



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y GESTIÓN DE
COMERCIO EXTERIOR

“TRABAJO DE TITULACIÓN EXAMEN COMPLEXIVO”
PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES Y GESTIÓN DE COMERCIO
EXTERIOR

“PLAN ESTRATEGICO DE COMERCIALIZACION DE MERMELADA
ARTESANAL DE ZAMBO CON STEVIA POTENCIALIZANDO LA
APERTURA COMERCIAL EN EL MERCADO ESPAÑOL”

AUTOR: ING. WASHINGTON FREDDY LANDY ALDAZ
TUTOR: ECO. EDWIN ESPINOZA PIGUAVE

GUAYAQUIL – ECUADOR
FEBRERO 2016

REPOSITORIO

 Presidencia de la República del Ecuador	 Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes	 SENESCYT Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO: Maestría En Negocios Internacionales Y Gestión De Comercio Exterior		
AUTOR: Ing. Com. Washington Freddy Landy Aldaz	REVISORES:	
INSTITUCIÓN: Universidad De Guayaquil	FACULTAD: Ciencias Económicas	
PROGRAMA:		
FECHA DE PULICACIÓN:	NO. DE PÁGS:	
ÁREA TEMÁTICA: Negocios Internacionales, Comercio Internacional, Comercio Justo, Productores de mermelada de zambo de la provincia de Bolívar		
PALABRAS CLAVES: Integración, Desarrollo sustentable, Desarrollo sostenible, Fairtrade		
RESUMEN: En la actualidad la dinámica internacional de libre comercio ha generado profundas desigualdades sociales, económicas y culturales, esta coyuntura ha motivado que Organismos Internacionales desarrollen lo que hoy se conoce como el Sistema de Comercio Justo con la finalidad de buscar el impulso comercial sostenido a nivel mundial para los pequeños productores marginados de la región sur permitiéndoles así alcanzar mejores condiciones de calidad de vida a través de salarios justos, un ambiente sano y un pleno goce de sus derechos laborales. Se establecerá un plan estratégico de comercialización estructurado en la red de Comercio Justo para los productores de mermelada de Zambo con Stevia de la provincia de Bolívar que les permita la apertura comercial en el mercado español, por cuanto, estos consumidores se caracterizan por contar con cultura y demanda potencial en alimentación saludable y orgánica, cuenta además con una gran concentración de migrantes ecuatorianos familiarizados con este sabor y consumidores españoles que se caracterizan por ser solidarios ya que consumen productos de la Red de Comercio Justo para beneficiar a las economías más desfavorables y vulnerables.		
N° DE REGISTRO(en base de datos):	N° DE	CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web)		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	☒ SI	☐ NO
CONTACTO CON AUTORES/ES:	Teléfono: 2367438	Email: flawlandy@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre:	
	Teléfono:	

APROBACION DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del Programa de Maestría en Negocios Internacionales, nombrado por el Decano de la Facultad de Economía, CERTIFICO: que he analizado el estudio de caso presentada como examen complejo, como requisito para optar el grado académico de Magíster en Negocios internacionales, titulada: Plan Estratégico de Comercialización de Mermelada Artesanal de Zambo con Stevia Potencializando los Negocios Internacionales del Mercado de España la cual cumple con los requisitos académicos, científicos y formales que demanda el reglamento de posgrado

Atentamente

Eco. Edwin Espinoza Piguave

TUTOR

Guayaquil, 20 de abril del 2016

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a Dios por darme la fortaleza y sabiduría para afrontar este nuevo reto de mi vida. A mi familia por ser siempre la fuente de inspiración, motivación y el desarrollo intelectual.

Washington Landy.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre por haber sabido guiarme por el camino del bien y motivarme para culminar con éxito esta etapa de mi vida.

A mi esposa y mis hijos por ser mi fuente de inspiración, el apoyo incondicional y los motivadores para el desarrollo de este trabajo de titulación.

Washington Landy.

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, me corresponden exclusivamente;
y el patrimonio intelectual de la misma a la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL”

FIRMA**ING. COM. WASHINGTON FREDDY LANDY ALDAZ**

ABREVIATURAS

FLO:	Fair Trade Labelling Organizations
FLOCERT:	Certificadora internacional FLO
EPS:	Economías Populares y Solidadas
OEPS:	Organizaciones De Economía Popular Y Solidaria
LOPES:	Ley Organizaciones De Economía Popular Y Solidaria
SEPS:	Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
CONAFIPS:	Corporación Financiera Popular Y Solidaria

CONTENIDO

REPOSITORIO	i
APROBACION DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN EXPRESA.....	v
ABREVIATURAS	vi
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Delimitación del problema.....	2
1.2 Pregunta Científica	3
1.3 Justificación	4
1.4 Objetivos.....	5
1.5 Premisas	5
1.6 Solución del problema	5
2 DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.1 Marco Teórico.....	6
2.1.1 Fundamentación Teórica	9
2.1.2 Referentes empíricos	16
2.2 Marco metodológico	21
2.2.1 Categorías	23
2.2.2 Dimensiones	25
2.2.3 Instrumentos	26
2.2.4 Unidad de análisis.....	27
2.2.5 Gestión de datos	27
2.2.6 Criterios éticos.....	29

2.2.7	Resultados.....	30
2.2.8	Discusión	31
3	SOLUCIÓN PROPUESTA	33

TABLAS

Tabla 2.1 Formas organizaciones de Economía Popular Solidaria	11
Tabla 2.2 El Comercio Justo en el Marco Constitucional	13
Tabla 2.3 Normativa para Comercio Justo en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	15
Tabla 2.4 Matriz CDIU.....	23
Tabla 3.1 Beneficios del Plan Estratégico de Comercialización en Comercio Justo	37

FIGURAS

Figura 1.1 Árbol de Problemas.....	3
Figura 2.1 Proceso de Globalización en la Economía de mercado	7
Figura 2.2 Esquema del proceso de globalización y la economía social solidaria y su proceso de integración económica.....	8
Figura 2.3 Dinámica de la economía solidaria en la economía mixta.....	9
Figura 2.4 Organizaciones de Economía Popular y Solidaria	12
Figura 2.5 Normativa en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria	14
Figura 2.6 Ventas en la Red de Comercio Justo del 2000-2014, millones de Euros, base 2014.	16
Figura 2.7 Ventas de Comercio Justo por grupos.....	17
Figura 2.8 Ventas de Comercio Justo según principales productos	17
Figura 2.9 Ventas de Comercio Justo según canal de distribución	18
Figura 2.10 Importación de productos de Comercio Justo según el continente de origen ..	19
Figura 3.1 Flujo del Plan Estratégico de Comercialización bajo la estructura de Comercio Justo.....	38

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo diseñar un plan estratégico de comercialización basado y estructurado en las políticas de Comercio Justo para los productores de mermelada de Zambo con Stevia de la provincia de Bolívar y de esta manera facilitar la apertura comercial en el mercado español.

El tipo de investigación a realizarse será descriptiva, debido a que analizaremos la situación actual, actitudes, actividades y procesos de los productores de mermelada artesanal de la provincia de Bolívar en el área de comercialización interna como externa y determinar las deficiencias estructurales para exportar su producto, se aplicaran técnicas de observación, entrevistas y revisión documental. Por otro lado, el diseño de la investigación, será en el campo no experimental de tipo transeccional descriptivo.

Los resultados alcanzados demuestran que el mercado español es idóneo para iniciar con el plan estratégico de comercialización internacional de la mermelada artesanal de Zambo con Stevia por cuanto es un mercado con cultura y demanda potencial en alimentación saludable y orgánica, que cuenta además con una gran concentración de migrantes ecuatorianos familiarizados con este sabor y con consumidores españoles que se caracterizan por ser solidarios y que buscan constantemente consumir productos promocionados en la Red de Comercio Justo para beneficiar a las economías más desfavorables y vulnerables.

Palabras claves:

Integración.-

Desarrollo sustentable.-

Desarrollo sostenible.-

Fairtrade.-

ABSTRACT

This paper aims to design a strategic plan based marketing and structured policies for Fair Trade producers Zambo jam with Stevia in the province of Bolivar and thus facilitate trade liberalization in the Spanish market.

The type of research to be done will be descriptive, because we analyze the current situation, attitudes, activities and processes of the producers of artisan jam in the province of Bolivar in the area of internal and external marketing and identify structural weaknesses to export your product , techniques of observation, interviews and document review were applied. On the other hand, the research design will be in non-experimental descriptive field transectional.

The results obtained show that the Spanish market is ideal to start with the strategic plan of international marketing of artisanal jam Zambo with Stevia since it is a market culture and potential demand for healthy and organic food, which also has a large concentration Ecuadorian migrants familiar with this flavor and Spanish consumers characterized by solidarity and constantly seek to consume promoted in Fair Trade Network to benefit the most unfavorable and vulnerable economies products.

Keywords:

Integration:

Sustainable development:

Sustainable development:

Fairtrade.-

1 INTRODUCCIÓN

En la actualidad la dinámica internacional de libre comercio ha generado profundas desigualdades sociales, económicas y culturales, esta coyuntura ha motivado que Organismos Internacionales desarrollen lo que hoy se conoce como el Sistema de Comercio Justo con la finalidad de buscar el impulso comercial sostenido a nivel mundial para los pequeños productores marginados de la región sur permitiéndoles así alcanzar mejores condiciones de calidad de vida a través de salarios justos, un ambiente sano y un pleno goce de sus derechos laborables.

Los productores artesanales de la provincia de bolívar, elaboran mermelada de zambo con stevia de manera orgánica, saludable y de alta calidad, tienen la visión de exportar su producto al mercado español. Lamentablemente este deseo no lo pueden ejecutar debido al desconocimiento de mecanismos de exportación, estrategias de apertura comercial y la ayuda que el estado ecuatoriano pueda brindarles para alcanzar el objetivo anhelado.

El consumo de alimentos orgánicos ha crecido significativamente a nivel mundial debido a la concientización de los beneficios de una alimentación saludable. La mermelada ocupa un lugar significativo en este concepto alimenticio, siempre y cuando, este producto cuide los parámetros de alta calidad, fino sabor y la no utilización de aditivos químicos y saborizantes naturales.

El mercado español se convierte en objeto de estudio, debido a la alta concentración de migrantes ecuatorianos en este país que asciende a 450.000 compatriotas con un alto grado de familiaridad y gusto por este sabor, el mercado español se encuentra entre los 15 principales consumidores de mermelada, España importa mermelada a nivel mundial 53.610 miles de millones de dólares y de ecuador 1.818 miles de millones de dólares, proyectando una tasa de crecimiento para nuestras importaciones de mermelada del 14%. Estos datos incentivan a los productores de mermelada artesanal a seguir con su visión de exportación a este mercado de manera inicial y a futuro a toda la Unión Europea.

Como objeto de estudio se analizara la dinámica de comercio exterior para productores artesanales, por lo que se plantea realizar un plan estratégico de comercialización para el mercado español, aplicando políticas economía popular y solidaria y de comercio justo,

agilitando los procesos de exportación desde su origen, permitiendo el desarrollo económico y la redistribución de la riqueza en forma equitativa de los pobladores bolivarenses.

El campo de investigación se basara en los procesos de comercialización internacional mediante políticas de Comercio Justo que esta implementado el gobierno nacional ecuatoriano basado en la estructura de Economía Popular y Solidaria, con el objetivo de mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional, de esta manera, establecer la mejor estrategias de comercialización que alcancen una mayor apertura comercial a la mermelada de zambo en el mercado español

1.1 Delimitación del problema

El origen de este caso de estudio, viene dado por el interés que tienen los productores de mermelada artesanal de la provincia de Bolívar a la apertura nuevos mercados, iniciando con el mercado español por considerarlo un mercado semejante y de grandes oportunidades de desarrollo para su producto. al mismo tiempo es relevante señalar, la falta de cultura exportadora que tienen los productores independientes de mermelada artesanal, que se ha desarrollado en primera instancia por la falta de conocimiento que tienen sobre procesos de comercialización y exportación, en segunda instancia desconocer las estrategias comerciales que se aplican en el mercado español referente a este tipo de producto y por último el poco acceso a la información de los programas de apoyo para la exportación que brinda el gobierno a través de las políticas de economía popular y solidaria y comercio justo.

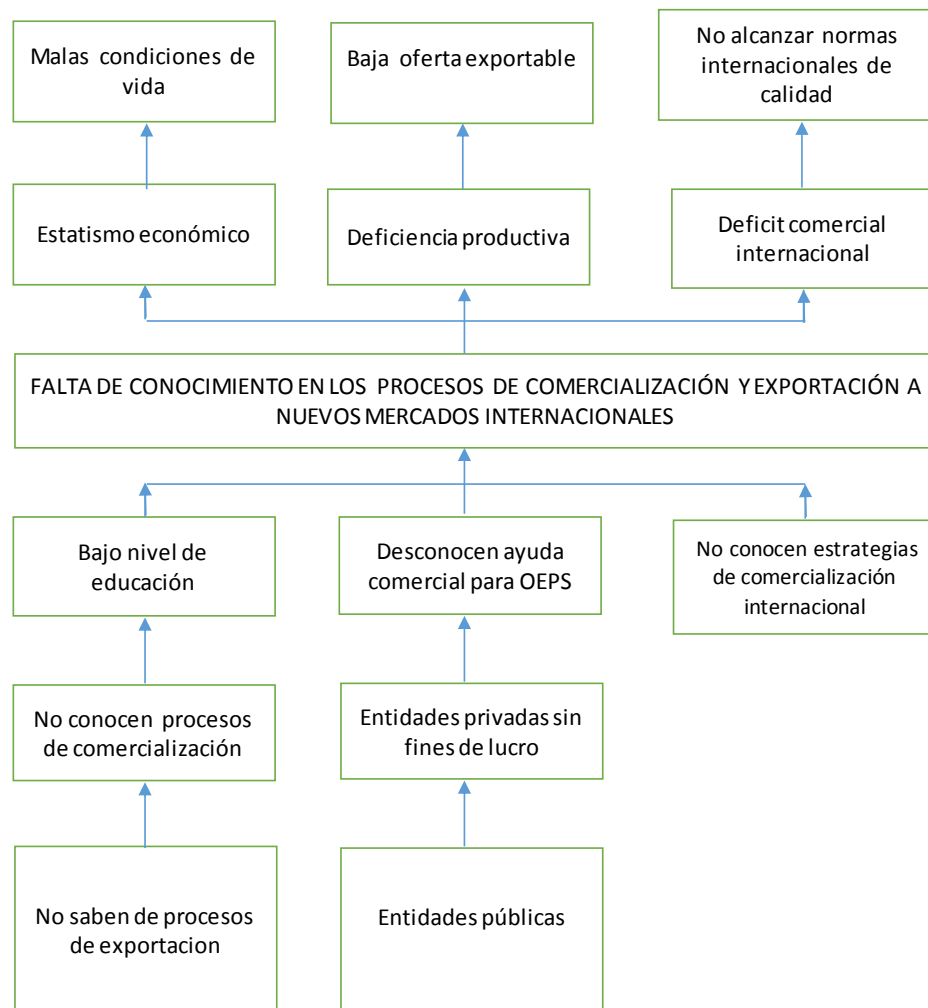
Estas son las causas que han provocado un retraso a la visión de exportar la mermelada artesanal de zambo con stevia al mercado español, afectando el desarrollo económico y social de los pobladores de la provincia de Bolívar, el desarrollo de la eficiencia productiva fruto de la producción a economías a escala derivada de un mayor mercado consumidor y el aporte al crecimiento económico del país fruto de la diversificación de las exportaciones.

La estrategia de comercialización se desarrollara para el mercado Español, según su composición migratoria actual, se tienen interesantes perspectivas de consumo para este producto debido al hábito de consumo que los ecuatorianos han incorporado a los residentes y ciudadanos españoles.

1.2 Pregunta Científica

¿Cómo contribuir a la apertura comercial en el mercado español con la mermelada artesanal de zambo con stevia ecuatoriana, a través de un plan estratégico de comercialización, que involucre los aspectos de la economía popular y solidaria y el comercio justo?

Figura 1.1 Árbol de Problemas



Fuente y Elaboración: El autor

1.3 Justificación

Los países en vía de desarrollo están buscando nuevos mecanismos de generen riqueza y alejarse de una economía basada en la explotación petrolera y producción de recursos primarios. El gobierno ecuatoriano está enfocándose en la estrategia del cambio de la matriz productiva como la visión basada en el conocimiento. Este proceso se basa en la construcción de cadenas productivas que sustituyan las importaciones e incentiven las exportaciones generando el desarrollo económico, laboral e intelectual de los habitantes ecuatorianos.

La mermelada de zambo con stevia es un producto que contiene valor agregado, el zambo es una fruta sembrada en la región sierra de nuestro país y con un componente nutricional alto y agradable sabor, este producto se ajusta a los requerimientos del mercado español ya que tienen preferencias por el consumo de alimentos naturales y saludables.

Con un estudio en las políticas de Economía Popular y Solidaria podremos determinar la mejor forma de integración (comunitarias, cooperativas, empresas públicas o privadas, asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas) que se ajuste a los productores independientes, determinar los organismos de control de la Economías Popular y Solidaria, por ultimo determinar la acogida del sector financiero ecuatoriano a este tipo de Economía Popular y solidaria.

Analizaremos las normas de Comercio Justo que deberemos implementar para ingresar al sistema de desarrollo para comunidades desfavorecidas; el Comercio Justo permite el acceso a los mercados internacionales en condiciones favorables, es decir, se paga más por lo mismo que hay en otros comercios, conscientes de que el diferencial de precio va a parar al productor para invertir en mejora productiva, capacitación, mejora sociales y/o medioambientales.

Estudiaremos el mercado español en relación a la apertura comercial que le brindan a los productos que integran el sistema de comercio justo, determinaremos la mezcla de mercadotecnia idónea para promocionar la mermelada artesanal de zambo con stevia y los canales de distribución más eficientes para alcanzar altos márgenes de rentabilidad.

Este caso de estudio proveerá del conocimiento necesario para que los productores artesanales de mermelada de la provincia de Bolívar puedan dar a conocer y distribuir su

producto en el mercado español, de esta manera contribuir al desarrollo del pueblo bolivarense y del país.

1.4 Objetivos

Identificar la estrategia más adecuada para la comercialización de la mermelada de zambo con stevia potencializando las negociaciones internacionales en el mercado de España.

- Identificar la forma de organización idónea para los productores artesanales basándose en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria
- Identificar las normas de comercio justo idóneas que aplicaran los productores artesanales de mermelada.
- Realizar análisis cualitativo de Comercio Justo en el mercado Español
- Evaluar la mejor opción de negociación para la óptima comercialización de la mermelada artesanal de zambo en el mercado español

1.5 Premisas

Las mejores condiciones de apertura comercial a través de la Red de comercio Justo generarán beneficios para los productores artesanales de mermelada de zambo con stevia de la provincia de Bolívar

1.6 Solución del problema

Desarrollar un plan estratégico de comercialización basado en las políticas de economía popular y solidaria y comercio justo, que servirá para establecer los procesos idóneos y alcanzar los objetivos de comercialización y apertura comercial del producto mermelada de zambo con stevia al mercado español.

2 DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Marco Teórico

El marco teórico de este caso de estudio descansa sobre dos teorías, primero las teorías del comercio internacional soportadas en la teoría económica clásica y las teorías de Comercio Justo que se basan en las teorías de Economía Popular y Solidaria donde se prioriza el capital social.

Las teorías de comercio internacional tradicional o de libre mercado se fundamentan en el concepto de las ventajas absolutas de Adam Smith (libro la riqueza de las naciones, 1776), sostenía “con el libre comercio, cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta (o que pudiera producir de manera más eficiente que otros países) e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta (o que produjera de manera menos eficiente)”. Es decir, la habilidad de sus trabajadores (eficiencia) o a la calidad de sus recursos (tecnología), podían producir los mismos productos que otros en menos horas de trabajos se denominó ventaja absoluta. (Gonzales, 2011)

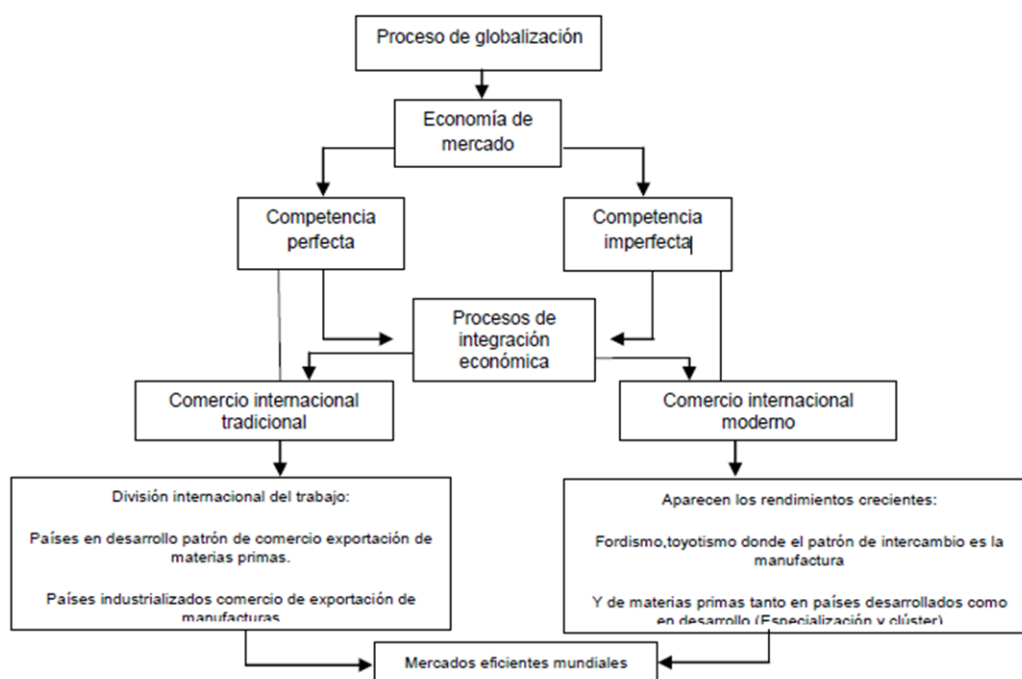
David Ricardo y las ventajas comparativas, esta teoría la dio a conocer en el libro los principios de la economía política y del impuesto (Ricardo, 1817) que estableció “aun cuando un país tuviera una desventaja absoluta en la producción de ambos bienes con respecto al otro país, si los costes relativos (o coste de un bien medido en términos del otro bien) son diferentes el intercambio es posible y mutuamente beneficioso” (Gonzales, 2011).

Las Teorías Clásicas del Comercio Internacional se subdividen en dos fases teóricas de análisis, fase de competencia perfecta, “el comercio internacional se presenta vía exportación de productos manufactureros de los países desarrollados hacia los subdesarrollados y, por otro lado, la exportación de materias primas de los países en vías de desarrollo a los industrializados, así la especialización e integración estaba determinada por la tecnología y las condiciones naturales de cada país. Esta fase corresponde a la de un capitalismo poco desarrollado en términos tecnológicos vía rendimientos decrecientes a escala o de costos crecientes” (Palafox, Ochoa, & Espejel, 2013).

La otra fase, competencia imperfecta, se desarrolla un proceso de integración económica soportada por las economías a escala vía rendimientos crecientes o costos

decrecientes, lo que generó un nuevo patrón de comercio internacional que se desplegó tanto en países industrializados como en vías de desarrollo, generándose con ello estructuras de tipo oligopólicas y de competencias monopolísticas, y por otra lado, resurgen los nuevos distritos industriales o clústers en ambos espacios (Robinson, 1969).

Figura 2.1 Proceso de Globalización en la Economía de mercado



Fuente: Proceedings of International Business and Social Sciences and Research Conference, 2013

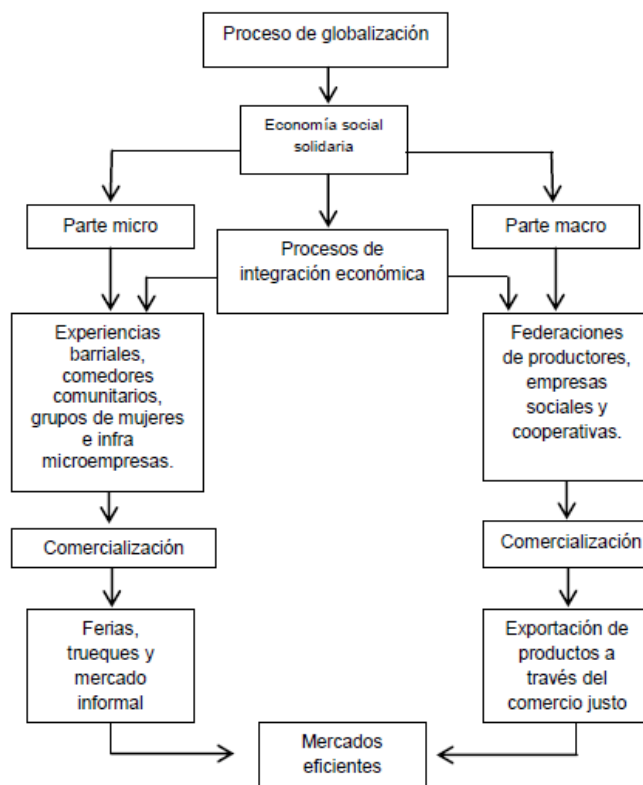
Elaboración: Robinson

Por otro lado, las teorías del Comercio Justo que se estructuran en las teorías de la economía social y solidaria, el trabajo antes que el capital. “La economía social no es un mecanismo ciego, autorregulado que se nos impone como un orden natural, sino la organización que se da políticamente una sociedad para desarrollar los procesos de producción, distribución, circulación y consumo. Si es una sociedad racional, lo hará de modo de garantizar las mejores condiciones de vida para todas y todos, en relación retributiva con la naturaleza. Es una concepción, necesariamente ética, de una economía para la vida, para la inclusión con dignidad” (Coraggio J. , 2015).

Se define al capital social como “el agregado de los recursos reales o potenciales que se vinculan con la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento o reconocimiento mutuo”. Es una forma de integración

de los pueblos más desfavorecidos que le brindara un respaldo social, alcanzando beneficios mutuos.(Bourdieu, 1997, pág. 248)

Figura 2.2 Esquema del proceso de globalización y la economía social solidaria y su proceso de integración económica



Fuente: Proceedings of International Business and Social Sciences and Research Conference, 2013

Elaboración: Bourdieu

Las redes internacionales de Comercio Justo agrupadas en FINE (Plataforma que aglutina a los principales referentes de Comercio Justo en Europa) lo definieron de la siguiente manera: “el Comercio Justo es una asociación de comercio, que se basa en una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el sur. Las organizaciones de comercio justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas de comercio internacionales convencionales” (Sánchez & Carreti, 2011).

Bajo el sistema de comercio internacional tradicional o libre mercado, los productores artesanales de mermelada de zambo con stevia no podrán internacionalizar su

producto, debido a que el mecanismo de exportación implementado cuenta con muchas barreras de arancelarias, no arancelarias y para-arancelarias, basado en políticas proteccionistas tanto a nivel comercial como ambiental de los países destinos, esto desanima a cualquier pequeño productor artesanal a incursionar en nuevos mercados.

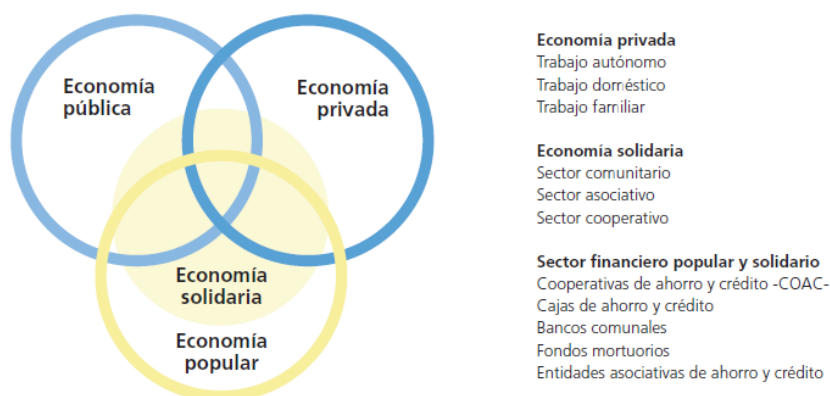
El Comercio Justo o también llamado alternativo es un movimiento internacional conformado por organizaciones del norte y sur, con el objetivo de ayudar a los productores más desfavorecidos en el acceso a nuevos mercados mundiales y cambiar indebidas reglas de comercio internacional tradicional. Este mecanismo alienta a los productores de mermelada artesanal a continuar con su expectativa de internacionalizar su producto bajo la práctica de comercio justo.

2.1.1 Fundamentación Teórica

2.1.1.1 Sistema de Economía Popular y solidaria en el Ecuador

La economía social es aquella que se encuentra entre la economía privada capitalista y pública equitativa, que busca de la participación de ambos sectores para el desarrollo de las organizaciones microeconómicas desfavorecidas.

Figura 2.3 Dinámica de la economía solidaria en la economía mixta



Fuente: José Luis Coraggio

Elaboración: Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias

El gobierno nacional impulsa las Economías Populares y Solidarias para evitar que la economía ecuatoriana siga dependiendo de la explotación petrolera y solo de la producción de productos primarios, por tal motivo, desarrolla un plan de exportación para las economías desfavorables a través del Comercio Justo con la implementación de políticas de Economías Popular y Solidaria. Además la normativa legal en Economía Popular

Solidaria según la Constitución de la República del Ecuador se establece en los siguientes artículos: (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

Artículo 283. Establece que el sistema económico es social y solidario ya que reconoce al ser humano como el objetivo principal de la economía, para el desarrollo equitativo de las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades.; Artículo 319, reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, se agruparan como cooperativas, asociaciones y comunitarios para formar parte del sector popular y solidario;

Artículo 309. La Constitución de la República señala que el sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado y del popular y solidario;

Artículo 311. La misma Constitución señala que el sector financiero popular y solidario (cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro), recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria;

El 10 de agosto del 2011, se promulga la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (LOEPS), el 27 de febrero de 2012, el Reglamento General, donde se establece la institucionalidad para este sector económico basándola en cinco ejes: rectoría, regulación, control, fomento y financiamiento. Bajo el control de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS)

La Ley Orgánica de Economía popular y solidaria establece en el artículo 3 Objeto, literal 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 (concepto indígena del buen vivir, que promueve la relación armónica entre los seres vivos y la naturaleza) (Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, 2012).

En el artículo 8 de la LOPES, Formas de Organización, Para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organización es conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas (Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, 2012).

Tabla 2.1 Formas organizaciones de Economía Popular Solidaria

Sector Comunitario	Sector Asociativo	Sector Cooperativo
LOEPS, artículo 15	LOEPS, Artículo 18	LOEPS, artículo 21
Conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades	Conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias	Conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común
Objetivo de producir, comercializar, distribuir y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada,	Objetivo de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada	Objetivo social principal de las cooperativas, será concreto y constará en su estatuto social y deberá referirse a una sola actividad económica, pudiendo incluir el ejercicio de actividades complementarias ya sea de un grupo, sector o clase distinto, mientras sean directamente relacionadas con dicho objeto social

Fuente: Asamblea Nacional

Elaboración: Autor

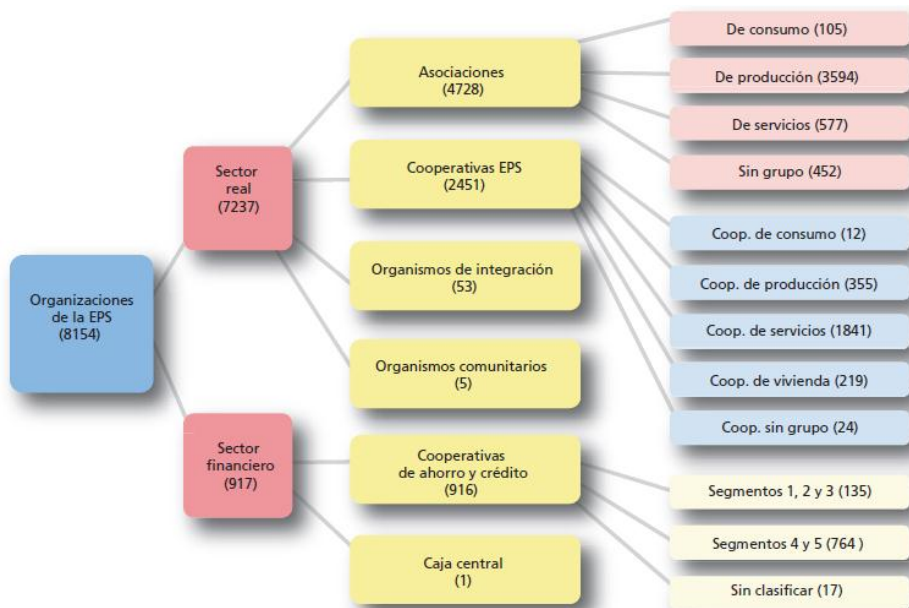
Se considerarán también en su caso, el sistema organizativo, asociativo promovido por los ecuatorianos en el exterior con sus familiares en el territorio nacional y con los ecuatorianos retornados, así como de los inmigrantes extranjeros, cuando el fin de dichas organizaciones genere trabajo y empleo entre sus integrantes en el territorio nacional (Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, 2012).

Las Economías Populares y Solidarias también se establecen en Plan Nacional del Buen Vivir (Sumak Kawsay) 2013-2017, se define como “El buen vivir, en suma, aparece como una oportunidad para construir otra sociedad sustentada en la convivencia del ser humano en diversidad y armonía con la naturaleza, a partir del reconocimiento de los diversos valores culturales existentes en cada país y en el mundo, en la medida que estos se sintonicen con estos principios fundamentales de la humanidad” (Corragio, 2011).

El Plan Nacional del Buen Vivir, se constituye con 12 objetivos nacionales que establecen un conjunto de metas que servirán de control permanente de la política pública. El objetivo 8 señala “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

Las organizaciones de Economías Popular y solidarias han desarrollado un gran impacto en la economía nacional, hasta mayo del 2015 sumaban 8154 en todo el país, enfocándose en el sector real y financiero de la siguiente manera (Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias, 2015).

Figura 2.4 Organizaciones de Economía Popular y Solidaria



Elaborado: Corporación Nacional de Fomento Popular Y Solidario.

Fuente: Publicación Economía y Finanzas Populares y Solidarias para el buen vivir en Ecuador

2.1.1.2 Legislación de Comercio Justo en Ecuador

El sistema de Comercio Justo se instaura en el Ecuador tanto en el Marco Constitucional como en el Marco Legal e Institucional de la siguiente manera.

Tabla 2.2 El Comercio Justo en el Marco Constitucional

Artículos	Concepto
Artículo 276, Régimen de desarrollo, literal 2	Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable
Artículo 281, Responsabilidad del estado, inciso 11	Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos
Artículo 284, Objetivos de la política económica, literal 8	Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes
Art. 304, Política comercial, literal 5	Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
Art. 306, Promoción de exportaciones	Promoverá las exportaciones de los pequeños, medianos productores y del sector artesanal.
Art. 336, Intercambios económicos y comercio justo	El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de intercambio mundial de bienes y servicios
Art. 337, Intercambios económicos y comercio justo	El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos

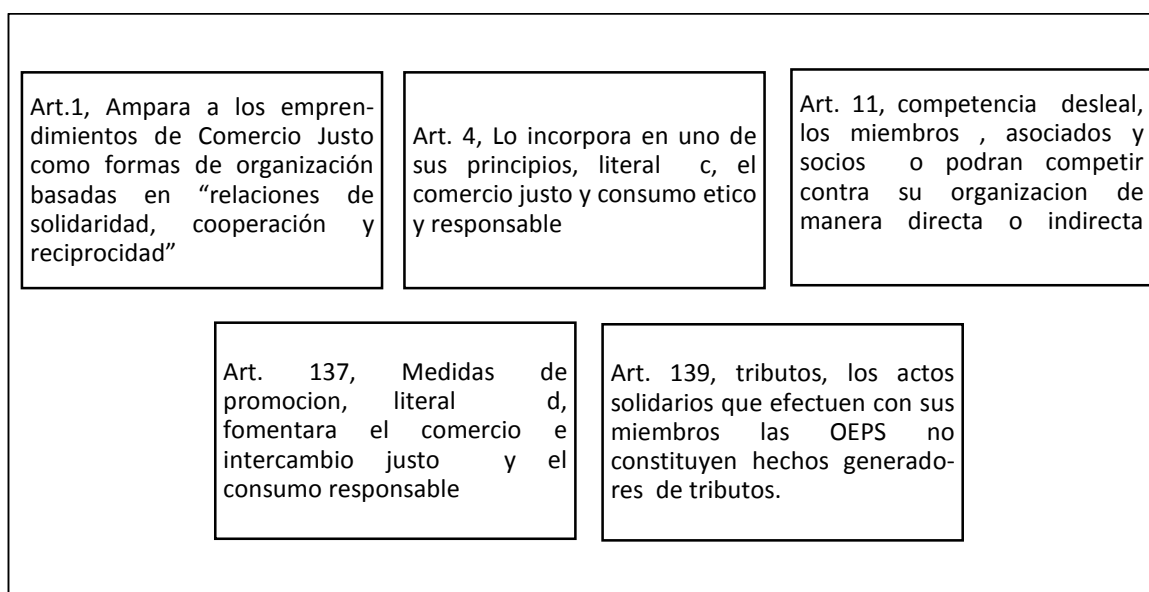
Fuente: Asamblea Nacional

Elaboración: Autor

El marco constitucional se enmarca al fomento del sistema de Comercio Justo basándose en las políticas de desarrollo solidarias y sostenibles para generar nuevas fuentes de producción en los sectores productivos de menor escala y que trasciendan en la búsqueda de mercados internacionales con la ayuda de las instituciones gubernamentales.

En el marco legal e institucional, se establece en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS, 2011), el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010).

Figura 2.5 Normativa en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria



Fuente: Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

Elaborado: Autor

La Ley Orgánica de Economías Populares y Solidarias motiva a los pequeños productores comunitarios a formar organizaciones o asociación es para acceder a los diferentes tipos de ayuda como: financiera, de capacitación, de comercialización y exportación, que brindan las instituciones del estado de manera gratuita para este sector considerado como el tercer sector económico, y así de esta manera poder acceder con mayor facilidad al sistema de Comercio Justo.

Tabla 2.3 Normativa para Comercio Justo en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Artículo	Concepto
Art. 1, Ámbito	Se rigen bajo esta normativa todas las formas de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo
Art. 4, Fines, literal s	Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente
Art. 5, Rol del estado, literal e	Implementación de una Política comercial para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo
Art. 22, Medidas específicas	El Consejo Sectorial de la Producción establecerá políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria

Fuente: El Código Orgánico de la producción

Elaborado: Autor

El Código Orgánico de la producción establece mecanismo de apoyo al desarrollo del Sistema de Comercio Justo basado en incentivos de inversión, tributarias y de comercialización permitiendo de esta manera el desarrollo ágil de las Organizaciones o Asociaciones de Economía Populares y Solidarias para la apertura de nuevos mercados.

2.1.1.3 Acuerdos Comerciales Ecuador y España

España es uno de los miembros de la Unión Europea, por tanto, se rige bajo los acuerdos comerciales que la Unión Europea realice, entre estas naciones existe un único acuerdo comercial vigente que es el SGP PLUS, que es un acuerdo momentáneo que regirá hasta diciembre del 2016. Sin embargo, tanto Ecuador como la Unión Europea rubricaron en diciembre del 2014 el Acuerdo Comercial cuya negociación concluyó en junio, y que se espera que el mismo entre en vigor a mediados del 2016, momento hasta cuando se extenderán las preferencias de Ecuador en el Sistema General de Preferencias (SGP).

El 28 de abril del 2009, en la ciudad de Quito, la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) y la Unión Europea firman un acuerdo de apoyo al Sistema Económico Social, Solidario y Sostenible (PASES), “...es un programa de apoyo presupuestario no reembolsable que busca apoyar el fortalecimiento de capacidades para la efectiva ejecución del Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV), principalmente lo relacionado al Objetivo 11. Establecer un Sistema Económico Social, Solidario y Sostenible” (SENPLADES, 2015)”.

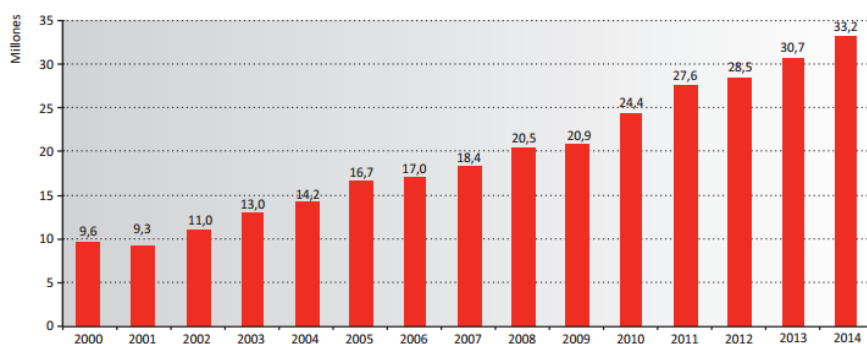
2.1.2 Referentes empíricos

Para enfocar nuestro caso de estudio en la problemática de exportación de los productores artesanales de mermelada e zambo de la provincia de Bolívar, nos basaremos en el sistema o red de Comercio Justo en el mercado español.

2.1.2.1 Análisis del Comercio Justo en el mercado español

Las ventas de productos en la modalidad de Comercio Justo en el mercado español en el 2014, alcanzaron los 33,2 millones de euros con un crecimiento del 8% en relación al 2013. El incremento anual medio de las ventas de Comercio Justo en España en los últimos 15 años (2000-2014) ha sido del 9,4% en euros constantes (12,1% en euros corrientes de cada año) y se ha mantenido en los recientes años de crisis económica. Esta positiva trayectoria contrasta con la evolución de la economía española entre dichos años, ya se mire la evolución del PIB o del comercio en general (incrementos anuales del 1,1 y 2%, respectivamente) (Pereda & Fairtrade, 2014).

Figura 2.6 Ventas en la Red de Comercio Justo del 2000-2014, millones de Euros, base 2014.

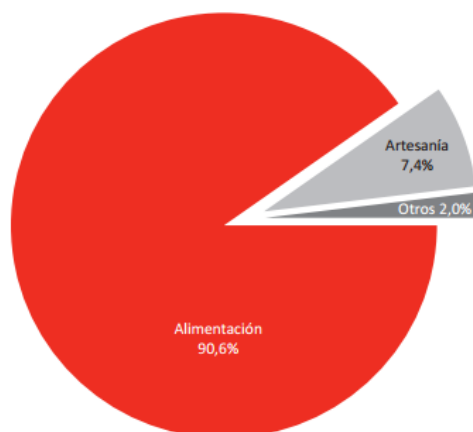


Fuente: Estudio de la comercialización de Comercio Justo en el estado español 2014

Elaboración: Carlos Pereda & Fairtrade Ibérica

Desde el 2013, los canales mayoristas venden más productos de Comercio Justo que las tradicionales tiendas, este efecto ha provocado el incremento de la demanda favoreciendo a los productores de estos insumos. Los productos de Comercio Justo comercializados en España, se priorizan los alimentos con un 90,6% de la facturación de este tipo, la artesanía ocupa el segundo lugar con un 7,4% de las ventas, la alimentación es el motor fundamental de las ventas de Comercio Justo en España (Pereda & Fairtrade , 2014).

Figura 2.7 Ventas de Comercio Justo por grupos

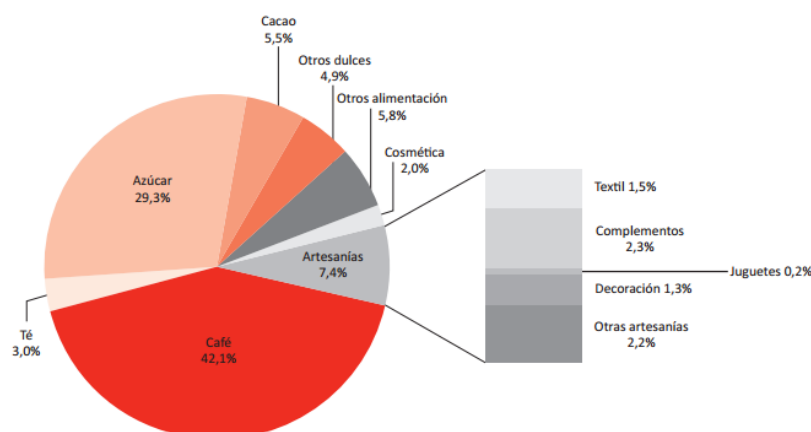


Fuente: Estudio de la comercialización de Comercio Justo en el estado español 2014

Elaboración: Carlos Pereda & Fairtrade Ibérica.

Entre los principales productos alimenticios comercializados, encontramos al café con un 42,1%, azúcar con un 29,3%, son los dos productos que abarcan el mercado de comercio justo, con un 4,9% otros dulces donde se encuentran las mermeladas, la miel, los zumos, las galletas o caramelos.

Figura 2.8 Ventas de Comercio Justo según principales productos



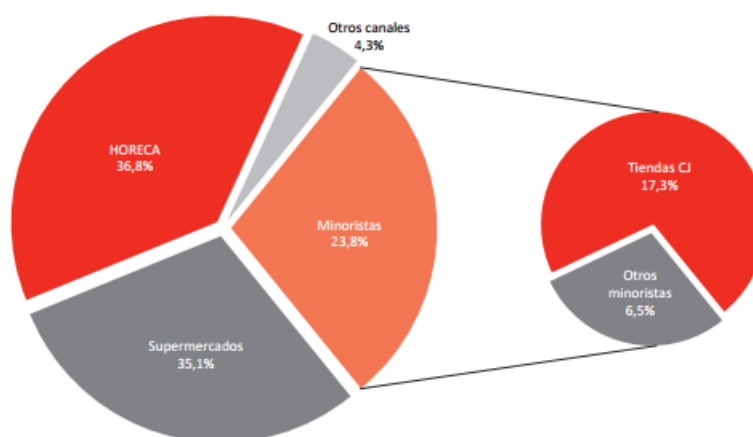
Fuente: Estudio de la comercialización de Comercio Justo en el estado español 2014

Elaboración: Carlos Pereda & Fairtrade Ibérica.

Los principales canales de comercialización de productos de Comercio Justo se realizan en el mercado español de la siguiente manera:(Pereda & Fairtrade , 2014)

- HORECA, Consumo y venta a través de cafeterías, heladerías, bares y maquinarias de vending, en el 2013 con un 38% vs el 2014 con un 36,8% ,con una tendencia decreciente del 1,2% en esta línea
- Los supermercados han incrementado la comercialización de productos en un 5,4% (29.7% en el 2013 y35.1% en el 2014)
- Los canales minoristas han perdido una cuota de mercado del 4,5% en relación al año anterior (2013 con 28,3% vs el 2014 con 23,8%)
- Tiendas especializadas de Comercio Justo ha reducido su participación en un 2,8%
- Otros minoristas, donde están los herbolarios y tiendas de productos ecológicos por efectos de mercado han reducido su peso comercial en 1,6%.

Figura 2.9 Ventas de Comercio Justo según canal de distribución



Fuente: Estudio de la comercialización de Comercio Justo en el estado español 2014

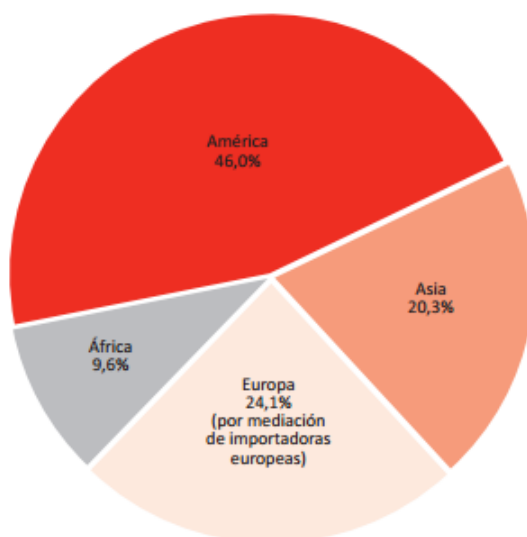
Elaboración: Carlos Pereda & Fairtrade Ibérica

Para que un producto con características de Comercio Justo ingresen al mercado español, se debe acreditar de dos maneras, la primera es GARANTÍA DE ORGANIZACIÓN, las proveen los importadores miembros de Coordinadora estatal de Comercio Justo (CECJ), y la otra es la GARANTÍA PRODUCTO que es la que otorgan las entidades certificadoras de productos de Comercio Justo (Fairtrade u otros sellos validados a nivel internacional) (Pereda & Fairtrade , 2014).

Los principales países de América Latina con mayor número de organizaciones productoras de Comercio Justo se encuentran Ecuador con 12 entidades, Perú con 8 grupos

y Costa Rica y Chile con 5 cada uno. Por volumen, tienen más peso el café de Nicaragua, el azúcar de Paraguay, el cacao de la República Dominicana y las frutas y dulces de Ecuador (Pereda & Fairtrade, 2014).

Figura 2.10 Importación de productos de Comercio Justo según el continente de origen



Fuente: Estudio de la comercialización de Comercio Justo en el estado español 2014

Elaboración: Carlos Pereda & Fairtrade Ibérica

2.1.2.2 Promoción de la Red de Comercio Justo en Ecuador

En Ecuador existe una red de Comercio Justo que está promovida por entidades públicas y privadas sin fines de lucro, entre las instituciones públicas que dan apoyo a las Organizaciones de Economía Popular y Solidaria y empresas relacionadas al comercio justo están PROECUADOR y la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo.

Pro Ecuador ha desarrollado dos programas de apoyo al sistema de Comercio Justo, la primera en la unidad de Comercio Inclusivo que brinda asesoría técnica individual y especializada, capacitaciones específicas, programas y proyectos enfocados a fortalecer sus capacidades de comercialización a través de actividades de promoción comercial internacional (banco de importadores internacionales de Comercio Justo certificados). El programa que proporciona asesoría para obtener la certificación de Comercio Justo, el cofinanciamiento para que puedan obtenerla de una manera más económica y la participación efectiva en eventos de promoción internacional.

La Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo es un movimiento global que busca establecer relaciones justas y equitativas a través de prácticas sociales que permiten una relación más directa entre productores y consumidores. Entre las instituciones privadas sin fines de lucro más representativas en Ecuador y se dedican a la exportación de mermelada encontramos Camari, Fundación Maquita Cushunchic y Grupo Salinas.

Camari, Es el Sistema Solidario de Comercialización del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP), entidad privada de finalidad social, auspiciada por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana que desde 1970 apoya al desarrollo de los sectores populares del país mediante la capacitación, el crédito y la asistencia técnica. Es una organización de Comercio Alternativo con certificación de calidad ISO 9001 y miembro de la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO) en la red de comercialización comunitaria Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria (RELACC) (CAMARI, 2016).

Fundación Maquita Cushunchic, es una institución privada, sin fines de lucro, creada en 1985 de la iniciativa de las Comunidades Eclesiales de Base del Sur de Quito. Una entidad que hoy trabaja a favor de los sectores vulnerables en quince provincias del país. La estrategia de acción socio-humana asociativa que impulsa valores y principios solidarios y en el fortalecimiento de la capacitación y asistencia técnica a organizaciones de productoras y consumidores en el área productiva, administrativo-contable, post cosecha, comercialización, diseño y mercadeo para responder con calidad y eficiencia al mercado (Huauquipura, 2016).

Grupo Salinas, creada 1970 en el pueblo de Salinas de Guaranda en la provincia de Bolívar, Ecuador, apostó al Cooperativismo como la forma efectiva y democrática de enfrentar la pobreza y marginación, con la participación de voluntarios extranjero y la Misión Salesiana por medio de Mons. Candido Rada.

2.1.2.3 Entidades ecuatorianas que exportan por la Red de comercio justo en Ecuador

En Ecuador hay dos maneras de Exportar por el sistema de Comercio Justo, la primera estableciendo una alianza estratégica con las promotoras privadas sin fines de lucro y por ultimo calificar el producto con el Sello de Comercio Justo emitida por los organismos certificados para esta Calificación y exportarlo de manera independiente.

La Asociación Nueva Aurora de Santo Domingo de los Tsáchilas, creada en 1997, una microempresa formada por un grupo de mujeres dedicada a la producción y exportación de mermelada. Esta Asociación desarrollo una alianza estratégica con la Fundación Maquita Cushunchic, esta sociedad consiste en que la Asociación Nueva Aurora se dedica a producción de las mermeladas y la Fundación MCCH se dedica a la contabilidad, comercialización y exportación del producto por medio de la Red de Comercio Justo principalmente a Italia, España y Bélgica. En la actualidad hacen envíos promedio de 20.000 frascos al mes de acuerdo a los pedidos que se establecen en la Red de Comercio Justo (Lideres, 2016).

2.2 Marco metodológico

El estudio de caso es una herramienta de investigación en el área de las ciencias sociales, así como en la administración. Sin embargo, debido a su utilidad, se ha expandido a otros campos como la economía o la mercadotecnia. El estudio de caso analiza temas actuales, fenómenos contemporáneos, que representan algún tipo de problemática de la vida real, en la cual el investigador no tiene control. Al utilizar este método, el investigador intenta responder el cómo y el por qué, utilizando múltiples fuentes y datos.

Esta investigación se realiza con el propósito de establecer ¿en qué estructura socio-económica se debe exportar la mermelada de zambo con stevia al mercado español?, partiendo del mecanismo de integración de los productores según lo establece la Ley Orgánica de Economía Social y Solidaria, el financiamiento de ser necesario a través de los organismos crediticios social y solidarios, la calificación de producto con sello de Comercio Justo requeridos para ingresar a la Unión Europea. Mediante estos pasos elaborar una estrategia de comercialización para el mercado español. La metodología a implementar en este caso de estudio será de la siguiente manera:

El tipo de investigación a realizarse será descriptiva, ya que analizaremos la situación actual, actitudes, actividades y procesos de los productores de mermelada artesanal de la provincia de Bolívar en el área de comercialización interna como externa y determinar las deficiencias estructurales para exportar su producto.

Es un estudio descriptivo, por cuanto no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables, describe lo que sucede en un momento determinado, esta investigación se basara en técnicas de

observación, entrevistas y revisión documental. Por otro lado, el diseño de la investigación, será en el campo no experimental de tipo transeccional descriptivo, por cuanto. Describiremos los hechos y procesos en un momento de tiempo que realizan los productores artesanales de mermelada artesanal, sin influir en las variables independientes.

En esta investigación se aplicaran el método deductivo y analítico-sistémico. El método deductivo consiste en tomar conclusiones generales de teoremas, leyes, postulados y principios de aplicación universal toda esta información de comprobada validez y aplicarlos a soluciones y hechos particulares. El método analítico-sintético estudia los hechos, descomponiendo el objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis) y acoplar dichas partes para estudiarlas de manera integral (síntesis).

Este trabajo investigación está dirigido para los productores de mermelada artesanal de zambo de la provincia de bolívar para determinar la estructura de exportación que se aplicara para ingresar al mercado español pues el objetivo de este trabajo es desarrollar un plan estratégico de comercialización.

Tabla 2.4 Matriz CDIU

CATEGORIA	DIMENSION	INSTRUMENTO	UNIDAD DE ANALISIS
Producción	Falta de Integración Desconocen los procesos de exportación más viables y no convencionales	Observación Entrevista	Productores independientes de la Provincia de Bolívar
Legal	Formas de organización Requisitos para formar una OEPS	Análisis documental	Superintendencia de Economías Populares y Solidarias (SEPS)
Calidad	Desconocimiento en normas sanitarias, fitosanitarias, etiquetado y embalaje para los mercados internacionales	Entrevista Análisis documental	Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones (PROECUADOR) European Comisión
Comercio	Ignoran las ventajas de exportar bajo el sistema de Comercio Justo	Entrevista Análisis documental	Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones (PROECUADOR) Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo(CECJ)
Exportación	Programa Exporta País	Análisis documental Entrevista	Instituto de promoción de exportación e inversiones (PROECUADOR) Ministerio de Comercio Exterior

Fuente y Elaboración: Autor

2.2.1 Categorías

- Productores. En la provincia de Bolívar hay productores independiente dedicados a la elaboración de mermelada artesanal de zambo con stevia, cada artesano lleva su producto terminado a mercados o ferias establecidas en

diferentes parroquias o cantones de la provincia, venden sus productos a los comerciantes mayoristas o minoristas de estos centros de comercio.

- Los comerciantes mayoristas o minoristas han observado que este producto es demandado en gran mayoría por los migrantes ecuatorianos radicados en la España, ya que lo consumen cuando visitan nuestro país por vacaciones y lo adquieren para llevarlo a su retorno a España, los migrantes ecuatorianos lo compran de manera indirecta por medio de familiares para enviarles el producto con amigos o familiares cuando viajan a España o a través de operadoras de carga. Existen 450.000 ecuatorianos radicados en España(Villaruel , 2015).
- Los migrantes ecuatorianos solicitan que este producto pueda ser adquirido de una manera directa en el mercado español en las redes de supermercados o tiendas minoristas, por cuanto este sabor ha tenido mucha acogida por los ciudadanos españoles, que les solicitan les vendan producto para su consumo. Con estos hechos, los productores artesanales de mermelada buscan la mejor manera de exportar su producto al mercado español respetando todas las normas de internacionalización del producto.
- Legal. En esta entidad se analizará la legislación ecuatoriana para determinar cuál es la mejor forma de Organización de Economía Popular y Solidaria se ajuste para que los productores artesanales de mermelada de Zambo con stevia puedan alcanzar la visión de exportar su producto al mercado español.
- Calidad. Se estudiarán las normas que exige la comunidad europea en tema de seguridad alimentaria para proteger la salud humana y los intereses de los consumidores para el ingreso de productos procesados. Normas de etiquetado de productos envasados, normas Codex de conservas y jaleas, etc.
- Comercio. Se establecerán los requisitos exigidos por la WTO, para certificar los productos con Sello de Comercio Justo (FLO), las organizaciones certificadoras de FLO en Ecuador, de esta manera acceder al mercado español como un producto elaborado por una comunidad desfavorable de la región sur del continente.
- Exportación. El Gobierno de la República del Ecuador ha implementado políticas de incentivos a la exportación de productos artesanales de las poblaciones más desfavorables, de esta manera eliminar la brecha de la

pobreza de sus habitantes, con el programa Exporta País desarrollado por el Ministerio de Comercio Exterior, este programa busca que los productores de Economías populares y Solidarias tengan capacitación y asistencia técnica individualizada con el objetivo de mejorar los procesos y oferta exportable alcanzando la internacionalización de los productos.

2.2.2 Dimensiones

En la categoría de producción nos enfocaremos en analizar ¿están integrados y organizados los productores artesanales de mermelada de la Provincia de Bolívar? para poder afrontar el reto de exportar este producto bajo la modalidad de comercio justo, examinaremos la infraestructura de producción independiente que tienen y la capacidad de oferta que puedan ofrecer a las importadoras de Comercio Justo en el mercado español.

Debemos establecer cuantos productores estarán dispuestos a aceptar los cambios estructurales de integración, producción y promoción para alcanzar la calificación internacional de un producto con Sello de Comercio Justo.

En la estructura legal, se determinara cual es la mejor forma de organización (comunitario, asociativo y cooperativo) que adoptaran los productores de mermelada artesanal de zambo, de la misma manera establecer cuáles son las entidades de supervisión y control para este tipo de agrupaciones.

En la entidad de calidad nos enfocaremos en analizar los requisitos que debe cumplir la mermelada artesanal de Zambo para ingresar el producto al mercado español con los estándares establecidos por la Unión Europea, normas sanitarias y fitosanitarias que se implementaron con el fin de proteger la salud humana y los intereses de los consumidores de la comunidad europea.

Comercio, los productores independientes de mermelada de zambo desconocen que existe el sistema de comercio Justo por el cual pueden acceder al mercado europeo, esta red facilita la inserción de las Organizaciones de Economías Populares y Solidarias ecuatorianas a nuevos mercados internacionales, eliminando barreras aplicables al comercio internacional tradicional y aumentando la equidad comercial para los productores más desfavorecidos de la región sur.

Estudiaremos los requisitos para calificar la mermelada de Zambo con Stevia como un producto con Sello de Comercio Justo (FLO), esta certificación debemos realizarla con FLOCERT internacional con la asesoría de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo ubicada en la ciudad de Machala, para esto debemos cumplir con los principios o estándares de Comercio Justo establecido por WFTO. Estos estándares pueden ser observados en el **Anexo 1**. Es importante mencionar que con la certificación FLO podremos ingresar al programa de comercio inclusivo de PROECUADOR.

En el tema de exportación, estableceremos los lineamientos para acceder al programa Exporta País que es “... un sistema simplificado, ágil y económico de exportaciones por envíos postales a través del Operador Público Correos del Ecuador y con los beneficios de los diferentes programas y servicios de las entidades participantes” (Ministerio de Industrias y Productividad, 2015).

2.2.3 Instrumentos

Los instrumentos que se aplican en los caso de estudio cualitativo son observación, encuestas, entrevistas y análisis documental. Para esta investigación aplicaremos algunos de los instrumentos de acuerdo a la categoría y la dimensión de las mismas.

- La observación permite obtener información sobre un evento, hecho o acontecimiento tal y como se producen. Es producto de la percepción del que observa más la interpretación que debe hacerse de lo observado.
- La entrevista es una herramienta para obtener información de un hecho determinado en la investigación cualitativa, es un diálogo entre investigador e investigados para entender en base a su experiencia las situaciones y problemas sobre un evento exclusivo. Hay dos tipos de entrevistas, primero para indagar al inicio del estudio, los datos que nos ayuden a centrar el problema planteado y la segunda para ahondar en aquellos datos recogidos a partir de la observación, o para clarificar contradicciones que han ido apareciendo a lo largo del estudio.
- El análisis documental, consiste en seleccionar las ideas informativamente relevantes de un documento a fin de expresar su contenido para recuperar la información en él contenida. Esta información debe guardar relación con el objeto de estudio del caso que se analiza.

2.2.4 Unidad de análisis

La unidad de análisis para este caso de estudio, partirá por los productores de mermelada de Zambo con Stevia de la provincia de Bolívar para determinar el grado de conocimiento sobre la participación de Economías Populares y Solidarias y el sistema de Comercio Justo implementado en Ecuador para el desarrollo de las exportaciones de las economías más desfavorables.

En la Superintendencia de Economías Populares y Solidarias realizaremos un análisis documental de las leyes orgánicas, leyes ordinarias, normas, decretos y reglamentos para escoger la mejor forma de Organización de Economías Populares y Solidarias, de esta manera poder acceder al apoyo financiero para el sector de EPS.

En el Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones (PROECUADOR) realizaremos un análisis documental para determinar los requerimientos para las categorías de calidad, comercio y exportación de esta manera optimizar la imagen, calidad, promoción y oferta exportable de la mermelada de Zambo con Stevia para el mercado Español apoyándonos con una entrevista directa a la Directora de Comercio Inclusivo de PROECUADOR.

Realizaremos un estudio documental de las normativas para las importaciones de productos procesados exigidas por la European Comisión.

En la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo realizaremos un análisis documental de los requerimientos para la certificación del Sello de Comercio justo y los procesos para alcanzar la certificación.

En el Ministerio de Comercio Exterior analizaremos documentalmente el programa de Exporta País desarrollada por esta Institución Pública e implementada por PROECUADOR para el sistema de Comercio Justo por el departamento de Comercio Inclusivo.

2.2.5 Gestión de datos

Realizaremos dos entrevistas para recolectar datos significativos para el caso de estudio, la primera entrevista la realizaremos al productor mentalizador de la visión de exportar la mermelada de Zambo con Stevia, bajo el siguiente formato:

- 1.- ¿Su producto es orgánico y 100% natural?
- 2.- ¿Cuántos productores de Mermelada de Zambo con Stevia hay con la mentalidad de exportar?
- 3.- ¿Existen algunos cultivadores de Zambo en esta posible asociación?
- 4.- ¿Existe algún socio que tenga experiencia en la exportación de algún producto?
- 5.- ¿Conoce de alguna entidad pública o privada que le den asistencia técnica sobre la exportación de productos?
- 6.- ¿Conoce de las Organizaciones de Economía Popular y Solidaria?
- 7.- ¿Cuáles son las ventajas de las Economías Populares y Solidarias?
- 8.- ¿Cuál es la entidad que las promueve y promociona en nuestro país?
- 9.- ¿Conoce sobre la red de Comercio Justo?
- 10.- ¿Cuáles son las ventajas de la red de Comercio Justo?
- 11.- ¿Conoce de alguna Asociación Economía Popular o Solidaria o de Comercio Justo que este exportando su producto?
- 12.- ¿Cuántos de los productores estarán dispuestos a conformar una asociación legalmente constituida de EPS para alcanzar la exportación de la mermelada de Zambo con Stevia?

La segunda entrevista se realizó a la Directora de Comercio Inclusivo de PROECUADOR para recolectar datos para las categorías de análisis calidad, comercio y exportar. Bajo el siguiente formato:

- 1.- ¿Cuál es la ayuda que proporcionan las Economías Populares y Solidarias para acceder a mercados internacionales?
- 2.- ¿Qué es el Comercio inclusivo?
- 3.- ¿En qué ayuda las políticas de Comercio Inclusivo a las Organizaciones de Economías Populares y Solidarias?

- 4.- ¿Qué es el programa de Exporta País?
- 5.- ¿Cuáles son los beneficios del programa Exporta País para las Organizaciones de Economías Populares y Solidarias?
- 6.- ¿En la actualidad alguna Asociación está exportando mermeladas al mercado español por la red de Comercio Justo?
- 7.- ¿Cuál es la estrategia de comercialización que está usando PROECUADOR?
- 8.- ¿Cuáles son los requisitos para acceder al programa de Comercio Inclusivo?
- 9.- ¿PROECUADOR es una certificadora de productos con Sello de Comercio Justo?
- 10.- ¿Qué tipo de capacitaciones brindan a los Asociados?
- 11.- ¿Las capacitaciones en normas sanitarias, fitosanitarias, etiquetado y embalaje están direccionadas para el mercado europeo?
- 12.- ¿Solo brindan capacitación o asistencia técnica en normas de calidad?
- 13.- ¿Cómo acceder al programa de Exporta País?
- 14.- ¿Con los programas de apoyo de PROECUADOR podremos garantizar la apertura comercial de nuestro producto?

2.2.6 Criterios éticos

Todos los entrevistados fueron informados que la entrevista que se efectuó era para recolectar información para un caso de estudio previo a la obtención del título de Master en Negocios Internacionales, cuya problemática se basa en como exportar la Mermelada de Zambo con Stevia al mercado español.

Los entrevistados autorizaron que la información sea aplicada para este tema de estudio, pero que se guarde en reserva sus identidades.

2.2.7 Resultados

Los resultados alcanzados después de la recolección de datos con los instrumentos de observación, análisis documental y entrevistas sobre las dimensiones establecidas para cada categoría, nos presentan las siguientes deducciones.

Con la técnica de observación y entrevista se estableció que los productores artesanales de Zambo con Stevia de la provincia de Bolívar localizados en las parroquias de San Lorenzo, San Antonio, San Juan y Chimbo se encuentran motivados con la idea de participar en la formación de una Organización de Economías Populares y Solidarias y afrontar el reto de exportar su producto al mercado español por medio de la Red de Comercio Justo.

Con un detallado análisis documental de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria se estableció que la mejor forma de Organización de Economía Popular y solidaria para los productores artesanales de mermelada es la Asociativa debido a que cumple con los requerimientos establecidos por la ley para este tipo de organización.

El análisis documental realizado en la normativa Europea y en PROECUADOR acerca de los requisitos de importación de productos procesados a la comunidad europea, se estableció los requerimientos sanitarios, fitosanitarios, de etiquetado, de envase y embalaje que exigen a este tipo de productos, la entrevista realizada a la Directora de Comercio Inclusivo de PROECUADOR nos indicó que esta institución proporcionara de asesoría técnica y capacitación especializada sobre las normas exigidas por la Unión Europea de manera gratuita a los socios de la Asociación de productores artesanales de mermelada de Zambo con Stevia de la provincia de Bolívar por ser una Organización de Economía Popular y solidaria ecuatoriana.

En el área de comercio se desarrolló un análisis documental y las entrevistas a la Directora de Comercio Inclusivo de PROECUADOR y un asesor de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, donde se estableció que la exportación de productos por la red de Comercio Justo mantiene las mismas exigencias que la exportación convencional, pagos de aranceles y estándares de calidad, la única diferencia en la red de Comercio Justo es el precio diferenciado por ser un producto de la Red de Comercio Justo, este precio debe cubrir los costos de producción y salarios dignos de los trabajadores y la Prima de Comercio Justo Fairtrade que es cancelado de manera directa por el importador o exportador de la red

que ejecuta la venta, esta prima es del 25% sobre el contrato de compra y venta del producto y debe ser aplicado para mejorar las condiciones de vida de la comunidad productora.

2.2.8 Discusión

La propuesta para desarrollar un plan estratégico de comercialización de la mermelada artesanal de zambo con stevia de la provincia de Bolívar hacia el mercado español, aplicando políticas economía popular y solidaria y de comercio justo, impulsando el desarrollo económico y la redistribución de la riqueza en forma equitativa de los pobladores bolivarenses. En este sentido, la bibliografía indica las ventajas que los productores artesanales marginales de la región sur tienen para aperturar los mercados europeos a través de la red de comercio justo y el apoyo que el gobierno ecuatoriano está brindando a este sector.

La red de comercio justo será la alternativa para que los productores artesanales de zambo de la provincia de Bolívar puedan ingresar al mercado español?. Es la alternativa más adecuada debido a que esta red tiene como objetivo facilitar a los productores más desfavorecidos de la región sur el acceso a mercados internacionales y cambiar las injustas reglas del comercio internacional tradicional. Es la única red comercial en la que los intermediarios (importadoras, distribuidoras o tiendas) están dispuestos a reducir sus márgenes para que le quede un mayor beneficio al productor.

El gobierno ecuatoriano a través de las políticas de desarrollo integral de comercio justo y economías populares y solidarias, capacitación en el área de exportación y ayuda financiera para impulsar el sector micro productor artesanal. El estado prioriza el cambio de la matriz productiva y este tipo de economías forma parte de esta visión para el desarrollo de las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Por lo tanto se considera que la internacionalización de la mermelada de zambo con stevia hacia el mercado español por medio de la red de comercio justo está plenamente

garantizado por medio de este sistema por cuanto por el comercio internacional regular este sector no podría comercializar el producto al exterior debido a las trabas arancelarias y para-arancelarias.

3 SOLUCIÓN PROPUESTA

La propuesta se origina de la visión que tienen los productores de mermelada de Zambo con Stevia de la provincia de Bolívar de exportar su producto al mercado español, para incrementar su producción y mejorar su calidad de vida, pero el desconocimiento de los procesos de comercialización y exportación se han convertido en uno de los problemas radicales de su objetivo de apertura comercial del mercado español. Para esto se propuso un Plan Estratégico de Comercialización adaptado a las condiciones de oferta exportable que cuentan los productores artesanales de mermelada. La aplicación de este plan estratégico comprende los siguientes pasos:

1. **Análisis de la situación actual de exportación para este tipo de productores.-** en la economía mundial donde prima el concepto de globalización con nuevos procesos de aperturas y bloques comerciales entre países, surge la concepción del sistema de Comercio Justo basada en la Economía Social y Solidaria donde los pequeños productores artesanales de países en vías de desarrollo tienen la ventaja de ingresar a los mercados globales con preferencias de productores más desfavorecidas.

Este sistema nos permitirá ingresar a mercados internacionales cumpliendo las normativas de importación de productos procesados, con precios justos y la comercialización directa con intermediarios sin fines de lucro como PROECUADOR y CECJ, privadas: Fundación Maquita, Grupo Salinas, entre otros.

Para ingresar a la Red de Comercio Justo los productores artesanales de mermelada de Zambo con Stevia deben formar una Organización de Economías Populares y Solidarias.

2. **Constituir una Organización de Economías Populares y Solidarias.-** el gobierno nacional ha emprendido políticas para el cambio de la matriz productiva y no depender de la venta petrolera y materias primas sin valor agregado, para esto ha desarrollado el marco constitucional e institucional del Sistema de Comercio Justo donde los pequeños productores artesanales, microempresas y PYMES puedan acceder con ayuda técnica, financiamiento y desarrollo empresarial a nuevos mercados internacionales.

Los productores artesanales de mermelada de Zambo con Stevia formaran una Organización de Economía Popular y Solidaria basada bajo el concepto de Asociación, con el objetivo de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada. Esta asociación podrá acceder a préstamos en el sistema financiero social y solidario a bajas tasas de interés del sistema financiero convencional.

Para realizar el proceso de Constitución de una Asociación de Economía Popular y Solidaria ingresamos a la página web de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (link: <http://www.seps.gob.ec/constitucion-de-organizaciones?proceso-de-constitucion-de-organizaciones-de-la-economia-popular-y-solidaria>) y procedemos a realizar el trámite con los siguientes requisitos:

1. Realizar reserva de denominación (Anexo 2)
2. Solicitud de constitución (Anexo 3)
3. Acta Constitutiva
4. Certificación emitida por el secretario provisional de la organización. Estatuto Social.
5. Listado de asociados fundadores (mínimo 10).
6. Certificado de depósito del aporte al fondo social inicial por el monto fijado por el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, efectuado, preferentemente en una cooperativa de ahorro y crédito. Dicho aporte corresponde por lo menos a 3 R.B.U. pagados en dos aportes, el 50% al inicio del trámite de constitución, y, el 50% restante dentro del primer año de gestión de la organización.
7. Presentación de la documentación (Anexo 4).

3. **Capacitación en procesos de comercialización y exportación.** -Para afrontar el nuevo reto de internacionalización de la mermelada de Zambo con Stevia al mercado español, los productores deberán capacitarse en cada uno de los procesos de comercialización y exportación de productos con Sello de Comercio Justo. PROECUDOR prepara a los actores de la Economía Popular y Solidaria y Comercio Justo para ingresar a los mercados del exterior, mediante asesorías técnicas, capacitaciones en proceso, programas enfocados a mejorar sus capacidades de

comercialización y exportación. De igual manera, encamina todos sus esfuerzos para alcanzar la vinculación de estos productores a las distintas actividades de promoción comercial, cuyo objetivo principal consiste en alcanzar la inclusión de la oferta exportable de este sector en mercados y nichos internacionales, con el valor agregado de ser inclusivos y socialmente responsables.

4. Certificar la Asociación como productora mermelada de Zambo con Stevia con el Sello de Comercio Justo (FLO).- Con la certificación de un producto del Sello

de Comercio Justo nos permitirá alcanzar el mercado español inicialmente dependiendo de la oferta exportable que la Asociación pueda desarrollar, podremos alcanzar los mercados faltantes de la Comunidad Europea. La certificación únicamente pone como condición que se cumplan los principios FAIRTRADE, este requerimiento será inspeccionado por la Organización Fairtrade acreditada internacionalmente y aceptado por la Unión Europea. Para certificar nuestra Asociación lo realizaremos en la página web de FLOCERT ASSURING FAIRNESS (<http://www.flocert.net/es/servicios-fairtrade/certificacion-fairtrade/aplique-la-certificacion-fairtrade/>), donde ejecutaremos los siguientes pasos:

1. Solicitud, para iniciar el proceso se debe completar el formulario que está en línea, (Anexo 5)
2. Auditoria, la certificadora realizara visitas en el lugar de trabajo para inspeccionar las instalaciones, documentos y empleados
3. Análisis, revisar la información de la auditoria para evaluar que se cumplan las normas FAIRTRADE
4. Certificación, si no hay que realizar medidas correctivas se procederá a certificar con SELLOFAIRTRADE
5. Seguimiento, una vez recibido el certificado FLOCERT inicial ingresaremos a un ciclo de certificaciones que duran tres años, donde se realizan dos auditorías más para verificar que se sigan cumpliendo la normas FLOCERT y proceder a la renovación del certificado.

5. Implementación de procesos de comercialización y exportación.- después de la certificación con Sello de Comercio Justo y de la capacitaciones y asistencia técnica en PROECUADOR, podremos elaborar nuestro producto bajo las normas de calidad, sanitarias, fitosanitarias, envasado y embalaje que la Comunidad Europea

implementa para la importación de productos procesados, de esta manera poder acceder a los mecanismos de promoción que PROECUADOR desarrolla para actores de economía Popular y Solidaria y Comercio justo a través del banco de importadores de Comercio Justo por medio de ferias, eventos y comisión de productores que desarrolla la institución.

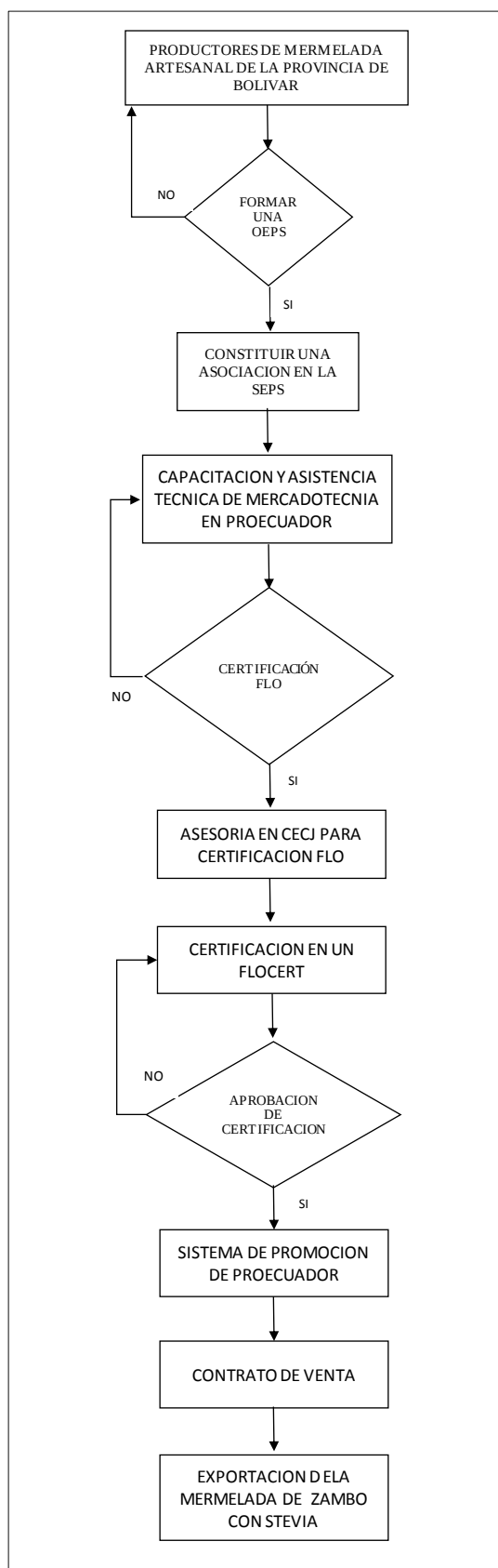
Además de acceder al programa Exporta Fácil de PROECUADOR que nos servirá para exportar inicialmente ya que contaremos con pequeñas demandas de productos y posteriormente al programa Exporta País del Ministerio de Comercio Exterior que simplificara la exportación de pedidos de mayor cantidad.

Tabla 3.1 Beneficios del Plan Estratégico de Comercialización en Comercio Justo

Descripción	Libre mercado	Comercio Justo
Comprador	Buscar en el mercado español el futuro clientes para el producto	En la red de comercio justo se encuentran los importadores calificados para adquirir el producto
Promoción	Desarrolla estrategias de promoción de manera independiente	Participa en los mecanismos de promoción desarrollados por PROECUADOR, a través de ferias y eventos internacionales.
Precio	El precio lo establece el mercado	El precio lo establece las Organizaciones Fairtrade, siempre prevalecerá el precio mayor entre el de comercio justo y de libre mercado
Prima de comercio	Las empresas productoras no cuentan con este beneficio	La importadora o exportadora cancelara del 5% al 30% sobre el contrato de venta a los productores de Comercio Justo, para invertir en infraestructura o beneficios comunitarios
Salarios	Se asignan los salarios básicos para los trabajadores	Los salarios para los socios deben cubrir todas las necesidades básicas de vida de los trabajadores

Fuente y Elaboración: Autor

Figura 3.1 Flujo del Plan Estratégico de Comercialización bajo la estructura de Comercio Justo



Fuente y Elaboración: Autor

CONCLUSIONES

- La propuesta concluye que el Plan Estratégico de Comercialización de mermelada artesanal de Zambo con Stevia potencializando la apertura comercial en el mercado español bajo la Sistema de Comercio Justo beneficiara a la asociación de productores de mermelada de zambo de la provincia Bolívar a mejorar sus condiciones sociales, culturales y económicas, además de contribuir con el país con una nueva forma de generar riqueza equitativa.
- La mejor forma de Organización de Economía de Popular y Solidaria para los productores de mermelada de Zambo con Stevia de la Provincia de Bolívar es la Asociativa, ya que califica por ser un grupo de producción comunitario de escasos recursos y se van a dedicar a la producción y comercialización internacional de un producto artesanal.
- La asociación de productores artesanales de mermelada de Zambo con Stevia deberá cumplir con los principios de Comercio Justo para poder certificarse con el Sello Fairtrade y poder acceder al Red de Comercio Justo, esta certificación nos permitirá ingresar al mercado mundial de manera más fácil por pertenecer a este sistema.
- El mercado español tiene una apertura comercial a los productos que se comercializan en la Red de Comercio Justo, entre los productos de mayor aceptación esta los alimentos saludables y la mermelada de Zambo con Stevia pertenece a esta categoría. Por tal motivo, gozaremos con una gran aceptación de nuestro producto por los consumidores solidarios del mercado español.
- Se ha establecido que nuestro producto no podrá competir bajo los procesos de comercialización de libre mercado debido a que no cuentan con los recursos financieros, estratégicos y logísticos para competir con grandes empresas ya establecidas por años en el mercado internacional, por tal motivo se realizara la comercialización por la Red de Comercio Justo donde podremos acceder a nichos de mercado populares para ofertar nuestro producto en el mercado español de manera directa sin intermediarios.

RECOMENDACIONES

- El Plan Estratégico de Comercialización de mermelada artesanal de Zambo con Stevia al mercado español bajo la Red de Comercio Justo, es una propuesta recomendable para todo tipo de producto procesado de manera artesanal que desee incursionar al mercado europeo ya que cuenta con una apertura comercial bajo el concepto de alimentación saludable y orgánica procedente de una nación desfavorecida del sur.
- Es recomendable para los productores artesanales de mermelada de Zambo establecerse como una Asociación de Economía Popular y Solidaria ya que podrá acceder de manera rápida a las ayudas gubernamentales de capacitación, financiera y logística para este sector desprotegido.
- Formar parte del Sistema de Comercio Justo nos permitirá ingresar a todo los mercados desarrollados del norte con mayor facilidad y agilidad por lo tanto se recomienda acceder a la certificación FLOCERT.
- Es importante ingresar inicialmente al mercado español ya se estableció que es un mercado con mucha demanda de productos con Sello de Comercio Justo de preferencia alimenticia saludable y orgánica que es donde se categoriza nuestro producto.
- La Red de Comercio Justo es un concepto innovador en el sistema de comercio internacional tradicional la cual permite a los pequeños productores a desarrollarse de manera ventajosa ante un sistema imponente de grandes empresas transnacionales, por tal motivo, es necesario que la mermelada de Zambo con Stevia se comercialice por este sistema.

BIBLIOGRAFIA

- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Montecristi.
- Bourdieu, P. (1997). *Razones practicas*. Barcelona: Anagrama.
- CAMARI. (20 de MARZO de 2016). CAMARI. Obtenido de <http://www.camari.org/index.php/camari>
- Coraggio, J. (2015). Asociación del Pensamiento Latinoamericano. *Congreso del Pensamiento Latinoamericano*, (pág. 5). Buenos Aires.
- Coraggio, J. L. (2006). Informe de distribución de la riqueza y la asociación público-privado en la economía social. En I. d. Social (Ed.). Buenos Aires.
- Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias. (2015). *Economía y Finanzas Populares y Solidarias para el Buen Vivir en el Ecuador* (Segunda ed.). Quito.
- Corragio, J. (2011). *Económia social y solidaria. El trabajo antes que el capital*. (A. Acosta , & E. Martinez , Edits.) Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Gonzales, R. (2011). Diferentes teorías de comercio internacional. *Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Gobierno de España* , 858.
- Huauquipura. (20 de Marzo de 2016). *Huauquipura "Entre hermanos"*. Obtenido de <http://www.huauquipura.org/index.php/cooperacion/organizaciones-locales/orglocalesecuador/42-organizaciones-locales/orglocaleccuador/132-fundacion-maquita-cushunchic>
- Lideres. (2016). Las mermeladas que llegan hasta Europa. *Lideres* , 30.
- Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. (2012). *Ley Organica de Economia Popular Y Solidaria y su Reglamento*. Quito.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (12 de Marzo de 2015). Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/exporta-facil/>

- Palafox, C., Ochoa, C., & Espejel, J. (2013). *Proceedings of International Business and Social Sciences and Research Conference*, (pág. 15). Cancun.
- Pereda, C., & Fairtrade, I. (2014). La comercialización de productos de Comercio Justo en el Estado español en 2014. *Actualidad del comercio justo en España*, 20.
- PRO ECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (Junio de 2015). Anuario de exportaciones sector asociativo y comercio justo. 34.
- Robinson, J. (1969). *Economía de la competencia imperfecta*. (M. Roca, Ed.) Barcelona, España.
- Sánchez, B., & Carreti, M. (2011). Guía en el marco del programa de ciudades por el comercio justo con el apoyo de la agencia estatal de cooperación internacional al desarrollo (AECID). *IDEAS*, 136.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito.
- SENPLADES. (25 de Julio de 2015). La Semplades presentó resultados del proyecto Pases de la Unión Europea. Quito, Ecuador. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/la-senplades-presento-resultados-del-proyecto-pases-de-la-union-europea/>
- Villaruel, P. (04 de Noviembre de 2015). La mayoría de ecuatorianos en España no planifica volver al país.

ANEXOS

ANEXO 1.

Principios de Comercio Justo

La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) establece 10 principios que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio Justo, son los siguientes:

Principio 1. Creación de Oportunidades para Productores en Desventaja Económica

La reducción de la pobreza a través del comercio es una parte fundamental de los objetivos de la organización. La organización apoya a los pequeños productores marginalizados, sean negocios familiares, independientes o agrupados en asociaciones o cooperativas. Busca abrir paso para ellos desde la inseguridad económica y la pobreza a la auto-suficiencia económica y la propiedad. La organización tiene un plan de acción para que esto se lleve a cabo.

Principio 2. Transparencia y Responsabilidad – Rendición de cuentas

La organización es transparente en su gestión y en sus relaciones comerciales. Es responsable ante todos sus actores y respeta la sensibilidad y confidencialidad de las informaciones comerciales proporcionadas. La organización busca maneras apropiadas y participativas para involucrar a los empleados, miembros y productores en sus procesos de toma de decisiones. Se asegura de que informaciones relevantes sean proporcionadas a todos sus socios comerciales. Los canales de comunicación son buenos y abiertos en todos los niveles de la cadena de suministro.

Principio 3. Prácticas Comerciales Justas

Las organizaciones comercian diligentemente para desarrollar el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores marginalizados y no buscan incrementar los ingresos del negocio a costa de ellos. Cumplen sus compromisos de forma responsable, profesional y puntual. Los proveedores respetan sus contratos y entregan puntualmente los productos con la calidad y especificación acordada.

Los compradores de Comercio Justo, teniendo en cuenta las desventajas económicas a las que se enfrentan los productores y proveedores, se aseguran de que los pedidos sean pagados al momento de recibir los productos y de acuerdo a los criterios acordados por ambas partes.

Para productos artesanales de Comercio Justo, un pre pago de al menos el 50% libre de intereses es realizado si así es requerido. Para productos alimenticios de Comercio Justo, un pre pago de al menos 50% con un interés razonables es realizado si así es solicitado. Las tasas de interés que los proveedores pagan no deben ser mayores a los costos que los compradores pagan por los préstamos de terceros. El cobro de intereses no es obligatorio. Cuando los proveedores de Comercio Justo del Sur reciben un pre-pago de los compradores, ellos se aseguran de que este pago pase a los productores o agricultores que producen o cosechan los productos de Comercio Justo.

Los compradores consultan con los proveedores antes de cancelar o rechazar un pedido. Cuando los pedidos son cancelados por causas ajenas a los productores o proveedores, una compensación adecuada es garantizada por el trabajo ya hecho. Los proveedores y productores consultan con los compradores cuando hay algún problema con la entrega, y se aseguran de que una compensación sea proporcionada cuando los productos entregados no cumplen con las cantidades y calidades requeridas.

La organización mantiene una relación de largo plazo basada en la solidaridad, confianza, y respeto mutuo que contribuyen al crecimiento y la promoción del Comercio Justo. Mantiene una comunicación eficaz con sus socios comerciales. Las entidades involucradas en una relación comercial buscan incrementar el volumen del comercio entre ellos y ofrecen el valor y la diversidad de sus productos como una medida para ampliar el Comercio Justo para los productores con el fin de aumentar sus ingresos.

La organización trabaja en cooperación con las otras Organizaciones de Comercio Justo en el país y evita la competencia desleal. Evita la duplicación de diseños de productos de otras organizaciones sin su permiso.

El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores como se reflejan en sus diseños artesanales, productos alimenticios y otros servicios relacionados.

Principio 4. Pago de un Precio Justo

Un precio justo es aquel que ha sido acordado mutuamente por todos los involucrados, a través del diálogo y la participación, da un pago justo a los productores y también puede estar sostenido por el mercado. Donde las estructuras de precio de Comercio Justo existen, estas son utilizadas como un mínimo para el cálculo de los precios de productos. El pago justo significa la provisión de una remuneración socialmente aceptable (en el contexto local), considerado justo por los mismos productores y que tiene en cuenta el principio de pago igual por trabajo igual tanto para mujeres como para los hombres.

Las organizaciones importadoras y de marketing de Comercio Justo apoyan la capacitación requerida por los productores, para que los mismos sean capaces de poner un precio justo a sus productos.

Principio 5. No al Trabajo Infantil y al Trabajo Forzoso

La organización cumple con el Convenio de las Naciones Unidas en materia de los Derechos del Niño, y las leyes nacionales/regionales sobre el empleo de niños y niñas. La organización se asegura de que no haya trabajo forzoso en el lugar de trabajo y/o con sus miembros o trabajadores en casa.

Las Organizaciones que compran productos de Comercio Justo de los grupos de productores, sea directamente o a través de intermediarios, se aseguran de que no se utilice el trabajo forzoso en la producción y que el productor cumpla con la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño y las leyes nacionales/locales sobre el empleo de niños y niñas. Cualquier involucramiento de niños/niñas en la producción de productos de Comercio Justo (incluyendo el aprendizaje de una artesanía o arte tradicional) siempre ha de ser público y monitoreado y no ha de afectar negativamente en el bienestar, la seguridad, las necesidades educativas y las de recreación de los niños y/o niñas.

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

La organización no discrimina al momento de emplear, compensar, 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, estatus de VIH/SIDA o edad. La organización cuenta con una política clara y un plan para promover la igualdad de género que garantice que tanto las mujeres como los hombres tengan la capacidad de acceder a los recursos que ellos necesitan para ser productivos y también la capacidad de intervenir en la política en general y en el entorno reglamentario e institucional que da forma a sus medios de vidas y a sus vidas.

Las Constituciones y los Estatutos de la Organización permiten y posibilitan a las mujeres volverse miembros activos de la organización en sus propios derechos (donde la organización está basada en la membresía), y ocupar cargos de liderazgo en la estructura de gobernanza, independientemente a la condición de las mujeres con relación a la posesión de activos como tierra y propiedades. Cuando las mujeres son empleadas dentro de la organización, aún si es en una situación de empleo informal, ellas reciben igual pago por igual trabajo.

La organización reconoce todos los derechos de trabajo de las mujeres y está comprometida en garantizar que las mujeres reciban completamente los beneficios estatutarios de trabajo. La organización tiene en cuenta las necesidades especiales de salud y seguridad para las mujeres embarazadas y madres en etapa de lactancia.

La organización respeta el derecho de todos los empleados de formar y unirse a sindicatos de su elección y negociar colectivamente. Donde los derechos de los sindicatos y la negociación colectiva son restringidos por ley y/o entorno político, la organización permitirá medidas de asociación y negociación libre e independiente para los empleados. La organización se asegura de que los representantes de los empleados no sean sujetos de discriminación en el lugar de trabajo.

Principio 7. Garantizar buenas condiciones de trabajo

La organización ofrece un ambiente de trabajo seguro y sano para sus empleados y/o miembros. Cumple, como mínimo, con las leyes nacionales y regionales y los convenios de la Organización Internacional del Trabajo – OIT, sobre la salud y la seguridad. El horario y las condiciones de trabajo para los empleados y/o miembros cumplen con las condiciones establecidas por las leyes nacionales y regionales y los convenios de la OIT.

Las organizaciones de Comercio Justo se han de informar sobre las condiciones de salud y seguridad de los grupos productores que les venden los productos. Buscan, en forma permanente, crear conciencia sobre los temas de Salud y seguridad y mejorar las prácticas de salud y seguridad de los grupos productores.

Principio 8. Desarrollo de Capacidades

La organización busca aumentar los impactos positivos del desarrollo para los pequeños productores marginalizados, a través del Comercio Justo.

La organización busca desarrollar las habilidades y capacidades de sus propios empleados o miembros. Las organizaciones trabajan directamente con los pequeños productores en el desarrollo de actividades específicas para ayudar a estos productores a mejorar sus habilidades de gestión, capacidades de producción y el acceso a los mercados de Comercio Justo locales/regionales/internacionales y otros apropiados. Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo a través de intermediarios de Comercio Justo en el sur ayudan a estas organizaciones a desarrollar sus capacidades para apoyar a los grupos productores marginalizados con quienes trabajan.

Principio 9. Promoción del Comercio Justo

La organización da a conocer los principios del Comercio Justo, y la necesidad de una mayor justicia en el comercio global a través del Comercio Justo.

Promueve los objetivos y actividades del Comercio Justo de acuerdo con la capacidad de la organización. La organización proporciona a sus clientes información sobre sí misma, los productos que comercializa, y las organizaciones productoras o miembros que hacen o cosechan los productos. Siempre utiliza técnicas honestas de marketing y publicidad.

Principio 10. Respeto por el Medio Ambiente

Las organizaciones que producen productos de Comercio Justo maximizan el uso de las materias primas que vienen de orígenes sustentables dentro de su propia región, comprando de productores locales siempre que sea posible. Usan tecnologías de producción que buscan reducir el consumo de energía y siempre que sea posible usan tecnologías de energía renovable que minimizan las emisiones de gas de efecto invernadero que dañan al medio ambiente. Buscan minimizar el impacto de sus desechos al medio ambiente. Los productores agrícolas de Comercio Justo minimizan su impacto ambiental, mediante el mínimo uso de pesticidas o el uso de pesticidas orgánicos en sus métodos de producción, cuando sea posible.

Los compradores e importadores de productos de Comercio Justo dan prioridad a los productos hechos con materias primas procedentes de fuentes sustentables, y que tienen el menor impacto al medio ambiente. Todas las organizaciones usan, en la medida de lo posible, materiales reciclados/reciclables o de fácil descomposición para sus embalajes, y envían los productos por mar preferiblemente.

ANEXO 2.

SOLICITUD DE RESERVA DE DENOMINACIÓN

Ciudad _____, Fecha: ____ de _____ del 201__

Señor
SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA
 Presente.-

Yo (Nombres completos) _____, con cédula de ciudadanía No _____, como requisito previo para iniciar el proceso de obtención de personalidad jurídica de organizaciones comunitarias, asociaciones y cooperativas de la EPS, de conformidad a lo establecido en el Reglamento General de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, solicito se efectúe la reserva de denominación, de acuerdo a la siguiente información:

A - DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:

Determine la actividad económica a realizar, especifique los productos y servicios que ofertará su organización:

B - TIPO DE ORGANIZACIÓN: Elija el tipo de organización a constituir (Marcar con una X)

Organización Comunitaria:	☐	Asociación:	☐	Cooperativa:	☐
---------------------------	--------------------------	-------------	--------------------------	--------------	--------------------------

C – GRUPO: De acuerdo al tipo de organización (literal B) elija el grupo correspondiente. Solo debe elegir una opción.

Producción:	Cooperativa:	Servicios:	☐
Cooperativa de Vivienda:	Cooperativa de Transporte:	Cooperativa de Ahorro y Crédito:	☐

D- CLASE: De acuerdo al grupo elegido (literal C) elija la clase correspondiente. Elegir solo la clase principal a la cual se dedicará la organización.

PRODUCCIÓN					SERVICIOS			
Industrial	Textil	Pesquera	Pecuaría		Turísticos	Limpieza	Peluquería	
Metalmecánica	Alimenticia	Acuícola	Ganadera		Mantenimiento	Capacitación	Exequiales	
Maderera	Minera	Agrícola	Agropecuaria		Alimentación	Reciclaje	Reparación	
Silvícola	Avícola	Artesanal			OTROS			

CONSUMO		
Materias Primas e Insumos		Bienes y Productos

E- Nombre Particular: Coloque 3 opciones, siendo la primera la de mayor preferencia. Ejemplo de denominación de una organización: **Cooperativa de Producción Agropecuaria 24 de Mayo**. El acrónimo (nombre abreviado) será proporcionado por la SEPS.

No.	Nombre particular	Traducción en castellano en caso de denominaciones en otro idioma
	Ejemplo: 24 de Mayo	
1		
2		

Datos del Solicitante:

Provincia: _____

Cantón: _____

Dirección: _____

Teléfono Convencional/Celular: _____

Correo Electrónico: _____

FIRMA: _____

Nombre: _____

C.C.: _____

ANEXO3.

FORMULARIO ÚNICO PARA CONSTITUCIÓN DE ASOCIACIONES

Ciudad _____, Fecha: ____ de _____ del 201

Señor
Superintendente de Economía Popular y Solidaria
 Presente.-

De mi consideración:

Yo, _____, portador de la cédula de ciudadanía/identidad No. _____, en mi calidad de Representante Legal, comparezco ante usted y solicito iniciar el trámite de constitución de la _____ para lo cual pongo en su conocimiento el Acta Constitutiva que a continuación desarrollamos y la información general concerniente a nuestro estatuto social aprobado.

Datos del domicilio de la organización:

Región: _____
 Provincia: _____
 Cantón: _____
 Parroquia: _____
 Barrio / Ciudadela: _____

Calle Principal: _____ Número: _____

Intersección: _____

Referencia de ubicación: _____

Teléfono Convencional: _____

Teléfono Celular: _____

Correo Electrónico: _____

ACTA CONSTITUTIVA**ASOCIACIÓN** _____

A los ____ días del mes de _____ del año _____, en la Parroquia _____, del Cantón _____, de la Provincia _____, de la República del Ecuador, nos reunimos un grupo de _____ personas que voluntariamente deseamos constituir y administrar el funcionamiento de la Asociación denominada "_____", la misma que tendrá una duración indefinida.

El objeto social principal de la asociación es: _____

Una vez que se han establecido la estructura y fines de la asociación, la constituimos con un Capital Social Inicial total de USD _____ dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Con el objetivo de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica para nuestra asociación en formación, ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, se eligió la Directiva la cual queda integrada por las siguientes personas:

NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS**No. CÉDULA**

ADMINISTRADOR: _____ nombrado por la Junta General el _____, del mes de _____, del año _____

PRESIDENTE: _____**SECRETARIO:** _____

JUNTA DIRECTIVA

CARGO	NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA
VOCAL PRINCIPAL 1(Presidente)	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 1	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 2 (Secretario)	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 2	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 3	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 3	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 4	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 4	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 5	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 5	_____	_____

JUNTA DE VIGILANCIA

CARGO	NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA
VOCAL PRINCIPAL 1	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 1	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 2	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 2	_____	_____
VOCAL PRINCIPAL 3	_____	_____
VOCAL SUPLENTE 3	_____	_____

Con las condiciones y responsabilidades definidas que aceptamos al integrarnos a esta organización, procedemos a firmar la presente Acta de Constitución de la Asociación, certificando:

1.- Que conocemos que la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en cualquier tiempo, verificará el cumplimiento de los requisitos legales, reglamentarios y estatutarios, y en caso de incumplimiento aplicará las sanciones previstas en la Ley.

2.- Que tenemos pleno conocimiento de la responsabilidad civil, penal y administrativa en que podemos incurrir en caso de comprobarse falsedad en las declaraciones, por inconsistencias con los documentos que reposan en el archivo de la organización, o por inexistencia de dichos documentos.

3.- Que autorizamos a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, verifique en cualquier momento ante el Registro Civil la información que sea necesaria respecto a los firmantes.

Para constancia y aceptación del Acta, ratificándonos en el contenido, la suscribimos con la firma y rúbrica que usamos en todos nuestros actos públicos y privados. Nos comprometemos a reconocer nuestra firma y rúbrica en caso necesario o a requerimiento de autoridad.

CONSTITUYENTES:

No.	Nombres y Apellidos Completos	Número de Cédula	Aporte Individual	Firma
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

Además deberá adjuntar de manera obligatoria el listado de asociados fundadores en forma digital en formato Excel, siempre y cuando supere el número de 20 asociados fundadores (CD)

INFORMACIÓN DEL ESTATUTO SOCIAL

Declaramos que conocemos el modelo de Estatuto Social elaborado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en base del cual aprobamos el estatuto de nuestra organización, el mismo que contiene la siguiente información:

DENOMINACIÓN: _____ *Nombre de la Asociación* _____

ESTRUCTURA INTERNA:

JUNTA GENERAL:

La Junta General es la máxima autoridad de la Asociación, estará integrada por todos los asociados, quienes tendrán derecho a un solo voto. Sus decisiones serán obligatorias para los órganos internos y sus asociados, siempre que estas decisiones no sean contrarias a la ley, al reglamento o su estatuto social.

JUNTA DIRECTIVA (Podrá colocar un mínimo de 3 y un máximo de 5 vocales principales, con un tiempo máximo de duración en funciones de 4 años)

La Junta Directiva estará integrada por _____ vocales principales con sus respectivos suplentes, de entre los cuales la Junta General elegirá a su Presidente y Secretario, quienes a su vez serán el Presidente y Secretario de la asociación.

Los miembros de la Junta Directiva durarán _____ años en sus funciones.

JUNTA DE VIGILANCIA (Podrá colocar un máximo de 3 vocales principales, con un tiempo máximo de duración en funciones de 4 años)

La Junta de Vigilancia estará integrada por _____ vocales principales con sus respectivos suplentes.

Los miembros de la Junta de Vigilancia, durarán _____ años en sus funciones.

ADMINISTRADOR:

El Administrador será elegido por la Junta General y durará _____ años en sus funciones.

PRESIDENTE:

El Presidente de la Junta Directiva presidirá también la Asociación y la Junta General, durará _____ años en sus funciones.

ADJUNTOS:

Oficio de reserva de denominación

☐

Certificado de depósito del aporte del capital social inicial

☐

Copias legibles de cédulas y papeleta de votación de los directivos electos

☐

Listado digital de asociados fundadores en formato excel (CD)

☐

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL:

Barrio / Ciudadela: _____

Calle Principal: _____ Número: _____

Intersección: _____

Referencia de ubicación: _____

Teléfono Convencional: _____

Teléfono Celular: _____

Correo Electrónico: _____

SEÑALO LA SIGUIENTE INFORMACIÓN PARA NOTIFICACIONES:

Dirección: _____

Zonal para retiro personal: _____

Teléfono Convencional: _____

Teléfono Celular: _____

Correo Electrónico: _____

Atentamente,

Firma Representante Legal
Nombres y Apellidos Completos:
CI:

AUTORIZACIÓN

Autorizo al señor _____ **Nombres y Apellidos** portador de la cédula de ciudadanía/identidad No. _____, para que a nombre y representación de nuestra organización en formación, realice los trámites pertinentes y presente la documentación necesaria para la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

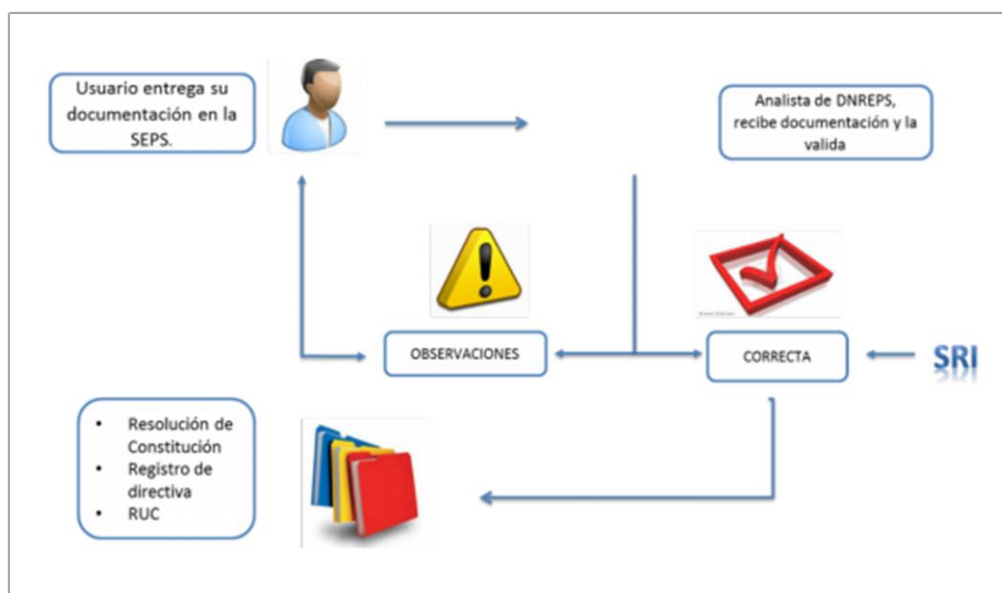
Adjunto copia de su cédula.

Atentamente:

Firma Representante Legal
Nombres y Apellidos Completos:
CI:

ANEXO 4.

PRESENTACIÓN DE DOCUMENTOS EN LA SEPS



1. Podrá realizar el trámite de constitución en la Superintendencia el Gerente/Administrador nombrado (Representante Legal) o una persona expresamente autorizada por el Representante legal.

2. Para lo cual el usuario presentará en la Ventanilla Especial de Constituciones creada por la SEPS la siguiente documentación:

3. El analista SEPS en ventanilla receptorá el formulario de constitución y convalidará la información y documentos incorporados al mismo, contrastando la información del formulario con la documentación física adjunta:

- Cuando la solicitud de constitución sea de un organismo de Integración económica o representativa, el analista de ventanilla recibirá la documentación entregando el recibido correspondiente y enviará la carpeta para su análisis y aprobación a la unidad SEPS correspondiente.
- Si la información es inconsistente o no se ha adjuntado la documentación solicitada, el analista SEPS no recibirá la solicitud de constitución. Sin embargo direccionará adecuadamente al usuario en los errores cometidos y las posibles soluciones para un posterior ingreso, para el efecto le emitirán.

1.-Esquema simple de observaciones, constituye un documento simple, en el que el analista SEPS, le explicará cuales han sido los motivos por los que no puede receptor su solicitud, el usuario deberá subsanar las observaciones y reingresar la documentación conjuntamente con esta esquila de observaciones.

2.-Oficio de observaciones constituye un documento oficial por el cual el analista SEPS comunica a la organización los hallazgos u observaciones encontradas a la documentación de constitución en “control posterior” o cuando el trámite corresponda a un Organismo de Integración (redes, uniones, confederaciones, etc.). Será notificado a la dirección señalada para el efecto por el usuario.

Si la documentación esta validada como correcta el analista SEPS introducirá la información en el sistema. Y solicitará internamente al SRI el otorgamiento del RUC e;

4. Imprimirá y entregará al usuario solicitante:

Oficio numerado para notificación al usuario (2 copias) en la segunda copia el usuario pondrá su recibido (Nombres y apellidos completos, número de cédula, fecha, y firma), a este oficio se adjuntará:

- a) Resolución de concesión de personalidad jurídica y listado de socios fundadores.
- b) Certificado de Registro de Directiva.
- c) RUC original

Con lo que ha finalizado el proceso de constitución de su organización en 72 horas

ANEXO 5.

Registro Sanitario

Es un control que garantiza que un producto este aprobado para su consumo público, otorgado por El Instituto Nacional de Higiene.

Etiquetas, Envases y Embalajes

Etiquetas

Son elementos obligatorios del etiquetado:

- Denominación de venta (nombre del producto).
- Lista de ingredientes.
- Cantidad neta.
- Fecha de duración mínima.
- Condiciones especiales de conservación y de utilización.
- Nombre o razón social y la dirección del fabricante o del envasador.

Envasado del Producto

La venta de alimentos envasados o empaquetados es la consecuencia de los avances tecnológicos que se han dado a lo largo de los tiempos en materia de alimentación y conservación de alimentos, además con la aparición de los supermercados se fortaleció este procedimiento ya que el envasado o empaquetado favorece el mantenimiento de la frescura del producto durante largos períodos de tiempo.

La función del envase es mantener la calidad natural del producto, durante el proceso que toma desde que sale de la fábrica hasta que llega al consumidor final.

La elección del sistema de envasado en vidrio está definida por la naturaleza del producto, la cantidad y consistencia del producto, el costo y las necesidades específicas del mercado.

Las ventajas del envase son:

- Mejora el color
- Buena apariencia de la sopa
- Mantiene el sabor original
- Maximiza las ganancias
- Bajo costo
- Amigable con el medio ambiente por ser reutilizable

Especificaciones en el Embalaje

Para la identificación precisa de la mercancía es necesario marcar cada una de las cajas y de los pallets con las siguientes especificaciones:

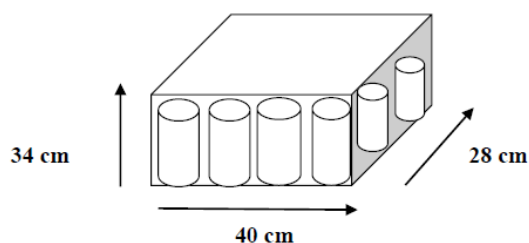
- El destino
- Nombre del exportador
- País de origen
- Calidad
- Peso Neto
- Cantidad
- Nombre del importador
- Dirección del importador

Cubicaje

Se utilizara un contenedor de 20'' que cubica 33 metros cúbicos, tiene una medida de 5.90 metros de largo, 2.35 metros de ancho y 2.38 metros de alto y puede llevar carga hasta de 18 toneladas.

La única presentación de las mermeladas va a ser en un frasco redondo con tapa de acrílico, de tamaño estándar con un diámetro de 6cm y 10cm de profundidad, peso del contenido de 220 gr. y el total de su peso de 380gr. De acuerdo a las exigencias del importador mayorista ALCAMPO S.A. el número de frascos por caja es de 12 frascos de 220gr de contenido, con un total de peso por caja de 4.56kg.

Para el cálculo de la oferta del proyecto se definió que la mermelada será envasada en cajas de cartón corrugado, deben considerarse envases paralelepípedos que cuentan con dimensiones exteriores, que para este caso será:



Esta dimensión permite formar unidades de carga paletizadas normalizadas que significan un ahorro en costo de transporte y una ayuda en el manipuleo y protección.

Las paletas usadas para el transporte, generalmente son de madera; se usa un tipo de madera corriente y resistente.



Se enviarán un total de CUATRO contenedores por año de las características siguientes:

Se deduce que:

Cantidad por caja: 12 unidades

Numero de cajas por palet: 72

Numero de pallets por contenedor: 10

Total cajas por contenedor: 720

Total de frascos: 8640

ANEXO 6.

Aplique a la Certificación Fairtrade

- › Aplique a la Certificación Fairtrade
- › Cómo funciona
- › Criterios de cumplimiento
- › Búsqueda de cliente Fairtrade
- › ISO 17065
- › Nuestros auditores
- › Quejas, apelaciones y denuncias
- › Cargos de certificación
- › Actualizaciones de la Certificación Fairtrade

PÓNGASE EN CONTACTO

[Encuentre a su contacto local](#)

Para que podamos procesar su solicitud con mayor facilidad, por favor rellene el formulario, incluyendo alguna información básica acerca de su organización y del producto que usted desea certificar – gracias.

1. SUS DETALLES

Nombre	Apellido
Nombre de la empresa	Correo electrónico
Número telefónico (incluyendo el código)	Sitio web

2. SU CONSULTA

¿Cuál es su producto?:	Por favor, especifique su producto
Seleccione su producto	Por favor, enumere sus productos (s) aquí
¿Cuál es su papel?	
☐ Productor (¿Cultiva o fabrica productos?)	☐ Comerciante (¿Compra o vende productos?)

Tiene alguna pregunta o comentario en esta etapa? Típelas aquí...

ENVIAR