



MODELO COMERCIALIZACIÓN ASOCIATIVA PARA LA QUINUA ORGÁNICA CASO: GUAMOTE- CHIMBORAZO

Bolívar Alexis Ricaurte Coto

Universidad Nacional de Chimborazo
baricaurte@Unach.edu.ec
bricaurte2604@yahoo.com,

Magister en Gestión Empresarial, Ingeniero en Comercio Exterior, Docente, Analista de Investigación.

Carlos Raúl García

Universidad Nacional de Chimborazo
cgarcia@Unach.edu.ec

Magister en Gestión de Proyectos, Ingeniero en Finanzas, Docente, Analista de Emprendimientos.

Francisco Paul Pérez Salas

Universidad Nacional de Chimborazo
francisco.perez@unach.edu.ec

Magister en Gestión Empresarial, Ingeniero en Marketing, Docente Investigador.

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Bolívar Alexis Ricaurte Coto, Carlos Raúl García y Francisco Paul Pérez Salas (2018): "Modelo comercialización asociativa para la quinua orgánica caso: Guamote- Chimborazo", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (junio 2018). En línea:
[//www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/comercializacion-quinua-organica.html](http://www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/comercializacion-quinua-organica.html)

RESUMEN

Las inequidades que se manifiestan bajo un sistema de comercio tradicional donde prima una desleal competencia, siendo este el caso del sector agrícola ecuatoriano que por años ha tenido que sortear el asedio de empresas transnacionales que dominan los mercados locales e internacionales afectando sus ingresos y en consecuencia su desarrollo social, el objetivo de este trabajo es realizar un estudio del impacto de la aplicación de un modelo de Comercio Justo para los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote. El comercio Justo se presenta como una alternativa que permite cumplir con los objetivos asociativos bajo un sistema solidario, sostenible y sustentable, generando productos con altos estándares de calidad respaldados por certificaciones que dan valor agregado cumpliéndose de esta manera con las exigencias de los consumidores, todo esto en concordancia con el plan nacional del buen vivir y las normas internacionales, se puede concluir que los actores principales de este estudio mejoraron sus ingresos logrando una mejor calidad de vida para ellos y sus familias.

Abstract

The inequities are manifested under a system of traditional trade where the unfair competition sticks out, this is the case of the Ecuadorian agricultural sector which for years has had to overcome the siege of transnational corporations that dominate the local and international markets affecting their income and consequently their social development. This work aims to perform the study from the impact of the application of a trade fair model for the small producers of organic quinoa in Guamote. Trade fair is presented as an alternative that allows to meet the associative objectives under a solidarity, sustainable and sustainable system, which generates products with high quality standars backed by cetifications that give an added value, fulfilling the consumers requirements according with the "Plan Nacional del Buen Vivir" and the international standars. It

can be concluded that the main actors of the study had an improvement on their income and had a better life quality for themselves and their families.

Palabras claves

Desarrollo comunitario, Asociatividad, Comercio justo, Quinoa, Comercio Internacional, certificación.

Keywords

Community Development, Associativity, Trade Fair, Quinoa, International Trade, Certification.

1. INTRODUCCIÓN

Este estudio contribuye con los negocios generados en el sector agrícola desde sus aspectos iniciales como una idea de emprendimiento o durante su gestión administrativa empresarial, tomando las mejores decisiones donde se crean paradigmas en base a nuevos sistemas de comercialización concibiendo nuevas prácticas que permita un desarrollo social y económico para quienes lo aplican en sus diferentes actividades productivas en concordancia al Plan Nacional del Buen Vivir.

El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio local e internacional prestando especial atención a criterios sociales y sostenibles. Ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, otorgándoles un mejor estilo de vida. (The World Fair Trade Organization, 2014) [1]

El objetivo fundamental de este artículo se concentra en la aplicación de un modelo de comercio justo que permita adaptarse a las condiciones de vida, productivas y legales de los productores de Quinoa orgánica del sector de Guamote en la provincia de Chimborazo para poder mitigar un sinnúmero de problemas que tienen que sortear estos negocios agrícolas que van desde la búsqueda de un mercado específico y estable, esquivar a los intermediarios que encarecen el precio del producto así como el desconocimiento de temas legales de asociatividad hasta la aplicación de los procesos y certificaciones necesarios para ejecutar este modelo alternativo de comercialización propuesto.

1.1. Teorías que Sustentan al Comercio Justo.

Los aportes de este trabajo describen determinados antecedentes teóricos y metodológicos dando a conocer las siguientes situaciones, en la investigación realizada con respecto al "Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural una evaluación histórica" escrito por el PhD. en Ciencias Políticas Gavin Fridell, investigador asociado al Center for Research on Latin America and the Caribbean-CERLAC, Universidad de York, en el cual se explora la red de comercio justo en el contexto de desarrollo de la posguerra, considerando que en los últimos años el comercio justo de productos agrícolas básicos ha mantenido una gestión significativa para vincularse a instituciones estatales y transnacionales, de igual manera se hace constancia que este fenómeno es parte de una transformación en relación al comercio internacional al incrementarse los acuerdos neoliberales político-económicos y como contraparte el menoscabo de la interposición estatal y medidas dirigidas al control del mercado. (Fridell, 2006) [2]

Lo que plantea Fridell, tiene razón, los gobiernos tienen que replantear sus políticas de producción mirar a otros productos no tradicionales para sustentar sus economías en el caso de nuestra investigación uno de tantos productos originarios de nuestros suelos que tienen potencial es la quinoa y que mejor que sea orgánica donde existe un mercado de consumo en franco desarrollo en especial en los mercados internacionales, la idea es que se generen programas de asistencia

técnicas agropecuarias para fortalecer la inversión en el sector agrícola específicamente en las áreas como es la distribución de insumos (semilla certificada) a bajos costos, el desarrollo sustentable se basa en promover capacitaciones sobre las prácticas del cultivo limpio u orgánico y lo que es más importante darles la oportunidad a estos pequeños emprendimientos en contribuir con el PIB, que va de la mano de la propuesta del cambio de la matriz productiva, en vez de las políticas restrictivas que hacen daño a las iniciativas empresariales.

“Del altiplano sur Boliviano hasta el mercado global: Coordinación y estructuras de gobernanza en la cadena de valor de la quinua orgánica y del comercio justo.” escrito por Pablo Laguna, Zina Cáceres y Aurélie Carimentrand, el cual presenta relevancia dentro su investigación, pues analiza la demanda de los mercados agroalimentarios de características concretas en relación a la cadena de valor de la quinua, en pertinencia a las empresas privadas nacionales y extranjeras y como las mismas han desarrollado modelos de gestión direccionados a la calidad orgánica y comercio justo, además del apareamiento de organizaciones campesinas y sucursales de los intermediarios de Europa. (Laguna, Cáceres, & Carimentrand, 2006) [3]

La experiencia de hermanos países latinoamericanos como es el caso de Bolivia uno de los mayores productores y exportadores de quinua en el mundo y el primero en Latinoamérica les da una esperanza a los pequeños productores de quinua del Ecuador y en especial a los que cultivan este producto en la zona de Guamote, esto por el hecho de que en Latinoamérica todos los países tienen economías, culturas, procesos comerciales muy parecidos donde se han desarrollado modelos de gestión enfocados a la producción orgánica y al comercio justo, basándose en los sistemas asociativos, de certificación y comercialización de productos orgánicos sustentando una vez más el porqué de esta propuesta para los pequeños productores donde ellos identifican su verdadero rol en la cadena productiva de la quinua generando fortalezas para competir en los mercados Globales.

“El análisis comparado de las condiciones de producción de dos asociaciones de productores de fruta del Occidente de Colombia para su participación en proyectos de comercio justo”, escrito por Luz Elena Santacoloma Varón, en el que se realiza un análisis comparativo, estableciendo semejanzas con directrices del comercio justo, en relación a la metodología aplicada, en el desarrollo de esta investigación, a través de fuentes primarias se recolectó información relevante como que ambos grupos comparados ofertan una diversidad de frutas, poseen extensiones de terreno pequeñas, se caracterizan por la no utilización de agroquímicos, y en cuanto a la comercialización es realizada en mercados, generando un vínculo directo con el cliente. Un dato relevante es que los productores agroecológicos cumplen con muchos de los requisitos del comercio justo; que si se complementa con estrategias que les permita mejorar la calidad de sus productos se venderá de una mejor aceptación (Santacoloma, 2011) [4]

Generando un punto de vista en base al estudio de Santacoloma, suponemos que el comercio y los negocios en general serviría para que sus actores salgan de la pobreza y obtener un mejor estilo de vida pero en la práctica no es así la experiencia nos dice que el comercio mundial no tiene piedad como es el caso de las grandes cadenas denominadas multinacionales donde sus magnánimos capitales prevalecen ante el pequeño comerciante generando desigualdad, pobreza e impactos negativos en las economías de donde provienen estos emprendimientos es ahí donde nacen las diferencias entre los países desarrollados y subdesarrollados, el comercio justo entra a mitigar y a cambiar este sistema integrando a los consumidores responsables y los productores limpios u orgánicos asegurando un mercado de consumo de productos orgánicos bajo un principio de precio justo en condiciones más humanas con responsabilidad social preservando el ambiente como lo estipula el art. 306 de la constitución del Ecuador.

“El Comercio Justo es una relación comercial entre socios, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto mutuo, que busca una mayor justicia en el comercio internacional. Este comercio contribuye al desarrollo duradero y sostenible proporcionando mejores condiciones comerciales y asegurando sus derechos a los productores y trabajadores marginados, especialmente en los países en desarrollo.” (Organización Mundial del Comercio Justo, 2014) [5]

“El Comercio Justo es una estrategia que impulsa el desarrollo de los países en crecimiento y, por tanto, contribuye a alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio.” (Área de Cooperación Internacional para el Desarrollo (ACOIDE), 2010) [6]

“El comercio justo es posiblemente la alternativa más ambiciosa frente a los problemas provocados en el comercio internacional por la falta al respeto de determinados derechos laborales. Esa ambición no se manifiesta en su volumen (extraordinariamente modesto en relación al comercio convencional), sino en su planteamiento.” (Gutiérrez & Lobejón, 2009) [7]

“El programa Comercio Justo trabaja para mejorar el acceso a los mercados y proporcionar mejores condiciones comerciales para los pequeños productores y trabajadores en sectores agrícolas.” (Pazderka, 2003) [8]

1.2. Modelos de Comercio Justo

En el artículo “Para entender el comercio justo” escrito por José Torres Pérez, Pilar Navarro Rico y Andrés Larrinaga Arechaga, (Torres, Navarro & Larrinaga, 1999) [9] se realiza una breve exposición sobre el Comercio Injusto, se determina una definición para el comercio justo, además de considerar factores claves como la función del "sobrepeso" e indican un esquema para la realización del comercio justo considerando algunos de sus involucrados, los cuales se lo detalla a continuación a través de la figura 1.

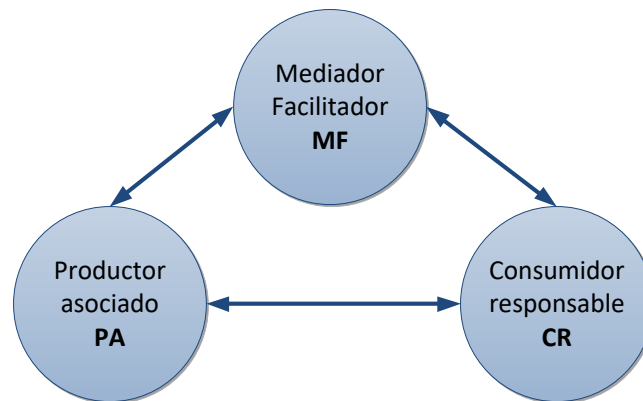


Figura 1. Esquema de Comercio Justo
Fuente: (Torres, Navarro, & Larrinaga, 1999)

Otro modelo para comercio justo lo exponen Antonio Socías Salvá y Natividad Doblás en su artículo “El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias” en el cual deducen que el funcionamiento del comercio justo es complejo, puesto que se trata de un fenómeno de carácter internacional en el que se encuentran implicados muchos países y muchas organizaciones. Sin embargo podemos decir que en el comercio justo intervienen habitualmente los productores, las importadoras, las tiendas de comercio justo y, obviamente, los consumidores.

Los productores se encuentran en los países del sur, éstos elaboran los productos que compra y financia en parte la importadora que actúa como mayorista en los países del Norte, la cual vende a las tiendas de comercio justo (ubicadas en los países del Norte y Europa) los productos que finalmente compran los consumidores del Norte y Europa. Todo ello se presenta en el siguiente esquema. (Socías & Doblás, 2007)[10]

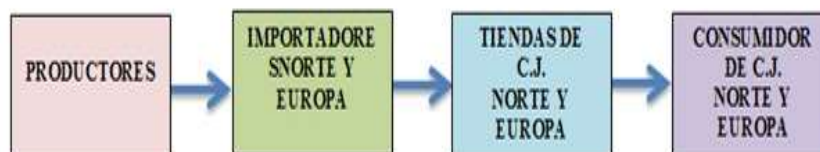


Figura 2. Esquema de Funcionamiento Económico del Comercio Justo
Fuente: Socías & Doblás, 2007

El comercio justo ha propiciado una serie de investigaciones, pues existe una gran tendencia hacia la práctica del mismo en el mundo y en el Ecuador, se debe considerar además que existen muchas organizaciones internacionales que favorecen las condiciones para que se pueda generar el mismo, de igual manera existen ya modelos de comercio justo los cuales pueden ser tomados como pauta para la realización de la presente propuesta pudiéndose tecnificar las prácticas de producción y comercialización de los negocios, estos modelos presentan procesos exitosos lo importante es tomar en cuenta cuales de estos modelos presentados se adaptaría perfectamente a las circunstancias de los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote para cumplir con el objetivo fundamental que es generar un mejor estilo de vida para ellos y sus familias.

1.3. Agricultura orgánica

El término se refiere a un sistema integral en relación a la producción direccionada a proteger el agroecosistema, biodiversidad, periodos biológicos y el suelo en general, este modelo se enfoca en prácticas adecuadas en relación a la utilización de procedimientos culturales, biológicos y mecánicos. (OMS & FAO, 2000) [11]

El objetivo de esta propuesta es inducir a los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote a dedicarse cien por ciento a la producción orgánica, pero hay que dejar en claro que en el Ecuador no solo la quinua es el único producto que se cultiva orgánicamente o bajo los lineamientos de comercio justo, existen algunos otros productos como el café, cacao, banano, flores, cebada, papas, frejol etc. En otras palabras esta propuesta no solo servirá para la producción de quinua sino para todo tipo de producción orgánica producida en el país.

1.4. Productos orgánicos certificados

Los productos orgánicos certificados son aquellos que se producen, almacenan, elaboran, manipulan y comercializan de conformidad con especificaciones técnicas precisas (normas), y cuya certificación de productos "orgánicos" corre a cargo de un organismo especializado. Una vez que una entidad de este tipo ha verificado el cumplimiento de las normas que rigen el ámbito de los productos orgánicos, se concede una etiqueta al producto. (FAO, 2014) [12]

1.4.1. Los principales sellos orgánicos utilizados son los siguientes:



Figura 3. Principales Sellos Orgánicos
Fuente: FAIRTRADE

Para la certificación de la quinua orgánica ecuatoriana en base al comercio justo se recomienda el sello FAIRTRADE que garantiza el cumplimiento de los estándares exigidos por el comercio justo en los centros o tiendas de distribución del producto caso contrario no se consume en esos mercados.

1.5. Los principios que sustentan el comercio justo aplicado a los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote

La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) presenta 10 criterios, que necesariamente las empresas o asociaciones que están inmersas en este sistema deben cumplir expresadas en la figura 4.

1. Creación de Oportunidades para productores en Desventajas Económicas
2. Transparencia y Responsabilidad-Rendición de Cuentas
3. Practica Comerciales Justas
4. Pago de un Precio Justo
5. No al Trabajo Infantil y al Trabajo Forzoso
6. No a la Discriminación, la Igualdad de género y Libertad de Asociación
7. Condiciones de trabajo
8. Desarrollo de Capacidades
9. Promoción del Comercio Justo
10. El Medio Ambiente

Figura 4. Principios de Comercio Justo
Fuente: Organización mundial del Comercio Justo

La disminución de la pobreza, es fundamental dentro del comercio justo y la asociatividad por lo que el primer objetivo está enfocado, en ayudar a los pequeños productores de quinua de la zona de Guamote, que no puedan competir o tengan desventajas frente al comercio tradicional, el segundo objetivo indica que las organizaciones deben manejarse a través de una administración transparente en cuanto al comercio de productos, el tercer objetivo exhorta a la no explotación en relación a la acumulación del capital frente al desarrollo social, el cuarto objetivo, señala la necesidad de establecer un precio justo que sea acordado entre estos actores, el quinto objetivo cumple con el convenio de las Naciones Unidas en materia de los derechos del niño, además de garantizar que no haya existido trabajo forzoso, el sexto objetivo es en relación a la no discriminación al momento de emplear, entrenar, promover, en el despido o en la jubilación por razones de raza, clase social, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, membresía sindical, afiliación política, o edad, el séptimo objetivo indica que se debe ofrecer un ambiente de trabajo seguro y sano para sus empleados y/o miembros, el octavo objetivo busca incrementar las destrezas y capacidades de los productores, el noveno objetivo, está enfocado a dar a conocer los principios del Comercio Justo, y el último objetivo se lo dirige hacia el cuidado del ambiente, a través de la reducción del impacto de las diferentes actividades de los pequeños productores de quinua del cantón Guamote, durante toda su actividad económica por lejos nunca han experimentado o vivido ningunos de estos principios es por eso que la contribución de esta propuesta sin duda es un paso muy grande para las vidas de este grupo social.

El objetivo del modelo propuesto en este estudio es aplicar elementos del comercio justo a los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote para mejorar sus ingresos y en consecuencia su calidad de vida.

El modelo consta de tres fases, la primera: crear de una asociación para darle una estructura jurídica, en base a lo que estipula la ley de economía popular y solidaria sustentando de esta manera los principios del comercio justo en todo su contexto económico y social, segunda: el proceso de certificación de productos orgánicos se requiere ubicar certificadoras internacionales operando dentro del país con el aval de las autoridades de control cumpliéndose con los estándares de calidad exigidos en los mercados globales, y la última fase la comercialización local e internacional del producto, donde se presentan procesos documentales, legales, logísticos y financieros de tal manera que el modelo con su aplicación integral o en sus diferentes fases se comprobaron las hipótesis planteadas en la investigación, se presenta en la figura 5 el flujo

grama del modelo propuesto a los productores de quinua orgánica del cantón Guamote que sustentan gráficamente estas fases.

1.6. Valores Organizacionales.

Los valores organizacionales son el conjunto de principios que orientan la conducta de los individuos en la empresa. La administración, de carácter eminentemente social, se rige por una serie de principios y valores que le proporcionan no sólo una validez ante el mundo, sino también principios éticos que deben orientar la conducta del administrador en la sociedad. Los más importantes son: (Münch, 2007) [13]

La tendencia del comercio justo es un rescate a los valores empresariales que en teoría las empresas deben tener como directrices, como se observa en el listado anterior existen valores predeterminados para el funcionamiento de las organizaciones, pero a través del tiempo las empresas se han enfocado en la minimización de costos y maximización de utilidades, dejando de lado valores que son necesarios para no olvidar al ente más importante en la sociedad, el ser humano, de ahí la importancia además de generar una cultura donde se respete los valores y tornar las economías hacia la justicia social.

Esta investigación representa un aporte para mitigar las posibles injusticias comerciales que se generan en las cadenas productivas del Ecuador y específicamente en los productores de quinua orgánica, generando nuevas alternativas de comercialización de productos que por historia han soportado una competencia desleal de las grandes transnacionales en el país, para ello se tendrá que cumplir con principios éticos tales como se describen en la figura 5. Propuestas por Münch.



Figura 5. Principios éticos
Fuente: (Münch, 2007)

1.7. Modelo de Comercio Justo Asociativo Propuesto a los Pequeños Productores de Quinoa

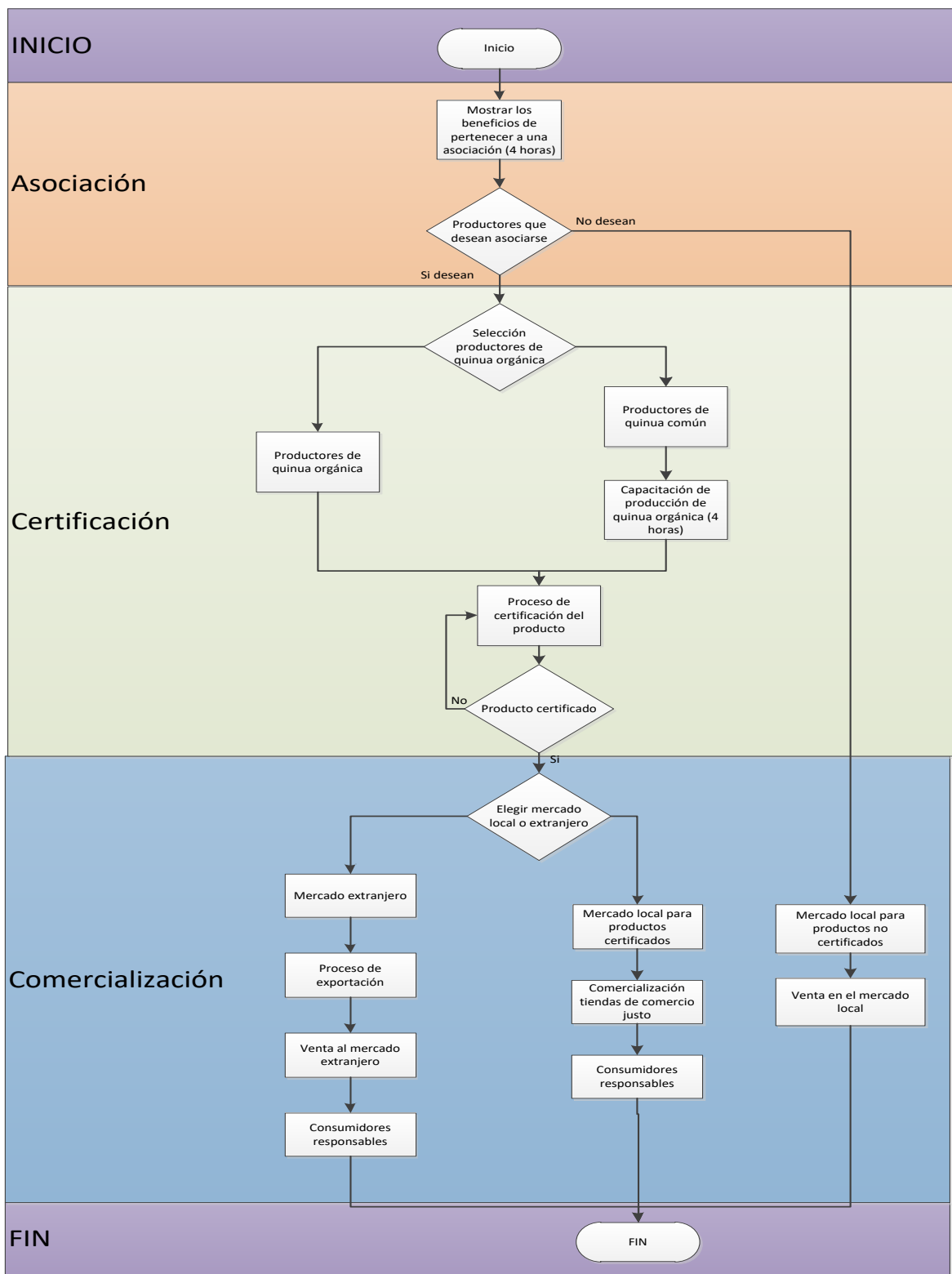


Figura 6. Flujograma de procesos del modelo del Comercio justo propuesto a los pequeños productores de Quinua orgánica

Fuente: Modelos de Comercio Justo (Torres, Navarro, & Larrinaga, 1999)

Esta propuesta lo que pretende es darle a los productores minoritarios una estructura jurídica, económica y social debido a que los productores bajo este sistema de comercio justo se asocian en organizaciones de forma voluntaria y democrática para atenuar la pobreza de sus regiones evitando el éxodo del campo a las grandes ciudades, consecuentemente durante el proceso de

comercialización se estrechan relaciones entre productores, distribuidores y consumidores donde lo fundamental es establecer el pago de un precio justo en los mercados de productos orgánicos. En lo económico este sistema permite competir en igualdad de condiciones rechazando el proteccionismo de los países desarrollados a sus productos en forma de subsidios además los productores tienen la ventaja de negociar con sus compradores anticipos de dinero para evitar que se endeuden con terceros, de esta forma generar más utilidades fortaleciendo relaciones comerciales más estables y duraderas.

El valor agregado de este sistema de comercialización revolucionario es que ejecuta y promueve métodos de producción amigables con el medio ambiente.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología utilizada para la investigación fue exploratoria, descriptiva y analítica esto permitió aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos en el tema, obteniendo información sobre la posibilidad de llevar a cabo un estudio más completo sobre la aplicación de un modelo de comercio justo y su incidencia en los pequeños productores de quinua orgánica.

En cuanto a la recopilación de datos y su tabulación se utilizó el método descriptivo ya mencionado correspondiente a la aplicación de dos encuestas, una antes de proponer en marcha el modelo de comercio justo que sirvió para realizar un diagnóstico general interno y externo y una segunda para determinar cambios sustanciales en el proceso de producción y comercialización de los pequeños productores de quinua de la zona de Guamote, de una población de 441 productores aplicándose la fórmula de poblaciones finitas donde se obtuvo una muestra de 206 encuestas con su respectiva validación utilizando el programa SPSS, a través del análisis de fiabilidad llamando el alfa de Cronbach además de relacionar los datos obtenidos con posibles escenarios y enlaces existentes, demostrándolas con herramientas estadísticas.

3. RESULTADOS

Antes de la aplicación del modelo y después de la aplicación del modelo.

3.1. Hipótesis Específica 1

El desarrollo de la aplicación de un modelo de Comercio justo les permitirá a los pequeños productores de Quinua orgánica Asociarse.

Comprobación de la Hipótesis

Hipótesis nula (Ho) El desarrollo de la aplicación de un modelo de Comercio justo no les permitirá a los pequeños productores de Quinua orgánica asociarse en un régimen de economía popular y solidaria.

Hipótesis alterna (Ha) El desarrollo de la aplicación de un modelo de Comercio justo si les permitirá a los pequeños productores de Quinua orgánica asociarse en un régimen de economía popular y solidaria.

Fórmula de Chi cuadrado

$$x^2 = \sum \frac{(o - e)^2}{e}$$

Dónde:

o = Frecuencia observada o real

e = Frecuencia teórica o esperada

v = grados de libertad (k-1) (j-1); k = filas. j=columnas

Datos:

	ANTES	DESPUÉS	TOTAL
SI	59	177	236
NO	147	29	176
TOTAL	206	206	412

Tabla 1. Análisis de la tabla de contingencia variables de la hipótesis 1

Fuente: Encuesta aplicada

Frecuencias esperadas

$$e_1 = 206(236/412) = 118$$

$$e_2 = 206(176/412) = 88$$

$$e_3 = 206(236/412) = 118$$

$$e_4 = 206(176/412) = 88$$

Cálculo de Chi cuadrado (x^2)

$$x^2 = \frac{(o_1 - e_1)^2}{e_1} + \frac{(o_2 - e_2)^2}{e_2} + \frac{(o_3 - e_3)^2}{e_3} + \frac{(o_4 - e_4)^2}{e_4}$$

$$x^2 = \frac{(59 - 118)^2}{118} + \frac{(147 - 88)^2}{88} + \frac{(177 - 118)^2}{118} + \frac{(29 - 88)^2}{88}$$

$$x^2 = 29,5 + 39,55 + 29,5 + 39,55$$

$$x^2 = 138,11$$

$$v = \text{grados de libertad} = (2-1) * (2-1) = 1$$

$$\alpha = 0,5$$

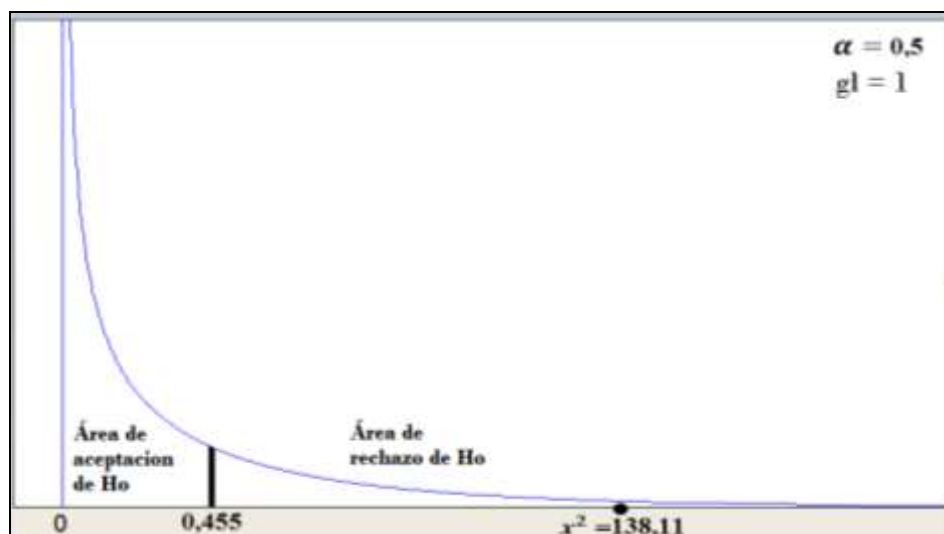


Figura 6. Chi cuadrado, Hipótesis específica 1

Fuente: Tabla 1

Decisión: Ho fue rechazada, ya que chi de la tabla 0,455 es menor que chi calculado que es de 138,11 por lo tanto se encuentra en el área de rechazada, por lo que se acepta la hipótesis alternativa: El desarrollo de un modelo de Comercio justo si les permitió a los pequeños productores de Quinua orgánica asociarse en un régimen de economía popular y solidaria.

3.2. Hipótesis Específica 2

El modelo de Comercio justo si les permitirá aplicar los procesos y procedimientos de la obtención de una certificación orgánica a los pequeños productores de Quinua del cantón Guamote

Comprobación de la Hipótesis

Hipótesis nula (Ho) El modelo de Comercio justo no les permitirá aplicar los procesos y procedimientos de la obtención de una certificación orgánica a los pequeños productores de Quinua del cantón Guamote.

Hipótesis alterna (Ha) El modelo de Comercio justo si les permitirá aplicar los procesos y procedimientos de la obtención de una certificación orgánica a los pequeños productores de Quinua del cantón Guamote.

Fórmula de Chi cuadrado

$$x^2 = \sum \frac{(o - e)^2}{e}$$

Dónde:

o = Frecuencia observada o real

e = Frecuencia teórica o esperada

v = grados de libertad (k-1) (j-1); k = filas. j=columnas

Datos:

	ANTES	DESPUÉS	TOTAL
SI	23	131	154
NO	183	75	258
TOTAL	206	206	412

Tabla 2. Análisis de la tabla de contingencia variables de la hipótesis 2
Fuente: Encuesta aplicada

Frecuencias esperadas

$$e1 = 206(154/412) = 77$$

$$e2 = 206 (238/412) = 129$$

$$e3 = 206 (154/412) = 77$$

$$e4 = 206 (238/412) = 129$$

$$x^2 = \frac{(o1 - e1)^2}{e1} + \frac{(o2 - e2)^2}{e2} + \frac{(o3 - e3)^2}{e3} + \frac{(o4 - e4)^2}{e4}$$

$$x^2 = \frac{(23 - 77)^2}{77} + \frac{(183 - 129)^2}{129} + \frac{(131 - 77)^2}{77} + \frac{(75 - 129)^2}{129}$$

$$x^2 = 37,87 + 22,60 + 37,87 + 22,60$$

$$x^2 = 120,94$$

$$v = \text{grados de libertad} = (2-1)*(2-1) = 1$$

$\alpha = 0,5$

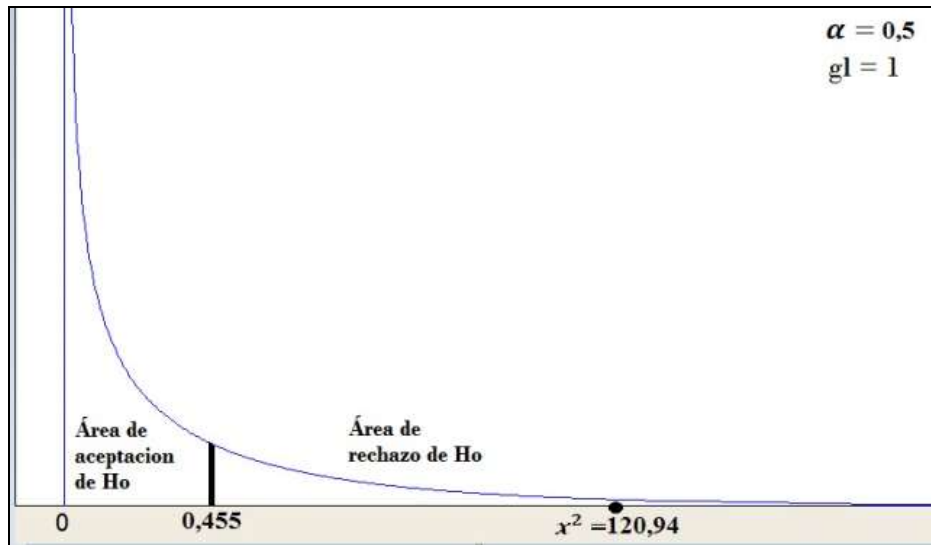


Figura 7. Chi cuadrado, Hipótesis específica 2
Fuente: Tabla 2

Decisión: Ho fue rechazada, ya que 0,455 el chi de la tabla es menor que el chi calculado que es de 120,94 por lo tanto se encuentra en el área de rechazo, por lo que se acepta la hipótesis alternativa: El modelo de Comercio justo si les permitió aplicar los procesos y procedimientos de la obtención de una certificación orgánica a los pequeños productores de Quinua del cantón Guamote.

3.3. Hipótesis Específica 3

El modelo de Comercio justo si les permitirá aplicar los procesos de comercialización justa a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.

Comprobación de la Hipótesis

Hipótesis nula (Ho) El modelo de Comercio justo no les permitirá aplicar los procesos de comercialización justa a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.

Hipótesis alterna (Ha) El modelo de Comercio justo si les permitirá aplicar los procesos de comercialización justa a los pequeños productores de Quinua orgánica del cantón Guamote.

Fórmula de Chi cuadrado

$$x^2 = \sum \frac{(o - e)^2}{e}$$

Dónde:

o = Frecuencia observada o real

e = Frecuencia teórica o esperada

v = grados de libertad (k-1) (j-1); k = filas. j=columnas

Datos:

	ANTES	DESPUÉS	TOTAL
SI	63	121	184
NO	143	85	228
TOTAL	206	206	412

Tabla 3. Análisis de la tabla de contingencia variables de la hipótesis 1
Fuente: Encuestas aplicadas

Frecuencias esperadas

$$e_1 = 206 (184/412) = 92$$

$$e_2 = 206 (228/412) = 114$$

$$e_3 = 206 (184/412) = 92$$

$$e_4 = 206 (228/412) = 114$$

$$x^2 = \frac{(o_1 - e_1)^2}{e_1} + \frac{(o_2 - e_2)^2}{e_2} + \frac{(o_3 - e_3)^2}{e_3} + \frac{(o_4 - e_4)^2}{e_4}$$

$$x^2 = \frac{(63 - 92)^2}{92} + \frac{(143 - 114)^2}{114} + \frac{(121 - 92)^2}{92} + \frac{(85 - 114)^2}{114}$$

$$x^2 = 9,14 + 7,37 + 9,14 + 7,37$$

$$x^2 = 33,03$$

$$v = \text{grados de libertad} = (2-1)*(2-1) = 1$$

$$\alpha = 0,5$$

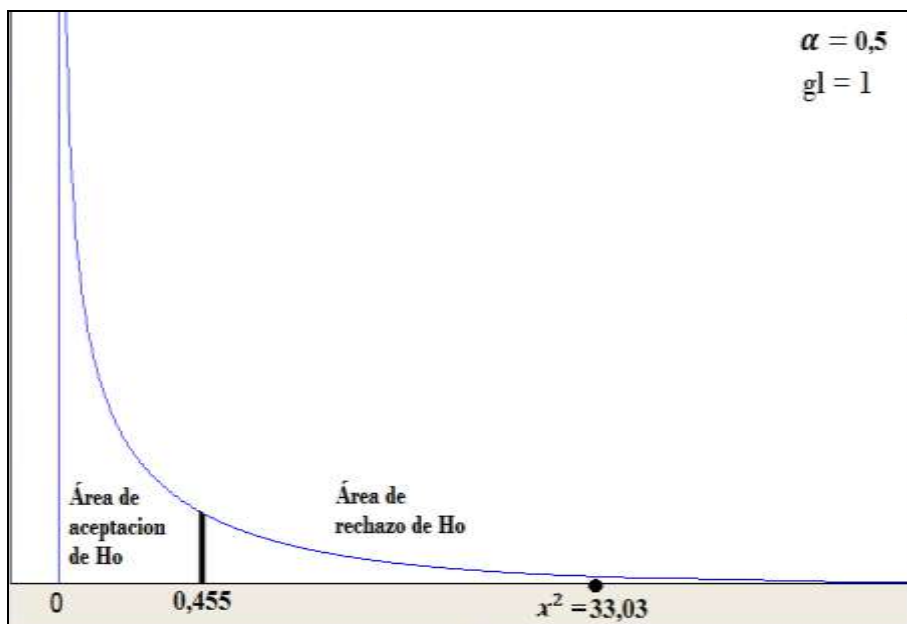


Figura 8. Chi cuadrado, Hipótesis específica 3
Fuente: Tabla 3

Decisión: H_0 fue rechazada, ya que 0,455 el chi de la tabla es menor que el chi calculado que es de 33,03 por lo tanto se encuentra en el área de rechazo, por lo que se acepta la hipótesis alternativa: El modelo de Comercio justo si les permitió conocer los procesos de comercialización justa a los pequeños productores de Quinoa orgánica del cantón Guamote.

4. DISCUSIÓN

4.1. Contradicción entre las grandes distribuidoras de productos alimenticios y las tiendas de comercio justo.

La propuesta que se presenta trata de aplicar un modelo comercial que permita reducir la discriminación y las brechas que existen en los mercados convencionales entre los grandes distribuidores y los pequeños comercios si bien el comercio justo trata de mitigar esos desequilibrios generando un precio justo para los productores que practican este sistema existe todavía otros problemas como el tamaño del mercado del consumo de productos orgánicos en la actualidad existen muy pocas tiendas de comercio justo a nivel mundial que representan la oferta del 1% del total del mercado mundial versus el 99% de la oferta del mercado tradicional de productos alimenticios esto se debe a la falta de promoción de las tiendas y productos de comercio justo sin embargo las estadísticas indican que en los últimos años existe un crecimiento anual del 25% en el consumo de productos orgánicos bajo el sello de comercio justo entonces los profesionales deberán generar investigaciones al respecto para cambiar esta realidad a través de planes de negocios y de esta forma asegurar el éxito de este modelo.

5. CONCLUSIONES

La propuesta de un modelo de comercio justo para los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote inicia por estabilizar las desigualdades entre los ingresos y los costos de producción propiciando un cambio radical en la calidad de vida de los agricultores de esta zona.

El modelo de comercio justo pregona la fusión de varios factores estructurales como es la asociatividad, la certificación y comercialización justa para los pequeños productores de quinua orgánica del cantón Guamote, sustentado en un marco legal que mitigue la percepción de los consumidores internacionales con respecto al cumplimiento de los principios de comercio justo, la responsabilidad social y la calidad de sus productos exigidos en los mercados competitivos, otorgándoles así duraderas y estables relaciones comerciales en consecuencia asegurando la venta total de sus productos.

La propuesta del modelo de comercio justo revive la actividad agrícola del país induciendo a los actores de este sistema a no migrar a las grandes ciudades sino a dedicarse cien por ciento al cultivo de productos orgánicos que es apetecido por los consumidores europeos y norteamericanos pagando un buen precio a cambio de un producto certificado con altos valores nutritivos que es la carta de presentación del comercio justo.

BIBLIOGRAFÍA,

[1] Fairtrade. (2014). *Fairtrade*. Recuperado el 23 de Agosto de 2014, de <http://www.sellocomerciojusto.org/es/sobrefairtrade/>

[2] Fridell, G. (2006). *Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica*. Editorial: Iconos. Revista de Ciencias Sociales, p.p 1 -15.

[3] Laguna, P., Cáceres, Z., & Carimentrand, A. (2006). Del altiplano sur boliviano hasta el mercado global: Coordinación y estructuras de gobernanza en la cadena de valor de la quinua orgánica y del comercio justo. *Agroalimentaria*, 1 - 12.

[4] Santacoloma, L. E. (2011). Análisis comparado de las condiciones de producción de dos asociaciones de productores de fruta del Occidente de Colombia para su participación en proyectos de comercio justo. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental*, 77 - 87.

[5] Organización Mundial del Comercio Justo. (2014). *World Fade Trade Organization*. Recuperado el 18 de Mayo de 2014, de <http://wfto-la.org/comercio-justo/wfto/10-principios/>, <http://wfto-la.org/>

- [6] Área de Cooperación Internacional para el Desarrollo (ACOIDE). (2010). *Plan de comercio justo de la Universidad de Cantabria*. Cantabria: Universidad de Cantabria. pp. 7-8.
- [7] Gutiérrez, F., & Lobejón, L. (2009). *Cláusulas sociales, comercio internacional y derechos laborales. La perspectiva de los países subdesarrollados*. Revista de economía crítica, pp. 66 - 72.
- [8] Pazderka, C. (2003). ¿Es la certificación algo para mí? - Una guía práctica sobre por qué, cómo y con quién certificar productos agrícolas para la exportación / RUTA-FAO. San José: Andersen, M.
- [9] Torres, J., Navarro, P., & Larrinaga, A. (1999). Para entender el comercio justo. Madrid: Instituto Juan de Herrera.
- [10] Socías, A., & Doblás, N. (2007). El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 7 - 24.
- [11] OMS, & FAO. (2000). Comisión del Codex Alimentarius. Roma: FAO. CEDE: OMC www.wto.org/spanish/thewto_s/coher_s/wto_codex_s.htm
- [12] FAO (2014). Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura. Recuperado el 27 de Mayo de 2014, de <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq2/es/>
- [13] Münch, L. (2007). *Administración: Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor*. México: Pearson.