipo de economía es la solidaridad, entendida como el reconocimiento al ser humano, a su condición, y a su actividad y como principal beneficiario, obviando características individualistas negativas como el egoísmo, la falta de desprendimiento o el egocentrismo. Potenciando igualdad, equidad y reciprocidad. Otro concepto interesante lo plantea el autor Coraggio, que menciona:

Nació, por un lado como un proceso de resistencia a los modelos capitalistas; pero, además, como una propuesta socio-histórica de transformación social, ya que la misma promueve la reproducción ampliada de la vida al colocar en el centro de la actividad económica al ser humano y la naturaleza. (Coraggio, 2016, pág. 109)

Esta forma de relacionamiento no tiene aún un concepto definido y aceptado de forma universal, en todo caso hay criterios válidos que permiten un acercamiento, un precepto de entendimiento adicional puede ser que la economía de la solidaridad como una acción económica en la que el interés colectivo está por sobre el interés particular.

La Economía Solidaria parte de una consideración alternativa al sistema de prioridades en el que actualmente se fundamenta la economía neoliberal. Se trata de una visión y una práctica que reivindica la economía como medio – y no como fin – al servicio del desarrollo personal y comunitario, como instrumento que contribuya a la mejora de la calidad de vida de las personas y de su entorno social. (Askunze Elizaga, s.f)

Por todo lo anterior, se consolida la idea que la Economía Solidaria es una respuesta a la economía capitalista, a sus fines y sus accionares, contrario a los fines de la economía privada, que es la acumulación de capital y rentabilidad financiera particular.

### ***1.2.3. Economía Popular y Solidaria***

En el Ecuador la adopción de la ESS, parte del reconocimiento constitucional del mismo, e incluyéndolo, de hecho, en el texto de la Constitución Política del Ecuador del año 2008, en la que en el artículo 283, se indica:

El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; 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. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

Este reconocimiento constitucional derivó en la implementación de políticas públicas para su fortalecimiento, fomento y regulación, por lo que a raíz de dicha Constitución del Ecuador, se promulga una Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS) en la que se incluye una estructura institucional que cubra esos aspectos. Nace la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) para la regulación y control. El Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS) para el fortalecimiento y fomento. Y la Corporación Nacional de Finanzas Populares (CONAFIPS) para el financiamiento y desarrollo económico.

Si bien en el Ecuador hay una variación de interpretación al definir un sistema Popular y Solidario, que reconoce lo Social y Solidario.

La LOEPS establece en el artículo 3, del Objeto, como:

- a. Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado;
- b. Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay;
- c. Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario;
- d. Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y, e) Establecer la institucional.

Y respecto de los Principios, el artículo 4, indica que:

- a. La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- b. La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- c. El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d. La equidad de género;
- e. El respeto a la identidad cultural;
- f. La autogestión;
- g. La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas;  
y,
- h. La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Tal y como se observa, el **literal c**, indica como uno de los principios: “el comercio justo y consumo ético y responsable”. Por tanto si existe, por lo menos como enunciado constitucional, una necesidad de política pública que obligue a este reconocimiento y su potenciación.

Por tanto, las bases teóricas, conceptuales y constitucionales del Comercio Justo, existe y se puede aplicar en el Ecuador, aunque dependiendo de factores naturales (de la propia interacción humana) en aspectos productivos, comerciales y sociales.

### **1.3. Producción Rural en Ecuador**

Considerando que la producción agrícola y agropecuaria, se ubica geográficamente en la zona rural, es importante entender las condiciones y características de la forma en que dichas actividades se desarrollan, y la percepción que sobre la condición socio económica de quienes habitan y realizan actividad productiva en dicha zona rural se tiene dentro de la sociedad y de las políticas públicas a favor de ella.

Según Jordán (2003), “antes de la Reforma Agraria en el Ecuador, la tenencia de la tierra –como herencia de la Colonia– expresaba con extraordinario rigor la perpetuación de formas de producción y modalidades de relación social altamente anacrónicas y opuestas a los ideales de una sociedad moderna. La concentración de los recursos territoriales en pocas manos es la más clara muestra de ello. (pág. 285)

La concentración de tierras en pocas manos, como se menciona, es sinónimo de desigualdad social y económica, y de explotación, marginalidad, falta de solidaridad y pobreza.

Si bien hubo esfuerzos nacionales para generar una redistribución por medio de Reformas Agrarias, saber del año 1964 y del año 1973. Aún persisten desigualdades en la tenencia, uso y usufructo de la tierra en el país.

La búsqueda de la generación de la Reforma Agraria en general se articulan en función de:

- La expropiación de tierras explotadas en forma absentista y defectuosa.
- La reversión de tierras incultas, considerando como tales aquellas que han permanecido ociosas por 10 años, excluyendo lógicamente, razonables extensiones de reserva.
- La revisión de las adjudicaciones y venta de tierras realizadas por el Estado en las que no se ha cumplido con las disposiciones legales.
- La eliminación de toda forma precarista de tenencia de la tierra con fines agrícolas.
- La integración del minifundio.



- La legalización de la posesión pacífica de la tierra.
- La intervención en las haciendas de Estado.
- La promoción de parcelaciones privadas que se ajusten a los lineamientos de la Ley.
- Limitar total o parcialmente el derecho de propiedad sobre las tierras rústicas que no cumplan función social.
- Identificación de propiedades deficientemente explotadas
- Integración de minifundio.
- Remediar los problemas surgidos en la Ley de Reforma Agraria anterior.

Varela Guzmán (s.f), menciona que: “En 1979 se expide la Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario que pretendía ser un mecanismo decisivo para el sector agropecuario.

En el gobierno de Rafael Correa, se crea la Subsecretaría de Tierras y Reforma Agraria, y se planteó el programa Plan Tierras como forma de redistribución y optimización de la tenencia y uso de tierras;

Distribuir los predios de las instituciones del Estado, titular los territorios indígenas, crear un Fondo de Tierras para la compra o adjudicación, iniciar procedimientos de expropiación de tierras en áreas priorizadas, implementar un sistema de catastro de grandes propiedades rurales, titulación de las tierras catastradas, consolidación parcelaria que permitan contar con predios económicamente viables, apoyar a quienes reciben la tierra mediante el desarrollo de actividades productivas, y proponer una nueva legislación agraria que incorpore los cambios de paradigma propuestos en este Plan a un costo de 38 millones de dólares. (Rosero G, 2011)

Las condiciones actuales de tenencia de tierras, marcan una realidad en la que las personas y organizaciones productivas del sector rural, pueden acercarse más a los preceptos planteados sobre el Comercio Justo y en esta investigación se plantea el desarrollo de un diagnóstico sobre el esquema productivo nacional y de los esfuerzos para potenciar y fomentar un sistema de comercio adecuado, humano y sostenido.

**CAPÍTULO II**  
**Marco Metodológico**

El Marco Metodológico marca la ruta de diseño investigativo que garantiza la profundidad del análisis y la calidad de la información levantada y procesada, Los aspectos y criterios metodológicos deben ser adecuados y deben permitir que la investigación alcance la madurez necesaria para responder las preguntas y procurar que las acciones tomadas solucionen el problema identificado. En este trabajo se plantea la perspectiva metodológica asumida, la estrategia utilizada en el desarrollo; y, el diseño metodológico asumido para el cumplimiento de cada tarea.

El trabajo de investigación involucra un estudio de un sector económico relativamente nuevo, reconocido en la Constitución de la República del Ecuador del 2008, pero que se norma con la Ley de Economía Popular y Solidaria LOEPS aprobada en el año 2011. Este sector económico reconoce entre sus principios (Artículo 4): “Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda: a) La búsqueda del buen vivir y del bien común; b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales; c) **El comercio justo** y consumo ético y responsable” (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del 28 de abril del 2011. Registro Oficial del 4 de mayo del 2011. Página 3)

En procura de alcanzar cualquier objetivo de investigación, como la actual de establecer y definir el **comercio justo** como forma de mejoramiento de las condiciones actuales de los productores de Tuna de la parroquia Totoras, la metodología cumple un rol muy importante, según Sautu, Boniolo, Dalle y Elbert (2005), “la metodología es precisamente un conjunto de métodos que tienen por función adaptar los preceptos teóricos a la producción de datos” (p. 151)

Esto lleva a la necesidad de detallar, cuáles son los métodos y procesos que se van a utilizar para la realización del presente trabajo investigativo.

## **2.1. Enfoque de investigación**

La investigación parte de una necesidad, establecer las condiciones adecuadas de producción y comercialización de tuna en la parroquia Totoras del cantón Ambato, que se ajusten y deriven en un sistema de Comercio Justo que mejore las condiciones actuales, para ello se debe estimar y analizar la situación actual y el

impacto social y económico del establecimiento del sistema de Comercio Justo en la calidad de vida de los productores. Para ir desarrollando este trabajo se requiere un ejercicio de investigación que incluya y evalúe aspectos descriptivos, analíticos amplios y variados, con una representatividad de la realidad actual que ayude a conocer y reconocer condiciones iniciales y parámetros comparativos que permitan la medición frente a los que se incluyan en el modelo de Comercio Justo.

En función de las necesidades descritas, se estima que el enfoque metodológico adecuado, es la Metodología Mixta; es decir, la que incluye aspectos de la metodología cuantitativa y cualitativa, que se define como:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, pág. 612)

Esta metodología mixta busca alcanzar los objetivos fortaleciendo el proceso de levantamiento de información y su procesamiento tanto cualitativo, por su connotación de aporte al análisis de cualidades y aspectos de profundidad; como cuantitativos, por su validez al describir y proyectar datos e información.

La integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, y señala que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”); o bien, que dichos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio (“forma modificada de los métodos mixtos”) (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, pág. 10)

Este enfoque metodológico mixto, como se ha mencionado, se cumple a través de la selección y aplicación de técnicas cualitativas y cuantitativas, como técnicas que aportan al levantamiento de información adecuada, de forma que se pueda realizar un correcto análisis y generar conclusiones pertinentes.

## **2.2. Diseño de investigación**

El diseño metodológico bajo el enfoque establecido, cualitativo y cuantitativo, incluye la necesidad de ir construyendo y cerrando fases o etapas, ya que es fundamental ir analizando condiciones actuales, condiciones esperadas futuras y las variables que ayuden a esquematizar el Comercio Justo, este diseño se ajusta a una Investigación multimétodos, considerado como “diseños mixtos de integración de procesos”, que Hernández (2018), menciona que “representan el más alto grado de combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo”. (p. 628)

Este diseño de investigación considera, a su vez, otros tres que de forma independiente y en su integración generan los datos y la información necesaria para cumplir con los objetivos establecidos. Estos tipos de investigación de carácter secuencial son:

- Diseño de investigación exploratoria:
- Diseño de investigación descriptiva:
- Diseño de investigación analítica:

## **2.3. Descripción de la muestra y el contexto de la investigación**

### ***2.3.1. Contexto de la Investigación***

Esta investigación hace un estudio de las condiciones productivas de las personas u organizaciones que en la parroquia Totoras del cantón Ambato, se dedican a las actividades de producción de Tuna. Este estudio se centra en ese sector y en una parte de productores, en sus hábitos comerciales y en los beneficios obtenidos por dicha actividad. El ámbito geográfico está delineado por los barrios y comunidades que se ubican en los límites de dicha parroquia.

Esta delimitación permite tener información pertinente en lo temporal y cercanía geográfica; además de, haber sido procesados bajo las condiciones y requisitos actuales, con el fin de disminuir la posibilidad de sesgo.

### **2.3.2. Descripción de la muestra**

Una vez establecida este contexto de trabajo, y al tener un enfoque de investigación mixto que incluye el método cuantitativo y con un diseño descriptivo, se define que el levantamiento de información se hace bajo la siguiente característica técnica:

- Muestreo por Conveniencia, que es de tipo No probabilístico.

Para el posterior cálculo de la muestra, según el tipo de muestreo definido, ésta muestra considera el Universo establecido según el contexto; que son:

**Universo:** Productores de tuna de la parroquia Totoras.

### **2.4. Proceso de recolección de los datos**

La recolección de datos se hará según trabajo de campo para la parte cuantitativa y con análisis de fuentes secundarias en la parte cualitativa.

Dado que tanto el enfoque cuantitativo como el cualitativo utilizan técnicas diferenciadas, su aplicación y los datos levantados pueden complementarse de forma adecuada y relacionada, permitiendo llegar a un análisis integral.

La primera fase que se relaciona con el método exploratorio, consta de los siguientes pasos:

- Revisión bibliográfica  
De estudios primarios sobre el tema y el contexto de la investigación, para establecer conceptos y definiciones sólidas que garanticen conclusiones válidas. Además de revisar el Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia Totoras PDOT.
- Consulta de bases de datos  
Que permitan identificar la población motivo de estudio y su referenciación geográfica, en el caso de Organizaciones de Economía popular y Solidaria, de Unidades Económicas Populares o de productores bajo el apoyo del Ministerio de Agricultura.

La segunda fase que se relaciona con el método descriptivo, que luego de la aplicación permita describir y estandarizar las variables que se evalúen para tener una caracterización adecuada del sistema comercial actual y de cómo se puede implementar un sistema de Comercio Justo que derive en mejoramiento de condiciones de vida, esta fase consta de los siguientes pasos:

- Selección de una muestra de productores de Tuna que residan en la parroquia Totoras del cantón Ambato.
- Aplicación de una encuesta como instrumento de levantamiento de información.  
Desarrollo de un instrumento de levantamiento de información que incluya preguntas abiertas y cerradas.

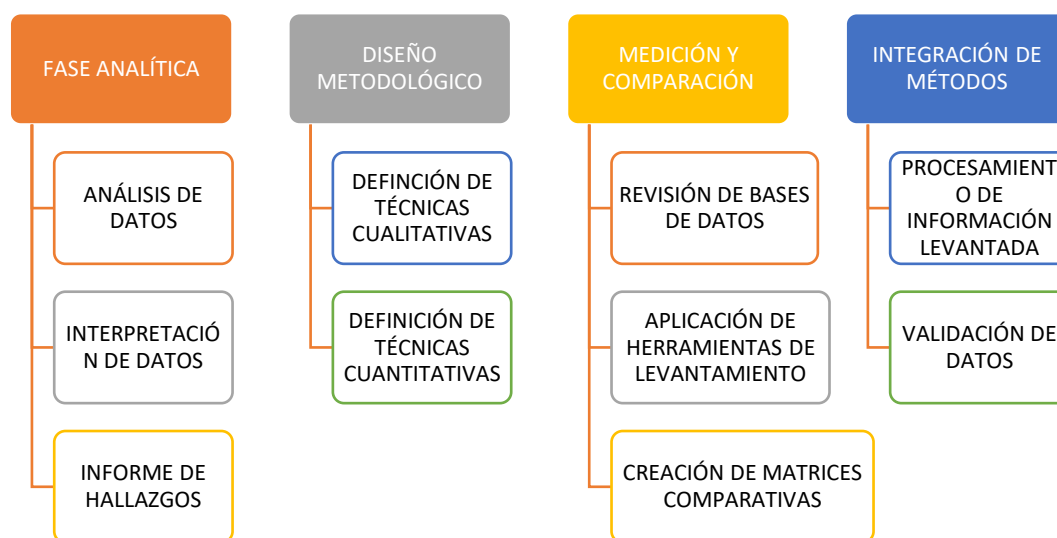
Una tercera fase que se relaciona con el método analítico, consta de los siguientes pasos:

- Desarrollo de una entrevista como herramienta de investigación en profundidad.  
Aplicada a algunos productores o dirigentes de organizaciones de productores, definidos como elementos muestrales, que permita medir características cualitativas de la actividad de producción de tuna que ayude a profundizar en detalles y características.
- Aplicación de una matriz de indicadores socioeconómicos, construida en base a la fundamentación teórica y la encuesta previa aplicada, que posibiliten un espacio comparativo que ayude a definir las condiciones actuales y las mejoras adaptadas al concepto de Comercio Justo generalmente aceptado.

## 2.5. Análisis de los resultados

El análisis de datos cuantitativos utilizando el programa Excel de Microsoft Office. Los resultados consolidados se presentarán, de acuerdo al tipo de dato, en gráficos e histogramas con su respectiva interpretación.

Para los datos cualitativos se hará un procesamiento sistémico de revisión de respuestas concordantes y alineadas al esquema de investigación. Los resultados consolidados se presentarán, de acuerdo al tipo de dato, en matrices de apoyo, y de ser necesario gráficos que faciliten su análisis e interpretación. El resumen del proceso metodológico se muestra en el siguiente gráfico:



**Gráfico N° 2** Fases del proceso de análisis de datos  
**Elaborado Por:** Christian Ponce  
**Fuente:** Hernández Sampieri (2018)

## 2.6. Investigación de Mercado

### Formulación del proceso

La situación productiva y comercial en la actualidad de los productores de Tuna en la parroquia Totoras del cantón Ambato en la provincia de Tungurahua, tiene



específicas características actuales, que se van ajustando a las circunstancias del mercado.

Considerando que en el Ecuador y de forma general, el trabajo y esfuerzo de los productores campesino no se ha llegado a valorar en la dimensión humana que tienen, que sus propias condiciones de vida, difieren de forma diametral a las condiciones de quienes residen en zonas urbanas, con limitaciones incluso, en servicios básicos, en accesos viales, tecnología, educación, y en definitiva de mayores oportunidades de vida, es necesario impulsar esquemas de inclusión, de fortalecimiento y de condiciones de vida que sirva de reconocimiento y fortalezca la decisión de seguir produciendo y haciendo producir al campo, ya que sin ello, las ciudades pues no tendrían facilidades de alimentación.

Las características tienen que ver con las formas de producción, las condiciones de vida, los aspectos demográficos, socio-económicos etc., que reflejan la realidad en la que los productores desarrollan la actividad de sembrío, cosecha y comercialización de Tuna, y que finalmente les permite generar ingresos y mantener una forma de vida actual.

Una de las características de la fase de comercialización actual es que hay una presencia permanente de intermediarios que afectan la relación entre los productores y los consumidores o clientes finales. Esta distorsión genera que no se dé un reconocimiento, o un real valor al esfuerzo y condición de los productores.

Es en este contexto, que se presenta en cada ciclo de cosecha y comercialización, donde se nota las diferencias y la falta de reconocimiento al esfuerzo de los productores, que se estima se puede evaluar la incidencia que un sistema de Comercio Justo puede tener en las familias del sector Totoras del cantón Ambato, productoras de Tuna.

## **2.7. Formulación de Objetivos**

Para esta investigación considerando el problema planteado, se consideran como objetivos, los siguientes:

### **Objetivo General**

Analizar las condiciones de un sistema de Comercio Justo para la producción de Tuna en la parroquia Totoras, del cantón Ambato.

### **Objetivos Específicos**

- Analizar las condiciones de vida de los productores de Tuna de la zona de Totoras.
- Realizar una caracterización de los productores de Tuna de la parroquia Totoras.
- Establecer la relación entre el nivel de ingresos por la producción de Tuna, con el costo de oportunidad de no hacerlo, entre los productores de la parroquia Totoras.
- Realizar un análisis socio-económico de las familias de los productores de Tuna en la parroquia Totoras.
- Evaluar la percepción de los productores de Tuna de la parroquia Totoras, respecto de su actividad.
- Identificar el sistema comercial actual y sus particularidades.
- Analizar el nivel de conocimiento sobre el Comercio Justo en productores y comercializadores de Tuna de la zona de Totoras.
- Evaluar la pertinencia de implementar un Sistema de Comercio Justo de la producción de Tuna en la zona de Totoras, cantón Ambato.

### **2.8. Establecimiento de Hipótesis**

La hipótesis de investigación se define como:

- Es posible establecer un Sistema de Comercio Justo relacionado con la producción de Tuna en la parroquia Totoras del cantón Ambato.

### **2.9. Definición de Variables**

#### **Variable Independiente**

Producción y Comercialización actual de Tuna en la parroquia Totoras del cantón Ambato.

### **Variable dependiente**

Sistema de Comercio Justo para la comercialización de Tuna en la parroquia Totoras, del cantón Ambato.

## **2.10. Operacionalización de Variables**

Para la realización de esta investigación se considera que la variable independiente, tiene a su vez otras variables relacionadas y que sirven para ampliar el análisis y por tanto es necesario considerarlas en esta fase, para tener una visión más integral.

Se establece la necesidad de categorizar e incluir indicadores para cada categoría así como su estructura de análisis, como ítems generales.

Estos ítems generales sirvieron de base para estructurar y diseñar herramientas de levantamiento de información primaria para el estudio de mercado que posibilite tener claridad en las definiciones.

La variable dependiente relacionada directamente con el Sistema de Comercio justo, se analiza desde la perspectiva de los actores del proceso productivo y comercial investigados.

Esta variable se ha analizado en cuatro categorías: Condición sociodemográfica, Condición productiva, Condición comercial, Pertinencia sobre Comercio Justo.

**Cuadro N° 1. Operacionalización de la Variable Independiente: Producción y Comercialización actual de Tuna en la parroquia Totoras del cantón Ambato**

Conceptualización	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos
<p><b>Producción y Comercialización de Tuna:</b></p> <p>Es el proceso de preparación de suelos, siembra y cuidado del producto, la cosecha y comercialización de la Tuna</p>	<p><b>Caracterización socio-demográfica</b></p>	Sexo	Identificación visual de sexo	Encuesta
		Edad	¿Edad en años cumplidos?	
		Estado Civil	¿Estado civil legal?	
		Número de hijos	¿Número de hijos menores de edad?	
		Nivel educativo de hijos	¿Nivel de educación e hijos?	
		Tipo de vivienda	¿Material de construcción de vivienda?	
		Servicios Básicos	¿Acceso a servicios básicos?	
		Jefatura de hogar	¿Quién es el jefe de hogar?	
	<p><b>Condición productiva</b></p>	Condición	¿Es productor de Tuna?	
		Tenencia de terreno	¿Identificación sobre tenencia de terreno para la producción de Tuna?	
		Antigüedad productiva	¿Hace cuánto tiempo realiza esta actividad?	
		Formas de producción	¿Percepción sobre la forma de producción?	
		Evaluación de condiciones de producción		

Conceptualización	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos
	<b>Condición comercial</b>	Nivel de ingresos Utilización de ingresos Medios de comercialización Percepciones de las condiciones comerciales	¿Nivel de ingresos mensualizados por producción de Tuna? ¿Destino de ingresos? ¿Nivel de concordancia entre comercialización y percepción de entrevistados? ¿Dónde comercializan y tiempos de traslado?	
	<b>Pertinencia sobre Comercio Justo</b>	Conocimiento de Comercio Justo Percepciones sobre su aplicación Evaluación de la Pertinencia	¿Nivel de conocimiento del concepto o idea de Comercio Justo? ¿Evaluación del concepto específico de Comercio Justo? ¿Nivel de aceptación y pertinencia de implementar un Sistema de Comercio Justo?	

**Cuadro N° 2. Operacionalización de la variable dependiente: Sistema de Comercio Justo para la comercialización de Tuna en la parroquia Totoras, del cantón**

<b>Conceptualización</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Técnicas e Instrumentos</b>
<p><b>Comercio Justo:</b></p> <p>El Comercio Justo, es un concepto que busca una relación justa entre los productores y los consumidores o compradores. Busca que se respete la procedencia de los productos y que exista una relación basada en el respeto, la transparencia y el dialogo. Que busca el permanente apoyo y capacitación para lograr una mayor producción y a su vez</p>	<p>Caracterización de productores</p>	<p>Sexo</p> <p>Edad</p> <p>Tiempo de trabajo</p> <p>Condiciones de clima</p> <p>Alimentación</p> <p>Nivel de educación</p> <p>Productividad</p> <p>Medios de transporte</p>	<p>Conocer las condiciones actuales de vida, producción de las familias dedicadas a la producción de Tuna en Totoras.</p>	<p>Observación</p>

<b>Conceptualización</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Técnicas e Instrumentos</b>
<p>mayores ingresos, de forma que puedan superarse problemas relacionados con la pobreza, escasez, desigualdad de género y crear una relación más justa entre quienes producen y quienes consumen. Además de apoyar los esfuerzos por detener el cambio climático.</p>	Caracterización de compradores	<p>Sexo</p> <p>Edad</p> <p>Tiempo de trabajo</p> <p>Condiciones de clima</p> <p>Alimentación</p> <p>Nivel de educación</p> <p>Ubicación</p>	<p>Conocer las características de los compradores de Tuna en la zona de Totoras</p>	<p>Revisión documental</p> <p>Entrevistas</p>
	Detalle del sistema de comercialización vigente	<p>Dinámica comercial</p> <p>Precios</p>	<p>Conocer las condiciones actuales de comercialización de Tuna en la zona de Totoras</p>	<p>Revisión documental</p> <p>Entrevistas</p>
	Evaluación y diseño de Sistema de Comercio Justo	<p>Planteamiento de las características asociadas a la producción de Tuna, en las condiciones de los productores y compradores</p>	<p>Diseñar el sistema de Comercio Justo</p>	<p>Matriz de diseño</p> <p>Documento</p>

### **3.6. Investigación de campo**

#### **Recolección de datos de fuentes primarias**

El trabajo de campo se realizó con la ayuda de una herramienta de levantamiento de información, formato encuesta que ayude a obtener datos sobre condiciones demográficas, productivas, sociales y comerciales de los productores de tuna en la parroquia totoras y de los compradores en la ciudad de Ambato.

#### **Desarrollo del cuestionario**

La encuesta se construyó con preguntas cerradas en su mayoría, y añadiendo algunas preguntas abiertas, para auscultar las percepciones sobre el comercio justo, como concepto y como un sistema de comercio justo puede incidir en las actividades y resultados de los productores de tuna de la parroquia Totoras.

Para ampliar la validez de las respuestas, se incluyó una escala de Likert que ayude a interpretar el sentir de los encuestados frente a las interrogantes relacionadas con el comercio justo.

### **3.7. Ficha técnica**

- **Universo o población objetivo**

Productores de tuna residente en la parroquia Totoras

- **Marco muestral**

Hombres y mujeres mayores de edad productores de Tuna.

- **Técnica de muestreo**

Muestreo por conveniencia

Considerando que no existe un registro del total de productores de la zona, se hará un barrido del sector, y se levantará las encuestas al número de productores identificados y encontrados en sus viviendas.



- **Trabajo de campo**

Fecha de levantamiento: Mayo 2021

- **Análisis de datos**

El procesamiento de los datos se lo realizó con el utilitario Excel de Office, cumpliendo las siguientes actividades:

- **Edición de formulario**

Revisión de preguntas completas e incompletas, legibilidad de caracteres, formularios completos.

- **Codificación**

Asignación de códigos para facilitar el tipeo y procesamiento en la hoja de cálculo Excel. Cada código numérico representa una sola respuesta o variable.

- **Tabulación**

Ingreso de los códigos de respuesta a la hoja de cálculo Excel, previamente diseñada.

- **Interpretación y análisis**

Consolidación de respuestas, análisis de ponderación, promedios, e interpretación porcentual o numérica para la preparación del informe.

- **Presentación de resultados**

Por medio de gráficos estadísticos de nivel descriptivo, como distribuciones de frecuencia, medidas de tendencia central; así como, medidas de variación como el rango.

### 3.8. Resultados del levantamiento de información

#### Encuesta a productores de Tuna de la parroquia Totoras

**Cuadro N° 3. Cantón y parroquia de residencia**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cantón Ambato	33	100%
Parroquia Totoras	33	100%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

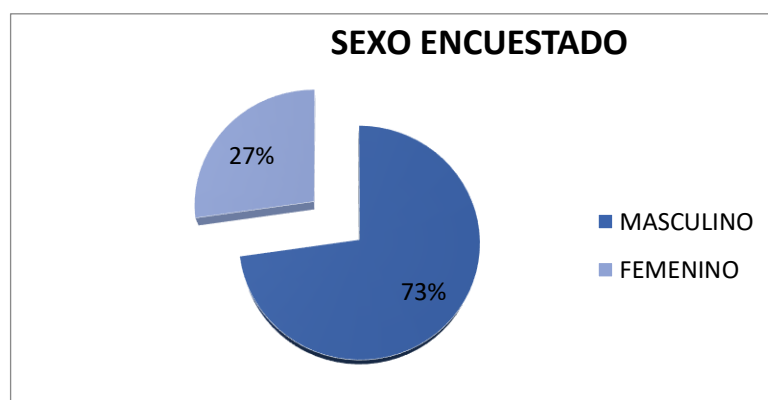
**Interpretación:** Todos los entrevistados son residentes de la parroquia Totoras.

**Cuadro N° 4. Sexo de encuestados**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	24	73%
Femenino	9	27%
Total	33	100%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 3** Sexo de encuestados  
**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo  
**Fuente:** Encuestas

**Interpretación:** Un 73% de encuestados son hombres y 27% mujeres, lo que es un indicativo de la dedicación por sexo en la actividad productiva de Tuna.

**Cuadro N° 5. Rangos de edad de encuestados**

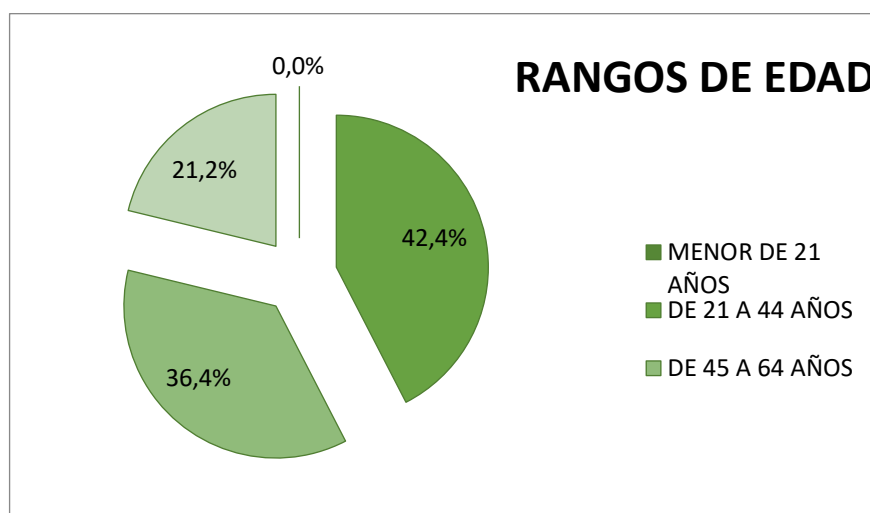
Rangos de Edad Encuestado		
VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Menor de 21 Años	0	0,0%
De 21 a 44 Años	14	42,4%
De 45 a 64 Años	12	36,4%
Más de 64 Años	7	21,2%
Total	33	100,0%

Promedio Edad	49,64
---------------	-------

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 4** Rangos de edad de encuestados

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

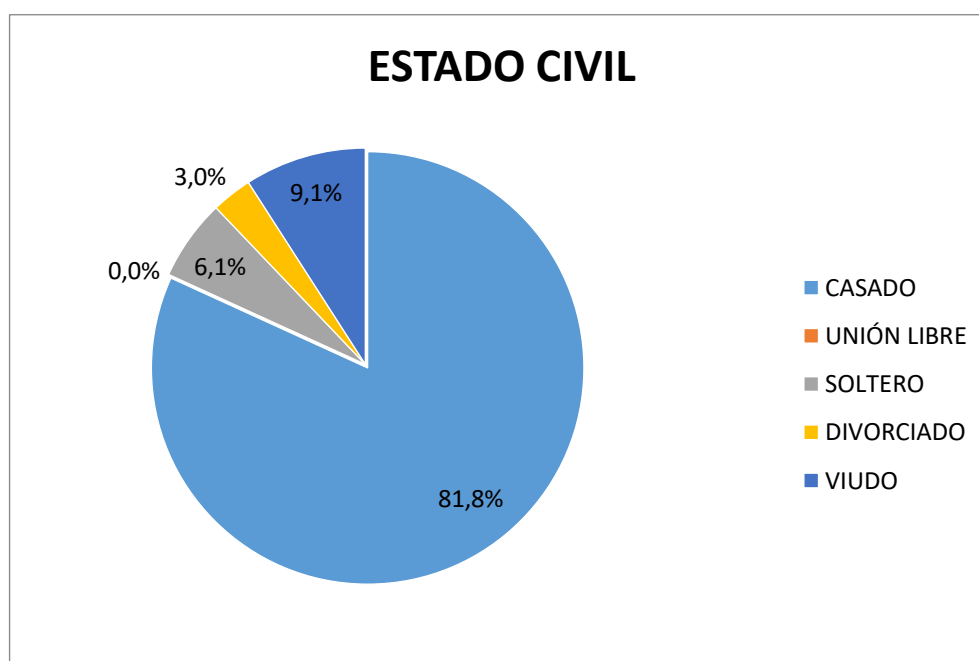
**Interpretación:** La edad de los productores de Tuna encuestados, se encuentra mayoritariamente entre 21 a 41 años, y de 45 a 64 años, con 42% y 36% respectivamente; Existe un 21% mayor de 64 años. El promedio de edad es de cerca de 50 años, lo que indica que los productores por edad pueden ir perdiendo fortaleza productiva.

**Cuadro N° 6. Estado civil de encuestados**

Estado Civil		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Casado	27	81,8%
Unión Libre	0	0,0%
Soltero	2	6,1%
Divorciado	1	3,0%
Viudo	3	9,1%
Total	33	100,0%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 5** Estado civil de encuestados

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación:** El estado civil que predomina entre los encuestados, es Casado con cerca del 82%, lo que indica que hay una necesidad de cubrir gastos mayores que involucran a la familia.

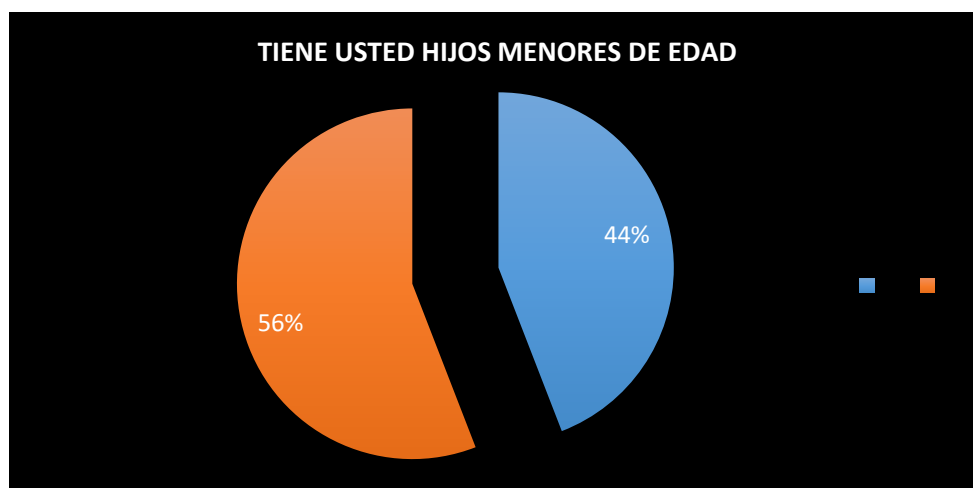
### Cuadro N° 7. Tiene usted hijos menores de edad

Tiene Usted Hijos Menores de Edad		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si Tiene	15	44%
No Tiene	18	56%
Total	33	100,0%

Cuántos Hijos	23,00
Promedio	1,53

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras  
**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 6** Tiene hijos menores de edad  
**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo  
**Fuente:** Encuestas

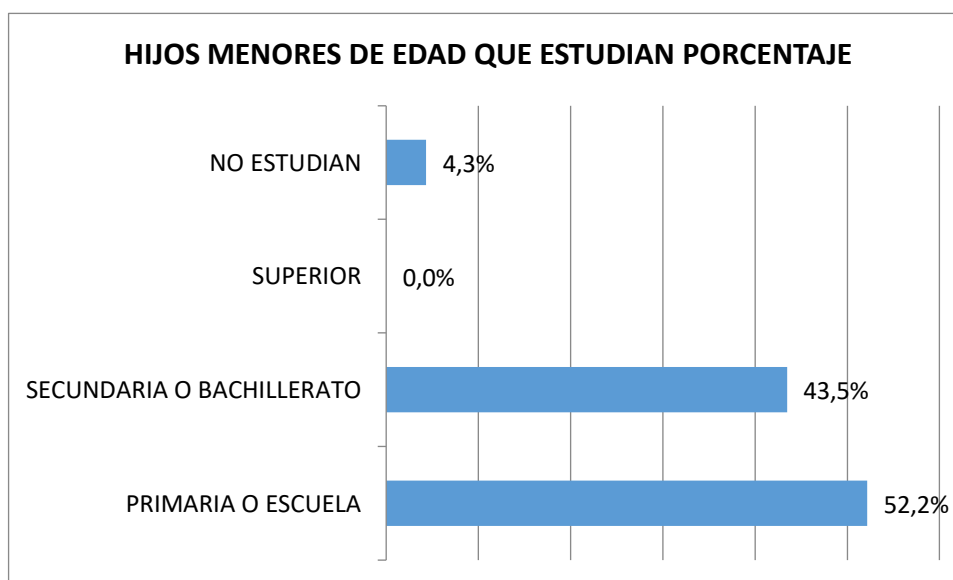
**Interpretación:** Un 44% de productores encuestados manifiestan tener hijos menores de edad (que por lo general se asume son cargas familiares directas, con un promedio de alrededor de 2 menores por familia).

### Cuadro N° 8. Hijos menores de edad que estudien

Hijos Menores de Edad que Estudian		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Primaria o Escuela	12	36,4%
Secundaria o Bachillerato	10	30,3%
Superior	0	0,0%
No Estudian	1	3,0%
Total	23	69,7%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 7** Hijos menores de edad que estudien

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

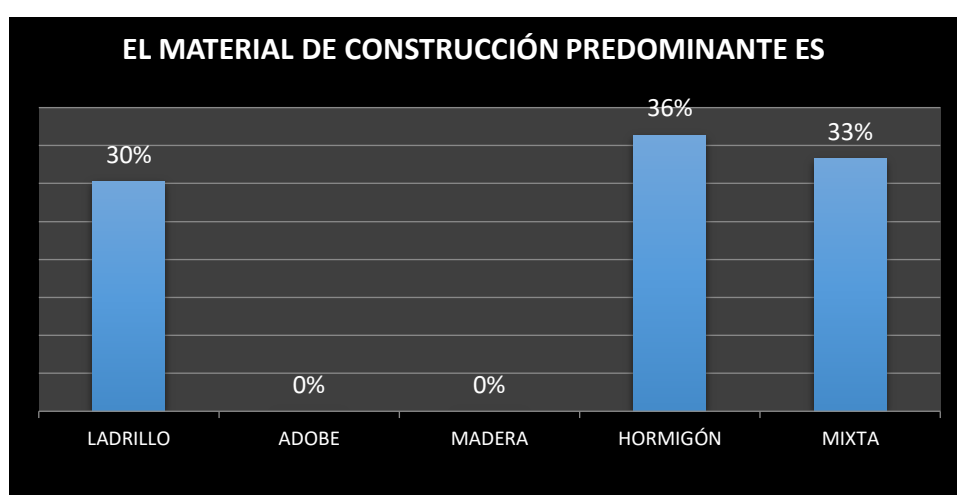
**Interpretación:** De los hijos menores de edad que indican tener los productores, un 52% estudia Educación General Básica o Primaria. Un 44% que estudian Bachillerato; y, un 4% que no estudian.

### Cuadro N° 9. Material de construcción predominante

¿El Material de Construcción Predominante en su Vivienda es?		
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ladrillo	10	30%
Adobe	0	0%
Madera	0	0%
Hormigón	12	36%
Mixta	11	33%
Total	33	100,0%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 8** Material de construcción predominante

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

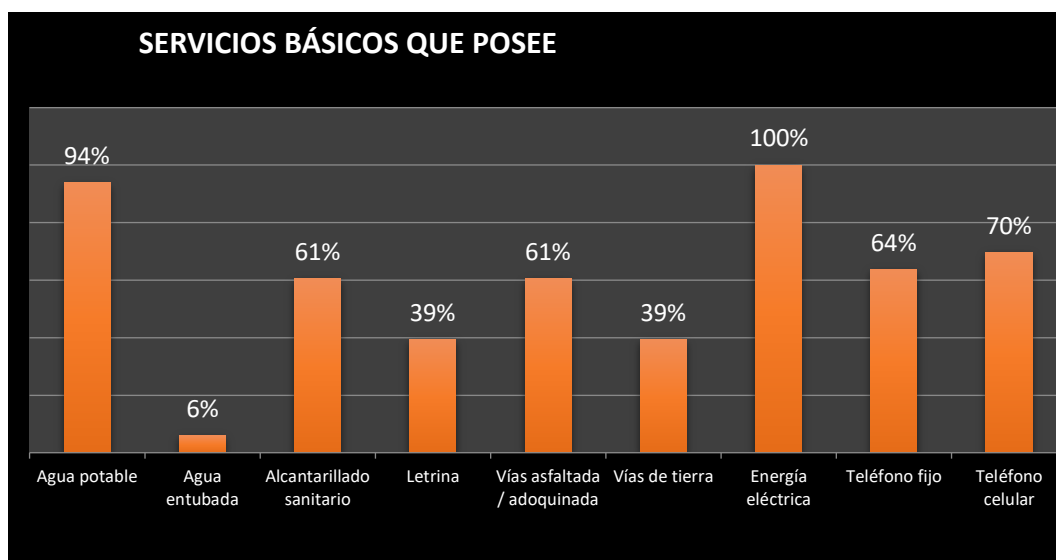
**Interpretación:** El material que predomina de la vivienda de los productores encuestados es el Hormigón con 36%, Ladrillo con 30% y Mixta con 33%. No hay materiales menores como adobe o madera.

**Cuadro N° 10. Servicios básicos que posee**

¿De los siguientes servicios básicos, cuáles posee?		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Agua Potable	31	94%
Agua Entubada	2	6%
Alcantarillado Sanitario	20	61%
Letrina	13	39%
Vías Asfaltada Adoquinada	20	61%
Vías de tierra	13	39%
Energía Eléctrica	33	100%
Teléfono Fijo	21	64%
Teléfono Celular	23	70%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 9** Servicios Básicos que posee

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación:** El acceso a servicios básicos es total en cuanto a energía eléctrica, muy alto en agua potable (94%), medianamente en teléfono celular (70%), teléfono fijo (64%), Alcantarillado y acceso asfaltado o adoquinado (61%) y bajo en accesos de tierra, letrina y agua entubada. Es decir que por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), no es un sector que tenga índices elevados.

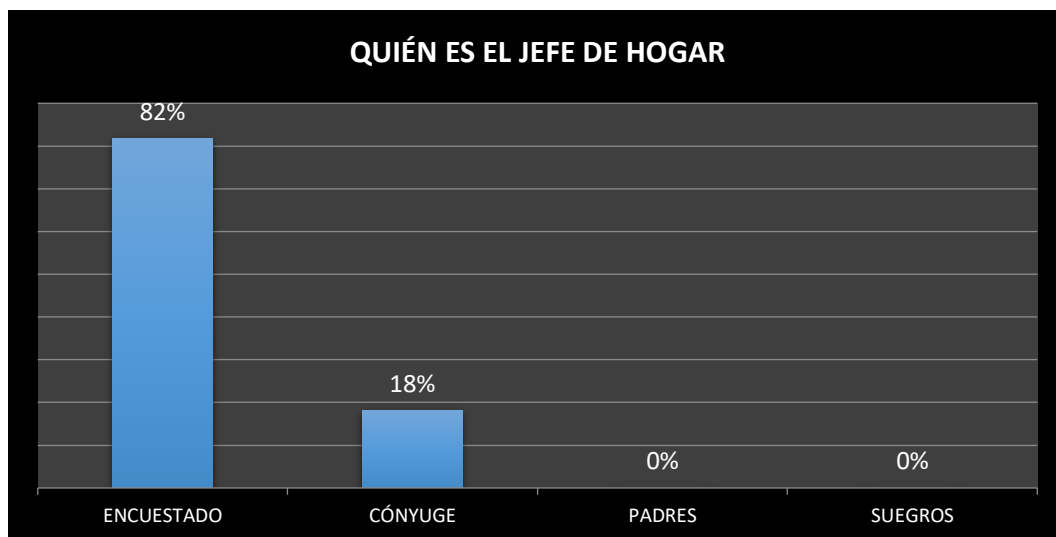


**Cuadro N° 11. Identificación de jefe de Hogar**

¿Me podría indicar quién la persona que asume el rol de Jefe de Hogar, es decir quien aporta mayormente para el sostenimiento de los gastos del hogar?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Encuestado	27	82%
Cónyuge	6	18%
Padres	0	0%
Suegros	0	0%
Total	33	100%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras  
**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 10** Identificación del Jefe de Hogar  
**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo  
**Fuente:** Encuestas

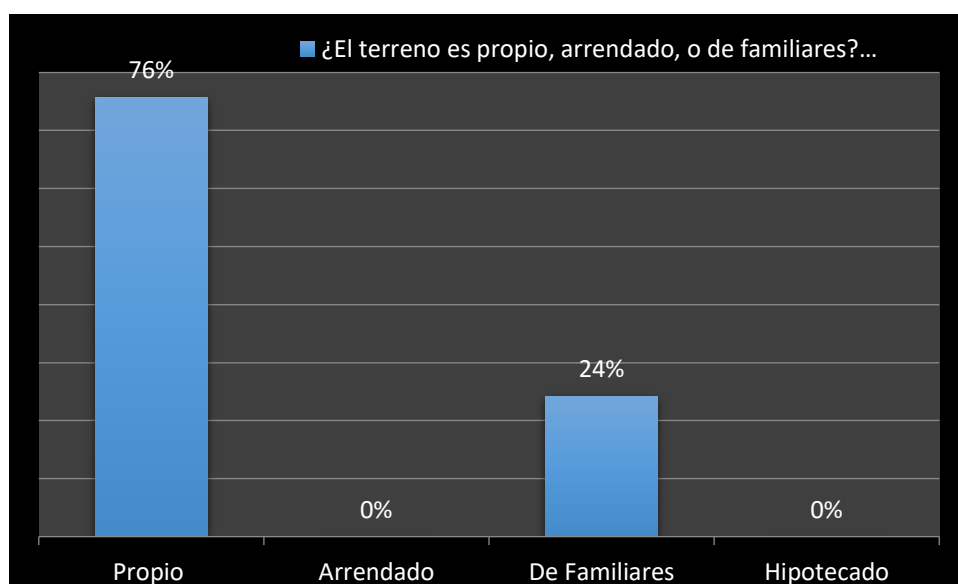
**Interpretación:** La jefatura de hogar es asumida por el padre en su gran mayoría y la madre también. Considerando que las personas productoras encuestadas fueron en un 73% hombre se puede asumir que la totalidad de hombre son Jefes de hogar y el restante corresponde a jefas de hogar.

### Cuadro N° 12. Tenencia del Terreno productivo

¿El terreno es propio, arrendado, o de familiares?		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Propio	25	76%
Arrendado	0	0%
De Familiares	8	24%
Hipotecado	0	0%
Total	33	100,0%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 11** Tenencia del terreno productivo

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

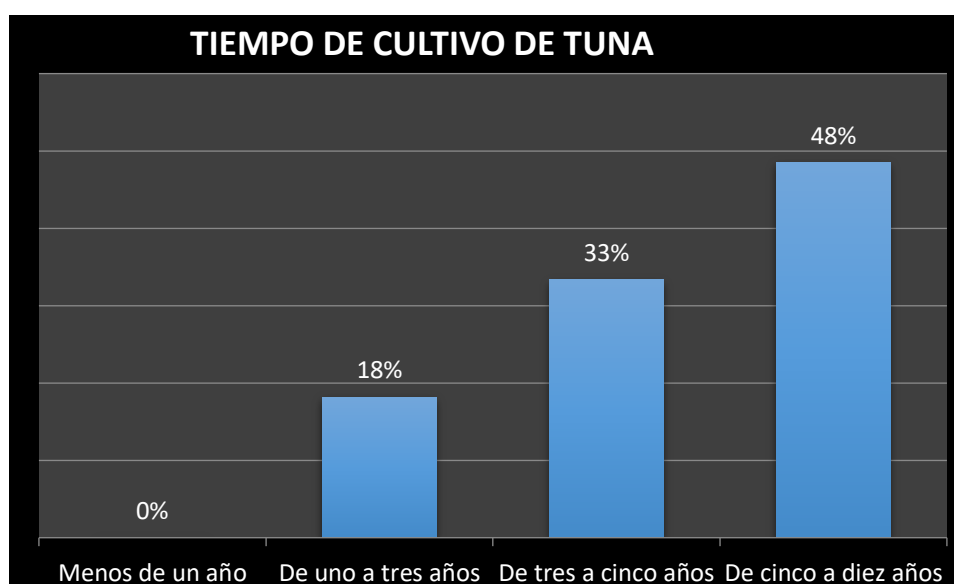
**Interpretación:** En cuanto a la tenencia del terreno donde se produce la tuna, los productores encuestados manifiestan que en un 76% son terrenos propios; y, un 24% son de familiares.

**Cuadro N° 13. Tiempo de productor de Tuna**

¿Desde hace qué tiempo cultiva usted tuna?		
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de un año	0	0%
De uno a tres años	6	18%
De tres a cinco años	11	33%
De cinco a diez años	16	48%
Otro.	0	0%
TOTAL	33	100,0%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 12** Tiempo de productor de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación:** Un 48% de encuestados manifiestan que son productores de tuna de entre 5 a 10 años. Un 33% que llevan entre 3 a 5 años como productores; y, un 18% que lo hacen de entre 1 a 3 años.

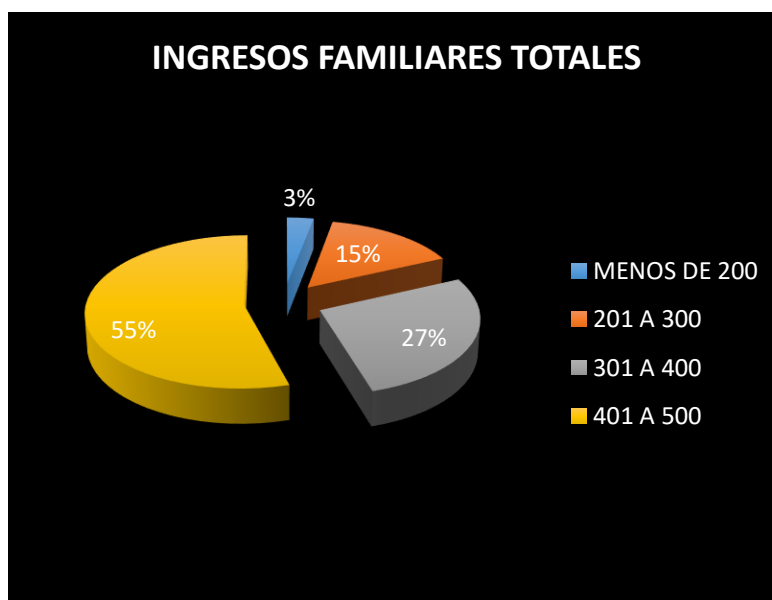
**Cuadro N° 14. Rango de ingresos por venta de Tuna**

¿Los ingresos familiares totales se ubican en cuál de los siguientes rangos?		
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 200	1	3%
201 a 300	5	15%
301 a 400	9	27%
401 a 500	18	55%
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

PUNTO MEDIO	SUB TOTAL
<b>150,00</b>	150,00
<b>250,00</b>	1.250,00
<b>350,00</b>	3.150,00
<b>450,00</b>	8.100,00
<b>TOTAL</b>	<b>12.650,00</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>383,33</b>



**Gráfico N° 13** Rango de ingreso por producción de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

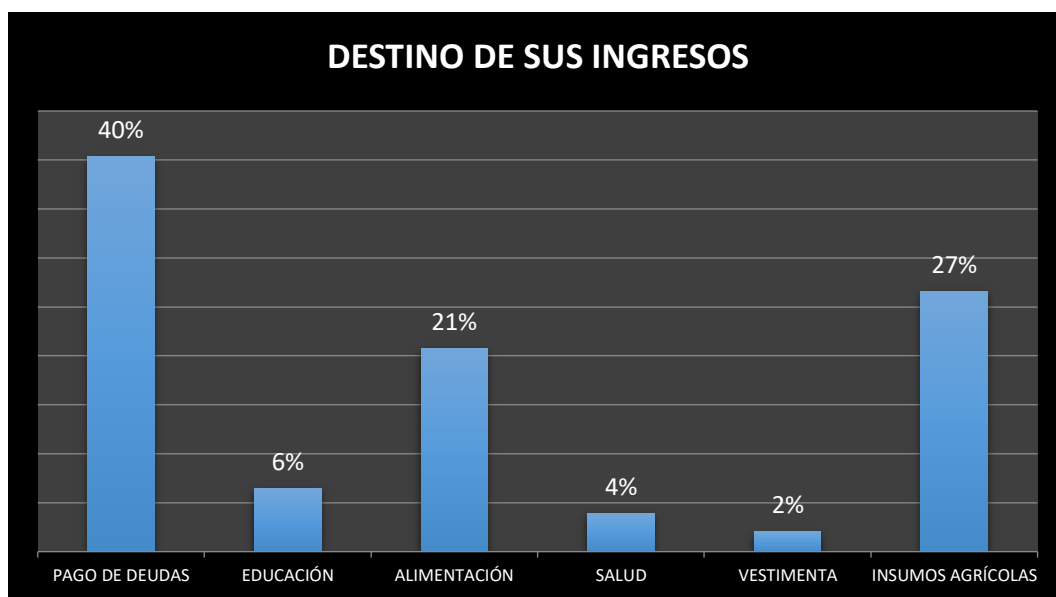
**Interpretación:** El promedio de ingresos de las familias de los productores encuestados se encuentre en 383 dólares aproximadamente.

**Cuadro N° 15. Destino de sus ingresos**

¿Podría indicarme el destino de sus ingresos?		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Pago de Deudas	22	67%
Educación	14	42%
Alimentación	33	100%
Salud	13	39%
Vestimenta	9	27%
Insumos Agrícolas	33	100%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 14 Destino de ingresos por venta de Tuna**

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación:** Los gastos que los productores encuestados tienen y a donde se dirigen sus ingresos son: pago de deudas un 40%; compra de insumos agrícolas un 27%; alimentación un 21% y en menor grado educación, salud y vestimenta. Lo que evidencia que capacidad de ahorro no existe y que los gastos no son suntuarios.

**Cuadro N° 16. Percepción sobre afirmaciones**

VARIABLES	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo	Total	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Trabajar en el campo es fácil y me gusta	-	3	24	6	33	0,0%	9,1%	72,7%	18,2%
Le dedico poco tiempo a la producción de TUNA	-	11	22	-	33	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%
Mi familia le agrada que trabajemos en la producción de TUNA	-	12	21	-	33	0,0%	36,4%	63,6%	0,0%
Mis ingresos dependen solo de la producción de TUNA	-	4	26	3	33	0,0%	12,1%	78,8%	9,1%
La TUNA se vende fácilmente	-	12	15	6	33	0,0%	36,4%	45,5%	18,2%
Quién me compra la producción me paga un precio justo	-	13	12	8	33	0,0%	39,4%	36,4%	24,2%
La siembra y cultivo no es una tarea pesada	1	-	-	32	33	3,0%	0,0%	0,0%	97,0%
Mi producción es en vivero	-	1	-	32	33	0,0%	3,0%	0,0%	97,0%
Mi producción es a campo abierto	28	5	-	-	33	84,8%	15,2%	0,0%	0,0%
Su cultivo es caro, porque se utiliza mucho abono y fertilizante	10	21	2	-	33	30,3%	63,6%	6,1%	0,0%
El sistema de riego no es el adecuado	-	19	11	3	33	0,0%	57,6%	33,3%	9,1%
Actualmente tenemos solo una cosecha anual	2	10	10	11	33	6,1%	30,3%	30,3%	33,3%
Tenemos dos cosechas anuales	1	14	14	4	33	3,0%	42,4%	42,4%	12,1%
El ingreso generado no compensa el esfuerzo	20	12	1	-	33	60,6%	36,4%	3,0%	0,0%
Los comerciantes no nos pagan los precios adecuados	20	12	1	-	33	60,6%	36,4%	3,0%	0,0%

VARIABLES	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo	Total	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Existen intermediarios que nos pagan lo que ellos quieren	23	10	-	-	33	69,7%	30,3%	0,0%	0,0%
Yo mismo debo cubrir los gastos de transporte para venta	29	1	1	2	33	87,9%	3,0%	3,0%	6,1%
El trato de quien me compra siempre es el mejor	-	2	31	-	33	0,0%	6,1%	93,9%	0,0%
A veces, mi comprador se vuelve serio, o hasta molesto	-	25	7	1	33	0,0%	75,8%	21,2%	3,0%
Actualmente tengo seguro campesino	5	1	-	27	33	15,2%	3,0%	0,0%	81,8%
Me gustaría estar dentro de la Seguridad Social General	26	2	-	5	33	78,8%	6,1%	0,0%	15,2%
Cuando vamos a vender la cosecha, siempre nos ponemos de acuerdo con otros productores	1	9	21	2	33	3,0%	27,3%	63,6%	6,1%
Nosotros producimos con métodos orgánicos sin afectar el medio ambiente	1	12	19	1	33	3,0%	36,4%	57,6%	3,0%
Tanto hombres como mujeres participan de la actividad	22	6	2	3	33	66,7%	18,2%	6,1%	9,1%
No hay diferencia entre lo que ganan los hombres y las mujeres que trabajan en la producción de TUNA	22	4	3	4	33	66,7%	12,1%	9,1%	12,1%
Tenemos acceso a capacitación frecuentemente	-	-	23	10	33	0,0%	0,0%	69,7%	30,3%
Las instituciones del estado nos apoyan permanentemente	-	-	11	22	33	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%

Variables	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo	Total	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Nuestro compradores nos ayudan con asistencia técnica	-	-	10	23	33	0,0%	0,0%	30,3%	69,7%
Nuestros compradores nos apoyan con programas sociales	-	-	10	23	33	0,0%	0,0%	30,3%	69,7%
Tenemos facilidades de acceso a crédito a BANECUADOR	-	19	8	6	33	0,0%	57,6%	24,2%	18,2%
Tenemos facilidades de acceso a crédito a Cooperativas	-	12	9	12	33	0,0%	36,4%	27,3%	36,4%
Tenemos facilidades de acceso a crédito a Cajas Comunales	-	12	9	12	33	0,0%	36,4%	27,3%	36,4%
No nos han rechazado una venta nunca	-	9	8	16	33	0,0%	27,3%	24,2%	48,5%
Son pocas las veces que han rechazado nuestra producción	-	12	16	5	33	0,0%	36,4%	48,5%	15,2%
Conozco lo que significa el Comercio Justo	11	1	2	19	33	33,3%	3,0%	6,1%	57,6%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Interpretación:** Frente a cada afirmación los productores encuestados respondieron según su apreciación. Esta información se procesará dentro de la propuesta por la importancia de tener una información más cercana a las condiciones evaluadas y que son importantes para evaluar condiciones productivas, sociales y de vida.

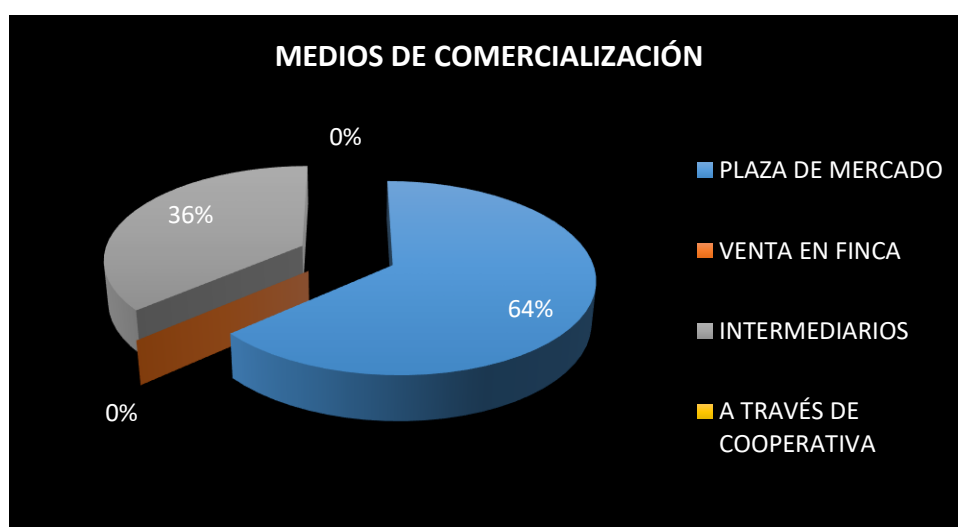


**Cuadro N° 17. Medios de comercialización**

¿Medios de comercialización?		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Plaza de mercado	21	64%
Venta en finca	0	0%
Intermediarios	12	36%
A través de cooperativa	0	0%
Total	33	100,0%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 15 Medios de comercialización**

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación:** La venta de la producción de tuna, según los productores encuestados se hace principalmente en plazas de mercado (en Ambato) con 64%. Y, a intermediarios en la misma plaza con 36%.

### Cuadro N° 18. Tiempo de movilización hasta punto de comercialización

Tiempo de movilización	
Variables	Frecuencia
Minutos	725
Promedio	21,97

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

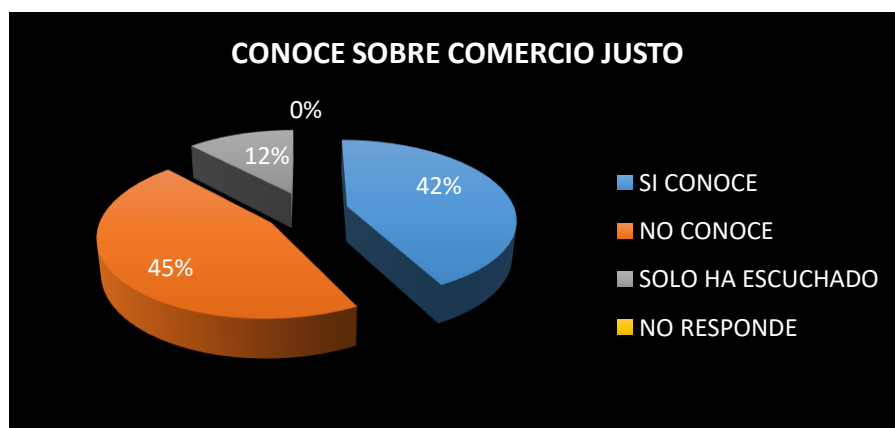
**Interpretación:** Para llegar desde su residencia a la plaza de venta, les toma en promedio 22 minutos a los productores encuestados.

### Cuadro N° 19. Conocimiento sobre Comercio Justo

Conoce sobre comercio justo		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si conoce	14	42%
No conoce	15	45%
Solo ha escuchado	4	12%
No responde	0	0%
Total	33	100,0%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 16** Conoce sobre Comercio Justo

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

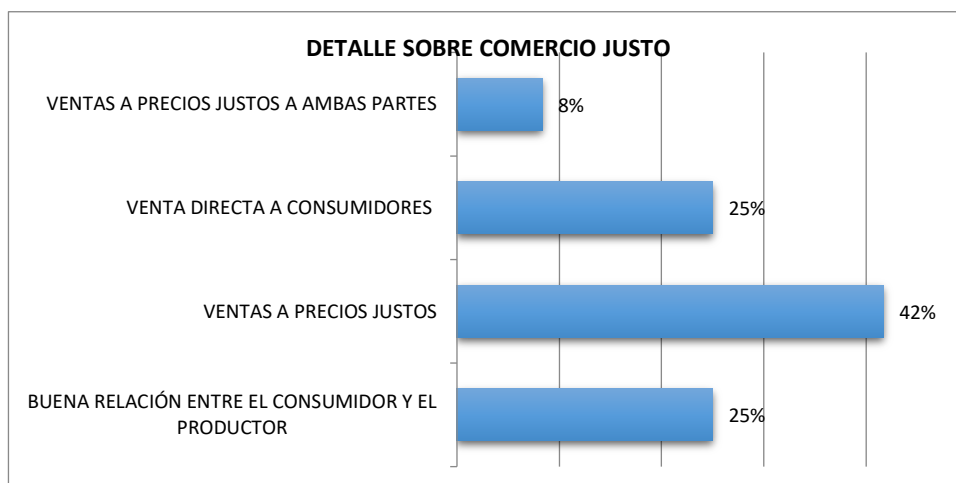
**Interpretación:** Un 42% de encuestados indica que si conoce sobre Comercio Justo, un 45% no conoce. Un 12% solo ha escuchado.

**Cuadro N° 20. Razón sobre Comercio Justo**

Detalle sobre comercio justo		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Buena relación entre el consumidor y el productor	6	25%
Ventas a precios justos	10	42%
Venta directa a consumidores	6	25%
Ventas a precios justos a ambas partes	2	8%
Total	24	100,0%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 17 Detalle sobre Comercio Justo**

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

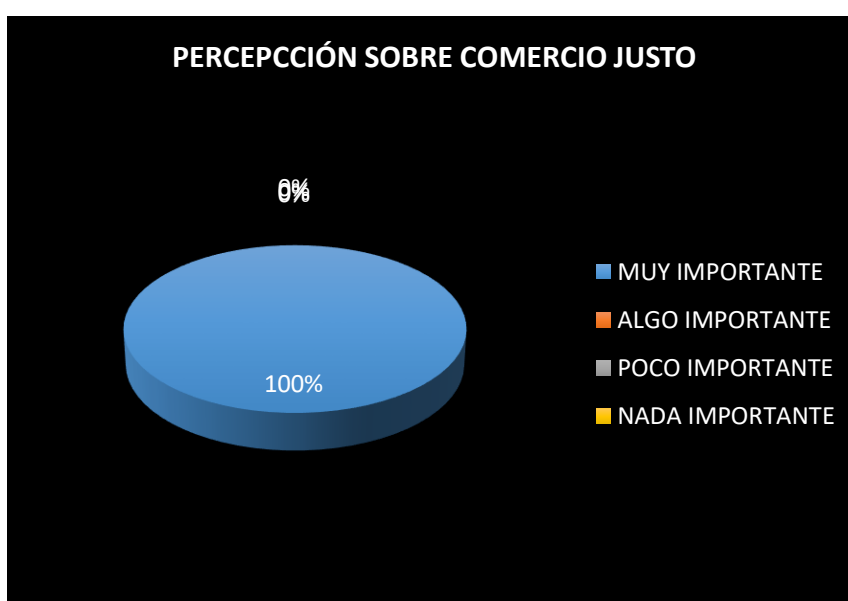
**Interpretación:** Entre quienes indican conocer sobre Comercio Justo, el criterio que tienen sobre ello es que se relaciona con ventas a precio justo en general con 42% y de Venta directa a consumidores y Una buena relación entre el consumidor y el productor con 25% respectivamente. Y, que la venta sea a precios justos tanto de productores a comercializadores y de comercializadores a productores, con 8%.

### Cuadro N° 21. Percepción sobre Comercio Justo

Percepción sobre concepto		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	33	100%
Algo importante	0	0%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
Total	33	100,0%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 18** Percepción importancia sobre Comercio Justo

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

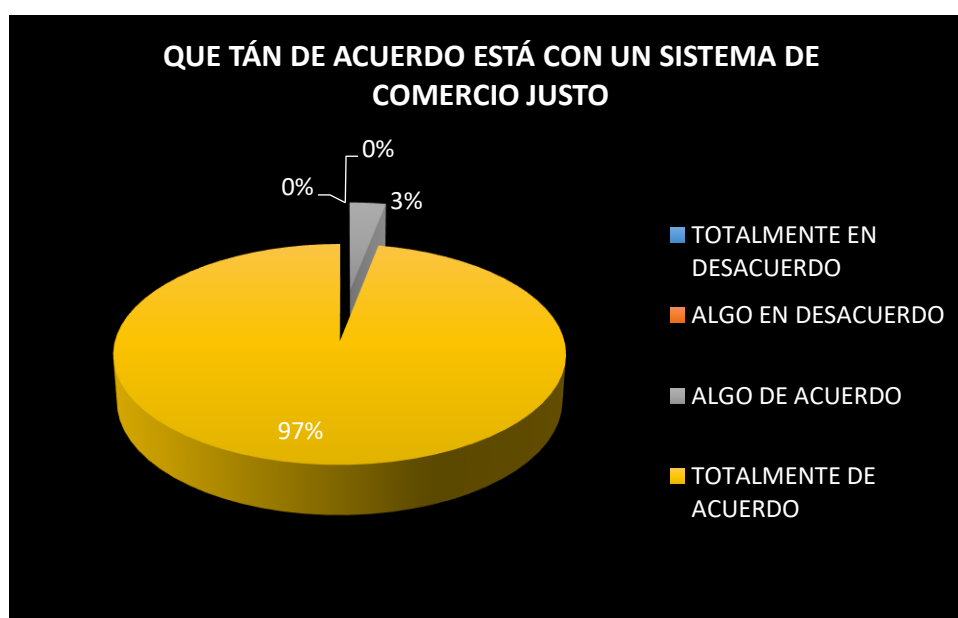
**Interpretación:** Luego de la lectura del concepto sobre Comercio Justo, el 100% de productores encuestados indica que su aplicación es Muy importante.

**Cuadro N° 22. Percepción sobre Comercio Justo**

Sobre sistema de comercio justo		
VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Algo en desacuerdo	0	0%
Algo de acuerdo	1	3%
Totalmente de acuerdo	32	97%
Total	33	100%

**Fuente:** Encuesta a comercializadores de Tuna, parroquia Totoras

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 19** Percepción sobre Sistema de Comercio Justo

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación:** Frente al planteamiento de implementar un Sistema de Comercio Justo para la comercialización de Tuna en Totoras, prácticamente todos están de acuerdo

**ENCUESTA A COMERCIALIZADORES**

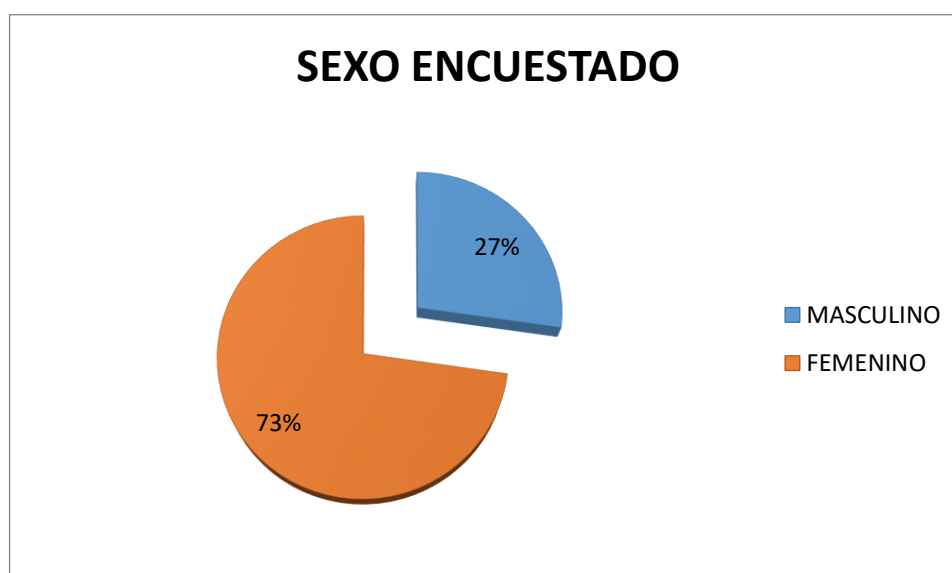
## Encuesta a comercializadores / compradores de Tuna

**Cuadro N° 23. Sexo de compradores de tuna encuestados**

Sexo Encuestado			
Variable		Frecuencia	Porcentaje
Masculino		6	27%
Femenino		16	73%
Total		22	100%

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 20** Sexo de comercializadores encuestados

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación:** Las encuestas a nivel de comercializadores de tuna, fueron levantadas mayoritariamente a mujeres con 73%. Y, 27% a hombres.

**Cuadro N° 24. Rangos de edad de compradores encuestados**

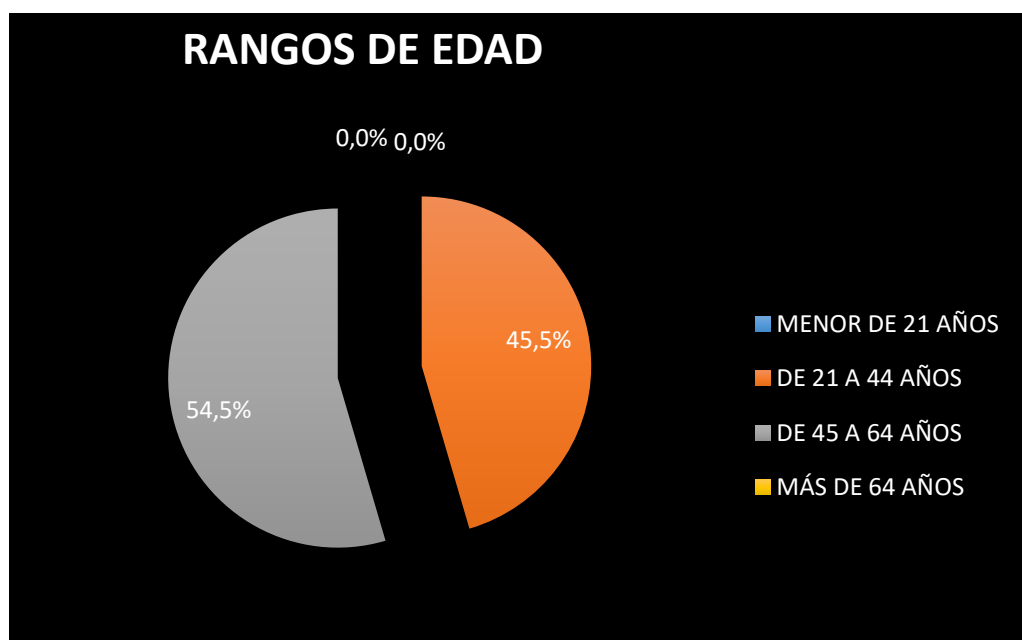
Rangos de Edad Encuestado		
Variabales	Frecuencia	Porcentaje
Menor de 21 Años	0	0,0%
De 21 a 44 Años	10	45,5%
De 45 a 64 Años	12	54,5%
Más de 64 Años	0	0,0%
Total	22	100,0%

Promedio Edad	46,23
---------------	-------

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 21** Rangos de edad de comercializadores encuestados

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación:** El promedio de edad de los comercializadores encuestados es de 46 años aproximadamente.

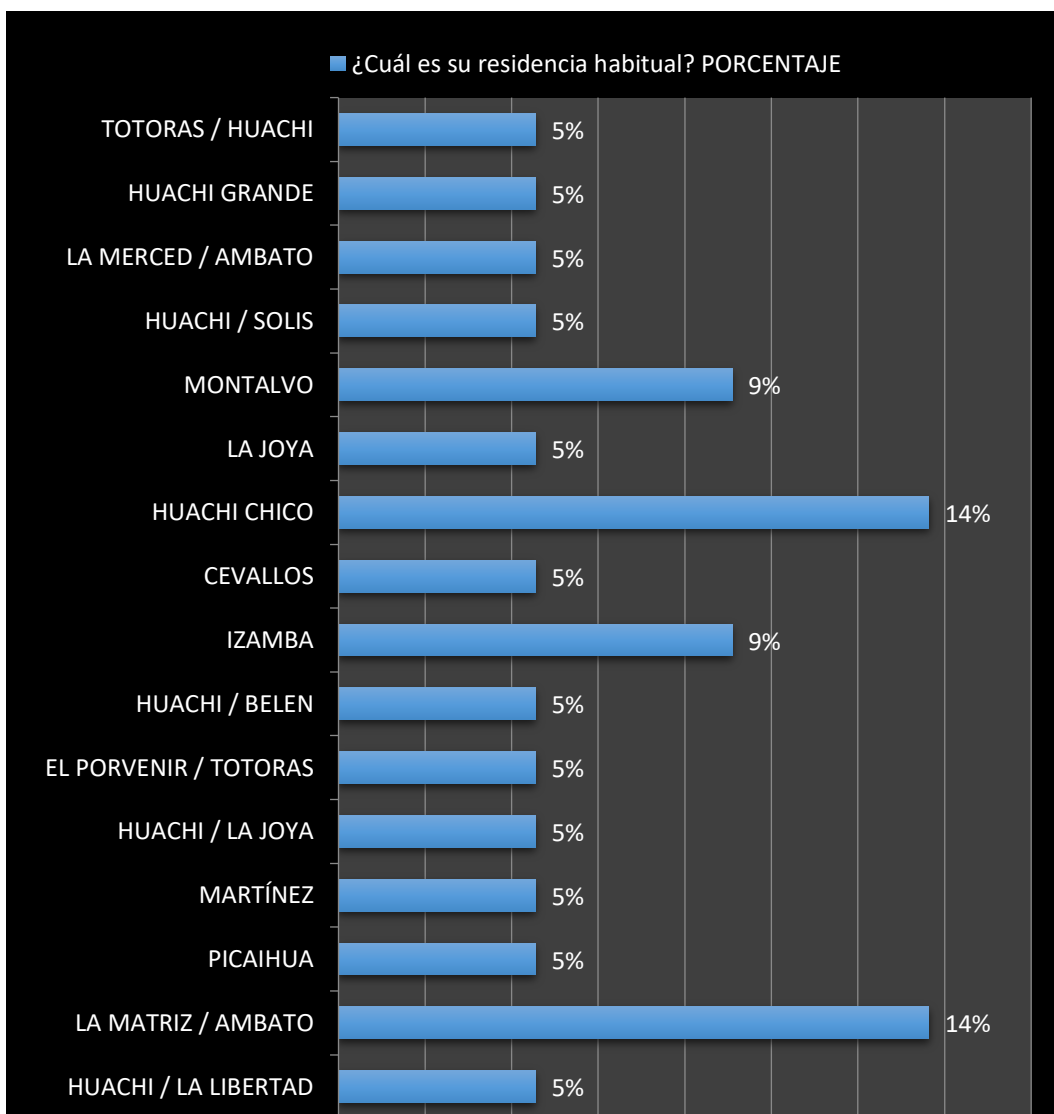
**Cuadro N° 25. Lugar de residencia habitual**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Huachi / La Libertad	1	5%
La Matriz / Ambato	3	14%
Picaihua	1	5%
Martínez	1	5%
Huachi / La Joya	1	5%
El Porvenir / Totoras	1	5%
Huachi / Belén	1	5%
Izamba	2	9%
Cevallos	1	5%
Huachi Chico	3	14%
La Joya	1	5%
Montalvo	2	9%
Huachi / Solis	1	5%
La Merced / Ambato	1	5%
Huachi Grande	1	5%
Totoras / Huachi	1	5%
Total	22	100,0%

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo





**Gráfico N° 22** Residencia habitual de comercializadores encuestados  
**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo  
**Fuente:** Encuestas

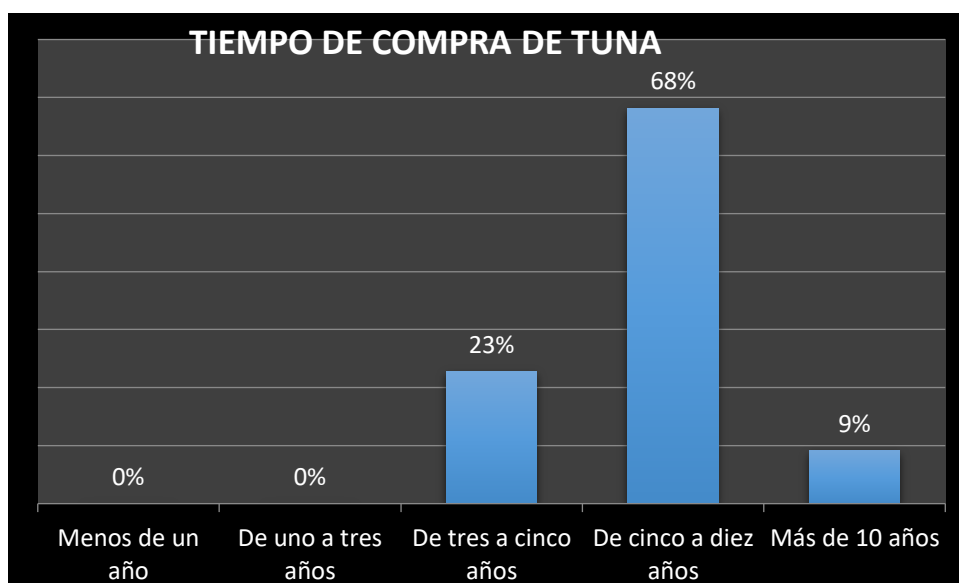
**Interpretación:** la residencia habitual de los comercializadores se concentra en diferentes barrios y parroquias del cantón Ambato, principalmente en Huachi Chico, Ambato – La Matriz, Montalvo e Izamba.

**Cuadro N° 26. Tiempo como comprador de Tuna**

¿Desde hace qué tiempo compra usted tuna?		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	0	0%
De uno a tres años	0	0%
De tres a cinco años	5	23%
De cinco a diez años	15	68%
Más de 10 años	2	9%
TOTAL	22	100,0%

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 23** Tiempo como comprador de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación:** El tiempo como comercializador de Tuna, es de cinco a diez años predominantemente, y con un número importante de tres a cinco años, y en menor medida quienes llevan más de 10 años en esta actividad.

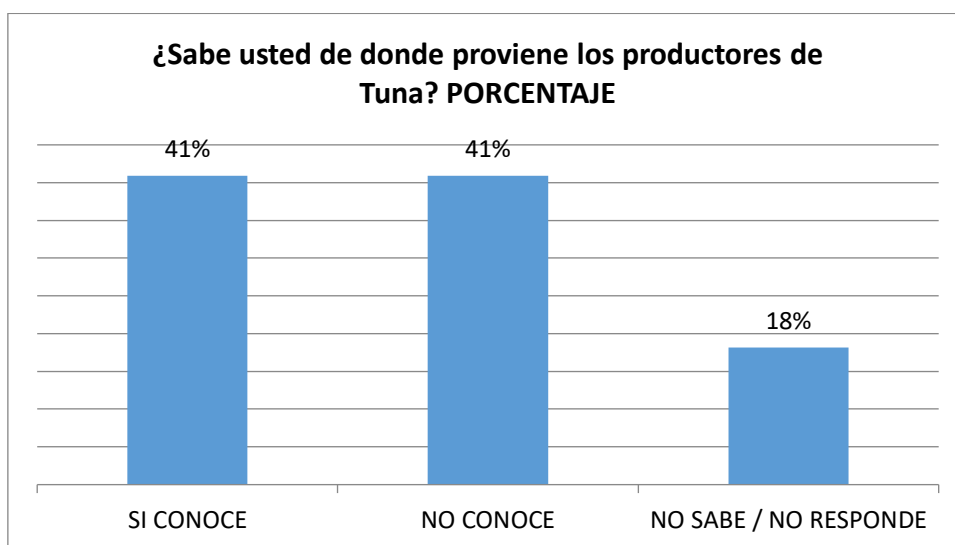
**Cuadro N° 27.** Sabe usted de donde provienen los productores de Tuna

¿Sabe usted de donde provienen los productores de Tuna?		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si conoce	9	41%
No conoce	9	41%
No sabe / no responde	4	18%
Total	22	100,0%

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Totoras	9	100%
Total	9	100,0%

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 24** Conocimiento de origen de productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

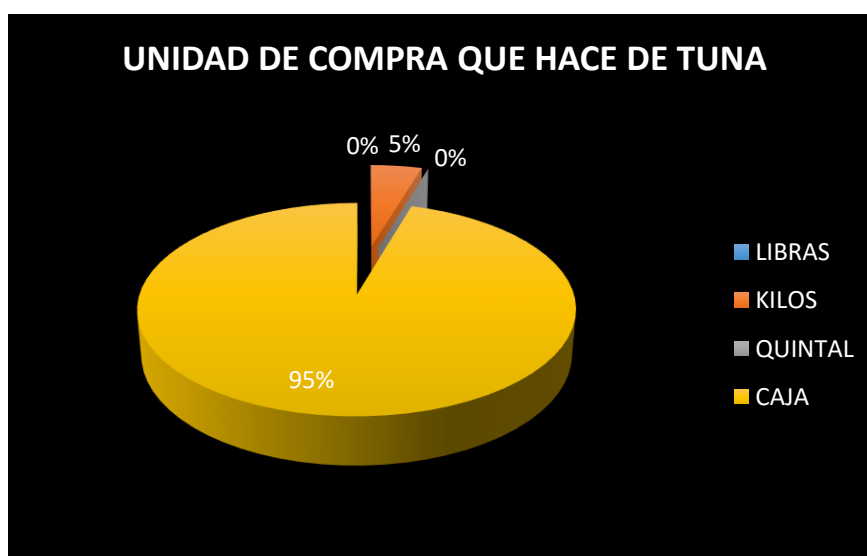
**Interpretación:** la mayoría de encuestados no conoce la procedencia de los productores de Tuna, solamente un 41%.

### Cuadro N° 28. Unidad de compra de tuna

¿Cuál es la unidad de compra que usted hace de la TUNA?		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Libras	0	0%
Kilos	1	5%
Quintal	0	0%
Caja	21	95%
Total	22	100,0%

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 25** Unidad de compra de tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación:** La forma de comercialización de la Tuna, se hace esencialmente en cajas de aproximadamente 3 kilos y medio. Aunque eventualmente se puede comercializar en kilos.

**Cuadro N° 29. Valor pagado por cada unidad de compra de tuna**

¿Cuánto paga usted por cada unidad de compra que usted hace de la TUNA?	
Variables	Promedio
Libras	0
Kilos	2,00
Quintal	0
Caja	6,19

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Interpretación:** La caja tiene valores que van desde los 5 dólares a 8 o 9 dólares, con un promedio de 6,19 dólares, mientras que el kilo tiende a comercializarse en dos dólares.

**Cuadro N° 30. Percepción sobre afirmaciones**

Variables	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo	Total	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo
Trabajar en el campo es fácil	-	-	-	22	22	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Se necesita poco tiempo para la producción de TUNA	-	5	6	11	22	0,0%	22,7%	27,3%	50,0%
Los productores solo se dedican a la producción de TUNA	3	1	4	14	22	13,6%	4,5%	18,2%	63,6%
La TUNA se vende fácilmente	-	4	17	1	22	0,0%	18,2%	77,3%	4,5%
Cuando compro pago un precio justo	-	17	3	2	22	0,0%	77,3%	13,6%	9,1%
La siembra y cultivo no es una tarea pesada	-	-	8	14	22	0,0%	0,0%	36,4%	63,6%
Su cultivo es caro, porque se utiliza mucho abono y fertilizante	-	8	8	6	22	0,0%	36,4%	36,4%	27,3%
El sistema de riego no es el adecuado	-	17	5	-	22	45,5%	22,7%	22,7%	9,1%
El ingreso generado no compensa el esfuerzo	4	12	5	1	22	18,2%	54,5%	22,7%	4,5%
Los comerciantes no pagan los precios adecuados	3	18	1	-	22	13,6%	81,8%	4,5%	0,0%
Existen otros intermediarios	11	8	3	-	22	50,0%	36,4%	13,6%	0,0%
El precio pagado ya cubre los gastos de transporte para venta	1	7	6	8	22	4,5%	31,8%	27,3%	36,4%
El trato al comprar siempre es el mejor	-	12	10	-	22	0,0%	54,5%	45,5%	0,0%
A veces, quien vende se vuelve serio, o hasta molesto	-	8	14	-	22	0,0%	36,4%	63,6%	0,0%
Los productores se conversan para definir el precio	10	5	5	2	22	45,5%	22,7%	22,7%	9,1%
La producción es orgánica	-	11	10	1	22	0,0%	50,0%	45,5%	4,5%

Tanto hombres como mujeres participan de la actividad	12	10	-	-	22	54,5%	45,5%	0,0%	0,0%
No hay diferencia entre lo que ganan los hombres y las mujeres que trabajan en la producción de TUNA	10	8	4	-	22	45,5%	36,4%	18,2%	0,0%
Los productores son capacitados frecuentemente	-	2	13	7	22	0,0%	9,1%	59,1%	31,8%
Las instituciones del estado apoyan permanentemente	-	3	9	10	22	0,0%	13,6%	40,9%	45,5%
Como compradores ayudamos con asistencia técnica	-	-	5	17	22	0,0%	0,0%	22,7%	77,3%
Como compradores apoyamos con programas sociales	-	-	5	17	22	0,0%	0,0%	22,7%	77,3%
Son pocas las veces que se rechaza una producción	-	12	10	-	22	0,0%	54,5%	45,5%	0,0%
Conozco lo que significa el Comercio Justo	-	5	11	6	22	0,0%	22,7%	50,0%	27,3%
Me gusta valorar el esfuerzo por ello trato de pagar más	-	8	10	4	22	0,0%	36,4%	45,5%	18,2%
El precio actual que se paga es real y justo	-	11	11	-	22	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%
Conozco la procedencia de los productores	3	10	4	5	22	13,6%	45,5%	18,2%	22,7%
Siento que a veces me he aprovechado de los productores	-	10	12	-	22	0,0%	45,5%	54,5%	0,0%
NO hay organización en los productores	-	10	12	-	22	0,0%	45,5%	54,5%	0,0%

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

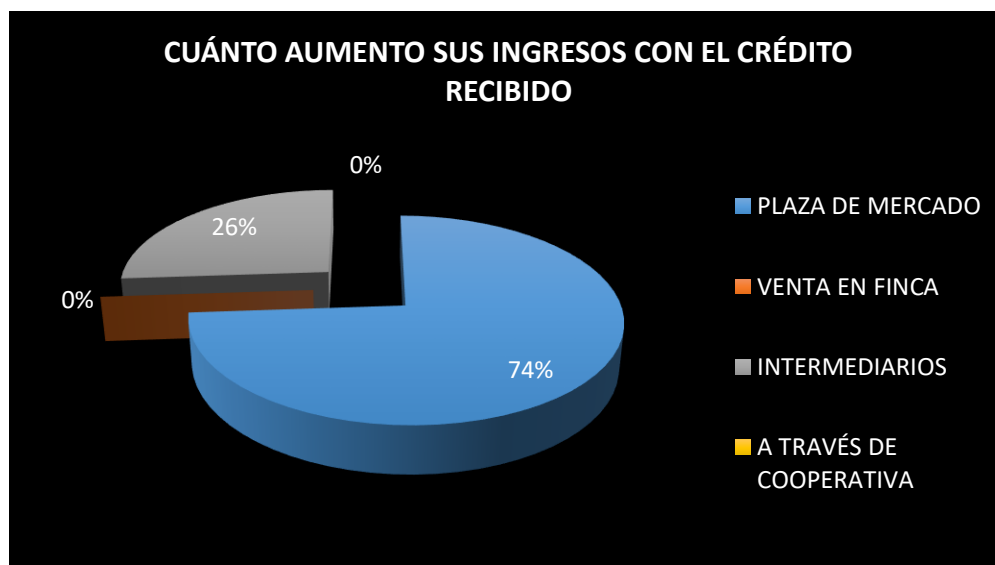
**Interpretación:** En general se percibe que entre quienes adquieren la Tuna a los productores, reconocen que la labor no es fácil, que no es valorada con precios más justos, y que el sistema no favorece a aquellos, pero para ellos también debe haber un reconocimiento por ser quienes terminan comprado la producción, a precios acordados con los productores, en función de la calidad, tamaño y frescura de las frutas.

**Cuadro N° 31. Medios de comercialización**

¿Medios de comercialización?		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Plaza de mercado	17	74%
Venta en finca	0	0%
Intermediarios	6	28%
A través de cooperativa	0	0%
Total	22	100,0%

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 26 Medios de comercialización de Tuna**

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación:** El proceso de comercialización, básicamente se hace en las plazas de mercado, a clientes finales con un 74% o a intermediarios un 26%.

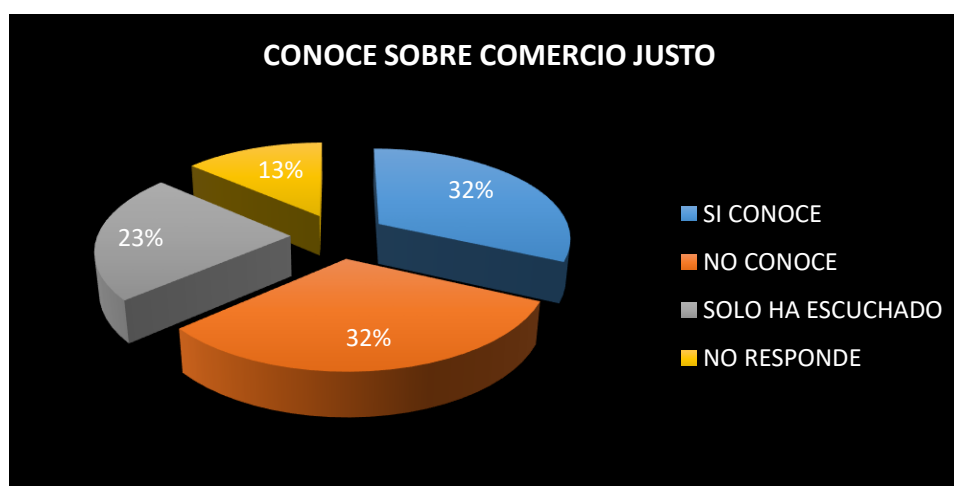


**Cuadro N° 32. Conocimiento sobre Comercio Justo**

Conoce sobre comercio justo		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si conoce	7	31,82%
No conoce	7	31,82%
Solo ha escuchado	5	22,73%
No responde	3	13,63%
Total	22	100,0%

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 27** Conoce sobre Comercio Justo

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

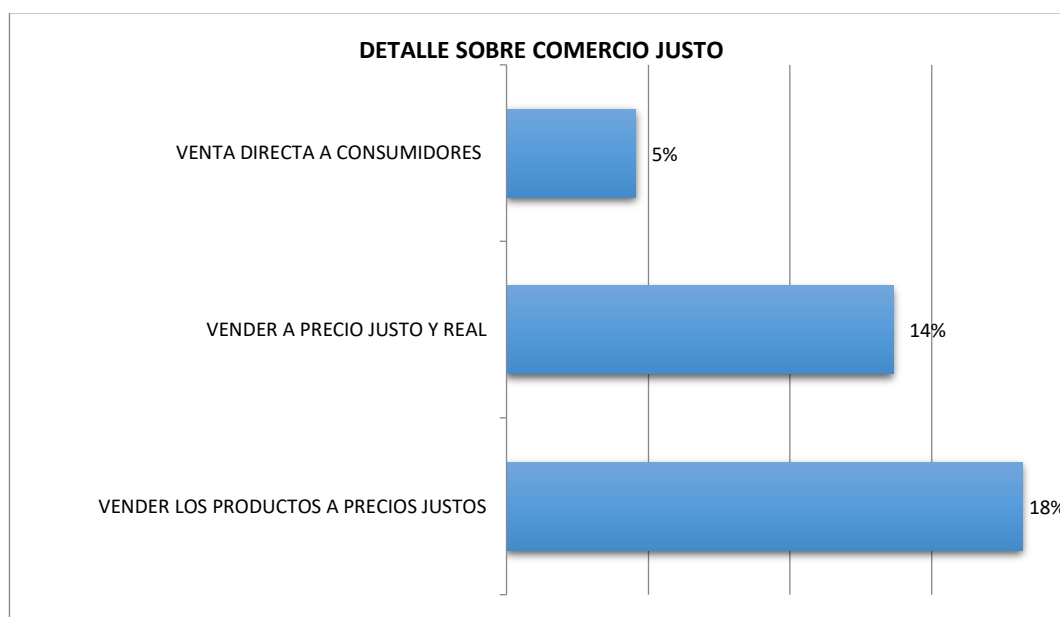
**Interpretación:** Respecto del conocimiento sobre el Comercio Justo, solamente un 31,82% menciona conocer, otro porcentaje similar responde que No conoce. Quienes solo han escuchado son un 23%. Mientras un 13% no responde. Esto significa que el sistema de comercio justo no ha sido difundido, socializado y peor aún implementado.

### Cuadro N° 33. Razón sobre Comercio Justo

Detalle sobre comercio justo		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Vender los productos a precios justos	4	18%
Vender a precio justo y real	3	14%
Venta directa a consumidores	1	5%

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 28** Detalle sobre Comercio Justo

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

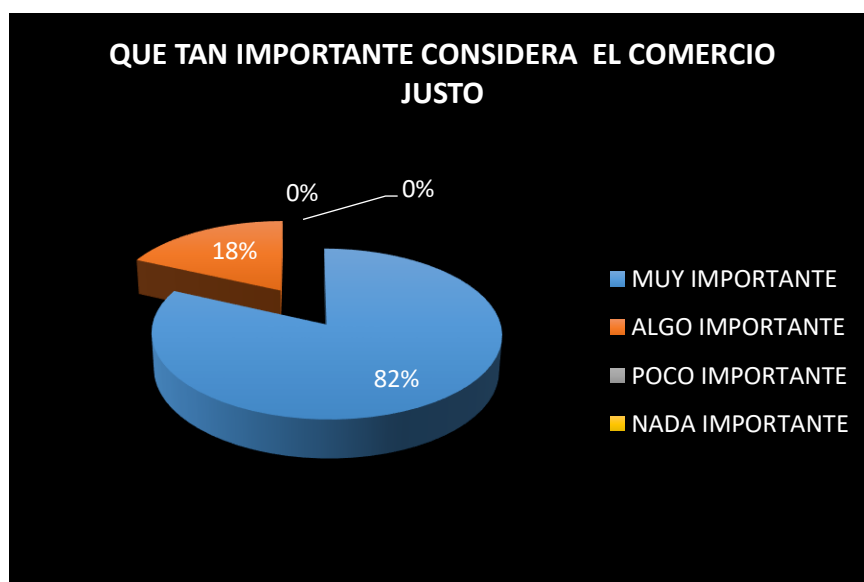
**Interpretación:** Respecto del conocimiento sobre el Comercio Justo, entre las pocas respuestas obtenidas, se concluye que dicho conocimiento en mínimo y principalmente se relaciona con la venta de productos a precios justos y reales.

### Cuadro N° 34. Percepción sobre Comercio Justo

Percepción sobre concepto		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	18	82%
Algo importante	4	18%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
Total	22	100,0%

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 29** Percepción sobre Comercio Justo

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

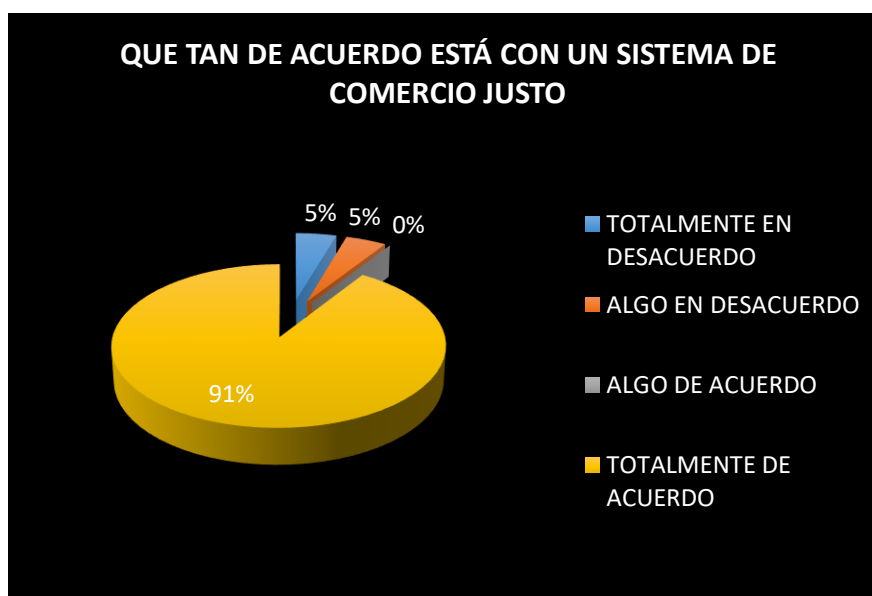
**Interpretación:** evaluando la importancia el Comercio Justo, la totalidad de encuestados tienen una percepción de alta importancia.

**Cuadro N° 35. Percepción sobre Sistema de Comercio Justo**

Sobre sistema de comercio justo		
VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	5%
Algo en desacuerdo	1	5%
Algo de acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	20	91%
Total	22	100%

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 30** Percepción sobre Sistema de Comercio Justo

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

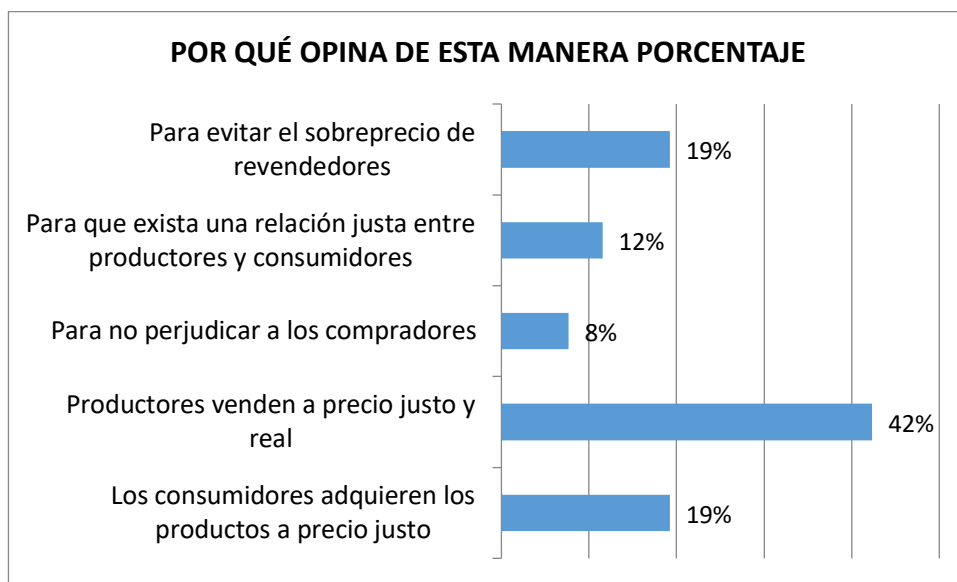
**Interpretación:** Un 91% coincide en estar de acuerdo con implementar un sistema de Comercio Justo, y solamente un 5% manifiesta no estar de acuerdo. Esto permite establecer que habría un apoyo hacia el establecimiento de un Sistema de Comercio Justo.

**Cuadro N° 36. Opinión sobre Comercio Justo**

Por qué opina de esta manera		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Los consumidores adquieren los productos a precio justo	5	19%
Productores venden a precio justo y real	11	42%
Para no perjudicar a los compradores	2	8%
Para que exista una relación justa entre productores y consumidores	3	12%
Para evitar el sobreprecio de revendedores	5	19%

**Fuente:** Encuesta a productores de Tuna

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo



**Gráfico N° 31 Opinión sobre Comercio Justo**

**Elaborado por:** Christian David Ponce Peralvo

**Fuente:** Encuestas

**Interpretación:** La percepción sobre lo que el Comercio Justo significa y la incidencia entre compradores y productores tiene alta coincidencia entre la relación cercana entre ellos, que se comercialice con precios justos, evitando sobreprecios pero sin perjudicar a los comercializadores.

De acuerdo con las encuestas realizadas, las características principales de los productores de Tuna de la parroquia Totoras son:

- La edad promedio es de 49,64 años, lo que significa que son de edad madura, dejando ya los años más productivos atrás.
- Hay un 44% que tienen aún hijos menores de edad bajo su responsabilidad, recordando que hay un 42% de Jefas de Hogar mujeres, lo que incluye un grupo sensible por su condición de género.
- Los terrenos en general son propios o de familiares, lo que no compromete este patrimonio, pudiendo disponer, mayormente, en las actividades que estimen pertinentes.
- La producción de tuna en promedio supera una antigüedad de más de 5 años entre los productores encuestados.
- El promedio de ingresos familiares, según la encuesta aplicada, se estima en \$383,33 que representa:
  - El 95,8% del Salario Básico Unificado
  - El 53,8% de la Canasta Básica Familiar. (INEC, 2021)
- Del ingreso obtenido, solamente un 27% se reinvierte en insumos agrícolas para potenciar la productividad.
- Cerca del 67% de encuestados manifestaron que están poco de acuerdo a que le dedican poco tiempo a la producción de tuna.
- Un 36,4% mencionaron que a la familia les gusta trabajar en la producción de tuna
- Solamente un 12,1% indicaron que dependen exclusivamente de la producción y venta de tuna.
- Solo un 36,4% mencionó que la tuna se vende fácilmente.
- Solo un 39,4% de encuestados manifestaron que al vender reviven un precio justo.
- En conjunto un 97% de encuestados indicaron que el ingreso generado no compensa el esfuerzo dedicado a las tareas de cultivo y cosecha.

- En conjunto un 100% mencionaron estar de acuerdo con que los intermediarios les pagan lo que ellos quieren y no lo que los productores piden o se merecen.
- Un 30,3% indicaron estar de acuerdo con que se ponen de acuerdo antes de vender la cosecha.
- En conjunto un 36,3% menciona que conoce sobre Comercio Justo.
- La totalidad de las ventas se realizan en el mercado, principalmente el Mayorista de Ambato, y un 36% específicamente lo hace a intermediarios.
- El tiempo que les toma en promedio en llevar su producción al punto de venta es de cerca de 22 minutos.
- En el consolidado de respuestas sobre el conocimiento sobre Comercio Justo, las respuestas se orientaron principalmente a la relación entre compradores y vendedores, a obtener precios justos y que la venta sea de forma directa, sin intermediarios.
- El 100% de encuestados indica que el concepto de Comercio Justo presentado, es Muy Importante; y, a su vez manifiestan conformidad con el establecimiento de un Sistema de Comercio Justo.

## CAPÍTULO III

### PROPUESTA: Sistema de Comercio Justo para la comercialización de Tuna

#### 3.1. Caracterización de la zona de estudio

La parroquia Totoras es una de las 18 parroquias rurales del cantón Ambato (GAD Ambato, 2020), siendo la más pequeña en extensión de todas. Se ubica al sureste de la ciudad de Ambato, en la vía a Baños, a una distancia de 8 km.

#### Cuadro N° 37. Parroquias y extensión del cantón Ambato

Parroquias	Hectáreas	Porcentaje
Totoras	841,876	0,87%
Atahualpa	934,891	0,96%
Montalvo	1.045,218	1,08%
San Bartolomé	1.088,847	1,12%
Ambatillo	1.265,521	1,30%
Huachi Grande	1.412,109	1,46%
Picaihua	1.524,219	1,57%
Unamuncho	1.525,897	1,57%
Cunchibamba	1.880,847	1,94%
Constantino Fernández	2.023,053	2,09%
Izamba	2.948,384	3,04%
Santa Rosa	3.005,476	3,10%
Augusto Martínez	3.129,346	3,23%
Juan Benigno Vela	4.819,804	4,97%
Pasa	4.893,362	5,05%
San Fernando	10.340,437	10,66%
Quisapincha	12.150,973	12,53%
Pilahuín	42.162,309	43,47%
Total Hectáreas	96.992,569	100,00%

Fuente. PDOT Cantón Ambato



**Cuadro N° 38. Población de parroquias de cantón Ambato y proyección 2010 - 2020**

Parroquia	AÑO										
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ambatillo	5.444	5.515	5.587	5.659	5.731	5.803	5.874	5.946	6.017	6.087	6.156
Atahualpa	10.655	10.793	10.934	11.075	11.216	11.356	11.497	11.636	11.775	11.912	12.048
Augusto Martínez	8.506	8.616	8.728	8.840	8.953	9.065	9.177	9.289	9.400	9.509	9.618
Constantino Fernández	2.631	2.665	2.700	2.735	2.770	2.805	2.839	2.874	2.908	2.942	2.975
Cunchibamba	4.647	4.707	4.768	4.830	4.891	4.953	5.014	5.075	5.135	5.195	5.254
Huachi Grande	11.022	11.165	11.310	11.456	11.601	11.747	11.892	12.037	12.180	12.322	12.463
Izamba	15.123	15.319	15.518	15.718	15.918	16.118	16.317	16.515	16.712	16.907	17.100
Juan Benigno Vela	7.742	7.843	7.945	8.047	8.150	8.252	8.354	8.455	8.556	8.656	8.755
Montalvo	4.062	4.115	4.168	4.222	4.276	4.330	4.383	4.436	4.489	4.542	4.593
Pasa	6.749	6.836	6.925	7.014	7.104	7.193	7.282	7.370	7.458	7.545	7.631
Picaihua	8.601	8.713	8.826	8.940	9.054	9.167	9.280	9.393	9.505	9.616	9.726
Pilahuin	12.594	12.757	12.923	13.090	13.256	13.423	13.588	13.754	13.917	14.080	14.240
Quisapincha	13.500	13.676	13.853	14.032	14.211	14.389	14.567	14.744	14.919	15.093	15.265
San Bartolomé	9.443	9.566	9.690	9.815	9.940	10.065	10.189	10.313	10.436	10.558	10.678
San Fernando	2.587	2.620	2.654	2.689	2.723	2.757	2.791	2.825	2.859	2.892	2.925
Santa Rosa	21.810	22.093	22.380	22.668	22.957	23.245	23.532	23.818	24.102	24.383	24.661
Totoras	7.163	7.256	7.350	7.445	7.540	7.634	7.729	7.823	7.916	8.008	8.099
Unamuncho	4.851	4.914	4.978	5.042	5.107	5.171	5.235	5.298	5.361	5.424	5.486
<b>TOTAL</b>	157.132	159.170	161.236	163.315	165.396	167.473	169.540	171.600	173.643	175.670	177.674

Al año 2010 su población era de 7.163 para el año 2020 la proyección de la población de Totoras es de 8.099, según el INEC (2021), tomado de la página del Sistema Nacional de Información. (STPE, 2017)

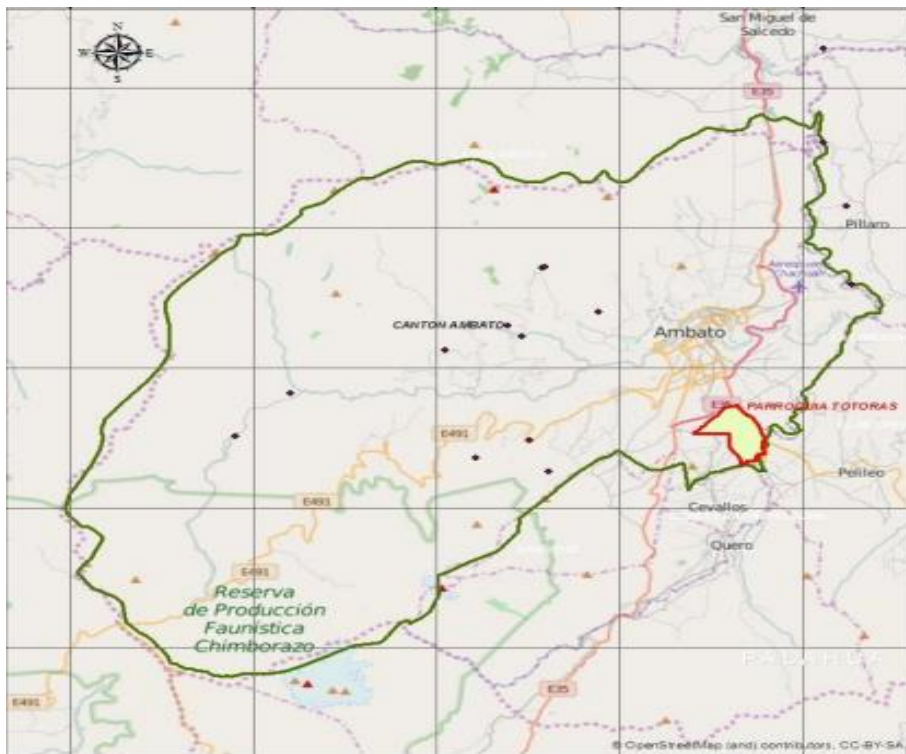
La parroquia Totoras concordante con su población y extensión territorial, cuenta con una densidad poblacional de 8,19 habitantes por hectárea. Sus límites son.

Norte: Las parroquias Huachi Grande y Picaihua

Sur: Parroquia Montalvo y cantón Cevallos

Este: Parroquia Picaihua y cantón Pelileo

Oeste: Parroquias Montalvo y Huachi Grande.



**Gráfico N° 32** Ubicación de la parroquia Totoras dentro del cantón Ambato  
**Fuente:** PDOT Parroquial Totoras

La parroquia Totoras, territorialmente cuenta con 3 caseríos, que se indican en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia. Estos caseríos principales, cuentan con algunos barrios:

**Cuadro N° 39. Barrios y caseríos de la parroquia Totoras**

<b>Caserío</b>	<b>Barrios</b>
<b>La Dolorosa</b>	Bellavista
	Barrio Fino
<b>Huachi Totoras</b>	Jesús Del Gran Poder
	La Unión
	El Porvenir
<b>Totoras Centro</b>	Cristal
	La Libertad
	San Francisco
	El Recreo
	El Placer
	San José
	El Mirador
	Santa Rita
	Palahua

Fuente: PDOT Totoras.

A nivel de Jefatura de Hogar, en Totoras, se presenta al año 2010:

**Cuadro N° 40. Barrios y caseríos de la parroquia Totoras**

Jefes de Familia	Hombres	Mujeres	Total
La Dolorosa	127	71	198
Huachi Totoras	155	82	237
Totoras Centro	500	400	900
<b>Total Jefes Familia</b>	<b>782</b>	<b>553</b>	<b>1.335</b>

Fuente: PDOT Totoras

Esta distribución representa un 58,3% de jefes de hogar hombres y un 41,7% de mujeres, lo que necesariamente debe ser considerado como motivador de cualquier esfuerzo de mejoramiento de la producción y generación de ingresos, por la alta proporción de mujeres a la cabeza de sus hogares.

### **3.2. Relación con la Planificación Local**

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ambato, menciona que:

La actividad agrícola se desarrolla en casi la totalidad del cantón y es una de las principales actividades generadoras de trabajo en la zona rural. Los principales productos para el mercado son: hortalizas, flores, frutas y aves, que han cobrado fuerza en los últimos años debido al desarrollo de “Mercados Mayoristas”, dándose un cambio en el sistema productivo y un mejoramiento de las relaciones con el mercado, al pasar de un SPA Doméstico Familiar a un SPA Mercantil. (GAD Ambato, 2020)

A nivel de esta planificación local se han incluido políticas y objetivos que se orientan hacia las actividades productivas, y en lo que concierne a la actividad agrícola el mismo PDOT del cantón Ambato, definen principalmente:

#### **Sector Agropecuario**

##### **Objetivo Sectorial**

Promover la producción agropecuaria del Cantón Ambato, tomando en cuenta las capacidades y potencialidades del territorio. Recuperar los suelos productivos, subutilizados con el fin de incrementar la superficie productiva, evitando generar presiones hacia zonas naturales protegidas y sensibles.

##### **Políticas**

- Apoyar las iniciativas de producción y de servicios de carácter asociativo y comunitario con mecanismos específicos de acceso al crédito.
- Socializar sobre las ventajas, aportes y potencialidades del trabajo y la producción asociativos y de los valores de la economía solidaria.
- Impulsar iniciativas de producción agrícola asociativas y comunitarias basadas en el modelo de economía social y solidaria.

## **Sector comercio**

### **Objetivo Sectorial**

Potenciar al Cantón Ambato como nodo de comercio a nivel nacional y centro de acopio, comercialización y distribución integral, generando empleo, promoviendo reinversión y aportando al desarrollo nacional para elevar el nivel de vida de la población.

### **Políticas**

- Estimular, potenciar y apoyar el desarrollo del comercio en todos los ámbitos, redireccionando su misión y articulándolo a los objetivos de desarrollo cantonal.
- Aplicar incentivos para el desarrollo de actividades generadoras de valor, especialmente de los sectores productivos del cantón y que tienen prioridad en términos de comercio.
- Asegurar la producción del Cantón Ambato a través de un sistema de comercialización y circuito de mercados en donde los precios de los productos se trancen de manera justa y equitativa.
- Impulsar las redes de comercialización directa y las iniciativas de compras solidarias.

Es importante resaltar que se han tomado solamente aquellos sectores y políticas que se relacionan con la actividad agrícola (Agropecuario) y con el aspecto Comercial, que se relacionan de forma directa con la producción y comercialización de Tuna; y, que en la definición de metas y generación de acciones para su cumplimiento marcan condiciones para diseñar un Sistema de Comercio Justo.

También se debe mencionar que dentro de la matriz de Problemas y Potencialidades identificadas en el PDOT de Totoras, se indica que existe: “Poco interés de las personas en formar asociaciones de producción”.

### 3.3. Caracterización Productores

Físicamente la parroquia tiene un clima templado que en promedio tiene 14,5°C, los meses más calurosos son febrero y noviembre, y los de más baja temperatura julio y agosto. (GAD Cantonal Totoras, 2015)

De acuerdo con el PDOT de la parroquia Totoras, el suelo en un 57,85% se encuentra ocupado por los asentamientos humanos en los tres caseríos y los barrios que los integran. La proporción de suelo destinado a cultivo es un 28,6%, y considerando que un 9,73% está ocupado por actividades industriales, la potencialidad sobre el crecimiento de uso de suelo a actividades agropecuarias es mínima, lo que implica que la actividad debe alcanzar elevada eficiencia para optimizar su uso.

En estas condiciones físicas y de uso de suelo, las principales actividades generadoras de ingresos son:

**Cuadro N° 41. Fuentes principales de ingresos familiares de la parroquia Totoras**

<b>Fuentes de ingresos familiares</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Actividad agrícola	1.107	30,4%
Actividad pecuaria	149	4,1%
Actividades de construcción	848	23,3%
Actividades relacionadas con el comercio	768	21,1%
Actividades artesanales	495	13,6%
Empleados en el sector público	80	2,2%
Empleados en el sector privado	193	5,3%
<b>Total</b>	<b>3.640</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: PDOT Parroquia Totoras. Entrevistas a sectores productivos de la parroquia

La información de las actividades productivas que generan ingresos a las familias de la parroquia Totoras, indica que aproximadamente el 30% de las familias dependen de las actividades agrícolas.

Para ampliar la caracterización productiva de la parroquia Totoras, se incluyen las organizaciones legalizadas ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (SEPS, 2021)

**Cuadro N° 42. Organizaciones legalizadas ante la SEPS, parroquia Totoras**

Razón Social	Grupo Organización	Clase Organización
Asociación de Producción y Acopio Agrícola Migrantes Buen Vivir ASOPROMIGRA	Producción	Agrícola
Asociación de Comerciantes de Chochos de la Parroquia Totoras	Producción	Alimenticia
Asociación de Servicios de Capacitación Construyendo Lideres ASOCONLID	Servicios	Capacitación
Cooperativa de Transportes en Taxis Hispano América	Servicios	Transporte
Cooperativa de Transporte de Pasajeros en Taxi Plaza Urbina	Servicios	Transporte
Cooperativa de Transportes Santa Cecilia	Servicios	Transporte
Cooperativa de Transportes de Pasajeros en Taxis Libertad y Trabajo	Servicios	Transporte
Cooperativa de Transporte de Carga Abdón Calderón de Ambato	Servicios	Transporte

Fuente: SEPS. 2021, Catastro de Organizaciones.

De las 8 organizaciones legalizadas ante la SEPS y que se encuentran activas al mes de junio del 2021, solamente una de ellas se dedica a la actividad agropecuaria. Además en la parroquia se cuenta con la Cooperativa de Ahorro y Crédito “15 de Agosto Ltda.”, con matriz en la misma parroquia.

Esta asociación ASOPROMIGRA, “se dedica a la comercialización, intercambio y procesamiento de carnes y alimentos como frutas, legumbres, hortalizas, vegetales y tubérculos”. (...) “de los productos que oferta ASOPROMIGRA una vez aplicada la encuesta, se encuentra que hay preferencia en los consumidores por verduras y hortalizas...” (Salguero, 2016)

Es decir, que la asociación no produce, acopia, ni comercializa Tuna, por lo que los productores de dicha fruta, que son parte objetiva del estudio, no tienen en ellos un canal de comercialización que permita implementar un Sistema de Comercio Justo.

De los tres caseríos que integran la parroquia Totoras, la dedicación a la producción de ciertos cultivos son:

**Cuadro N° 43. Cultivos que se dan en la parroquia Totoras**

Caserío	Principales Productos	Barrios producción Tuna
La Dolorosa	Papa, Maíz, Tuna	Bellavista
Huachi Totoras	Mora, Claudia, Manzana, Fresa, Tuna	Jesús del Gran Poder El Porvenir
Totoras Centro	Maíz, Pastos, Hortalizas	

Fuente y elaboración: PDOT Totoras. (2015)

Esto lleva a definir que los productores se encuentran principalmente en los caseríos La Dolorosa (barrio Bellavista) y Huachi Totoras (Barrio Jesús del Gran Poder) y es donde se debe orientar los esfuerzos para implementar Sistema de Comercio Justo.

Una característica adicional, tomada del PDOT del cantón Ambato, permite identificar que no hay un sistema de producción estandarizado, es más tradicional y no utilizan técnicas, ni tecnologías que aumenten la eficiencia en su producción-

Por otra parte, se tiene que el proceso de producción de tuna es muy variable entre los productores, debido a que una gran parte de los productores manejan sus huertas con técnicas de producción heredadas, otros con técnicas aprendidas



mediante la asociación con productores, y muy pocos con técnicas que adoptaron a través de la transferencia de tecnología de las instituciones de investigación. (GAD Ambato, 2020)

La determinación de esta caracterización es fundamental para estructurar el sistema o la propuesta del sistema de comercio justo asociado a la producción de Tuna.

En cuanto a la percepción desde la posición de compradores o comercializadores, algunas de las características más importantes definidas en el levantamiento de información son:

- La actividad como compradores la llevan en promedio entre cinco y diez años, lo que indica que ya están establecidos como tal y son conocidos por los productores.
- Pero solo un 41% menciona que conoce la procedencia de los productores, lo que es signo de que falta mejorar el relacionamiento personal.
- La compra se hace principalmente en cajas, como unidad de medida.
- El valor de compra de la caja tiene un rango que va desde los \$5,00 como mínimo, y \$8,00 como máximo.
- El promedio de compra entre los encuestados se ubica en \$6,19. Lo que representa un 23,8% más que el valor mínimo, y un - 22,6% menos del valor máximo por caja.
- Un 86,4% menciona que existen varios intermediarios
- La totalidad indica que como compradores no apoyan con asistencia técnica o acciones de carácter social
- Solo un 22,7% menciona conocer sobre Comercio Justo.
- Un 36,4% indica que si les gusta valorar el esfuerzo de los productores.
- Un 50% menciona que actualmente se paga un precio justo por la caja de tuna.
- Un 45,5% acepta que a veces siente que se aprovecha de los productores.

Si bien no hay una tendencia marcada a aprovechamiento de las condiciones comerciales, en perjuicio de los productores, los compradores si tienen un margen mayor de beneficio, por lo que se percibió en el levantamiento.

### **3.3.1. La Tuna**



**Gráfico N° 33** Cultivo de tuna en la parroquia Totoras  
**Fuente:** PDOT Parroquial Totoras

La tuna, conocida como nopal en México, “con más de 25 mil años de historia de cultivo, caracteriza propiamente a la cultura mexicana, (...) cuenta con propiedades importantes para promover la conservación de los suelos”. (Andrade, s.f)

La tuna es una fruta de la familia de las cactáceas. Tiene cáscara gruesa y espinosa con una pulpa abundante en semillas. Constituye un alimento de gran valor nutritivo, pues aporta vitaminas, minerales y proteínas, es jugosa, saludable y con excelentes propiedades para la digestión debido a la fibra contenida en sus semillas. Tradicionalmente la Tuna del Nopal se ha usado no solo como alimento, sino también como un poderoso remedio natural para tratar múltiples enfermedades estomacales, resfriados, colesterol alto, además

de ser un excelente alimento para diabéticos. (Fideicomiso de Riesgo Compartido, 2017)

Además la tuna es un alimento fresco, que puede llegar a procesarse de diversas maneras, en conserva, jugos, helados, en almíbar, néctar, vinos, etc.

### **3.4. Propuesta de Sistema de Comercio Justo para la comercialización de Tuna**

Las características previas permiten tener algunas precisiones sobre las condiciones de vida, de las potencialidades y limitaciones productivas relacionadas con la actividad agrícola y del cultivo de Tuna en particular, algunas de esas precisiones son:

#### **Producción**

Los productores de tuna en la parroquia Totoras son un grupo reducido, ya que por el área de suelo destinado de forma general a diferentes cultivos, siendo la producción de tuna focalizada en tres barrios ya mencionados, Bellavista, Jesús del Gran Poder y El Porvenir.

#### **Comercialización**

La comercialización es un esfuerzo individual casi en su totalidad, si bien eventualmente hay un entendimiento de los productores para estandarizar el precio, la presión de los intermediarios, no permite que sea sostenible este acuerdo. Se identifica la debilidad en el poder de negociación de los productores, por el margen de precios y la actitud de los compradores, ellos llegan a percibir como que denotan molestia, por lo serio y exigentes; además de que es mayor las ocasiones en que les han rechazado una venta, que las que terminan vendiendo.

#### **Ingresos**

La generación de ingresos no permite cubrir un salario básico unificado, y peor aún una canasta básica mensual, de acuerdo con los datos obtenidos en la

aplicación de las encuestas. Por lo que la búsqueda del mejoramiento de las condiciones productivas, comerciales y organizativas se vuelve esencial.

### **Organización**

No existe una organización que ampare, organice y proyecte mejores condiciones de negociación para los productores de tuna, si bien la planificación local, menciona que hay un problema con la predisposición de los productores a integrarse a una organización, la percepción de los encuestados de aprovechar las ventajas del Comercio Justo en la forma que se plantea y se entiende, fueron aceptadas por los encuestados, productores directos de tuna en la parroquia Totoras.

#### ***3.4.1. Marco institucional de la propuesta***

La propuesta debe iniciar con un proceso de integración de los productores a una organización (asociación o cooperativa) que pueda alcanzar objetivos más profundos que los que se tienen de forma individual. Algunos de estos objetivos pueden ser:

- Sumar las ideas y aspiraciones de todos los productores.
- Generar estrategias de grupo para aumentar su capacidad de negociación.
- Disminuir los costos de producción al adquirir insumos en volumen.
- Disminuir costos de transporte igualmente por volumen.
- Posibilitar tener peso político para interponer gestiones ante entidades públicas y/o privadas para beneficios de grupo.
- Definir con criterio empresarial, las actividades productivas de los miembros de la organización, de su producción y del proceso de comercialización.
- Impulsar la productividad, mediante el aumento del volumen de comercialización
- Mejorar los ingresos por venta de la tuna, mediante la estandarización de precios.

- Mejorar la relación comercial con compradores y clientes finales, eliminando la intermediación.
- Eventualmente buscar opciones de internacionalizar la venta de la tuna.

Para el alcance de estos objetivos se plantea un procedimiento para la constitución de la organización.

- Ingresar a la página web de la SEPS:  
<https://www.seps.gob.ec/>
- Ingresar al enlace Sector No Financiero
- Seleccionar Servicios Electrónicos:  
<https://www.seps.gob.ec/servicios?electronicos-sector-no-financiero>
- Ingresar al Sistema de Registro SNF:  
<https://www.seps.gob.ec/interna?sistema-de-gestion-de-organizaciones-sisgo>
- Realizar la Reserva de Denominación:  
<https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/reps/reserva/reservaDenominacion.jsf>

En este punto se despliegan tres formularios donde se debe ir rellenado cada uno, sin saltarse algún dato solicitado, en el que se debe incluir el nombre sugerido de la nueva organización, al correo incluido le llega un documento indicando la reserva con un código que le servirá para ingresar a la constitución posterior. Esta reserva de denominación tiene una vigencia de 90 días, luego de ese tiempo, se pierde la reserva de nombre realizada y se debe reiniciar el proceso.

- Si se desea continuar con el proceso, en el mismo Registro SNF, se debe ingresar al enlace de Constitución de Nueva Organización, con el Código asignado en el documento de reserva de Denominación, allí ya se debe subir los documentos necesarios, que son: Acta de Constitución de la nueva organización, Directiva inicial, Lista de socios con cédulas y papeletas de votación,

Finalmente se debe formalizar ante el Servicio de Rentas Internas y así cumplir las obligaciones tributarias que se establece que de forma general son:

- Imprimir facturas en el caso de contribuyentes bajo régimen RUC
- Notas de Venta en el caso de contribuyentes bajo régimen RISE
- Otro documento habilitado es el libretín de Comprobante de Compra de Bienes y Servicios.
- Declaraciones del Impuesto al Valor Agregado IVA (que puede ser mensual o semestral)
- Declaración Anual de Impuesto a la Renta
- Otras obligaciones específicas, definidas en el documento RUC
- Los incumplimientos tributarios generan sanciones y multas económicas.

### **3.4.2. Acciones previas**

Como parte de la propuesta se plantean las acciones previas a la legalización de la organización, que disminuyan potenciales problemas futuros, aumenten la posibilidad de la toma de decisiones de grupo de forma ágil y en función del bien común.

- **Identificar a potenciales líderes y lideresas**  
Apoyar el proceso en personas que tengan algún grado de ascendencia o que sean reconocidos en cada uno de los barrios donde exista productores de tuna.
- **Planteamiento de la propuesta**  
Iniciar la socialización de la propuesta general, anteponiendo los objetivos y la posibilidad de mejora que podría traer la organización. La base debe ser el mejoramiento de la productividad de la tuna y de su comercialización.
- **Hoja de ruta**  
Establecer una hoja de ruta con el grupo que liderará el proceso de conformación y legalización de la organización.
- **Reuniones participativas**  
Convocar a los productores de tuna de los barrios Bellavista, Jesús del Gran Poder y El Porvenir a reuniones participativas para el

planteamiento de la propuesta, incluir las sugerencias de los participantes, filtrar el grupo de productores que realmente deseen, de forma voluntaria ser parte de la organización. Definir el tipo de organización que tomaría el grupo (asociación o cooperativa)

- **Cronograma de acciones**

Definir la planificación de acciones y tiempos para ir cumpliendo con los compromisos asumidos en las reuniones participativas, cumplir con el levantamiento de la documentación y requisitos formales para la legalización.

- **Realizar el proceso de legalización**

Una vez definido el grupo final de miembros voluntarios para la creación y legalización de la organización, se debe concluir con el proceso antes señalado.

### ***3.4.3. Gestión Administrativa de la organización***

Conscientes de la normativa vigente en el Ecuador respecto de las organizaciones de Economía Popular y Solidaria, la organización debe definir:

- Consejo de Administración (si fuere Cooperativa) o Junta Directiva (si fuere Asociación).
- Consejo de Vigilancia (Cooperativa) o Junta de Vigilancia (Asociación).
- Presidente de la organización.
- Secretario de la organización.
- Gerente de la Cooperativa o Administrador de la Asociación

Una vez definida la estructura directiva y administrativa la organización requiere que se planteen los documentos de control y procedimientos internos para garantizar una marcha adecuada de la misma.

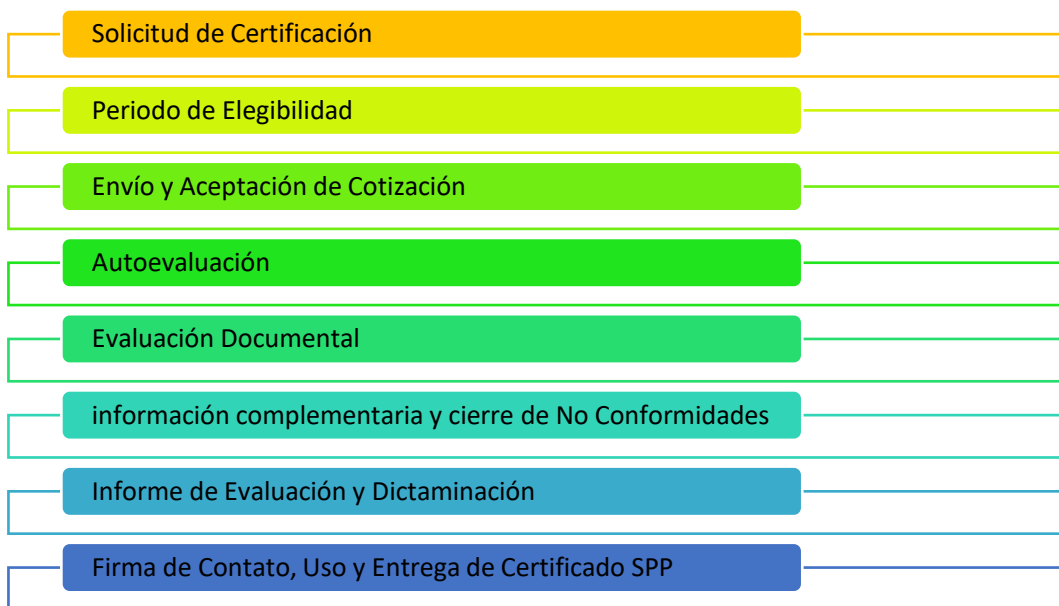
- Reglamento Interno de la organización.  
Que incluya los deberes y responsabilidades en forma más detallada, con las sanciones por omisiones o incumplimientos de los miembros, así como las directrices para la toma de decisiones de cada órgano y directivo de la organización.

- Manual de funciones  
Que aclare para cada directivo y responsable de la organización de cuáles son las obligaciones, deberes y responsabilidades de cada cargo, tiempos y responsabilidades existentes.

#### 3.4.4. Sistema de Comercio Justo

Para la nueva organización de EPS creada, se plantea obtener el sello SPP – Símbolo de Pequeños Productores. (SPP, 2021)

El proceso general para la obtención del Certificado es el que se muestra en el gráfico 33, a continuación:



**Gráfico N° 34** Flujo del Proceso de Obtención del certificado SPP

**Fuente:** SPP.COOP

#### 3.4.5. Procedimiento General.

Para la nueva organización el proceso que debe cubrir para lograr implementar el sistema de Comercio Justo, debe obligatoriamente alcanzar la certificación de alguna de las organizaciones que tienen esa capacidad de certificación, se ha considerado el Símbolo de Pequeños Productores SPP, como el distintivo adecuado para los productores de Tuna, conformados en una organización legalizada ante la SEPS. La información incluida se toma expresamente de los documentos de la Cooperativa de Pequeños Productores que



generaron este distintivo y que constan en la página web de esta entidad, [www.spp.coop](http://www.spp.coop)

Este distintivo o certificación se basa en algunos principios que son coincidentes con los principios de Economía popular y Solidaria, por lo que su alcance, respeto y cumplimiento serían eventualmente más factibles de considerarlos y ponerlos en práctica permanente.

Estos principios del símbolo SPP son. (SPP, 2021)

### **Organización Democrática**

Este principio se refiere a la gobernabilidad interna y a las relaciones entre los socios, reconociendo una transversabilidad entre quienes asumen cargos directivos y quienes sostienen a la organización como miembros de la misma.

#### **a. Democracia Participativa**

- La organización democrática es el fundamento básico para la sociedad global. La organización democrática parte en primer lugar de la organización horizontal de individuos para lograr un bien colectivo. En una organización democrática debe haber mecanismos de participación igualitaria y constantes de todos los miembros y sectores de la organización. Una organización democrática debe operar en todo momento en función de los consensos generados entre las personas que la integran y en función de los intereses colectivos.
- La organización democrática se opone al individualismo e intereses particulares como práctica para alcanzar el desarrollo. Además, se opone al autoritarismo, a la exclusión y a la democracia falsa, es decir una democracia única y exclusivamente basada en el voto periódico de los representantes, sin mecanismos de control, participación y rendición de cuentas constantes.

#### **b. Autogestión**

- Cada grupo social tiene el derecho de procurar su propio bienestar y guiar su propio proceso de desarrollo en busca de una vida digna, de acuerdo a su propia visión y cultura. La autogestión también implica el propio proceso de desarrollo las capacidades productivas, técnicas y comerciales; defender y promover sus derechos e intereses mediante la participación ciudadana activa a través de la incidencia en políticas públicas y privadas. La autogestión es una forma de autodeterminación de sus miembros de cara al presente y el futuro.
- Una organización autogestiva lucha contra la injerencia, la manipulación e imposición de ideas e intereses externos, contrarios sus principios y valores. La autogestión se opone al centralismo autoritario.

c. Colectividad

- El principio de la colectividad parte de la idea que el individuo sólo puede lograr avances reales si lo hace en forma colectiva y tomando en cuenta el bien colectivo.
- La colectividad se opone al individualismo y al egoísmo, que privilegian siempre el interés particular sobre el bien común.

d. Solidaridad

- La solidaridad entre las personas y entre las organizaciones debe ser base de la organización social. La solidaridad entre las personas, organizaciones y sociedades, parte que los problemas comunes requieren de soluciones conjuntas, para todos.
- La solidaridad se opone al egoísmo y la indiferencia, a la solución individual y parcial de problemática común, sin importar si se resuelven los problemas de los demás integrantes de una organización o sociedad.

e. Justicia

- Para que exista la justicia, en primer lugar, deben de existir reglas claras y mecanismos transparentes y eficientes para hacerlas valer. Estas reglas y mecanismos deben ser acordados democráticamente. Las reglas además deben ser justas, es decir, estar basados en los derechos y las obligaciones y el respeto de los individuos y grupos.
- No hay justicia cuando las reglas se definen de manera autoritaria, cuando éstas son discriminatorias y excluyentes o cuando existe impunidad o discrecionalidad en la aplicación de las reglas.

**f. Equidad**

- La equidad implica la promoción de la participación equitativa de diferentes partes de la población, por ejemplo, hombres y mujeres, en los órganos y procesos de toma de decisiones. El principio de la equidad debe también prevalecer en el trato entre organizaciones y sociedades, es decir, deberán celebrarse el trato mutuo sin abuso de debilidades y fortalezas de unos u otros y buscando una participación igualitaria en la toma de decisiones.
- La equidad se opone a la discriminación y la discrecionalidad por un lado y por otro a la competencia desleal entre partes desiguales.

**g. Transparencia**

- La transparencia es parte esencial de la organización democrática. Implica la claridad con respecto a las reglas, el actuar, la toma de decisiones y la rendición de los resultados de los órganos representativos y operativos hacia los integrantes de la organización y la sociedad.
- La falta de transparencia de una organización demuestra su falta de compromiso real con sus propios integrantes, relaciones externas y con la sociedad de la cual forma parte.

**h. Confianza**

- Las relaciones sociales y económicas principalmente deben construirse en base a la confianza. La confianza es un principio que compromete a los integrantes de una organización, sociedad o trato entre partes a que actúen siempre de buena fe, con responsabilidad y compromiso mutuo. Permite generar relaciones sociales y de intercambio a largo plazo donde hay espacio para el diálogo y la negociación abiertos, sin la necesidad de la intervención de una autoridad. El principio de la confianza no se puede desvincular del principio de la transparencia.
- El valor de la confianza es opuesto al oportunismo y el engaño, en aras del beneficio propio en el corto plazo.

**i. Pluralidad**

- La pluralidad implica el respeto a los derechos de cualquier ser humano, independientemente de su sexo, procedencia étnica o geográfica, edad, religión, orientación política, condición social, preferencia sexual, capacidades, etcétera.
- El principio del respeto a la pluralidad se viola cuando se menosprecia o discrimina a las personas por cualquier motivo.

**j. Respeto a las Culturas Locales**

- Deben respetarse las culturas, usos y costumbres, lenguajes e idiosincrasias de las comunidades, entre las cuales viven las familias de pequeños productores.
- El respeto a las culturas se opone a la imposición cultural, religiosa, idiomática y formas de organización social.

## **Economía**

La economía de las organizaciones que buscan acceder al distintivo de Comercio Justo SPP, se basa en el principio de Vida Digna, que se opone al desarrollo enfocado exclusivamente en el crecimiento, la acumulación de la

propiedad y el consumismo, el consumo de recursos naturales no renovables y la destrucción del medio ambiente, sin generar bienestar físico y psicológico real de las personas. (SPP, 2021) ES\_Decla\_Principios\_Valores\_SPP.pdf.

### **Pequeña Escala**

Este esquema productivo es la que se asocia directamente con las condiciones naturales de los productores, y como se manifiesta en el documento de Declaración de Principios de la SPP (SPP, 2021)

- La producción y la comercialización a pequeña escala es la que genera mayores beneficios sociales y ecológicos para la economía mundial y en particular a las economías locales. Por un lado, genera la mayor cantidad de empleos en tanto los sectores rurales como urbanos. Por otro lado, es la que se adapta mejor a las condiciones sociales, organizativas, culturales, educativas, ambientales, climáticas.

Económicas locales: De los ingresos generados por el trabajo a pequeña escala un porcentaje alto se mantiene en la economía local, por lo cual ésta se fortalece.

- La producción y comercialización a pequeña escala se opone a la empresa a gran escala que provoca el desempleo masivo a través de la competencia desigual, la destrucción de la capacidad productiva local, la generación de grandes flujos de migración temporal y permanente y la descomposición social que provoca. La gran producción y comercialización han provocado la destrucción ambiental y la destrucción de la pequeña y mediana empresa, generando núcleos económicos de tal magnitud que acumulan poder económico y político.

Los beneficios de la gran producción y comercialización generalmente no se invierten de manera local, sino se convierte en capital libre que muchas

veces no genera beneficios para productores o consumidores que la hicieron posible.

### **Comercialización Directa (SPP, 2021)**

- Para la generación de mayores valores locales y fortalecer la economía familiar se deben dar prioridad a las relaciones comerciales más cercanas posibles entre productor y consumidor.
- La comercialización directa contrasta con el intermediarismo excesivo o abusivo. El excesivo es la intervención de muchos actores en la cadena, lo cual encarece el producto afectando los intereses de tanto productor como consumidor. El intermediarismo abusivo es el que parte del principio de comprar lo más barato posible para venderlo lo más caro posible, en lugar del principio de la digna remuneración del trabajo invertido.

### **Calidad (SPP, 2021)**

- Los productos que ofrece una organización deben de cumplir siempre con requisitos mínimos de calidad para el consumidor final. La calidad de un producto siempre debe ser claramente acordada o comunicada entre las partes. La calidad de un producto es un reflejo de los esfuerzos y gastos de producción invertidos, por lo cual esta calidad del producto deberá ser reconocida económicamente en el mercado.
- La calidad de los productos no es generalmente reconocida en el mercado. Los precios se basan más bien en las fluctuaciones del mercado, respondiendo incluso a factores como la especulación y el acaparamiento.

### **Precios sustentables (SPP, 2021)**

- Los precios de los productos en el mercado deben cubrir costo real involucrado en su producción y comercialización. Los costos de producción deben incluir la remuneración digna de la mano de obra

involucrada y deben reconocer el valor de los cuidados y las responsabilidades medioambientales y sociales asumidas por el productor y la organización que ofrece el producto. Por otro lado los precios de los productos deben permitir la generación de un margen de utilidad que permite la inversión y así la sustentabilidad económica y la competitividad de los Pequeños Productores y sus organizaciones.

- El concepto de precios sustentables se opone a un sistema de precios marcado por los vaivenes del mercado y a sistemas de premios basados en el asistencialismo

### **Economía Local (SPP, 2021)**

- Para un futuro digno las economías locales deben ser fortalecidas para un futuro digno para la población rural y la sociedad en su conjunto. Deben crearse fuentes de trabajo local que les permite generar ingresos para poder vivir de manera digna. Debe promoverse la producción y el intercambio de productos para los mercados y el consumo local. De esta manera se genera una mayor fuente de empleo local, se reducen los costos de los productos, lo cual permite una mayor competitividad de los productos locales. Por otro lado, se reduce la “huella ecológica” de los productos, al incurrir en menor gasto energético por transporte. Además, la producción para el consumo local genera mayor beneficio para la autonomía y suficiencia alimentaria de las economías locales.
- El fomento de la economía local se contrapone al fomento de la economía globalizada o “libre mercado” que está dominada por la gran empresa y genera desequilibrios económicos, sociales y ecológicos. El libre mercado hace que productos se intercambien mundialmente sin considerar los impactos económicos y ecológicos negativos que tienen tanto su producción como su traslado, de esta manera aportando a la destrucción de capacidades productivas locales, el empobrecimiento de la población, la desigualdad social, la contaminación y por lo tanto el incremento del efecto invernadero y el cambio climático.

### **Valor Agregado Local (SPP, 2021)**

- Para la generación de mercados locales fuertes y un futuro digno para los productores es importante que la generación de valores agregados suceda lo más cerca posible al proceso y lugar de producción, generando mayores beneficios para estos productores y para las economías locales. De esta manera una mayor parte del valor final del producto se queda en la región de origen. También permite a los productores ser actores más activos en el mercado, con mayor capacidad de negociación.
- Contrario al principio de la generación de valor agregado desde el origen del producto es limitar a los productores a ser meros proveedores de materia prima, sin valor agregado, dejando los beneficios principales del producto fuera del área de producción original.

### **Medio Ambiente y Salud**

#### **Respeto al Medio Ambiente**

- El cuidado del medio ambiente, la flora y fauna, el equilibrio ecológico o, simplemente, “La Naturaleza” o “La Madre Tierra” debe ser una condición básica para la sociedad y la organización. El aprovechamiento de los recursos naturales deberá hacer de tal manera que no se haga daño al equilibrio ecológico. Es necesario proteger el medio ambiente, regenerar el equilibrio ecológico donde esto es posible, para el bien de las futuras generaciones.
- La Naturaleza no se respeta donde se hace un uso de productos tóxicos y contaminantes o métodos nocivos para el medio ambiente en la producción o en el procesamiento o comercialización de los productos.

#### **Respeto a la Salud**



- El cultivo y el procesamiento de los productos no debe afectar la salud de los involucrados por el uso de sustancias tóxicas o de métodos de trabajo que implican un alto riesgo a la salud humana. También deberá evitarse que los procesos de producción afecten la salud de animales domésticos y silvestres. Los productos de consumo no deben de contar con residuos químicos u otros contaminantes que ponen en peligro la salud del consumidor.
- El principio del cuidado a la salud se opone a la producción o utilización de organismos genéticamente modificados u otros productos tóxicos y contaminantes que dañan la salud de productores y consumidores.

La organización que al acceder al distintivo SPP, deberán observar permanentemente los principios arriba expuestos, ya que la normativa de control para acceder, permanecer y poder utilizar el distintivo como medio de potenciar el sistema comercial, son de estricto cumplimiento, pues se trata de una imagen mundial que responde a una figura aceptada y valorada entre productores y comercialidades.

Para el alcance del certificado se requiere cumplir con una procedimiento que se presenta a continuación, siempre con los requisitos establecidos por quienes impulsan el Símbolo de Pequeños Productores.

### **Opciones de Certificación y Tipos de evaluación (SPP, 2021)**

- **Procedimiento para obtener el Certificado SPP:**
- **Procedimiento Inicial:** El conjunto de la evaluación de los criterios del Proceso de Elegibilidad (a cargo de SPP Global) y de la Evaluación Documental (a cargo del Organismo de Certificación)
- **Evaluación Documental:** Consiste en evaluar de forma documental el cumplimiento de los Criterios Críticos aplicables de la Norma general por parte de las Organizaciones de Pequeños Productores a Certificarse/Empresas, a cargo del Organismo de Certificación.



- En cualquier caso, si la Evaluación Documental arroja insuficiente información para sustentar el cumplimiento de los Criterios Críticos de la Norma General, éste tendrá que complementarse con una Evaluación in situ.
- En este caso, el OC hace una propuesta de costos basado únicamente en los gastos involucrados en la visita de campo complementaria para la corroboración de la información faltante.

### **Solicitud de Certificación**

- Las Organizaciones de Pequeños Productores interesadas en la Certificación puede comunicarse con SPP Global, o solicitar a través de su página de Internet o por correo electrónico, un paquete con la información que incluye:
  - Manual de sistema el Símbolo de Pequeños Productores
  - Lista de Requisitos para Organizaciones de Pequeños Productores
  - Norma General del Símbolo de Pequeños Productores
  - Declaración de Principios del Símbolo de Pequeños Productores
  - Código de Conducta del Símbolo de Pequeños Productores
  - Solicitud de Certificación y Uso del Símbolo de Pequeños Productores
- SPP Global aclara las eventuales dudas manifestadas por el solicitante.
- SPP Global informa a la OPP que debe enviar su solicitud a través del sistema digital D-SPP y llevar a cabo las acciones necesarias
- El representante autorizado del solicitante debe enviar la Solicitud de Certificación debidamente completada, haciendo uso del sistema digital SPP3.
- El interesado deberá anexar los Certificados Orgánicos o similares con los que cuente a las solicitudes de Certificación, de aquellos productos deseados en incluirse a la certificación SPP.
- SPP Global revisará el correcto llenado de la Solicitud de Certificación; y la aprueba o la rechaza.

- Si la solicitud no está bien completada, SPP Global informa al Solicitante, para que presente una versión corregida o complementada.

### **Proceso de Elegibilidad**

Una vez se tenga la Solicitud de Certificación y se haya verificado el Pago por concepto de Solicitud Inicial, correspondiente a 150 dólares, comienza el Proceso de Elegibilidad para el cual se establecen 21 días.

- El Informe de Evaluación (para el Proceso de Elegibilidad) se deberá llenar en todos los casos, como parte del Proceso de Elegibilidad. Este Informe de Evaluación evalúa los criterios críticos de la Norma General SPP, el Código de Conducta SPP y los Principios y Valores SPP. Este informe se compartirá únicamente con el Organismo Certificador involucrado. Con el Solicitante solamente se comparte la Resolución, no este Informe de Evaluación.
- En los casos en que se lleve a cabo la Fase II de Elegibilidad del Proceso de Elegibilidad, la Resolución debe llevar las firmas del Responsable del Área de Certificación y del Director Ejecutivo. En los casos en los que sólo se aplique la Fase I, deberá llevar la firma del Responsable de Certificación y Calidad.

El Proceso de Elegibilidad se divide en tres fases (SPP, 2021):

1. Investigación de escritorio y consulta general de objeción.
2. Solicitud de documentación e información complementaria del evaluado.
3. Realizar una visita in situ.

Durante los primeros 14 días del periodo de 21 días, el área de Certificación y Calidad de SPP Global realiza la revisión de los antecedentes de la OPP solicitante, con base en la siguiente metodología:

Fase 1: Investigación de escritorio y consulta general de objeción.

- Se hace pública la intención del solicitante de certificarse en el sitio de internet y se notifica dicha intención a todos los usuarios que están certificados, registrados, autorizados, y, también, a las redes de productores afines. Se cuenta con un periodo de 15 días para que se presenten eventuales objeciones contra la Certificación del Solicitante. Las objeciones que se presenten a SPP Global deben estar sustentadas con información concreta y verificable con respecto a incumplimientos de la Norma y/o el Código de Conducta del Símbolo de Pequeños Productores.
- Se contacta directamente a los actores SPP y a las estructuras de coordinación del país en cuestión.
- Se realiza una revisión del origen y de los antecedentes del solicitante en cuestión, haciendo uso de información pública y eventualmente a través de entrevistas directas.
- Se revisan las objeciones presentadas por terceros para verificar que cumplan con los requisitos debidos.
- En caso de no existir elementos sobre el incumplimiento con la Norma y/o el Código de Conducta del Símbolo de Pequeños Productores, el área de Certificación y Calidad de SPP Global notifica al OC, a más tardar al cumplirse el plazo de los 21 días, que puede iniciar con el proceso de certificación.

Fase 2: Solicitud de documentación e información complementaria del evaluado

- Acta Constitutiva y, de haber habido modificaciones a los estatutos, presentar Estatutos vigentes
- Organigrama y Reglamento Interno. Acta de la última Asamblea General ordinaria y de cualquier Asamblea General extraordinaria celebrada eventualmente después de la última ordinaria
- Certificados vigentes (Orgánico, comercio justo, etc).
- Lista de socios productores con tamaños de áreas productivas de los diferentes productos para incluirse en el certificado

- Lista de prestadores de empresas contratadas para el procesamiento y/o comercialización
- Cartas de recomendación de los siguientes tipos (opcional):
  - Comité SPP Nacional en caso de existir
  - OPP-SPP del país en caso de existir
- Compradores Finales SPP y eventualmente instancias públicas o privadas (Obligatorio presentar dos si no existen las opciones A y B. Si cumple con A y B, las cartas tipo C son opcionales).

### Fase 3: Realizar una visita in situ

- En caso de que en la Fase 2 no se genere suficiente claridad con respecto al cumplimiento de la organización, SPP Global ejecutará una Visita de Elegibilidad, in situ, solo si se puede acceder a los recursos humanos y económicos requeridos.
- La Visita de Elegibilidad consta de la revisión del cumplimiento de los criterios críticos aplicables, comprobando el funcionamiento práctico de lo escrito, mediante una visita ocular a las instalaciones principales y mediante entrevistas personales con directivos, personal ejecutivo y operativo, así como miembros (productores en el caso de las Organizaciones de Pequeños Productores) de la organización o empresa, usando como referencia el Formato de Reporte de Elegibilidad (OPP, CF) y la información documental disponible previo a la visita.
- En caso de no existir la posibilidad operativa de realizar una Visita de Elegibilidad, a pesar de existir información controvertida o insuficiente, se remite el caso al Comité de Inconformidad para que emita una Resolución.
- En la Fase 3, con base en la información obtenida, de ser suficientemente clara, la persona Responsable.

### **Elaboración de la propuesta**

- Una vez que SPP Global haya emitido un Dictamen Positivo del Proceso de Elegibilidad, el Organismo de Certificación elaborará la Oferta para

el Proceso de Certificación; tomando en cuenta la Determinación de Riesgos descrita en el inciso anterior.

- El OC aplica las “Directrices para definir los días de trabajo para la evaluación del cumplimiento y el “Reglamento de Costos” para así poder determinar la Oferta para el Proceso de Certificación.
- La Oferta para el Proceso de Certificación se envía a la Organización de Pequeños Productores para su aceptación.

### **Evaluaciones específicas**

El OC solicita al Solicitante que le envíe el Formato de Evaluación. El Formato de Evaluación está basado en la Norma General Símbolo de Pequeños Productores y el cual sirve para que el Solicitante realice su autoevaluación.

Se le informa al Solicitante que deberá utilizar las celdas asignadas con el nombre de: “Para ser llenada por el solicitante”, debe también anexar:

- Lista de Socios con las siguientes características
- Nombre productores
- Nombre de localidad
- Tamaño de la unidad de producción, por producto a certificar
- Producción anual por producto a incluir en la Certificación
- Debe estar validada de manera interna o externa.
- Los certificados vigentes (Orgánicos, Sustentables)
- Los documentos que soporten y comprueben los datos y respuestas que se pusieron en el llenado del Formato de Evaluación con respecto al cumplimiento de los Criterios de la Norma General, incluyendo:
  - El Acta Constitutiva
  - Las 2 últimas actas de la Asamblea General
  - Nombramiento de directivos y apoderados
  - Reglamento Interno, en su caso
  - Formatos o documentos que demuestren el sistema de trazabilidad del productor a los clientes de la organización.

- Listado de entidades subcontratadas que intervengan en el procesamiento y comercialización del producto, en su caso.
- El comprobante de pago de la Oferta

### **La Certificación**

- Una vez que el evaluador entregue al OC el Informe de Evaluación junto con sus anexos correspondientes, este lo turna al Comité de Dictaminación.
- El Comité de Dictaminación, analiza, evalúa y dictamina con base en el Informe de Evaluación junto con sus anexos correspondientes y apeándose al Procedimiento de Dictaminación.
- El Comité de Dictaminación elabora y entrega el Dictamen firmado por los participantes, a la Dirección General del OC. Respectivos.

### **Notificación Positiva del Dictamen y Contrato de Uso**

- El OC debe enviar un correo en el que notifica al evaluado que su dictamen es positivo y enviar el formato. o de Contrato de Uso del Símbolo de Pequeños Productores de SPP Global junto con los anexos correspondientes y el Acuse de Recibo para que sea firmado por el evaluado.
- El evaluado deberá firmar el contrato, enviarlo al OC y éste a su vez lo envía a SPP Global.
- La firma del Contrato de Uso y sus anexos vigentes permite el acceso al uso del Símbolo posterior al otorgamiento de la Certificación.
- Las OPP que adquieren su certificado SPP por primera vez deben firmar el Contrato de Uso, y el Acuse de Recibo. v. Las OPP que renuevan su certificado no deben firmar el contrato de uso, el momento del pago de membresía a SPP Global se considerará como ratificación del contrato.

### **Pago de Membresía Anual de SPP**



- Cuando el OC presenta la oferta de certificación, en la misma oferta, el OC debe informar el importe de la membresía anual que deberá pagar a SPP Global al final del proceso de evaluación.
- El pago de la membresía y de la Cuota de Volumen se realizará anualmente, tomando en cuenta el mes en el que fue expedido su certificado original.
- El plazo máximo oficial para realizar el pago de membresía de SPP Global, directamente a SPP Global está establecido en el Reglamento de Costos. El pago anual de membresía se realizará:
  - Al momento en que se emita el Certificado, para solicitud de primera vez.
  - Antes de realizar la evaluación (Documental o In Situ), a partir del segundo año de haber obtenido el certificado.
- Para que la Organización pueda iniciar con su evaluación, ya sea Documental o Completa In Situ, debe haber pagado los eventuales adeudos correspondientes a la certificación, membresía y cuota de volumen de SPP Global.
- El pago de membresía no tendrá derecho a devolución en el caso de no concluirse positivamente el proceso de certificación.
- En casos excepcionales SPP Global puede autorizar la renovación del certificado si existe un acuerdo de pago entre la entidad evaluada y SPP Global.

### **Otorgamiento de la Certificación**

- Con el envío del Contrato de Uso y el Acuse de Recibo firmados por parte de la Organización de Pequeños Productores, el Organismo de Certificación puede hacer entrega del Certificado.
- La dirección general del OC, utiliza el Procedimiento de Emisión, Modificación y Ampliación de los Certificados y Registros de Conformidad y entrega al solicitante la siguiente documentación:
  - Informe de Evaluación

- Dictamen
- Certificado del Símbolo de Pequeños Productores (en un formato autorizado por SPP Global)
- El Contrato de Uso firmado por SPP Global
- El OC debe generar un expediente del servicio con copia de dichos documentos.

### **Vigencia de la Certificación**

- La vigencia del Certificado será de 3 años, con la obligación de realizar evaluaciones documentales anuales intermedias.
- Para renovar el Certificado SPP se deberá realizar una evaluación completa In Situ cada tres años después de haber obtenido por primera vez el certificado.
- Las fechas de validez del certificado renovado respetarán las fechas (dd/mm) en las que se emitió su certificado anterior.

### **Publicación de la Certificación**

- a. Una vez que el evaluado obtiene la Certificación correspondiente, el OC debe tener disponible para quien lo solicita un directorio de las Certificaciones otorgadas, esto por los medios que considere necesarios.
- b. El OC deberá enterar a SPP Global de la emisión de la Certificación de manera inmediata, enviando el Contrato de Uso firmado y copia del Dictamen y Certificado en un plazo máximo de 10 días naturales.
- c. En cuanto SPP Global reciba notificaciones de nuevos certificados, procede a publicar una lista actualizada de certificados.
- d. Cada que una OPP haya adquirido el estatus de ‘Certificado’ o bien que haya regularizado su certificado, SPP Global notificará a toda la base de datos de actores SPP.

### Suspensión

- **Motivo:**
  - No iniciar con su evaluación anual
  - Incumplimiento con el Marco Regulatorio

### Cancelación

- **Motivo:**
  - No resolver los motivos por los cuales una Organización de Pequeños Productores fue suspendida.

### Sanciones

- En caso de que la Organización de Pequeños Productores haya sido cancelada por no realizar las evaluaciones anuales oportunamente y quiera retomar la certificación SPP sin tener que esperar los dos años obligatorios para solicitar nuevamente la certificación, deberá pagar una cuota de sanción.
- La tabla de sanciones de acuerdo con el tamaño de las ventas SPP de la Organización de Pequeños Productores en cuestión.

**Cuadro N° 44. Tabla Sanciones**

<b>Rangos por Valor de Ventas SPP en el ciclo anterior (USD)</b>	<b>Sanción por pagar USD</b>
De 10.000 a 100.000	<b>500</b>
De 100.000 a 500.000	<b>700</b>
De 500.000 a 1'000.000	<b>900</b>
De 1'000.000 a 1'500.000	<b>1.000</b>
Más de 1'500.000	<b>1.500</b>

**Fuente.** <https://spp.coop/productores-opp/>

## **Desactivación**

- **Motivo:**
  - La OPP debe solicitar a SPP Global la desactivación por lo menos 10 días laborales antes de la fecha de su evaluación anual.
  - Debe estar y mantenerse al corriente de los pagos correspondientes a la membresía anual a SPP Global, aun cuando no realiza la certificación.

Una vez que los productores de Tuna de la parroquia Totoras se decidan a constituir la organización legalizada ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, y después de haber cumplido con el proceso de Certificación SPP, puede acceder a mercados nacionales e internacionales con una mejora sustancial en su imagen comercial, en las condiciones de venta, en mejoramiento de precios y en la búsqueda de una vida digna mucho mejor para todos los socios que se integren a la organización.

## **Conclusiones y Recomendaciones**

### **Conclusiones**

- En la parroquia Totoras no existe un sistema comercial que reconozca el esfuerzo de los productores de Tuna.
- En la parroquia Totoras no existe una estructura organizativa que defienda derechos, impulse desarrollo o amplíe capacidad comercial de la producción de Tuna.
- Los productores de tuna de la parroquia Totoras desconocen el sector de EPS y sobre Comercio Justo

- Una vez definidas las condiciones productivas de Tuna En la parroquia Totoras, la propuesta de Comercio Justo más adecuado es la obtener el Símbolo de Pequeños Productores

### **Recomendaciones**

- Impulsar el mejoramiento del sistema comercial, disminuyendo la incidencia de la intermediación y el reconocimiento del trabajo del productor.
- Impulsar en la parroquia Totoras la organización de los productores, mediante una asociación o cooperativa legalizada ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.
- Realizar una socialización de los beneficios de la implementación de un Sistema de Comercio Justo impulsado por una organización de EPS legalmente constituida.
- Evaluar la pertinencia de la implementación de un Sistema de Comercio Justo bajo la Certificación SPP, como medio de mejoramiento del sistema comercial.

### **Bibliografía**

- Andrade. (s.f). *www.catarina.udlap.mx*. Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lim/andrade\\_n\\_mg/ca pitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lim/andrade_n_mg/ca pitulo2.pdf)
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *www.asambleanacional.gob.ec*. Obtenido de [https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- Askunze Elizaga, C. (s.f). *economía solidaria, org*. Obtenido de [https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/ecosol\\_dic\\_ed.pdf](https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/ecosol_dic_ed.pdf)
- BID. (2018). *www.iadb.org*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/analisis-de-politicas-agropecuarias-en-ecuador.pdf>

- CEPAL. (s.f.). *CEPAL.ORG*. Obtenido de <https://archivo.cepal.org/pdfs/GuiaComercioJusto/ABCCJ1.pdf>
- CLAC. (2017). *Políticas públicas para el fomento del comercio justo y solidario en América Latina*. El salvador: CLAC, Fairtrade.
- Comercio Justo. (s.f.). *Comercio Justo*. Obtenido de <https://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/>
- Comercio. (s.f.). *Tesis USON*. Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19276/Capitulo1.pdf>
- Coraggio, J. L. (2016). *Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas*. Bilbao: Lankopi S.A.
- Egas, J., Shik, O., Inirritegui, M., & De Salvo, C. (2018). *www.iadb.org*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/analisis-de-politicas-agropecuarias-en-ecuador.pdf>
- Fideicomiso de Riesgo Compartido. (06 de Septiembre de 2017). *www.gob.mx*. Obtenido de <https://www.gob.mx/firco/articulos/la-tuna-una-fruta-muy-mexicana?idiom=es>
- GAD Ambato. (2020). *www.planificacion.gob.ec*. Obtenido de <https://multimedia.planificacion.gob.ec/PDOT/descargas.html>
- GAD Cantonal Totoras. (2015). *www.gadtotoras.gob.ec*. Obtenido de [https://gadtotoras.gob.ec/images/cwattachments/106\\_a350216f827510c640b2b21fa1260101.pdf](https://gadtotoras.gob.ec/images/cwattachments/106_a350216f827510c640b2b21fa1260101.pdf)
- García, A. (2011). *SCIELO*. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-23332011000100005](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332011000100005)
- Giunta, I. (2018). *www.redalyc.org*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/124/12455418009/html/index.html#:~:text=En%20la%20nueva%20Constituci%C3%B3n%20Ecuador,derecho%20universal%20a%20la%20alimentaci%C3%B3n>.
- Gómez Jurado, M. C. (3 de Agosto de 2016). *www.dialnet.unirioja.es*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5833437.pdf>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- INEC. (2021). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec)

- INEC. (2021). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Enero-2021/Boletin\\_tecnico\\_01-2021-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Enero-2021/Boletin_tecnico_01-2021-IPC.pdf)
- Jordán B, F. (2003). *Clacso*. Obtenido de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/cides-umsa/20120904031218/13reforma.pdf>
- Jubeto, Y., Guridi, L., & Fernández - Villa, M. (2014). *diálogos sobre economía social y solidaria en Ecuador*. Bilbao: Landkopi. S.A.
- Ministerio de Agricultura. (09 de Septiembre de 2019). *www.agricultura.gob.ec*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/agricultura-la-base-de-la-economia-y-la-alimentacion/#:~:text=En%20Ecuador%2C%20este%20sector%20aporta,la%20pobreza%20en%20el%20campo>.
- Pérez de Mendiguren, J. C., & Etxezarreta, E. (Junio de 2014). *Redalyc.org*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/866/86641407006.pdf>
- Planifica Ecuador. (2020). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de [www.senplades.gob.ec/plandesarrolloterritorial\\_\\_?/plan](http://www.senplades.gob.ec/plandesarrolloterritorial__?/plan)
- Raffino, M. E. (29 de Noviembre de 2020). *Concepto de*. Obtenido de <https://concepto.de/capitalismo/#:~:text=De%20acuerdo%20al%20materialismo%20hist%C3%B3rico,bienes%20que%20ellas%20mismas%20produjeron>.
- Razeto, L. (06 de Junio de 2018). Obtenido de [www.economiasolidaria.org](http://www.economiasolidaria.org): <https://www.economiasolidaria.org/recursos/reas-red-de-redes-de-economia-alternativa-y-solidaria-biblioteca-que-es-la-economia-solidaria-por/>
- Rodríguez Olivera, N., & López Rodríguez, C. (s.f.). *Derecho Comercial*. Obtenido de <http://www.derechocomercial.edu.uy/RespComercio01.htm>
- Rosero G, F. (2011). Flacso. *La Tendencia*, 88. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/4417/1/RFLACS-O-LT11-12-Rosero.pdf>
- Salas L, E. (Mayo de 2018). *www.eumed.net*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/05/sector-agricola-ecuador.html>
- Salguero, M. (2016). *www.uta.edu.ec*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/22531/1/T3558M.pdf>

- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (2017). *www.planificacion.gob.ec*. Recuperado el 26 de Junio de 2020, de [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- SEPS. (24 de Junio de 2021). *www.seps.gob.ec*. Obtenido de <https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>
- SPP. (2021). *www.spp.coop.es*. Obtenido de [https://spp.coop/wp-content/uploads/2020/06/3.1-ES\\_Procedimiento\\_Certificacion\\_OPP\\_SPP.pdf](https://spp.coop/wp-content/uploads/2020/06/3.1-ES_Procedimiento_Certificacion_OPP_SPP.pdf)
- STPE. (2017). *www.sni.gob.ec*. Obtenido de <https://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>
- Varela Guzmán, C. (s.f). *Revista Jurídica online*. Obtenido de [https://www.revistajuridicaonline.com/wp-content/uploads/2011/12/30\\_19\\_a\\_52\\_el\\_proceso.pdf](https://www.revistajuridicaonline.com/wp-content/uploads/2011/12/30_19_a_52_el_proceso.pdf)
- Vizcarra K, G. (2002). *El Comercio Justo: Una alternativa para la Agroindustria Rural de América Latina*. Santiago: FAO.

## ANEXO 1

### Validación expertos

Variable de análisis sobre la propuesta	Bueno	Regular	Malo	Observaciones
Conocimiento teórico				
Experiencia en el tema propuesto				
Pertinencia con los objetivos de estudio				
Interés para la sociedad				
Metodología de la				



propuesta

Otros propuestos por el  
experto

---

**TOTAL**