



UNIVERSIDAD DE OTAVALO

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

PROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

**ESTRATEGIA DE COMERCIO JUSTO PARA LA COMERCIALIZACION
DE ARTESANIAS DE TOTORA DE LA EMPRESA TOTORA SISA
2025**

AUTORA:

Sisa Anahí Chalan Tituaña

TUTOR:

Msc. Iván Eduardo Mosquera López

OTAVALO – ECUADOR

2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Sisa Anahi Chalan Tituaña, con CI, 1050181245, de la carrera de Comercio Exterior.

Declaro que el Trabajo de Titulación “ESTRATEGIA DE COMERCIO JUSTO PARA LA COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS DE TOTORA DE LA MICROEMPRESA TOTORA SISA 2025” es de mi total autoría y que no ha sido previamente presentado para grado alguno o calificación profesional.

La Universidad de Otavalo puede hacer uso de los derechos correspondientes, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.



CHALAN TITUAÑA SISA ANAHI

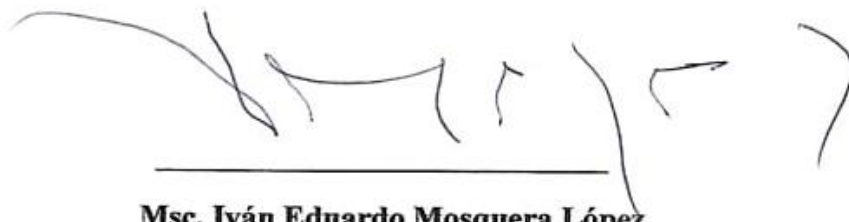
C.I. 1050181245

CARTA DE CERTIFICACION DEL TUTOR

Carta de certificación del tutor

Fecha: 14 de marzo de 2025

Yo, Iván Eduardo Mosquera López, en mi carácter de tutor del trabajo de titulación: "ESTRATEGIA DE COMERCIO JUSTO PARA LA COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS DE TOTORA DE LA MICROEMPRESA TOTORA SISA 2025" realizado por la estudiante Sisa Anahí Chalán Tituaña titular de la cedula de ciudadanía 1050181245, declaro mediante el presente, que el proyecto del trabajo de titulación cumple con las condiciones mínimas requeridas para ser sometido a su evaluación.



Msc. Iván Eduardo Mosquera López

ANEXO INFORME DEL SISTEMA ANTI-PLAGIO

SISA ANAHÍ CHALAN TITUAÑA

ESTRATEGIA DE COMERCIO JUSTO PARA LA COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS DE TOTORA DE LA MI...

 Universidad de Otavalo

Detalles del documento

Identificador de la entrega final: 3117442307455

Fecha de entrega
17 mar 2025, 8:16 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
17 mar 2025, 8:19 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
PROYECTO TITULACION_ANAHI SISA FINAL (2).docx

Tamaño de archivo
2.4 MB

81 Páginas

18.662 Palabras

104.461 Caracteres




8% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text
- Small Matches (less than 15 words)

Top Sources

- 8%  Internet sources
- 0%  Publications
- 4%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A flag is not necessarily an indicator of a problem, however, and recommend you focus your attention there for further review.

AGRADECIMIENTO

Yo, Anahí Chalan, expreso mi más sincero agradecimiento por este logro, a pesar de que fue complicado me permitió culminarlo así también, expreso mi sincera gratitud al haber culminado esta meta, el cual fue fruto de esfuerzo y tanta preocupación al final se ha hecho realidad gracias por todo la confianza de quienes me han acompañado durante este trayecto. Agradezco eternamente a todos los que me apoyaron y pusieron su fe en mí de algún día lo lograría gracias al respaldo de quienes me han acompañado en este trayecto. Agradezco profundamente a todos los que confiaron en mí y me apoyaron para alcanzar esta meta.

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la fuerza, la sabiduría y las condiciones necesarias para enfrentar cada obstáculo durante este largo transcurso por lo que fue y por lo que represento en este arduo camino de constancia y cansancio por ser mi fortaleza y mi guía gracias por sus bendiciones.

A mis padres que ha sido el motor de este logro les debe todo y a mi hermana por todo ese amor y apoyo incondicional del día a día por estar en cada momento fortaleciéndome, motivándome ante todo por ser mi inspiración y una fortaleza en mi vida. Sin su confianza, amor, paciencia y palabras de aliento no habría logrado alcanzar esta meta.

Mis padres fueron la motivación más grande ya que con su esfuerzo, ejemplo, fortaleza fueron el más grande ejemplo de superación de que puedo lograr este objetivo este logro que con arduo amor me inculcaron el trabajo duro de la perseverancia y la superación. A mi hermana, que a su corta edad estuvo motivándome, inculcándome en cosas pequeña y simples el valor de la bondad y la perseverancia mi compañera de lágrimas mi compañera en las desveladas durante la realización de este proyecto por aun estar cansada y seguir junto a mi aun cuando estuviera estresada hacia lo posible por que continuará en algunos problemas que se presentaron durante este proceso su apoyo, entrega y compañerismo han sido fundamentales durante todo el proceso.

Finalmente, a todos aquellos que me han apoyado con una palabrita de aliento a mi familia paterna por tantos consejos, por motivarme asegura e tanto caos presentes gracias por ser parte de este largo camino mi más sincero agradecimiento por que

fueron una motivación a todos ustedes les dedico este logro que aunque es un pequeño logro muchas gracias por dejar una pequeña huellita en mí de todo corazón y mi sinceridad este logro es para ustedes.

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	2
CARTA DE CERTIFICACION DEL TUTOR	3
ANEXO INFORME DEL SISTEMA ANTI-PLAGIO	4
AGRADECIMIENTO.....	6
1. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Planteamiento del problema.....	13
1.2 Pregunta de investigación	13
1.3 Justificación	14
1.4. Objetivos de la Investigación.....	15
1.4.1. Objetivo General	15
1.4.2. Objetivos Específicos.....	15
1.5. Estructura Capitular	16
CAPÍTULO I.....	17
2. Marco teórico de modelos de comercio justo y su aplicación	17
2.1. Antecedentes de la investigación.	17
2.1.1. Creación de oportunidades para productores	17
2.1.2. Principios del comercio justo.....	18
2.1.3. Acción climática y reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.....	19
2.1.4. Objetivos principales del comercio justo.	20
2.1.5. Los 8 Enfoques del Comercio Justo.....	20
2.2. Bases teóricas	22
2.2.1. Historia del Fair Trade.....	22
2.3. Bases Normativas	25
2.3.1 El comercio justo en la globalización.....	27
2.3.2 El comercio justo en el contexto de las artesanías	29
2.3.3. Desafíos del comercio justo en comercio exterior	29
2.3.4. Beneficios del Comercio Justo para los Artesanos de Totorá	30
2.3.5. Ventajas del comercio justo	31
2.3.6. Modelos de comercio justo en artesanías	31
2.3.7 Modelos de Comercio Justo con Certificación.....	32
2.3.8. Modelos Cooperativos de Comercio Justo	33

2.3.9. Modelos de Comercio Justo en el Marco de Empresas Sociales y Solidarias.....	34
2.3.10. Modelos de Comercio Justo Local con Impacto Social	34
2.3.11. Modelos Digitales de Comercio Justo	35
CAPITULO II	36
3. Características de Totorá Sisa.	36
3.1. Caracterización del objeto de estudio	36
3.2. Enfoque, tipo y diseño de investigación.	42
3.3. Método de la investigación.....	44
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	44
3.5. Validación de instrumentos	45
3.6. Población y muestra	46
3.7. Presentación de resultados.....	46
CAPITULO III	59
4. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA	59
4.1. Solución al problema científico.....	59
4.2. Modelos de comercio justo y la aplicación en la empresa TOTORA SISA.	61
4.2.1. Beneficios de la empresa al certificarse	61
4.2.2. Principios del comercio justo Y su cumplimiento en la empresa.....	62
4.2.3. Identificación de brechas de la empresa con la certificación.	65
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	72
BIBLIOGRAFÍA	73
ANEXOS	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Resultados cualitativos aspectos corporativos (entrevista).....	55
Tabla 2	Resultados cualitativos aplicación de estrategias (entrevista)	56
Tabla 3	Análisis FODA.....	60
Tabla 4	Resultados estimaciones de costes primer año (FLOCERT).....	69
Tabla 5	Resultados estimaciones de costes segundo año (FLOCERT)	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Enfoques del Comercio Justo	21
Figura 2	Organizaciones del Comercio Justo	26
Figura 3	Principales países de destino de productos de comercio justo de Ecuador.	28
Figura 4	Ambiente Laboral	47
Figura 5	Cultura organizacional sólida.....	48
Figura 6	Apoyo del comercio justo a microempresas.....	49
Figura 7	Desarrollo para los colaboradores	50
Figura 8	Estabilidad laboral	51
Figura 9	Entorno laboral y toma de decisiones	52
Figura 10	Colaboración activa con las comunidades	53
Figura 11	<i>Capacitaciones</i>	53
Figura 12	El comercio justo y la calidad de los productos.....	54
Figura 13	Diagrama de flujo de certificación FLOCERT	64
Figura 14	Costes estimados certificación FLOCERT año 1.	68
Figura 15	Costes estimados certificación FLOCERT año 1.	68
Figura 16	Socialización de la estrategia de comercio justo en la empresa.	69

1. INTRODUCCIÓN

San Rafael, Otavalo, es conocido por su rica tradición artesanal, donde los artesanos locales han creado hermosas piezas de artesanía utilizando la totora, un material natural abundante en la región. Sin embargo, detrás de estas obras de arte se encuentran historias de trabajo arduo, condiciones laborales injustas y precios inadecuados. En este contexto, la aplicación del comercio justo emerge como una poderosa herramienta para transformar positivamente la vida de los artesanos y sus comunidades.

El comercio justo además de garantizar un precio razonable por el trabajo de los artesanos también busca promover condiciones laborales dignas, proteger el medio ambiente y empoderar a las comunidades locales. En este proyecto, exploraremos cómo la aplicación del comercio justo puede marcar la diferencia en el mundo de las artesanías de totora en San Rafael, Otavalo, mejorando las vidas de aquellos que están detrás de cada obra de arte y promoviendo una economía más equitativa y sostenible. (CELAC & FAIRTRADE, 2022)

Los principios éticos y sociales son las bases de garantía que permitirán a los productores condiciones de trabajo justas y honorarios dignos con ello establecer un mejor estilo de vida que proporcionalmente cambiara en función del éxito de la aplicación de la medida mencionada. Es importante resaltar que el precio justo también tiene en cuenta los costos sociales y ambientales involucrados en la producción. (Solano-Solano et al., 2023)

En un mundo globalizado donde la competencia comercial es amplia el comercio justo permite la inserción al mercado en condiciones equitativas basadas en principios de conciencia social y libertad de relación comercial, impulsando la innovación y nuevas estrategias.

Se garantiza que los trabajadores involucrados en la producción de los bienes reciben condiciones laborales seguras y justas, incluyendo jornadas laborales razonables, respeto a los derechos laborales fundamentales y ausencia de trabajo infantil y trabajo forzado.

Se fomenta la producción y el comercio de productos de manera que minimicen el impacto negativo en el medio ambiente, promoviendo prácticas agrícolas sostenibles, conservación de recursos naturales y reducción de residuos y contaminación.

Según (Chiang, 2011). el comercio justo otorga la participación de los productores en la toma de decisiones dentro del proceso de comercialización. Además, se apoya el desarrollo de capacidades y la inversión en proyectos que beneficien a las comunidades en su conjunto, transparenta las relaciones comerciales y se promueve un diálogo abierto entre los actores para garantizar un entendimiento mutuo y una colaboración efectiva.

El comercio justo se promueva bajo las relaciones que mantiene la comunidad local con la organización además influye la toma de decisiones que conjuntamente sea organizada en la empresa que sea de manera inclusiva para todos.(Chiang, 2011)

Por lo tanto, a manera de síntesis el comercio justo permite la intervención directa de los actores del proceso, el reconocimiento adecuado de las actividades laborales y junto aquello el cambio radical en el estilo de vida, establecer políticas que garanticen la viabilidad y continuidad del negocio, además de innovar y promover el atractivo para futuros financiamientos, instaurar medidas de convivencia social y valores, que en conjunto busque la estabilidad y crecimiento progresivo del negocio conforme su desarrollo en el tiempo.(Chiang, 2011)

En los últimos años el impacto del comercio justo se ha expandido y dado un valor agregado al producto. El comercio justo abarca una amplia gama de productos, desde alimentos hasta artesanías y textiles. Los productos de comercio justo se distinguen por llevar una etiqueta que indica que han sido producidos bajo las normas del comercio justo. (Solano-Solano et al., 2023)

El comercio justo busca no solo garantizar un trato equitativo para los productores en los países en desarrollo, sino también promover la importancia del consumo basado en un sistema económico equitativo y sostenible a nivel global.

Este proyecto tiene como se enfocará en, analizar las características del comercio justo en las artesanías de totora para la empresa TOTORA SISA.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para empezar, es importante entender que significa el comercio justo en el ámbito artesanal. Generalmente el comercio justo es un enfoque que se aplica en las operaciones comerciales que potencian la posición de la economía popular y solidaria que radican en pequeñas asociaciones, microempresas, y emprendedores con el fin de que estos sean incluidos en la economía global y no queden marginados para esto es imprescindible que todos los productores incluidos trabajadores tengan una participación adecuada de un beneficio igualitario garantizando la mejora de las condiciones sociales en los casos de las empresa que no lleven desarrolladas sus estructuras en servicios sociales y representación laboral a cabalidad.

En la actualidad la empresa Totorá Sisa cuenta con una organización equitativa, además, se evidencia mejoría en las actividades de comercialización con un plus involucrando la historia que hay tras el proceso de producción de la empresa.

Totorá Sisa carece de estrategias de comercio justo por tanto no cuentan con certificado de Fair Trade para posicionar su marca y generar mayor comercialización ya sea en el mercado local y una posible expansión internacional, por lo tanto es crucial realizar un análisis de la situación actual de la empresa para realizar, obtener herramientas y estrategias adecuadas para mejora tanto interna como externa.

1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo contribuye la estrategia de comercio justo en la empresa Totorá Sisa 2025?

La aplicación del comercio justo en Totorá Sisa en el año 2025 podría contribuir significativamente a varios aspectos clave de la empresa y su entorno. Garantizaría que los trabajadores reciban condiciones laborales justas y dignas. Esto incluiría salarios adecuados, horarios razonables, acceso a atención médica y respeto a los derechos laborales fundamentales. Mejorar las condiciones laborales puede aumentar la calidad de ambiente y bienestar para los trabajadores mejorando las capacidades de producción generando estabilidad tanto administrativa como moral.

Al adherirse a los estándares de comercio justo, Totorá Sisa podrá diferenciarse de sus competidores al destacar su compromiso con la equidad social, la sostenibilidad ambiental y la calidad de sus productos. Esto podría aumentar su atractivo para los consumidores que valoran estos principios.

Muchos consumidores, especialmente en los mercados internacionales, están cada vez más interesados en comprar productos que se producen de manera ética y sostenible. La certificación de comercio justo podría abrir nuevas oportunidades de mercado para Totorá Sisa al permitirle acceder a nuevos mercados interesados en el producto y puedan pagar un valor agregado.

La implementación de las estrategias de comercio justo podría mejorar la reputación de Totorá Sisa como una empresa ética y socialmente responsable. Esto podría generar lealtad entre los consumidores existentes, atraer a nuevos clientes y mejorar las relaciones con partes interesadas clave, como proveedores, inversionistas y organizaciones no gubernamentales.

La aplicación del comercio justo fortalecerá las relaciones comerciales de Totorá Sisa con sus proveedores y socios comerciales. Al garantizar condiciones justas y transparentes en toda la cadena de suministro, la empresa puede cultivar relaciones de confianza y colaboración a largo plazo, lo que podría beneficiar a las dos partes.

La aplicación del comercio justo en Totorá Sisa en 2025 contribuirá a mejorar las condiciones laborales, aumentar la competitividad, acceder a nuevos mercados, fortalecer la reputación de la marca y desarrollar relaciones comerciales sólidas. Estos beneficios no solo serían positivos para la empresa, sino también para sus trabajadores, proveedores, clientes y el medio ambiente.

1.3 JUSTIFICACIÓN

San Rafael, Otavalo, es conocido por su rica tradición artesanal, que incluye el trabajo con totora. La aplicación del comercio justo ayudará a preservar esta importante parte de la cultura local al proporcionar un apoyo económico y social sostenible a los artesanos y sus comunidades.

Muchos de los artesanos que trabajan con totora en San Rafael podrían enfrentarse a condiciones de trabajo precarias y bajos ingresos. El comercio justo garantizaría un pago justo por su trabajo, cambiando radicalmente su estilo y calidad de vida.

Esta estrategia promocionará el desarrollo responsable de las actividades de producción y comercialización sostenibles en lo que se refiere al enfoque de las artesanías de totora, promoviendo la conservación y el uso correcto de los recursos naturales de la localidad llevando así bienestar a la comunidad y el desarrollo de nuevas prácticas.

Empoderamiento de las comunidades locales, al estar directamente involucrados en las decisiones dentro del proceso. Esto incluirá capacitación en habilidades empresariales, acceso a mercados justos y participación en iniciativas de desarrollo comunitario.

La promoción del comercio justo en las artesanías de totora en San Rafael ayudara a difundir los valores del comercio ético y la responsabilidad social entre los consumidores locales e internacionales. Esto implicaría un llamado a la importancia de la conciencia social que garantice un ambiente de igualdad de oportunidades y un crecimiento progresivo.

La aplicación del comercio justo en las artesanías de totora en San Rafael, Otavalo, no solo beneficiaría a los artesanos y sus comunidades, sino que también contribuiría al desarrollo sostenible de la región y promovería valores de equidad y justicia en el comercio. Aplicar un período de prueba gratuita en el comercio justo de artesanías de totora en San Rafael, Otavalo, puede ser una estrategia efectiva para promover la comercialización de estos productos y generar interés entre potenciales compradores.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

- Elaborar una estrategia de comercio justo para la comercialización de artesanías de la empresa TOTORA SISA en el 2025.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una revisión teórica de modelos de comercio justo y su aplicación en la producción y comercialización de artesanías.
- Diagnosticar la situación actual de producción y comercialización de artesanías de TOTORA SISA.
- Proponer el modelo de comercio justo para la empresa TOTORA SISA, año 2025.

1.5. ESTRUCTURA CAPITULAR

Este documento presenta la aplicación del comercio justo para la comercialización en la empresa Totorá Sisa. Se realizará un análisis de la situación actual de la empresa y del mercado al que se enfrenta, se propone mejorar la experiencia de la organización interna de igual manera forjando el fortalecimiento de la marca mejorando sus canales de distribución bajos los estándares y características del comercio justo en la comercialización de los diferentes productos de la empresa.

En el marco teórico se definen los fundamentos del comercio justo y su aplicación dentro de las estrategias de comercio justo para Totorá Sisa. En el diagnóstico de la situación actual, se analizará la viabilidad de aplicación y como aquello contribuiría en su crecimiento. Por lo que es necesario identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas desde la perspectiva de prácticas éticas y sostenibles.

Respecto a los objetivos estratégicos, se establecen metas específicas orientadas a fomentar el comercio justo como un pilar para el crecimiento de la empresa. Las estrategias propuestas incluyen acciones concretas como el fortalecimiento de la identidad de marca basada en valores éticos, la ampliación de canales de distribución sostenibles y la creación de contenido que resalte las principales características del comercio justo. En el siguiente plan de acción se detallará la implementación de estrategias de comercio justo asignando los recursos necesarios como mecanismos de control para medir el impacto y el éxito del plan que se pretende crear a partir de los resultados ofreciendo las propuestas necesarias para fortalecer el futuro de la empresa Totorá Sisa.

CAPÍTULO I

2. Marco teórico de modelos de comercio justo y su aplicación

El comercio justo surgió en Europa en 1969, a través de una tienda que se abrió en Países Bajos. Desde ahí ha sufrido un crecimiento progresivo dentro del mercado europeo en donde actualmente existen cerca de 3.000 tiendas de diferentes asociaciones. Esto permitió definirlo como un negocio que según cifras del EFTA (Asociación Europea de Comercio Justo) en el año 2.000 la facturación de todas esas tiendas alcanzó los 370 millones de euros y ha dado trabajo a 500.000 artesanos y trabajadores del sur. Cuya expansión ha sido exponencial al identificar cerca de 70.000 establecimientos de toda Europa. (Navarro, 2015)

Nace con el propósito de integrar a los pequeños productores y alejarlos de la exclusión en la economía global. Su objetivo principal es evitar que los países en desarrollo queden rezagados frente a la producción a gran escala. Este enfoque se centra especialmente en las naciones en vías de desarrollo, impulsando prácticas comerciales equitativas y añadiendo valor a los productos mediante estrategias que refuerzan los principios del comercio justo. (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2025)

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

En la década de los 80, instauraron principios del Fair Trade como medidas de crecimiento adecuadas al momento. Actualmente 31 organizaciones abastecen a 40 tiendas especializadas y otros establecimientos como hipermercados. Por ejemplo, en España según información oficial en el año 2000 existió un volumen de facturación sorprendente que supero los 6 millones de euros, lo que principalmente significa la anexión de una cuantiosa cantidad de seguidores de diferente índole (voluntarios, profesionales, asociaciones, etc.) (Navarro, 2015)

2.1.1. CREACIÓN DE OPORTUNIDADES PARA PRODUCTORES

La iniciativa radica en la disminución de la pobreza dentro de las organizaciones bajo los dogmas de la conciencia social e igualdad de oportunidades,

dirigiéndolos así a grupos vulnerables en el aspecto comercial.(CELAC & FAIRTRADE, 2022)

La desigualdad económica y social despertó la idea de una nueva manera de hacer comercio bajo condiciones equitativas y de ganar-ganar, pero también haciéndola como una medida sostenible en el tiempo. Es así como nace el Fair Trade el cual vincula al crecimiento sostenible y responsable con la equidad social y de oportunidades. En donde el actor principal son las personas que conforman la organización y como cualquier sociedad tienen sus derechos, pero también sus obligaciones, lo cual en conjunto permitirá un fácil acceso al comercio de sus productos en condiciones favorables, con una comunicación y participación en las decisiones. Lo que promueve la importancia de cada persona dentro del proceso productivo.(CELAC & FAIRTRADE, 2022)

Por lo tanto, el Comercio Justo es una estrategia para aliviar la pobreza y para el desarrollo sostenible. Su objetivo es crear oportunidades para productores que se encuentran en desventaja económica o marginados por el sistema de comercio convencional. (EMAUS & Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2025)

A través de la certificación Fair Trade se establece un precio mínimo que permite que las organizaciones de pequeños productores reciban un pago que cubre los costos de producción y permite ingresos dignos para productores y trabajadores. Además, las organizaciones reciben la prima Fair Trade, un ingreso adicional de acuerdo con el volumen de ventas, que pueden utilizar para financiar iniciativas para mejorar la producción o proyectos sociales en sus comunidades.(CELAC & FAIRTRADE, 2022)

2.1.2. PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO

- Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas. Disminución de la pobreza en sectores productivos históricamente marginados.(CEPAL & ONU, 2024)
- Transparencia y responsabilidad. Canales de comunicación idóneos fundamentados en la normativa vigente y aplicados a los reglamentos de cada organización.(CEPAL & ONU, 2024)

- Prácticas comerciales justas. Imperativo el bienestar social y ambiental bajo el equilibrio sostenible de los recursos. Cumplimiento de tiempos y contratos. (CEPAL & ONU, 2024)
- Pago de un precio justo. Dialogo activo entre productor y consumidor para la valoración adecuada al valor agregado a la materia prima.(CEPAL & ONU, 2024)
- Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso. Cumplimiento de estándares y convenios internacionales, así como reglamentación interna de cada nación.(CEPAL & ONU, 2024)
- Compromiso de no a la discriminación. Igualdad de condiciones y oportunidades promover la diversidad y plurinacionalidad.(CEPAL & ONU, 2024)
- Asegurar buenas condiciones de trabajo. Cumplir con los estándares de seguridad Industrial y salud ocupacional según la normativa vigente. (CEPAL & ONU, 2024)
- Facilitar el desarrollo de capacidades. Garantía de capacitación y crecimiento laboral dentro de la organización. (CEPAL & ONU, 2024)
- Promoción del Comercio Justo. Expansión y posibles aportaciones basado en la experiencia dentro de la organización, bajo canales confiables y técnicas de publicidad adecuadas.(CEPAL & ONU, 2024)
- Respeto al medio ambiente. Aplicación de nuevas técnicas y tecnologías que permitan la disminución del impacto ambiental.(CEPAL & ONU, 2024)

2.1.3. ACCIÓN CLIMÁTICA

En este punto se incluyen las artesanías de totora su materia prima, ya que los indígenas de las zonas cercanas a la laguna se han propuesto preservarla desarrollando modelos que contribuyan a fortalecer la resiliencia ante el cambio climático.

Dado que depender de esta materia prima que se da naturalmente y el impacto creciente de las artesanías en el mercado internacional, hay más demanda del producto sin embargo que el plan para su preservación no es factible ya que es muy tradicional.

Todas las partes involucradas en el comercio justo están comprometidas tácitamente a adoptar prácticas sostenibles que generen el menor impacto ambiental posible. (CEPAL, 2017)

2.1.4. OBJETIVOS PRINCIPALES.

Los elementos más importantes del movimiento de comercio justo son:

- La sostenibilidad integral, en todas sus dimensiones (social, económica y ambiental), con un enfoque de responsabilidad compartida entre todos los actores involucrados en las cadenas comerciales.(CELAC & FAIRTRADE, 2022)
- Trabajo profundo con quienes siempre han sido privados del acceso directo al mercado, promoviendo la igualdad social y de oportunidades, así como el desarrollo integral.(CELAC & FAIRTRADE, 2022)
- La promoción y el respeto de los derechos humanos y laborales, fomentando un justo reconocimiento del trabajo de trabajadores agrícolas y artesanales.(CELAC & FAIRTRADE, 2022)

2.1.5. LOS 8 ENFOQUES DEL COMERCIO JUSTO

- Crear las condiciones para el comercio justo: implica una estrategia de ganar-ganar.
- Lograr un desarrollo económico inclusivo: fomentar la libertad de organización y la conciencia social.
- Trabajo decente y contribuir a ingresos y salarios dignos: dignificar y reconocer el valor agregado a la materia prima, cumplir reglamentación laboral.
- Empoderar a las mujeres.
- Proteger los derechos de la infancia y la próxima generación: extinguir y/o depurar el trabajo infantil, promover la educación.
- Fomentar la biodiversidad y el medio ambiente: aplicación de buenas prácticas ambientales.
- Incidir en las políticas públicas: establecer un régimen de derechos laborales
- La construcción de un mundo más justo.(CELAC & FAIRTRADE, 2022)

Fair Trade involucra a los actores del comercio dentro de un ambiente de igualdad de un sistema ético y sostenible. Por otra parte, comparte sus criterios y su certificación con el objetivo de retroalimentación de la estrategia (experiencias) y con ello adecuarse a la situación de cada organización.

Como movimiento global su principal objetivo es garantizar condiciones justas y sostenibles para productores y trabajadores, especialmente en países en desarrollo. Promueve precios justos, igualdad, sostenibilidad ambiental y desarrollo comunitario.

El sistema intenta colaborar con productores y trabajadores en situación de marginalidad para ayudarlos a lograr autosuficiencia económica, habilitar a los productores y trabajadores como grupos comprometidos dentro de sus propias organizaciones, y contribuir a la creación de una mayor equidad en el comercio internacional.(Ministerio de Producción, 2021)

Comercio justo es el modelo comercial basado en los principios de Fair Trade. Se enfoca en prácticas éticas en la producción y comercialización, asegurando beneficios económicos y sociales para los productores, mientras fomenta la responsabilidad social y ambiental.

Figura 1
Enfoques del Comercio Justo



Nota: Tomado de CLAC – FAIRTRADE.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. HISTORIA DEL FAIR TRADE

Tiene sus raíces hasta 1946 cuando Edna Ruth Byler, voluntaria del Comité Central Menonita (MCC), visitó una clase de costura de MCC en Puerto Rico, donde descubrió el talento que tenían las mujeres para crear hermosos encajes y la extraordinaria pobreza en la que vivían a pesar de su arduo trabajo. Comenzó a llevar estas piezas de regreso a los Estados Unidos para vender y devolver el dinero a estos grupos directamente. Su trabajo se convirtió en Ten Thousand Villages, que abrió su primera tienda de comercio justo en 1958 y ahora es el minorista de comercio justo más grande de América del Norte. En 1949, Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation (Serrv) comenzó a ayudar a los refugiados en Europa a recuperarse de la Segunda Guerra Mundial. Hoy en día, apoyan a artesanos en más de 35 países.

A finales de la década de 1970 y principios de la de 1980, los empresarios con sede en Estados Unidos y Canadá que definían sus negocios con los productores de corazón comenzaron a reunirse regularmente, intercambiar ideas y establecer contactos. Este grupo informal, conocido como la Organización de Comercio Alternativo de América del Norte (NAATO) evolucionaría hacia la Federación de Comercio Justo y se incorporaría formalmente en 1994. En 1989, la Organización Mundial del Comercio Justo (IFAT) se fundó como una red global de organizaciones comprometidas con el comercio justo, para mejorar los medios de vida de las personas desfavorecidas a través del comercio y proporcionar un foro para intercambiar información e ideas. (Fair Trade Federation, 2025)

El Comercio Justo se basa en las capacidades de los productores, por eso las comunidades juegan un papel muy importante a la hora de contribuir a su propio desarrollo. Para conseguir estas metas, el Comercio Justo brinda a los productores marginados un mercado protegido y les ayuda a potenciar las capacidades y conocimientos necesarios para entrar en el mercado convencional de las exportaciones. (Ceccon, 2008)

El comercio justo busca promover el trato equitativo a los pequeños productores ante la globalización por esto se creó la certificación Fair Trade que es un sistema que certifica a diferentes productos. Fair Trade ofrece una alternativa al comercio convencional y está basado en un acuerdo entre productores y consumidores con el objetivo de mejorar las vidas y reducir la pobreza mediante prácticas comerciales éticas. El sistema de certificación Fair Trade tiene como propósito garantizar a los consumidores que el producto que adquieren cumple con especiales estándares sociales, económicos y medioambientales.(Connect Americas, 2015)

El sistema intenta colaborar con productores y trabajadores marginales para ayudarlos a lograr autosuficiencia económica, habilitar a los productores y trabajadores como grupos comprometidos en sus propias organizaciones y contribuir a crear una mayor equidad en el comercio internacional. Los productos incluidos en Fair Trade Mark son: café, té, hierbas, cacao, fruta fresca, verduras, azúcar, nueces, aceites, mantequillas, frijoles, granos, vino, prendas de vestir, flores, miel y especias, productos para el cuidado de la piel, bebidas alcohólicas con ingredientes certificados actualmente presentes en las bebidas listas para beber.(Connect Americas, 2015)

Fair trade ha logrado una importante participación en ciertos mercados, incluyendo 53 por ciento de las bananas vendidas en los supermercados en Suiza y 22% del café molido en el Reino Unido. Actualmente existen más de 27.000 productos etiquetados Fair Trade vendidos en más de 115 países. desarrolla y revisa los Estándares Internacionales de Fair Trade con los cuales los productores, exportadores e importadores deben cumplir, mientras que los Oficiales de Enlace de la FLOCERT ayudan a los productores a obtener la certificación y a desarrollar oportunidades de mercado. Existe un total de 19 iniciativas de sello que funcionan en 24 países de Europa, América del Norte, Japón, Australia y Nueva Zelanda. Las iniciativas de sello son organizaciones nacionales que promueven a Fair Trade dentro del país y concede licencias a las empresas para utilizar la Marca Fair Trade en los productos. Su cumplimiento es inspeccionado y llevado a cabo por FLOCERT, una auditora independiente propiedad de FLOCERT la cual inspecciona a los productores y comerciantes en el cumplimiento con los estándares Fair Trade.

Dentro de las etiquetas éticas, FLO-CERT es el único sistema de certificación que cumple con las exigencias ISO 65. (Connect Americas, 2015)

El Fair Trade internacional garantiza el cumplimiento de los principios de comercio justo a través de las auditorías regulares a las que deben someterse todos los actores que participan en Fair Trade. Dichas auditorías son realizadas por la auditora independiente FLOCERT, cuyo sistema de certificación cumple con las exigencias de la norma para certificaciones ISO 65. (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2017)

Las organizaciones productoras son auditadas a través de estrictos estándares vinculados a los principios del Comercio Justo, en aspectos de desarrollo social, como condiciones de empleo que sobrepasen los requisitos mínimos legales, adecuadas condiciones de seguridad y sanitarias, oportunidades de formación, ausencia de prácticas discriminatorias respecto al empleo, ausencia de trabajo infantil o de cualquier tipo de trabajo forzado, acceso a procesos de negociación colectiva y libertad sindical, así como facilidades para que los trabajadores gestionen democráticamente el uso de la Prima Fair Trade. También se verifican los aspectos de desarrollo económico relacionados con el pago de un precio mínimo de Comercio Justo que permita cubrir los costes de una producción sostenible, y el pago de la prima. Y, por último, se garantizan los estándares de desarrollo medioambiental, como el uso reducido y seguro de agroquímicos, un manejo apropiado y seguro de residuos, el mantenimiento de la fertilidad del suelo y de los recursos hidrológicos o el no uso de organismos genéticamente modificados.(Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2017)

Fair Trade International establece los precios producto por producto, consultando regularmente tanto a los productores como a los socios comerciales para establecer precios mínimos viables que ofrezcan un máximo de satisfacción tanto a los agricultores como a los trabajadores. Este proceso se revisa continuamente y los precios se actualizan regularmente. Dentro de los Estándares Fair Trade los productores pueden negociar mejores precios basados en el aumento de la demanda o en la alta calidad de su producto. Fair Trade International establece precios más elevados para productos orgánicos y de grado selecto debido a los mayores costos de producción. Los productores certificados también reciben una

Prima Fair Trade derivada de los fondos adicionales por encima del precio de compra para invertir en proyectos sociales, económicos o medioambientales. Los agricultores y trabajadores deciden en forma democrática en asambleas generales de organizaciones de pequeños productores el uso que se dará a este ingreso a nivel local. Los trabajadores en las plantaciones eligen representantes para integrar un Órgano Mixto para determinar, con asistencia en administración, el uso que se le dará a la Prima para beneficiar a sus familias, comunidades y a los mismos trabajadores. Estos fondos se asignan a educación, sanidad, mejoras en rendimiento y calidad, e instalaciones para procesamiento para incrementar los ingresos.(Connect Americas, 2015)

Los propietarios de marcas deben adquirir los productos de comerciantes certificados o los grupos de productores deben convertirse en licenciarios para poder usar la Marca Fair Trade en sus productos. Desde el productor al producto etiquetado todos los productos deben ser certificados en toda la cadena de suministro, incluso los fabricantes.(Connect Americas, 2015)

La solicitud de licencia puede ser presentada a la propia Iniciativa del Sello de Comercio Justo de su país o a Fair Trade International. Con posterioridad a la aprobación se firmará un contrato de licencia, se informarán de las ventas del producto Fair Trade en forma regular y se efectuará el pago de derechos de licencia por estas ventas.(Connect Americas, 2015)

Los minoristas o distribuidores de productos etiquetados y licenciados Fair Trade de otras empresas pueden vender productos sin registrarse a través de Fair Trade International o de la Iniciativa del Sello de Comercio Justo nacional. Para vender productos de marca con la Marca de Certificación Fair Trade los minoristas o distribuidores deben convertirse en licenciarios y firmar un contrato de licencia.(Connect Americas, 2015)

2.3. BASES NORMATIVAS

Fair Trade trabaja para desarrollar mercados y establecer relaciones comerciales colaborativas entre organizaciones de productores y empresas. Las empresas que buscan cadenas de suministro sostenibles son un componente fundamental del sistema de Comercio Justo, al obtener productos de Comercio Justo

y obtener licencias de las marcas FAIR TRADE, apoyan a los agricultores y trabajadores de las organizaciones de productores de Comercio Justo para que tomen más control sobre su propio futuro. (Fairtrade International, 2025)

Figura 2

Organizaciones del Comercio Justo



Nota. Tomado de Fairtrade International.

Las organizaciones nacionales de comercio justo otorgan licencias para el uso de las marcas FAIR TRADE en los productos y promueven el comercio justo en su territorio. Como miembros fundadores, muchas de estas organizaciones ayudaron a establecer Fair Trade International en 1997. Si tiene preguntas sobre la obtención de la licencia de la marca FAIR TRADE y su uso en sus productos, comuníquese con una Organización Nacional de Comercio Justo en su país. (Fairtrade International, 2025)

Ecuador tiene una Estrategia Nacional de Comercio Justo que busca promover este modelo comercial en el país. Básicamente es una coalición comercial fundamentada en el respeto, el diálogo y la transparencia, para objeto de obtener equidad sostenible a nivel internacional. Algunos de los aspectos del Comercio Justo en Ecuador son:

La Estrategia Nacional de Comercio Justo se basa en principios que promueven la economía popular y solidaria (EPS). En Ecuador, 152.715 entidades trabajan bajo el Comercio Justo, de las cuales 83.141 pertenecen a la EPS.

En 2021, las ventas al exterior certificadas de Comercio Justo y provenientes de organizaciones de pequeños productores llegaron a USD 68,80 millones FOB.

Los productos con mayores tasas de crecimiento entre 2020 y 2021 fueron el banano orgánico, las rosas, los claveles, azúcar de caña y café sin tostar. (Ministerio de Producción, 2021)

El Comercio Justo permite que los productores, artesanos, entre otros, accedan a recursos productivos, capacitación, asistencia técnica, y logren un mejor posicionamiento social y político. (Ministerio de Producción, 2021)

2.3.1 EL COMERCIO JUSTO EN LA GLOBALIZACIÓN

En un mundo en constante globalización el comercio justo juega un papel crucial en términos de protección de microempresas y su capacidad de producción.

“El desarrollo más rápido del comercio entre países desarrollados de estructura semejante, cuyas distribuciones de productividades comparadas son, pues, semejantes. Desarrollo más rápido que el de los intercambios entre países desarrollados y países subdesarrollados, cuyas distribuciones de productividades, sin embargo, son más diversas. Las formas sucesivas y diferentes de la a periferia y especialmente las formas actuales de la misma, según la cual la periferia suministra las materias primas producidas principalmente por empresas capitalistas modernas de productividad elevada” (Ceccon, 2008)

Este incremento en el desarrollo del comercio en la globalización a llevado a que las pequeñas empresas no puedan competir en los diferentes mercados es decir en las economías mundiales sin embargo esto productos son atractivos por ende un producto con certificación en comercio justo en la actualidad es atractivo por las características que conlleva el comercio justo entre las principales economías más del mundo interesadas en optar por productos que se encuentren certificados con comercio justo se encuentra:

Estados Unidos, Países Bajos y Bélgica fueron los principales destinos de las exportaciones Comercio Justo ecuatorianas. Australia, Francia y España presentaron las mayores tasas de crecimiento en sus montos FOB para los productos ecuatorianos con certificación de Comercio Justo, adicional a los valores de los principales mercados.(Ministerio de Producción, 2021)

Figura 3

Principales países de destino de productos de comercio justo de Ecuador.

EXPORTACIONES POR PAÍS	
PAÍS	
PRINCIPALES PRODUCTOS	
Estados Unidos	100.465,10 41,33%
Banano, cacao y flores	
Países Bajos	37.232,83 47,37%
Banano, cacao y flores	
Bélgica	14.611,33 43,51%
Banano, cacao y plátano	
Alemania	10.922,09 -5,17%
Banano, cacao y café	
Italia	10.501,12 55,06%
Banano, cacao y flores	
Suecia	6.150,84 -45,26%
Banano, flores y elaborados de cacao	
Canadá	4.885,32 12,63%
Banano, flores y cacao	
Nueva Zelanda	3.664,85 -9,17%
Banano, plátano y piñas	
Grecia	3.367,16 -64,46%
Banano y pinas	
Francia	3.082,12 60,39%
Café, alimentos procesados y cacao	
España	2.600,65 26,95%
Cacao, plátano y banano	
Finlandia	2.326,05 3,80%
Banano, flores y elaborados de cacao	
Bulgaria	1.554,84 -30,90%
Banano, cacao y flores	
Australia	1.172,87 756,14%
Flores, otras frutas y alimentos procesados	
Reino Unido	1.156,22 -46,22%
Banano, alimentos procesados y elaborados de banano	
Otros países	3.629,98 59,24%
TOTAL	207.323,37 12,97%

Nota. Tomado de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA. Elaboración: Dirección De Promoción de Exportaciones, Viceministerio PRO-ECUADOR.

2.3.2 EL COMERCIO JUSTO EN EL CONTEXTO DE LAS ARTESANIAS

El comercio justo en las artesanías juega un papel crucial y todo comienza desde la producción, es decir, desde promover o priorizar la materia prima que es la totora valorando cada proceso, lo cual determina el llevar esta materia prima para obtener un producto terminado a presentar.

Las artesanías son productos manufacturados por comunidades locales, que representan su identidad cultural, tradiciones y formas de vida.

En la parroquia de San Rafael de la laguna la totora representó a lo largo de los años la base de su economía por tanto este producto es de suma importancia ya que a base de esta materia prima se produce lo atractivo de estas comunidades aledañas que son las artesanías de totora (una planta acuática que crece en ciertos ecosistemas, como los humedales) no solo son bienes económicos, sino también un símbolo de la cultura y el patrimonio de las comunidades que las producen. Incorporar el comercio justo en la producción de artesanías no solo tiene un impacto económico, sino también cultural, al fortalecer las tradiciones y las costumbres locales.

Sin embargo, cabe recalcar que este presente estudio requiere una estrategia para actuar en este medio de globalización en protección a micro productores y microempresas de la localidad ya que ante el mercado globalizado puede representar un desafío para los artesanos, quienes enfrentan precios bajos por su trabajo y la competencia con productos industrializados. Las estrategias de comercio justo pueden ayudar a crear canales de comercialización que respeten tanto el valor cultural de las artesanías como las condiciones laborales y económicas de los productores.

2.3.3. DESAFÍOS DEL COMERCIO JUSTO EN COMERCIO EXTERIOR

El comercio justo incide dentro de los factores económicos que genera pobreza en los sectores rurales y urbanos, reflejándose en el aumento del patrimonio organizativo. Genera la libertad de organización, promoviendo la reducción al máximo de costos dentro de la cadena de valor, lo que se traduce en un alivio económico, energético y la disminución del impacto ambiental.(Navarro, 2015)

La participación de todas las partes dentro del proceso de comercio genera el reconocimiento adecuado del valor agregado dado, lo que por ende se palpa con los beneficios que se obtienen y que por lo tanto se fundamenta en la estrategia del mercado ganar-ganar.(Navarro, 2015)

Bajo un cierto modelo económico se diversifica el desarrollo del concepto del comercio justo y conforme ha sido aplicado ha tomado diferentes posturas de cara a la actualidad y normativa de la nación en donde se encuentra la organización. Han existido eventos colaterales que en efecto manifestaron un desarrollo sustancial en el mercado y la organización comercial, pero se ha hegemonizado dentro de economías potentes, lo que hace que las naciones desvirtúen su accionar y se basen ciegamente en modelos “exitosos” degradando así el valor de lo verdaderamente significativo para las organizaciones, y con esto fomentado equívocamente lo contrario a los dogmas de Fair Trade. (Ceccon, 2008)

Mas que mecanismo de ayuda implica la conciencia social basada en la solidaridad. Pero no recayendo en algún estilo de mendicidad sino más bien en el desarrollo de los sectores vulnerables mediante la tecnificación y capacitación. Y con ello lograr una auto sustentabilidad. (Ceccon, 2008)

2.3.4. BENEFICIOS DEL COMERCIO JUSTO PARA LOS ARTESANOS DE TOTORA

El crear una estrategia de comercio justo permite a los artesanos de totora ver con mayor claridad el proceso que conlleva realizar cada una de las artesanías de totora por ende competir con los precios impuestos por las economías mundiales ay que el estar en un mundo en globalización constata es necesario proteger la a los pequeños productores. Afrentar a la globalización y comercialización de productos de manera más justa permitiéndose ser más competitivos ante estas problemáticas.

Elevación de producción ante escases de prevalencia de pequeños productores con sus artesanías al tener integrar Fair trade en la comercialización de sus productos prevean un ingreso estabilizado. A sus familias así también prevean la preservación de la cultura ya que las artesanías se han arraigado a las comunidades aledañas como una costumbre de dependencia.

2.3.4.1 El Rol de la Totora en las Artesanías y su Potencial en Comercio Justo

La totora: es una planta acuática utilizada en la elaboración de diversas artesanías, como canastos, sombreros, alfombras y otros objetos decorativos. Su producción es sostenible si se maneja adecuadamente, pues no requiere el uso de pesticidas ni fertilizantes químicos. Además, la totora crece en humedales, ecosistemas frágiles que son vitales para la biodiversidad y el equilibrio ecológico.

Beneficios del Comercio Justo para los Artesanos de Titora:
Implementar una estrategia de comercio justo para las artesanías de totora puede ofrecer una serie de beneficios, tanto para los artesanos como para las comunidades productoras:

- **Mejor remuneración:** Los artesanos pueden obtener precios más justos por sus productos, lo que les permite mejorar su calidad de vida.
- **Fortalecimiento social:** A través de la colaboración con cooperativas y organizaciones de comercio justo, los artesanos pueden mejorar su acceso a mercados internacionales y locales.
- **Sostenibilidad ambiental:** El comercio justo puede incentivar prácticas sostenibles en la recolección y cultivo de la totora, promoviendo el cuidado de los humedales y la biodiversidad local.
- **Empoderamiento comunitario:** El comercio justo promueve el empoderamiento de los artesanos, especialmente de las mujeres y otros grupos marginados, al ofrecerles un espacio para mejorar su participación en la economía.

2.3.5. VENTAJAS DEL COMERCIO JUSTO

El comercio justo muestra que el mercado que trabaja estrechamente con todos los actores del comercio desarrolla el proceso haciéndolo más industrializable, pues al seguir un conjunto de normas, estándares, leyes, muestran una seriedad y atraktividad para futuras inversiones. Buscando la equidad y el crecimiento económico, haciéndolo tentador y mostrando que varios sectores se inclinan a una iniciativa segura que promoverá su organización, y eso refleja por qué creció un 22 % en 2008.(International Initiative for Impact Evaluation, 2010)

2.3.6. MODELOS DE COMERCIO JUSTO EN ARTESANÍAS

El comercio justo es un enfoque que busca mejorar las condiciones de los productores y artesanos mediante relaciones comerciales más equitativas, sostenibles y transparentes. En el caso de las artesanías, existen varios modelos de comercio justo que se aplican para garantizar que los artesanos reciban un precio justo por su trabajo, accedan a mercados más amplios y puedan mejorar su calidad de vida. Estos modelos no solo tienen en cuenta el precio de los productos, sino también aspectos sociales, culturales y medioambientales.

2.3.7 MODELOS DE COMERCIO JUSTO CON CERTIFICACIÓN

Estos modelos están asociados con organizaciones internacionales que otorgan certificaciones de comercio justo a los productores y empresas que cumplen con ciertos estándares. La certificación garantiza que los productos fueron elaborados siguiendo principios éticos en cuanto a condiciones laborales, sostenibilidad ambiental y desarrollo social.

Esta certificación o certificado de comercio justo se enfoca en asegurar que los productos de forma artesanal cumplan con los diferentes requisitos que implica esta certificación la diferencia de las otras certificaciones es que en esta su enfoque es más inclusivo es decir que permiten la inclusión a pequeños productores tanto productores individuales como cooperativas reciban el respaldo necesario para acceder a mercados más amplios.

Aplicación en artesanías: Garantiza el cumplimiento de estándares de trabajo y de seguridad. Facilita el acceso de las artesanías a mercados internacionales, lo que puede incrementar el volumen de ventas. El comercio justo en este modelo incluye el empoderamiento de las comunidades de artesanos y su participación en la toma de decisiones.

- **La certificación Fair Trade (comercio justo)**

Es una de las más conocidas y utilizadas a nivel mundial. Esta organización establece un conjunto de normas que deben seguir los productores, como el pago de un precio mínimo justo, el acceso a mercados internacionales y la promoción de prácticas laborales equitativas.

Aplicación en artesanías. Los artesanos reciben un precio justo por sus productos, que cubre los costos de producción y asegura una ganancia adecuada.

Los artesanos tienen acceso a formación en habilidades comerciales y técnicas. Se promueve el respeto por el medio ambiente y las prácticas de producción sostenible.

- **WFTO (World Fair Trade Organization)**

La WFTO es una organización global que apoya a las empresas que siguen principios de comercio justo. A diferencia de Fair Trade, que está más orientada a productores agrícolas, la WFTO se enfoca más en organizaciones de productores de artesanías y otros productos manufacturados.

- **Certificación Fair Trade**

Se enfoca en asegurar que los productos artesanales cumplan con estándares específicos de comercio justo. La diferencia con otras certificaciones es que su enfoque es más inclusivo, permitiendo que tanto productores individuales como cooperativas reciban el respaldo necesario para acceder a mercados más amplios.

Aplicación en artesanías. Garantiza el cumplimiento de estándares de trabajo y de seguridad. Facilita el acceso de las artesanías a mercados internacionales, lo que puede incrementar el volumen de ventas. El comercio justo en este modelo incluye el empoderamiento de las comunidades de artesanos y su participación en la toma de decisiones.

2.3.8. MODELOS COOPERATIVOS DE COMERCIO JUSTO

En este enfoque, las organizaciones o cooperativas de artesanos trabajan juntas para producir, comercializar y vender sus productos. A través de la cooperación, los artesanos pueden negociar precios justos, obtener recursos comunes y aprovechar economías de escala que de otra manera no estarían al alcance de un productor individual.

- **Cooperativas de Productores.**

Las cooperativas de productores son asociaciones de artesanos que se organizan para gestionar la producción, el marketing y las ventas de sus productos de forma conjunta. Este modelo promueve la solidaridad entre los artesanos y les permite tener acceso a un precio más justo por sus productos.

- **Redes de Artesanos y Organizaciones de Comercio Justo Locales.**

En este modelo, los grupos de artesanos se unen bajo redes locales o regionales que permiten la creación de una marca colectiva para promover sus productos en mercados nacionales e internacionales. Estas redes, a menudo apoyadas por ONG o asociaciones de comercio justo, ayudan a los artesanos a superar barreras económicas y logísticas. Aplicación en artesanías: Promoción de productos en mercados locales e internacionales con una marca común que resalta el trabajo artesanal justo, desarrollo de proyectos de capacitación y promoción de las habilidades locales, lo que favorece el crecimiento sostenible e inclusión de las artesanías dentro de cadenas de valor éticas y sostenibles.

2.3.9. MODELOS DE COMERCIO JUSTO EN EL MARCO DE EMPRESAS SOCIALES Y SOLIDARIAS

En este modelo, las empresas sociales u organizaciones solidarias desempeñan un papel clave, proporcionando productos artesanales que cumplen con las normas de comercio justo, pero también apoyan a los productores a nivel social y económico. Estas empresas a menudo son de propiedad cooperativa o tienen una estructura democrática, donde los beneficios se distribuyen equitativamente.

- **Empresas Sociales de Artesanías**

Las empresas sociales que comercializan artesanías pueden tener una estructura cooperativa o empresarial que se basa en los principios del comercio justo. Estas empresas se enfocan en la creación de productos artesanales de alta calidad mientras proporcionan estabilidad económica y social a los productores.

- **Aplicación en artesanías**

Las empresas sociales pueden negociar directamente con los artesanos, evitando intermediarios y asegurando precios justos. Apoyo a las comunidades locales con iniciativas que mejoren su calidad de vida, como programas de salud, educación y capacitación. Fomento del comercio ético, garantizando que las artesanías sean producidas en condiciones laborales justas y sostenibles.

2.3.10. MODELOS DE COMERCIO JUSTO LOCAL CON IMPACTO SOCIAL

Este enfoque está dirigido a generar un impacto positivo en las comunidades a nivel local, promoviendo el comercio justo y, a la vez, empoderando a los

artesanos y sus familias. A menudo, estas iniciativas surgen en colaboración con entidades gubernamentales o ONG, y el enfoque está en mejorar el bienestar social de los productores a través de la inclusión económica.

Aplicación en artesanías: Las ventas de artesanías son reinvertidas en proyectos sociales que mejoren la infraestructura comunitaria. Se prioriza la producción local y sostenible, apoyando a los artesanos a través de microcréditos o acceso a recursos. El precio de venta refleja un valor justo para el productor y también beneficia a la comunidad.

2.3.11. MODELOS DIGITALES DE COMERCIO JUSTO

El comercio justo digital es un enfoque emergente en el que los artesanos venden sus productos directamente a través de plataformas en línea que garantizan principios éticos en cuanto a la comercialización. Estas plataformas actúan como intermediarios responsables que aseguran que los artesanos reciban una parte justa del precio de venta.

2.3.11.1 Plataformas de Comercio Justo en línea

Algunas plataformas de comercio justo en línea están dedicadas exclusivamente a la venta de productos artesanales de comercio justo. A través de estas plataformas, los artesanos pueden acceder a mercados internacionales y recibir precios justos sin la necesidad de pasar por cadenas de distribución tradicionales que favorecen a los intermediarios.

Los artesanos pueden establecer una conexión directa con los consumidores globales, asegurando un mayor control sobre sus precios. Las plataformas garantizan que los principios del comercio justo, como el pago justo y las condiciones de trabajo, sean respetados. Promoción de productos artesanales con una narrativa ética que resalta el impacto positivo de la compra en las comunidades locales.

CAPITULO II

3. CARACTERÍSTICAS DE TOTORA SISA.

La historia de Totorá Sisa se remonta a 2003, cuando los artesanos de la comunidad de Cachi Viro, junto con la junta parroquial de San Rafael de la Laguna, UNCISA además con la organización de artesanos que yacía de más 20 años atrás denomina makipurashun que viene del vocablo quichua (darnos la mano o ayudarnos) y el apoyo de organismos nacionales e internacionales, impulsaron la iniciativa. Su objetivo fue innovar la producción artesanal con totora, material utilizado para fabricar esteras.

La planta de totora se da en las orillas del lago San Pablo y es la materia prima para elaborar estas artesanías. La totora es una planta acuática (junco) que crece en las orillas del lago San Pablo y es la materia prima esencial para estas artesanías. Se trata de una planta muy antigua, cuyo uso se remonta a 8,000 años antes de Cristo, con un auge registrado a partir del año 800 después de Cristo. Durante siglos, la totora se ha empleado en la elaboración de artículos de cestería, utilizados para almacenar y recolectar productos agrícolas, así como en la fabricación de objetos de uso doméstico. Entre estos destaca la tradicional estera, un tejido de tallos de totora que, con forma de tapete, tiene múltiples aplicaciones: desde cama para dormir hasta elemento decorativo para el hogar. (La Hora, 2018)

3.1. CARACTERIZACION DEL OBJETO DE ESTUDIO

José Aguilar, responsable de la nueva administración de Totorá Sisa, indicó que, con esta microempresa, en estos años se ha ido innovando en nuevos productos y diseños. “Así, hoy en día estamos desarrollando los servicios turísticos complementando con las comunidades, las artesanías en totora y la junta parroquial, articulados a la Red de Turismo Comunitario del Gobierno Provincial de Imbabura”. (La Hora, 2018)

Alrededor de 20 familias de las comunidades de Cachiviro, HuaycoPungo, Tocagon y Cuatro Esquinas se dedican a la elaboración de estas artesanías. Chalán menciona que el taller donde se elaboran y se exhiben estas artesanías está junto al parque principal de la parroquia de San Rafael. En la trayectoria de Totorá Sisa se

crearon alrededor de 350 productos, los mismos diseñados y comercializados con un catálogo. (La Hora, 2018)

La zona San Rafael se caracteriza por sus artesanías en totora ya que al estar situado a las orillas del lago San Pablo, esta zona es favorecida a tener su materia prima a un fácil alcance, sin embargo, al no tener una comercialización justa no solo la empresa Totorá Sisa sino muchas de las familias que trabajan y dependen económicamente de las ventas de esta hacen que este producto no tenga un precio acorde a lo que se está ofreciendo, variedad de artesanías.

En esta empresa, indígenas artesanos del sector se dedican a elaborar productos con la totora, es un tallo que crece en algunos lagos de la región, como el San Pablo, pueden conseguir ingresos para su sustento sin abandonar sus hogares. El trabajo lo realizan bajo pedido, lo que les garantiza el ingreso económico. El proceso para elaborar las artesanías inicia con la cosecha de la planta de totora, se la hace secar y se clasifica según su calidad; después, dependiendo de la forma o figura que se le dé, se toma el molde base y se teje, se requiere piola de nylon para sujetar, como en muebles, basureros, porta ropa, entre otros. Para dar color se realiza un proceso de tinturado mediante el cocido de la totora con un colorante especial que le da tonalidad a la artesanía. (La Hora, 2018)

Los productos se clasifican en: bolsas en miniatura, canastos, peces, aves, se elaboran los muebles entre otras variedades. Actualmente, la empresa tiene un mercado dirigido a turistas nacionales y extranjeros, con un producto de calidad y exclusivamente artesanal, realizado completamente a mano por los artesanos de la organización Totorá Sisa. (Hinojosa, 2016)

En primer lugar, destaca la participación de sus empleados: un equipo conformado por nueve artesanos que se dedican a la creación de una amplia variedad de elementos artesanales. Cada día aportan nuevas ideas e innovaciones, lo que encaja dentro de las características típicas de una microempresa. Además, Totorá Sisa tiene una estructura organizativa simple, probablemente centralizada, y su gestión se desarrolla de manera local, enfocándose en la elaboración de artesanías en totora. Su comercialización es moderna y está alineada con los estándares que definen a una microempresa.

Pero, aunque no tiene una organización técnica, se observa que algunas plataformas y portales informativos catalogan a Totorá Sisa como una "empresa comunitaria". La denominación puede ser exagerada, ya que, aunque la empresa colabora con la Unión de Comunidades Indígenas (UNCISA) mediante charlas y talleres para mejorar las técnicas de uso de la totora, sigue siendo una microempresa artesanal.

La industria artesanal en Ecuador ha experimentado un crecimiento constante, impulsado por la demanda de productos auténticos y sustentables. Sin embargo, Totorá Sisa debe superar sus debilidades internas para aprovechar este entorno favorable. Sin embargo, puede impulsar su crecimiento mediante una estrategia dual. En primer lugar, debe fortalecer su presencia digital creando un sitio web atractivo, perfiles en redes sociales y contenido que destaque la calidad y autenticidad de sus 66 productos. La implementación de campañas de publicidad digital dirigidas a audiencias específicas aumentará su visibilidad y atraerá nuevos clientes. En segundo lugar, la participación estratégica en ferias y eventos artesanales permitirá a la empresa exhibir sus productos, establecer contactos comerciales y generar ventas directas.

Situación actual de la organización de la microempresa. En la actualidad la microempresa totora sisa cuenta con 9 empleados (maqui purashun), a cargo de la gerente encargada, manteniendo una relación con la asociación de artesanos (UNCISA).

3.1.1. Situación Actual de Producción

La investigación permitirá determinar el volumen de oferta y demanda de las artesanías producidas por Totorá Sisa. Se observó la ubicación de los puntos de venta y la frecuencia de compra, para evaluar la idoneidad de la ubicación actual de la empresa. El proceso de entrevistas facilitará la identificación de los medios digitales más efectivos para el desarrollo de estrategias de promoción y publicidad de las artesanías. Además, el estudio evaluará la manera más eficiente de distribuir los productos artesanales en los diferentes destinos del cantón Otavalo. Asimismo, se exploran los servicios adicionales que la empresa podría ofrecer para atraer a clientes potenciales.

Totora Sisa se dedica a la producción de artesanías manufacturadas a partir de la totora, una planta acuática utilizada en diversas culturas para la creación de objetos tradicionales. Sin embargo, varios factores influyen en la calidad y eficiencia de su producción.

Capacidad de producción limitada: al ser una empresa limitada totora sisa enfrenta en la actualidad lo que son limitaciones en cuanto a los recursos necesarios para acumular su nivel de producción así también la falta de recursos tecnológicos al ser una empresa en proceso de crecimiento carece de esta tecnología avanzada por lo que esto limita su crecimiento considerablemente.

3.1.2. Condiciones de trabajo

Aunque la escala de la empresa permite una relación más cercana y estrecha con los trabajadores de la empresa, hay déficit en la falta de capacitaciones para los mismos y de una infraestructura mejorada en los elementos de producción, pues afecta al ambiente que los trabajadores requieren para motivarse y preservar el ánimo para realizar sus labores diarias con entusiasmo y valoración empresarial.

3.1.3. Dependencia de la mano de obra artesanal

La elaboración y producción de las artesanías de totora se enfoca en las formas de producción, o sea, si las habilidades manuales son especializadas, la producción aumenta. Debido a que la producción depende en gran medida a las habilidades de los trabajadores, limita la posibilidad de que el volumen de la producción pueda aumentar rápidamente sin perjudicar la calidad y el acabado del producto.

3.1.4. Situación Actual de Comercialización

Actualmente la empresa enfrenta varios desafíos en cuanto a la comercialización, ya que carece de un buen sistema de marketing que dé a conocer el producto, de la misma manera que efectuó el posicionamiento de su marca, actualmente el mercado ofertante en totora sisa es un mercado local limitado mayoritariamente lo cual restringe el alcance de la empresa, limitando sus oportunidades de ingreso y crecimiento en el tema de lo que es el mercado internacional se hizo una prueba mediante courier de exportaciones a Estados

Unidos, sin embargo, existe empresas certificadas con productos similares por lo que ponen en presión sus ventas.

Generalmente la empresa al estar situada en un lugar reconocido y turístico a nivel nacional tanto mundial ya que atrae turistas de diferentes partes del mundo es un atractivo ya que ofrecen sus productos en las diferentes ferias así mismo se oferta estos productos en los diferentes muelles a los alrededores de la empresa

Según (Grefa-Parra et al., 2021) la actividad turística es un componente esencial de la economía de los países y sus diversos territorios. El turismo ofrece, especialmente desde la perspectiva del comercio justo, la oportunidad de generar ingresos a los habitantes de los más diversos lugares que promueven sus atractivos turísticos, al mismo tiempo que permite que visitantes, ya sea local, nacional o internacional, contemplen la belleza escénica y experimenten la cultura del sector objetivo de la visita.

La comercialización en totora sisa mantiene un canal de distribución tradicional como ventas directas a mercados locales o ferias nacionales en las que da a conocer sus productos, esto no impide aumentar los ingresos, pero esta empresa en los últimos años ha intentado buscar planes para salir de lo tradicional e incrementar más ingresos y comercialización mediante intermediarios.

En un mercado tan competitivo la marca totora sisa no está tan posicionada ya que existen productores independientes y otras empresas por lo que se dificulta a totora sisa tener una base de clientes leales o una fidelización, sin embargo, tras realizar la investigaciones existen proyectos que no se han llevado a cabo en el posicionamiento de la marca tanto de manera local como internacional sin embargo al implementar estrategias de comercio justo no solo no los procesos de comercialización sino también con su certificado Fair Trade este podrá ofrecer soluciones viables para la actual situación de la empresa ya que este producto tendría más acogida por los procesos que implica el comercio justo como también por su desarrollo de producción sostenible con el medio ambiente, así también desarrollando un atractivo para promocionar el proceso como un history telling. El comercio justo podría ofrecer soluciones viables para superar algunas de estas limitaciones y generar un impacto positivo tanto en la producción como en la comercialización de las artesanías de Totorá Sisa.

El modelo de comercio justo enfatiza el pago justo y condiciones laborales dignas, lo que podría traducirse en una mejora significativa en la motivación y bienestar de los trabajadores de Totorá Sisa. Al aplicar principios de comercio justo, la empresa podría ofrecer mejores salarios, horarios de trabajo más flexibles y acceso a condiciones laborales más saludables, lo que contribuiría a aumentar la productividad y la calidad de los productos.

El comercio justo está asociado con un compromiso hacia la sostenibilidad y la ética, lo que puede ser un atractivo importante para consumidores conscientes y comprometidos con estas prácticas. Si Totorá Sisa certifica sus productos bajo las normativas de comercio justo, podría acceder a mercados internacionales que valoran la procedencia responsable y la producción ética, ampliando su red de distribución más allá de los límites locales.

El comercio justo otorga las certificaciones conocidas Fair Trade Internacional el cual genera que esta microempresa le dé un valor agregado a su marca por tanto es de beneficio para que la empresa genere mayor comercialización plateándose más atractivo para el mercado internacional generando mayor comercialización y atractivo de las artesanías, este certificado representara un diferencial en la marca de los productos de la microempresa de esta manera con la certificación se crean campañas de marketing que muestran educación al consumidor que expliquen al público demandante un (history telling) del impacto de su compra en las comunidades locales de donde se prevé el producto desde su punto de partida que es la recolección de materia prima.

La empresa busca fortalecer su presencia en el mercado local y expandirse al mercado internacional mediante estrategias de comercio justo para la comercialización de sus productos que potencie la comercialización y relación con nuevos mercados internacionales y posicionamiento competitivo. Sin embargo, la empresa enfrenta desafíos que limitan su crecimiento. La falta de visibilidad en el mercado, especialmente en el ámbito de certificaciones que entrelazan a la empresa con el mercado extranjero, dificulta la captación de nuevos clientes y la expansión a otros mercados. Además, la falta de capacitación en temas de comercio justo y la limitada capacidad de producción representan obstáculos para aprovechar plenamente las oportunidades del mercado, como la creciente demanda de

productos artesanales y el potencial que es el mercado extranjero. A esto se suman amenazas externas como la competencia de productos similares de países vecinos y los cambios en las preferencias del consumidor.

El uso de la certificación de comercio justo provee a Totorá Sisa a establecer una marca sólida y diferenciada. Los consumidores prefieren productos que aseguran un impacto social positivo, y que la empresa se alinee con estos principios puede aumentar la lealtad de los clientes y mejorar su imagen de marca.

En la empresa totora sisa se prevé campañas sobre la forma de producir, sin embargo, el comercio justo promueve la capacitación a los trabajadores y el desarrollo de sus habilidades no solo prácticas sino también del desarrollo intelectual. El comercio justo también promueve la capacitación de los trabajadores y el desarrollo de sus habilidades. Totorá Sisa podría aprovechar estas oportunidades para mejorar la calidad y eficiencia de su producción mediante programas de formación en técnicas de trabajo, diseño de productos y manejo de negocios.

Así también con estas estrategias aplicadas en la microempresa permitiría financiamiento para que la microempresa adopte éticas para invertir en las mejoras de su infraestructura reformando significativamente su estructura organizacional y su desarrollo y optimización de sus procesos de producción más técnico para ser más competitivos en el mercado.

Estas estrategias están estrechamente vinculadas con el proceso de producción y manera sostenible en relación con el medioambiente al adherirse totora sisa a estas estrategias diferencia sus artesanías con nuevas e innovadoras formas de producirla con materiales sostenibles y procesos ecológicos con esto la microempresa podría atraer un público más amplio que priorice el impacto ambiental en sus compras y sobre llevando consigo los beneficios para el medioambiente

3.2. ENFOQUE, TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

En esta investigación se utilizará el enfoque mixto, el que permitirá recopilar, comprender e interpretar datos cualitativos y cuantitativos, con esto obtener una visión más clara y profunda con información completa y detallada sobre el impacto del comercio justo en los diferentes aspectos brindando claridad de la investigación

en la microempresa. La investigación realizarse es la descriptiva, con esto tendremos mayor comprensión acerca de la estabilidad y estructura que comprende la empresa y cuáles serán los cambios y beneficios que esto implica en la situación actual de la empresa.

Según (Váldez & Lázaro, 2015) mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en una misma investigación o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento.

Lo que permitirá definir las estrategias de comercio justo específicamente en la microempresa totora sisa. Esto definiría la manera y la cultura organizacional de la empresa siendo más atractivo para el mercado internacional, incluirá la elección de formas de comercialización que sean significativas para la buena comercialización y su posicionamiento.

El caso de estudio permitirá desarrollar el análisis del segmento al que se dirige totora sisa, esto se desarrollará bajo una encuesta realizada para realizarla en la empresa a un grupo de miembros de la microempresa con esto se podrán realizar los análisis cuantitativos interpretando los análisis obtenidos recopilando datos obtenidos.

El diseño de campo permitirá un monitoreo continuo y una evaluación precisa de las estrategias implementadas mediante esta metodología podemos identificar las fortalezas y amenazas para un análisis más profundo, asegurando que las estrategias de comercio justo no solo sean teóricamente sólidas, sino también práctico y alineado con la realidad del mercado, lo que aumentará las probabilidades de éxito de Tatora Sisa.

Para lograr diseñar una estrategia de comercio justo en la comercialización de la empresa totora sisa, es fundamental utilizar diversas técnicas de recolección de datos que permiten analizar la situación actual por la que está atravesando la empresa y el potencial que representa la misma para obtener el certificado Fair Trade. Las técnicas utilizadas se dividen en métodos cuantitativos y cualitativos haciendo complementación con la triangulación de datos para una visión integral justa.

3.3. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

El método inductivo de investigación será fundamental para el proyecto ya que permitirá identificar los diferentes patrones y tendencias emergentes a partir de datos sólidos obtenidos mediante la técnica cualitativa y cuantitativa. Este enfoque nos ayudará a comprender a fondo cómo funciona la certificación Fair Trade y cómo este puede impactar en la comercialización de los productos de la empresa investigada, con esto mejorar el posicionamiento en el mercado y generando confianza y lealtad en el público objetivo. Al analizar las características de comercio justo se lograrán desarrollar estrategias que resalten los valores de equidad y sostenibilidad dentro y fuera de la empresa, impulsando una forma de comercialización a mayor escala dando acceso a mercados equitativos.

El método deductivo será de suma importancia para identificar de manera más ágil las características específicas y diferenciadoras en el contexto de la comercialización del comercio justo y la certificación Fair Trade para totora seca. A partir de los principios principales que maneja el Fair Trade, este enfoque permitirá proponer hipótesis sobre segmentos de mercados interesados en productos sostenibles y éticos. Por ende, se facilitará el diseño de estrategias de comercialización enfocadas en consumidores comprometidos con el comercio justo, optimizando los recursos y esfuerzos para maximizar el alcance de posicionamiento y crecimiento de la empresa ante el mercado global con consumidores responsables.

3.3.1. Métodos Cualitativos

Entrevistas al gerente y encuestas a trabajadores: Conocer sus condiciones laborales, nivel de ingresos y percepción sobre el comercio justo.

Observación en procesos de producción: Evaluar el cumplimiento de criterios de sostenibilidad y equidad en la cadena de valor.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

La encuesta incluirá preguntas cerradas y escalas de valoración para medir variables como la satisfacción general con los productos, la percepción de la calidad, los precios, la variedad de productos, la frecuencia de compra, la disposición a recomendar la marca a otros, y el uso de canales digitales como páginas web y

redes sociales para conocer y adquirir los productos. Para la aplicación de la entrevista se hizo uso del método no probabilístico, tal como lo argumenta Avendaño (2019), “Este método es una técnica de muestreo que no realiza procedimientos de selección al azar, sino que se basan en el juicio personal del investigador para realizar la selección de los elementos que pertenecerán a la muestra”.(Intriago, 2024)

Por consiguiente, se aplicó el enfoque no probabilístico mediante el uso de la entrevista al gerente de Totorá Sisa. Se aplicó el enfoque no probabilístico mediante el uso de una entrevista al gerente de Totorá Sisa para obtener información cualitativa sobre los desafíos y oportunidades en la comercialización bajo los principios del comercio justo. Se diseñó un cuestionario semi estructurado con preguntas abiertas, lo que permitió recopilar datos relevantes sobre la adaptación de la empresa a los estándares Fair Trade. Los datos cualitativos se analizarán mediante técnicas de categorización para identificar temas recurrentes, percepciones y estrategias clave que faciliten la certificación y el posicionamiento en mercados éticos y sostenibles.

3.5. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

La validación de los instrumentos de investigación es indispensable a la hora de asegurar la claridad y la confiabilidad de la información que sustentará la estrategia de comercio justo en la comercialización para la empresa totora sisa en este estudio se implementó un enfoque combinado que combina la validación de encuestas con la triangulación de datos, garantizando así la confiabilidad metodológica del proceso.

Se realizó la validación de expertos, fue efectuada por la Msc. Karla Amanda Pozo Cevallos, el PhD. Marlon obteniendo un promedio de valoración de 100 % de excelencia en la realización de las encuestas y entrevistas.

En el caso de la aplicación del cuestionario para la encuesta a los que laboran en la empresa, se realizó a 9 trabajadores que laboraban dentro de la organización. La encuesta se realizó anónimamente con 9 preguntas realizadas bajo los parámetros de preguntas cerradas gracias a esto obtuvimos datos cuantitativos y establecer estrategias de mejora interna y externa en la empresa.

Por otro lado, se usó el método no probabilístico para poder obtener resultados cuantitativos que logren identificar las fortalezas y amenazas que representa actualmente la empresa. Con la entrevista y un cuestionario semi estructurado para el gerente de la empresa, se obtuvo información relevante sobre lo más necesario en la empresa, interna y externamente se implementará la estrategia de comercio justo para mejorar la comercialización, si también posiciona su marca bajo los parámetros del comercio justo.

3.6. POBLACION Y MUESTRA

Se hizo un análisis cualitativo mediante encuestas a los artesanos que laboran en la empresa mediante esta se informó sobre la situación de la empresa en el tema de comercio justo y de qué manera se puede aplicar la estrategia.

En este segmento se detalló la población directamente a los artesanos de la empresa con la intención de detallar la estructura organizacional de la empresa y como el comercio justo generaría un cambio sin embargo se hizo una encuesta estructura de tres preguntas a tres de los compradores principales de la empresa ya que al ser un análisis teórico de cómo la empresa puede implementar su certificado y estrategia no se detalló un mercado objetivo por lo cual no se realizó un estudio de mercado de estos principales clientes de totora sisa se determinó que el mercado americano exactamente en el estado de (Carolina del Norte) están muy interesados en estos productos sobre todo este muestra su historia y todo el proceso que lleva producirla ya que muestra interés no solo del producto terminado sino también de qué manera se distribuyen los artesanos para realizarla y al contar con el certificado de comercio justo se detalla la originalidad del producto así mismo que sea atractivo incluyendo un plus que es característico del comercio justo que es el (history telling) de un producto.

3.7. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En esta parte de la investigación se expone los hallazgos y los datos recolectados mediante las encuestas aplicadas a los colaboradores de totora sisa, además la entrevista realizada a la gerente de la empresa fue de gran apoyo. La integración de estos datos ofrece una perspectiva que nos permite abordar en los niveles de satisfacción dentro de la microempresa. Este enfoque multifacético es fundamental para comprender las necesidades que la empresa tiene su clima

laboral, ya que el comercio justo tiene que ver con el clima laboral equitativo en todos sus procesos formando así una base de resultados sólida para aplicar las estrategias de manera más concreta y correcta.

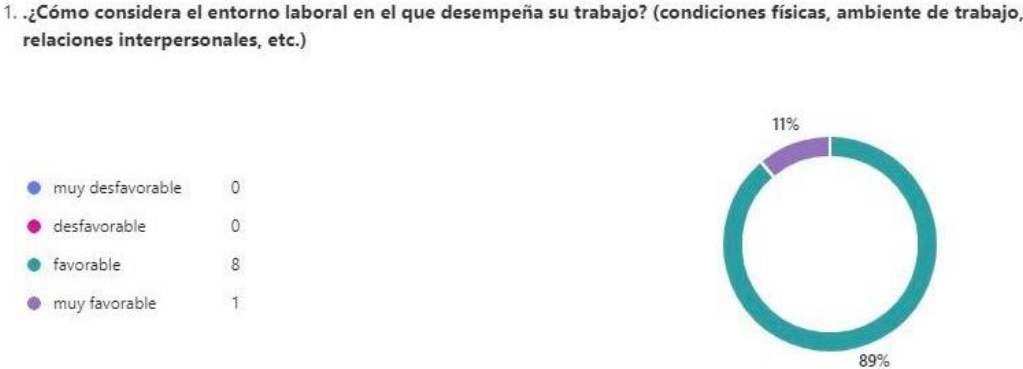
3.7.1. Resultados cuantitativos (Encuesta)

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas realizadas a los trabajadores de la empresa para saber su opinión acerca de las estrategias a aplicar.

3.7.1.1. Encuesta al personal de la empresa totora sisa.

Se realizó un estudio en la empresa Totorá Sisa, donde se encuestaron a 9 colaboradores para recopilar información clave que permita realizar un análisis interno y así identificar las fortalezas y debilidades de la organización y crecimiento de la empresa ante el mercado global con consumidores responsables.

Figura 4
Ambiente Laboral



Nota. Encuesta generada por forms a los clientes Totorá Sisa. Elaborado por: Anahí Chalan

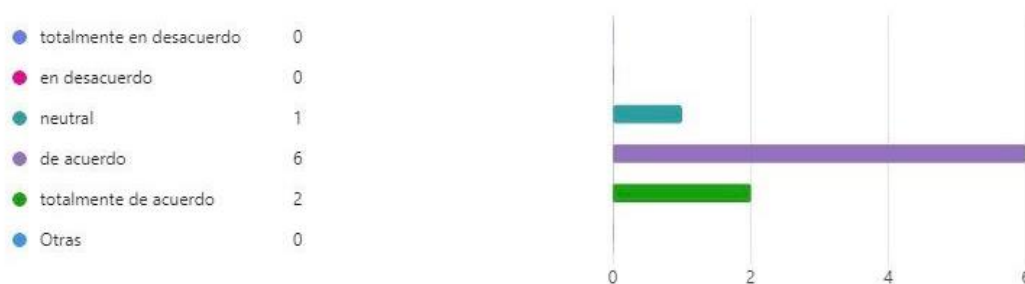
De acuerdo con el estudio realizado, se muestra que el 89% de los que laboran en la empresa que la condición y el ambiente de trabajo es favorable, lo que indica una notable satisfacción sobre el entorno en el que laboran y su experiencia en la empresa sin embargo de la encuesta realizada hay un porcentaje que está más que satisfecho con la calidad de trabajo que brinda la empresa cumpliendo así con las expectativas del artesano. El clima laboral es el contexto humano y físico en el

que se desenvuelve el trabajo diario, interviene directamente en la satisfacción del personal y por lo tanto en la productividad de la organización.(Salazar & Ospina, 2019)

Figura 5

Cultura organizacional sólida

2. ¿Considera que la microempresa está fomentando una cultura organizacional sólida y sostenible a largo plazo?



Nota. Encuesta generada por forms a los clientes Totorá Sisa. Elaborado por: Anahí Chalan

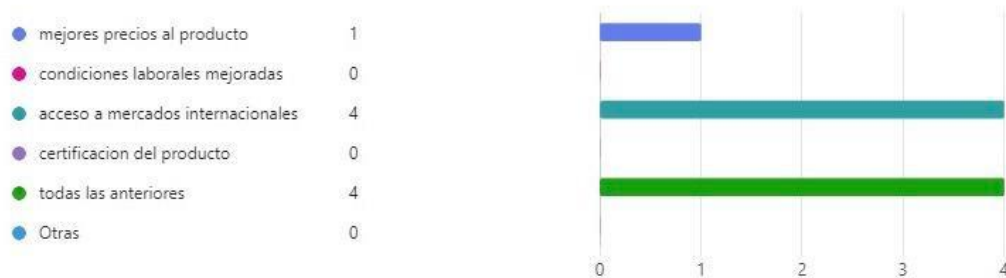
De acuerdo con estos datos, se pudo observar y determinar sobre la cultura organizacional de la microempresa es mayormente positiva. De los 9 trabajadores encuestados, 8 de los mismos consideran que la empresa fomenta su cultura organizacional sólida y sostenible, por otra parte, el 11% es decir uno de los encuestados se mantuvo en una postura intermedia lo que demostró que, aunque no percibe de manera negativa la cultura de la empresa tampoco lo ve de una perspectiva satisfactoria sin embargo este resultado no afecta ya que ninguno mira percibe a la empresa de forma deficiente en el sentido de la cultura organizacional

En tanto, a lo que es la sostenibilidad, una cultura organizacional establecida de manera que la mayoría de sus colaboradores diferenciaron a la empresa y la caracterizaron como una empresa confiable y sólida. Una cultura fuerte puede contribuir a la estabilidad a largo plazo, además de mantener el compromiso de los artesanos de mejora del clima ambiental y la capacidad de adaptación de estos, la empresa tiene aspectos favorables, pero siempre es recomendable continuar con estrategias de mejoras que permitan a la empresa consolidar más su identidad y valores organizacionales.

Figura 6

Apoyo del comercio justo a microempresas

3. ¿Qué tipo de apoyo o mejoras esperan que el comercio justo pueda traer a la microempresa?



Nota. Encuesta generada por forms a los clientes Totorá Sisa. Elaborado por: Anahí Chalan

En este apartado hay un choque que, sin embargo, el acceso a mercados internacionales recibió 4 votos, lo que la convierte en la más llamativa, indica que los trabajadores ven el comercio justo como una oportunidad para llegar al mercado internacional expandiendo la empresa más allá de los clientes locales, lo que sugiere una percepción en diversificar clientes y tener un incremento y estabilidad en la rentabilidad de la empresa.

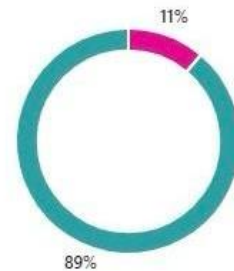
En este caso la opción que incluye las características del comercio justo tuvo un total de 4 votos, esto demuestra que un número considerable de los encuestados tiene una visión de que el comercio justo trae múltiples beneficios. Si el comercio justo se entiende como un conjunto de cambios estructurales que permiten humanizar la actividad económica y con ello hacer frente a diversos problemas con el objetivo de garantizar el *sumak kawsay*, como base para diseñar estrategias que fortalezcan el comercio justo en las microempresas, priorizando el acceso a mercados y fomentando un enfoque integral en la implementación de este modelo. (Muñiz-Jaime et al., 2019)

Figura 7

Desarrollo para los colaboradores

4. ¿Considera que en la microempresa se promueven programas efectivos de capacitación y desarrollo para los empleados?

● sí	0
● no	1
● a veces	8
● casi nunca	0



Nota. Encuesta generada por forms a los clientes Totorá Sisa. Elaborado por: Anahí Chalan

En este caso obtuvimos un porcentaje de 89% en la opción a veces y el 11% opina que no se promueven programas efectivos de capacitación y desarrollo para los colaboradores de la empresa por ende obtuvimos un porcentaje negativo por lo que efectivamente se observa que en la empresa no brinda campañas de capacitación y desarrollo para los colaboradores de la empresa lo cual impide que los colaboradores se mantengan informados de la situación o mejoren las habilidades de desarrollo que tienen.

En el análisis de mejora de totora sisa estos datos revelan una concentración significativa en el ámbito de desarrollo y capacitaciones para los empleados, ya que su implementación genera mayor bienestar en el ambiente empresarial y en su desarrollo y habilidades. Refleja una promoción, así como la necesidad de inversión para expandir el alcance de comercialización de la empresa juntamente con su desarrollo de personal.

Figura 8

Estabilidad laboral

5. ¿Considera que la microempresa garantiza una estabilidad laboral para sus trabajadores?



Nota. Encuesta generada por forms a los clientes Totorá Sisa. Elaborado por: Anahí Chalan

El análisis en estabilidad laboral que brinda la empresa revela una concentración significativa en la opción de acuerdo con un 67% ya que 6 de los 9 colaboradores se sienten seguros trabajando en la empresa se sienten asegurados y efectivamente la empresa muestra un tanto de deficiencia sin embargo este porcentaje nos muestra que es un trabajo estable temporalmente y algunos van por la opción de neutral esto significa que hay aspectos a mejorar si la empresa desea ser más seguro en el ámbito laboral estable con sus colaboradores.

Según (Montserrat, 2014) “En el contexto específico del mercado laboral, la estabilidad constituye el elemento motriz para que fluya constantemente la fuerza de trabajo, creando un ambiente conducente al pleno empleo”.

De esta manera podemos crear la equidad laboral que se plantea implementar en la empresa con las estrategias de comercio justo. El análisis en estabilidad laboral que brinda la empresa revela una concentración significativa en la opción de acuerdo con un 67% ya que 6 de los 9 colaboradores se sienten seguros trabajando en la empresa se sienten asegurados y efectivamente la empresa muestra un tanto de deficiencia sin embargo este porcentaje nos muestra que es un trabajo estable temporalmente ya algunos van por la opción de neutral esto significa que hay aspectos a mejorar si la empresa desea ser más seguro en el ámbito laboral estable con sus colaboradores.

Según (Montserrat, 2014) “En el contexto específico del mercado laboral, la estabilidad constituye el elemento motriz para que fluya constantemente la fuerza de

trabajo, creando un ambiente conducente al pleno empleo”. De esta manera podemos crear la equidad laboral que se plantea implementar en la empresa con las estrategias de comercio justo.

Figura 9

Entorno laboral y toma de decisiones

6. ¿Considera que tiene la oportunidad de participar activamente en su entorno laboral y en la toma de decisiones dentro de la microempresa?

● nunca	0
● casi nunca	0
● usualmente	9
● siempre	0



Nota. Encuesta generada por forms a los clientes Totorá Sisa. Elaborado por: Anahí Chalan

Según el análisis, quienes trabajan en totora sisa consideran que suelen participar activamente en los diferentes temas de la empresa, ya sea en la toma de decisiones o espacios de mejora, indica que se necesita mejorar para fomentar la participación más constante y plena comunicación entre los miembros hacia los directivos.

Las prácticas de comercio justo permitirán que los colaboradores de totora sisa se sientan incluidos en la toma de decisiones así también promover la transparencia organizativa de la empresa facilitando una comunicación abierta desarrollando la capacidad y la autonomía lo que motiva a los colaboradores en la empresa a ser más proactivos y avanzando en lograr un alcance más amplio en la empresa

Para esto es necesario trabajar en la implementación de espacio de diálogo establecer reuniones donde todos puedan opinar e interpretar ideas con el fin de incluir propuestas de mejora, con reconocimientos para los colaboradores por su compromiso y ayuda a la empresa.

Figura 10

Colaboración activa con las comunidades

7. ¿Considera que la microempresa colabora activamente con las comunidades y artesanos locales para promover su desarrollo?



Nota. Encuesta generada por forms a los clientes Totorá Sisa. Elaborado por: Anahí Chalan

En el siguiente análisis el 44 % de los encuestados está de acuerdo en que la empresa colabora efectivamente con comunidades y los artesanos locales además tenemos el 56 % de los encuestados se mantiene en neutra por lo que indica una falta de certeza a la hora de opinar sobre dicha colaboración sin embargo al no tener porcentajes negativos es positivo ya que no existen percepciones negativas.

Por lo que en el siguiente análisis a una percepción positiva y moderada ya que la mitad de los encuestados considera que existe colaboración con las comunidades sin embargo este lazo con las comunidades necesita atención de mejora para lograr generar una percepción fuerte acerca del caso. Totorá Sisa tiene una oportunidad significativa para mejorar la forma de visión de su colaboración con comunidades y artesanos locales. El implementar las estrategias mejorará y fortalecerá su impacto social y la percepción de estos además tener un mayor reconocimiento y sostenibilidad a largo plazo en la empresa.

Figura 11

Capacitaciones

8. ¿La microempresa a realizado capacitaciones sobre la sostenibilidad o sobre el comercio justo?



Nota. Encuesta generada por forms a los clientes Totorá Sisa. Elaborado por: Anahí Chalán

El estudio de las capacitaciones acerca de las estrategias de comercio justo revela que la mayoría de los empleados considera crucial implementar nuevas técnicas y estrategias para fomentar la claridad de las estrategias de comercio justo a implementar ya que en este análisis se observó que se mantiene en neutro con el 56% y tenemos un porcentaje de 11% que está en desacuerdo lo que revela que este tema es desconocido sin embargo se refleja que el mayor porcentaje está de acuerdo en que se representó capacitaciones acerca del comercio justo por lo que sería necesario conllevar mayor responsabilidad en el tema.

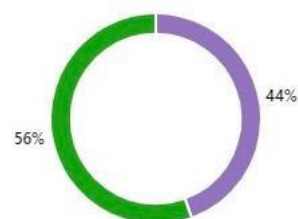
Así también revelará mayor caracterización o información detallada sobre los beneficios obtenidos con el comercio justo, su certificación para los productos de la empresa y el trabajo equitativo, a lo que los colaboradores accederían a largo plazo que no conocen lo que es el comercio justo y las estrategias que se implementará para mejorar la comercialización.

Figura 12

El comercio justo y la calidad de los productos

9. ¿Considera que la implementación del comercio justo podría mejorar la calidad de los productos que elaboran?

● totalmente en desacuerdo	0
● en desacuerdo	0
● neutral	0
● de acuerdo	4
● totalmente de acuerdo	5



Nota. Encuesta generada por forms a los clientes Totora Sisa. Elaborado por: Anahí Chalán

El estudio sobre la mejora con la implementación del comercio justo muestra que el 56% de los trabajadores de Totora Sisa 5 de 9 considera que la implementación del comercio justo en la empresa es de manera satisfactorio ya que se inclinaron por la opción muy de acuerdo sin embargo el 44 % de los trabajadores optaron por la opción favorable por lo que efectivamente la implementación de la estrategia bajos sus características y optar por conseguir el certificado Fair Trade para su producto mejorara la calidad ante el público de consumidores al que se pretende llegar es decir será más favorable la competencia en el mercado esta aproximación permitirá a Totora Sisa diversificar sus canales de comercialización con medidas éticas ampliando su alcance de mercado así mismo mejorando, innovando y adaptándose a las tendencias actuales.

3.7.2. Resultados cualitativos (Entrevista)

En la tabla 1 se presenta la información que fue clave ya que a partir de esta información realizada al gerente de la empresa totora sisa. Se analizaron diferentes aspectos como en que beneficiará las estrategias de comercio justo en el cual se mencionó de forma detallada las características del comercio además intervino si está dispuesto a gestionar la implementación de estas baja los distintos parámetros circunstanciales que se presentan como financiero y estructural para la mejora y el reconocimiento de los productos que oferta la empresa.

Tabla 1

Resultados cualitativos aspectos corporativos (entrevista)

Información proporcionada por el gerente	Como se gestionó la información entrega por el entrevistado	Plan de acción
La empresa Totora Sisa no ha puesto en marcha estrategias de comercio justo en ninguno de sus campos debido a la falta de seguimiento y pasos estratégicos para implementar y obtener la	Se diseñó una encuesta semi estructurada para obtener un orden acerca de la información de relevancia.	Se propone aplicar las estrategias de comercio justo en la comercialización para la empresa Totora Sisa.

certificación Fair Trade.		
El personal administrativo desconoce los principios de comercio justo y que implica para llevar a que la empresa puede ser competitivo en mercados internacionales.	Tras revisar los documentos en la empresa se recalcó que dependen mucho del mercado local sin embargo al interferir en mercados internacionales optan por intermediarias debido a la cantidad de producción.	Se diseñó las diferentes estrategias de comercio justo que se aplicará en la empresa bajo todos los parámetros y características del comercio justo para que la empresa logre acceder el certificado Fair Trade.
Con la información recolectada se pudo detectar las fortalezas y debilidades dentro de la organización y si esta es equitativa.	El análisis emitió datos de que la empresa representa ciertos inconvenientes a la hora de implementar estas estrategias sin embargo reveló que no todo era negativo si no efectivo ya que esta empresa trabaja de la mano con los habitantes de la comunidad con capacitaciones en diferentes áreas por ende cumplen con algunos requisitos y estrategias que parte a imponer en la empresa.	Se plantea implementar un análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa para tener mayor certeza al aplicar las estrategias de comercio justo como herramienta para contribuir en la mejor de la empresa.

Nota. Resultados de entrevista a gerente de Totorá Sisa. Elaborado por: Anahí Chalán

Tabla 2

Resultados cualitativos aplicación de estrategias (entrevista)

Información proporcionada	Como se gestionó la	Plan de acción
---------------------------	---------------------	----------------

por el gerente	información entregada por el entrevistado	
Se pudo constatar que el ambiente podría mejorar con las estrategias a implementar tanto en la organización como en el día a día.	Se realizó preguntas sobre cómo estas estrategias según su punto de vista podría mejorar el ambiente laboral en totora sisa con el fin de aumentar el rendimiento laboral	Se plantea implementar el análisis FODA para observar las debilidades y fortalezas de la empresa con el objetivo de ayudar a tomar decisiones informadas y desarrollar planes estratégicos.
Gracias a esta información revelada con el personal administrativo se realizó la investigación sobre las estrategias a implementar en el tema de calidad de los productos.	Se investigó que en totora sisa no se respaldaría si su producto es reconocido con el certificado fair trade ya que esta promocionaría a su producto como equitativo y sostenible lo cual es atractivo para el consumidor extranjero	Para ganar el mercado internacional e incrementar los niveles de comercialización de la empresa de manera justa y equitativa.
Inclusión de las estrategias de comercio justo bajo los diferentes parámetros que representa este enfoque	El gerente de la empresa, José Aguilar, se detuvo la información gestionada por el gerente de la empresa, ya que informamos sobre el comercio justo y de que beneficios aporta para la empresa.	Para llevar a cabo este proyecto nos basamos en la información de cómo se siente el ambiente laboral que condiciones tiene en cada aspecto laboral y como se manejan en el tema comercial.

Nota. Resultados de entrevista a gerente de Totorá Sisa. Elaborado por: Anahí Chalán

La implementación de prácticas de comercio justo en totora sisa representará una oportunidad significativa para llevar a cabo la mejora de la producción como la comercialización de sus artesanías. A través de este enfoque, la empresa mejoraría sus condiciones laborales y competitividad en el mercado y fortalecería tu marca,

expanding su alcance y mercado para contribuir a un modelo de negocio más ético y sostenible. Este cambio hacia el comercio justo no solo beneficiaría a la empresa sino también a sus trabajadores y las comunidades que trabajan bajo capacitaciones de la empresa creando un vínculo de crecimiento y desarrollo.

3.7.3. Análisis de mercado atractivo para la empresa.

Mediante los resultados de la entrevista se obtuvo un pequeño detalle acerca del interesado en los productos de la empresa y como las estrategias de comercio justo son de atracción según el gerente de la empresa se representa como un mercado factible el mercado estadounidense que en los últimos años ha generado y mostrado mayor interés en los productos que manejen la sostenibilidad y equidad en cada procesos del productos sin embargo esta información es poco determinable ya que se basa en clientes nacionales que ofertaron productos de la empresa en el USA para esto se realizó un pequeño análisis de mercado del estado de estados unidos.

Según (Fernandez, 2017) el estudio de mercado nos facilita a la toma de decisiones empresariales nos ayuda a escoger la alternativa más acertada. Aumenta nuestra probabilidad de éxito.

Los consumidores estadounidenses han mostrado interés por productos más sostenibles, y los datos de ventas muestran que están usando su poder adquisitivo para comprar productos alineados con esta preferencia. En Estados Unidos las ventas de productos con atributos sostenibles representan el 22% del total de las compras en establecimientos *retail*.(Procomer CR, 2019)

3.7.4. Principales productos de la empresa

Los principales productos que oferta la empresa se destacan las artesanías (adornos, figuras, canastas) alfombras y muebles. Para los cuales se utiliza un proceso de fabricación que inicia con la clasificación de la materia prima, mano de obra con gran experticia, y capacitaciones semestrales para mejorar cada detalle.

CAPITULO III

4. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Proponer el modelo de comercio justo para la empresa Totorá SISA, detallando beneficios esperados en términos de precio justo y relaciones más equitativas con intermediarios y consumidores.

En el presente capítulo se centra la presentación de una propuesta a través de la investigación para abordar los desafíos que se identificaron dentro de la empresa. Con los resultados del análisis de la empresa interna y externa, se diseñó la estrategia de comercio justo para reestructurar y mejorar la cadena de comercialización de la empresa bajo el comercio justo.

4.1. SOLUCIÓN AL PROBLEMA CIENTÍFICO

Una estrategia favorable para que estos productos converjan a nuevos mercados es el comercio justo bajo todos sus estándares, la empresa Totorá enfrenta desafíos en su comercialización y en ganar nuevos mercados, ya que necesita potenciar las operaciones comerciales como pequeños productores para lograr ser una empresa competitiva y atractiva frente a las economías mundiales, para superar esta situación, es importante analizar a fondo la situación actual de la empresa tanto interna como externa para poder desarrollar las herramientas de comercialización basadas en el comercio justo impulsando a la empresa a realizarse dentro de la comercialización con el fin de impulsar ventas y competitividad a las operaciones comerciales que potencian la posición económica de los pequeños productores y propietarios con el fin de garantizar que no queden marginados de la economía mundial.(Navarro, 2015)

Como consiguiente se presentará la propuesta de estrategia para diseñar y forjar la sostenibilidad y equidad en los procesos de la empresa ya que son los requisitos y el principal objetivo del comercio justo en la empresa. La estrategia busca definir los objetivos de la empresa, establecer una línea recta para el futuro de la empresa y establecer una dirección clara basada en principios de equidad, sostenibilidad y responsabilidad social. La formulación de estos elementos fundamentales proporcionará un marco de referencia para la toma de decisiones y el

desarrollo de estrategias a largo plazo, garantizando prácticas comerciales éticas, el bienestar de los productores y trabajadores, y una contribución positiva al desarrollo comunitario.

La sostenibilidad económica se centra en crear sistemas económicos que sean viables a largo plazo. Esto incluye el apoyo a las economías locales, la creación de empleo y la promoción de prácticas comerciales éticas. (Oxfam, 2024)

En la empresa se pretende realzar estos valores que esta interrelacionadas con el comercio justo por tanto la empresa totora sisa se mejorara la sostenibilidad el manejo de la materia prima con capacitaciones adecuadas para el buen manejo de las prácticas de la empresa con el medioambiente de igual manera se manejará la equidad en la condiciones de trabajo de la empresa presentando a diferentes entidades nombradas a favor de la equidad reestructurando la empresa ya que es una parte primordial favorecerá a la empresa a que se maneje de la mejor manera.

Para esto se realizará un análisis FODA da de la empresa que según (Sarli & González, 2015) . El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización.

Este análisis FODA permitirá a Totorá Sisa capitalizar las oportunidades del mercado, como las colaboraciones, la publicidad en nuevos medios y la participación en ferias. Al mismo tiempo, podrán mitigar las amenazas, como la competencia de productos sustitutos y los cambios en las preferencias del consumidor. Utilizando esta información para tomar decisiones estratégicas, Totorá Sisa estará en una mejor posición para impulsar su crecimiento y asegurar su éxito a largo plazo.

Tabla 3

Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Eficacia en organización 2. Fuerte organización comunitaria 3. Apoyo de la organización. 4. Productos totalmente naturales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado netamente nacional 2. Consumidores limitantes (30-50)

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Diversificación de mercado. 2. Enfoque de sostenibilidad. 3. Mejora en los detalles para el cliente.	1. Comercialización tradicional. 2. Comunicación de talleres para los comuneros que se dedican a la artesanía de totora. 3. Recursos financieros.

Nota. Creado por: Anahí Chalán mediante la entrevista realizada al gerente de la empresa Totorá Sisa.

4.2. MODELOS DE COMERCIO JUSTO Y LA APLICACIÓN EN LA EMPRESA TOTORA SISA.

A continuación, se presentará la propuesta para la planificación de obtención del certificado de comercio, el cual es uno de los más conocidos y utilizados, el establecer el certificado de comercio justo en la empresa promueve diferentes características, el más factible sería el ingreso a nuevos mercados con la promoción de prácticas equitativas para realizar el proceso de certificación de los productos de la empresa de una forma equitativa.

4.2.1. BENEFICIOS DE LA EMPRESA AL CERTIFICARSE

Entre los beneficios posibles así los involucrados se destacan:

- Recibir un precio justo por sus productos, que cubre los costos de producción y asegura una ganancia adecuada.
- Acceso a formación en habilidades comerciales y técnicas.
- Promover una cultura de conservación basada el respeto por el medio ambiente y las prácticas de producción sostenible.

Esta certificación representa una gran oportunidad y mejora estratégica para Totorá Sisa permitiendo a la empresa mejorar sus prácticas de producción, acceder a nuevos mercados garantizando condiciones justas para sus trabajadores y proveedores es decir en caso de que la empresa necesite culminar con un pedido a cabalidad sus proveedores serían los artesanos que están a los alrededores en las diferentes comunidades, para obtener es necesario evaluar los requisitos de la certificación.

Este proceso es necesario detallar a que es lo que proveerá este certificado a la empresa Totorá Sisa para la que ya conoce y aplica algunas condiciones que implica el comercio justo para la certificación. Los cuales promueven condiciones comerciales más equitativas y sostenibles para los productores y trabajadores.

4.2.2. PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO Y SU CUMPLIMIENTO EN LA EMPRESA

Para llegar a cumplir a cabalidad con los requisitos que presenta certificarse es necesario recalcar los principios del comercio justo:

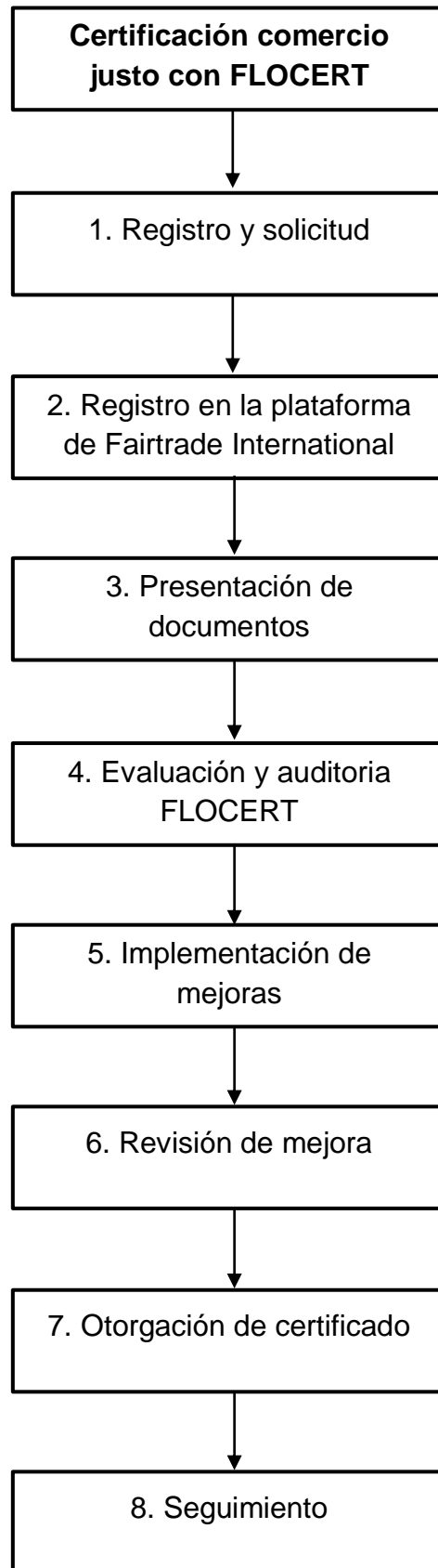
- Creación de oportunidades para productores en desventaja económica.
- Transparencia y rendición de cuentas.
- Prácticas comerciales justas.
- Pago de un precio justo.
- Aseguramiento de la ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso.
- Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación.
- Garantía de condiciones de trabajo seguras y saludables.
- Desarrollo de capacidades.
- Promoción del Comercio Justo.
- Respeto por el medio ambiente.(CEPAL & ONU, 2024)

Estos principios se promueven por la organización mundial del comercio justo WFTO para cumplir con los requisitos de certificación la WFTO se encargará de revisar los diferentes parámetros y las características con los cuales cuenta actualmente la empresa Totorá Sisa mediante el diagnóstico de la empresa que ya fueron presentados con la información obtenida a partir de una pequeña reunión con el presidente y la secretaria de la empresa en la cual se identificó las prácticas laborales y la cultura organizacional que conlleva a la empresa, de esta manera se analizó teóricamente los niveles de producción que tiene la empresa Totorá Sisa en la actualidad y de qué manera la empresa actúa en términos de responsabilidad en tanto al tema de la sostenibilidad.

Mediante el análisis de la situación actual que atraviesa la empresa Totorá Sisa la empresa Totorá Sisa si implementa y mantiene una estrecha relación con las características que representa al comercio justo de manera que se encuentra en una alineación no completamente sino mayoritaria lo que no solo permite que la empresa tenga mayor facilidad la obtener una certificación fair trade si no también fomentar y fortalecer la relación que la empresa tiene con el medioambiente van guardando un enfoque con la comunidad.

Figura 13

Diagrama de flujo de certificación FLOCERT



4.2.3. IDENTIFICACIÓN DE BRECHAS DE LA EMPRESA CON LA CERTIFICACIÓN.

Actualmente la empresa maneja un ambiente laboral y cultura organizacional equitativa abierta al cambio, sin embargo, las prácticas que con lleva la empresa alrededor del 90% cumple con los requisitos que implica la certificación, esto mediante datos obtenidos gracias a la tabulación de datos de encuestas realizadas a los artesanos de la empresa y de cómo determinaron el ambiente laboral en el que desarrollan sus actividades. Además, la empresa cuenta con los documentos necesario para certificarse y acreedor de las estrategias del certificado de comercio justo y dar un plus a sus productos.

En la actualidad la empresa tiene un bajo índice de comercialización por tanto las entradas en las tasas financieras son escasas para una certificación ya que implica costos iniciales y de mantenimiento que puede fomentarse como un desafío para la empresa sin embargo la empresa está dispuesta a buscar subvenciones o financiamiento las cuales son específicos para la empresa Totora Sisa que opta por la certificación para favorecer e incrementar sus comercializaciones además esto se podría considerar una planificación financiera a mediano plazo ya que el optar por la certificación se inclina a que la misma pueda generar un retorno significativo de la inversión.

4.2.3.1 Seleccionar la Entidad Certificadora Adecuada

En el Ecuador existen actualmente varias organizaciones que ofrecen esta certificación de comercio justo las principales son:

- FLOCERT es el proveedor de garantía de Fair Trade y define el enfoque de garantía que apoya la integridad de Fair Trade. Su enfoque de garantía se basa en los Criterios de Comercio Justo Fair Trade y en las directrices ISO 17065, este es el organismo de certificación oficial para el Fair Trade Internacional el cual está encargado de ofrecer servicios de certificación a nivel mundial, cuenta con un proceso estructurado para evaluar si la empresa está cumpliendo con los requisitos.
- CECJ es una de las organizaciones principales en Ecuador en los procesos de solicitud del certificado de comercio justo. (Marcillo César et al., 2016)

FLOCERT para totora si es una decisión estratégica ya que es el principal organismo de certificación de Fair Trade internacional, lo que garantiza que la empresa totora sisa se acredita con el sello oficial de comercio justo y acceder a los beneficios que brinda FLOCERT ya que tiene reconocimiento global y es aceptado a los mercados principales que valoran el comercio justo, que son la unión europea, estados unidos y Japón con todo esto la empresa totora sisa al proceder con su certificación estar dando un paso grande hacia la internacionalización esta certificadora está certificada pro organismos de certificación de alto nivel pro lo que generara que la empresa totora sisa cuente con confiabilidad hacia el consumidor asegurando que el producto cumple con los estándares rigurosos por lo que permitiría a la empresa ingresar mercados exigentes y atraer a clientes interesados y atraer a clientes interesados en el producto de la empresa que cumple con sostenibilidad y ética además de ofrecer estos beneficios esta organización también ofrece asesoramiento para qué las empresas cumplan los estándares de comercio justo lo que facilita ala empres totora sisa al fácil acceso y adaptación de la certificación esta organización trabajo con cooperativas y diferentes empresas para brindar a cada uno de las opciones adecuadas como para la empresa totora sisa es inatención personalizada para cada una d ellas logrando que cada empresa tenga un plus y generando competitividad y diferenciaciones le mercado.

4.2.3.2. Proceso de Solicitud y Certificación con FLOCERT

Para comenzar se es necesario llenar el formulario ingresando a la página principal de la certificadora FLOCERT proporcionando información detallada de la empresa y de cómo está sobrellevando cada una de sus áreas explicando la cultura organizacional que actualmente tiene la empresa así mismo el producto al que se quiere centrar.

- Así, FLOCERT revisará la solicitud generada para asegurarse de cumplir con los requisitos y características del comercio justo mediante esto la empresa obtendrá información sobre una cotización sobre los costos que conlleva obtener este certificado.
- Como siguiente paso una vez la solicitud sea revisada proceden a aprobar la solicitud este paso se denomina auditoria inicial donde se realiza el pago dado en la cotización de la solicitud, posterior a esto se programará una

auditoria para evaluar el cumplimiento de los estándares de comercio justo en sus operaciones

- Tras la auditoria inicial se da el informe de la auditoria de la empresa y su situación, se elaborará un informe detallado depende de los detalles de la auditoria y de cómo esta caracteriza a la empresa en esta parte se determina si la empresa tiene alguna observación a corregir y aprobarse la certificación.
- A continuación, se presenta el informe de la auditoria y la decisión acerca del certificado en este apartado se identificarán las diferentes características en caso de haber inconformidades para aprobar la decisión de certificación se le solicitará implementar acciones correctivas en las que una vez cumplidas los detalles y normativas de emitirá el certificado de comercio justo.

4.2.3.3. Mantenimiento de la Certificación

Obtener la certificación es solo el comienzo. Es crucial mantener el cumplimiento de los estándares de Comercio Justo a lo largo del tiempo. Esto implica someterse a auditorías periódicas y demostrar un compromiso continuo con las prácticas de Comercio Justo.

Si esta certificadora concede la certificación a la empresa es el comienzo ya que posterior a la certificación es necesario mantener el cumplimiento de los estándares de comercio a largo plazo dentro de la empresa en el cual se implica los siguientes requisitos:

- Auditorias periódicas
- Compromiso en las prácticas de comercio justo.

La certificación Fair Trade permitirá a Tatora Sisa fortalecer su posicionamiento en el mercado, garantizando beneficios para productores, trabajadores y consumidores. Con una implementación efectiva de esta estrategia, la empresa podrá alcanzar la certificación en 2025 y expandir su impacto en el sector de comercio justo.

4.2.3.4. Costos generados en la plataforma de FLOCERT

Figura 14

Costes estimados certificación FLOCERT año 1.



Nota. Creado por: Anahí Chalán mediante datos de la empresa introducidos en la herramienta de cálculo FLOCERT.

Figura 15

Costes estimados certificación FLOCERT año 1.



Nota. Creado por: Anahí Chalán mediante datos de la empresa introducidos en la herramienta de cálculo FLOCERT.

En las siguientes tablas generada a partir de los datos introducidos en la herramienta de cálculo de la página de certificación FLOCERT se basan estimaciones donde cubre cualquier entidad adicional, categorías de productos adicionales o grandes volúmenes que se pretenda comercializar se debe tomar en cuenta que esta estimación puede variar con cambios mínimos en los resultados para la certificación de la empresa totora sisa.

Tabla 4*Resultados estimaciones de costes primer año (FLOCERT)*

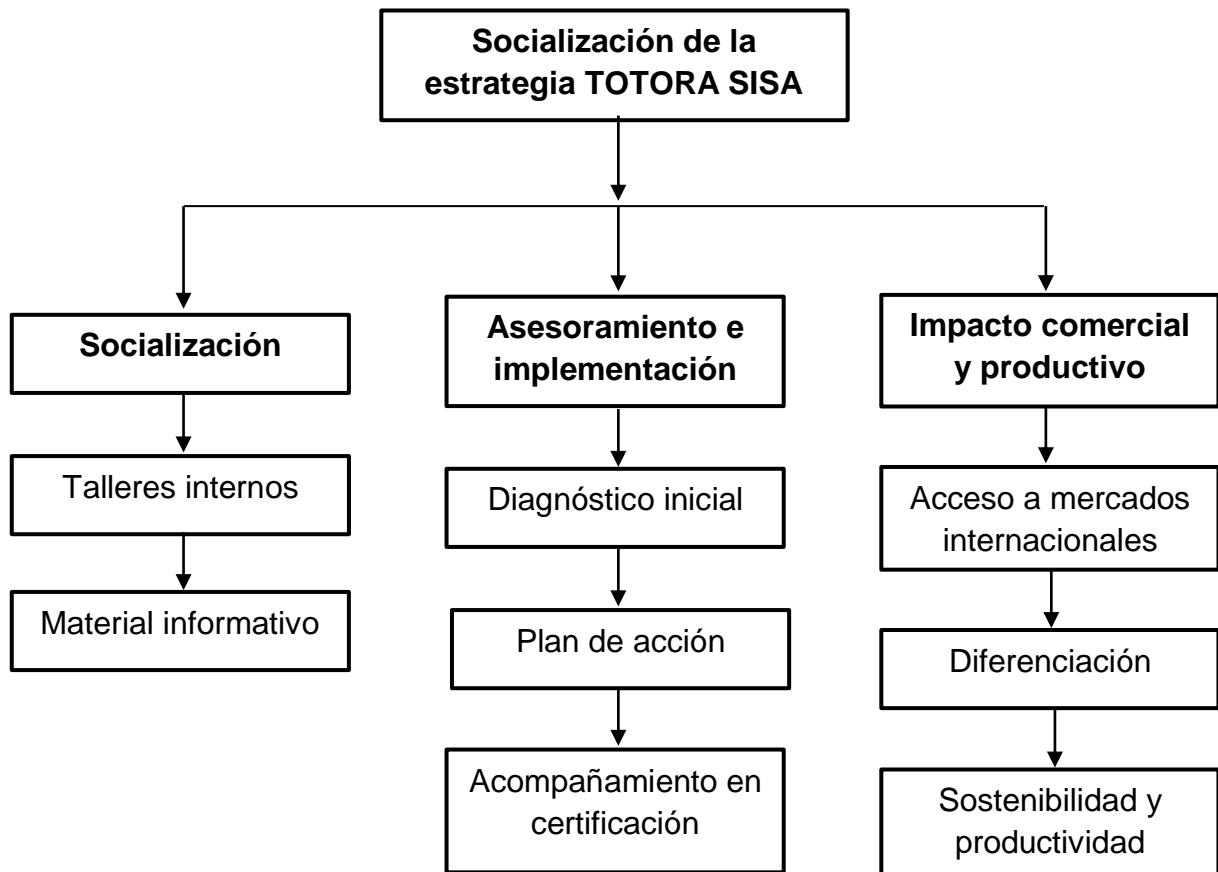
Costes estimados para su primer año de certificación Totorá Sisa	
Tasa de solicitud	643 \$
Tasa de certificación del primer año	1758 \$
Tasa de tramitación del primer año	701 \$
Pago Inicial	3102 \$
Pago Mensual	259 \$

Tabla 5*Resultados estimaciones de costes segundo año (FLOCERT)*

Costes estimados para su segundo año de certificación Totorá Sisa	
Tasa de certificación del segundo año	1434 \$
Tasa de tramitación del segundo año	558 \$
Pago Inicial	1992 \$
Pago Mensual	166 \$

A pesar de los costos de la certificación la empresa totora sisa puede llegar a generar beneficios económicos mediante el acceso a los diferentes mercados internacionales que están después a pagar precios más elevados o Premium por estos productos certificados.

Figura 16*Socialización de la estrategia de comercio justo en la empresa.*



Se socializará la implementación del comercio justo utilizando charlas informativas y talleres de inserción con la finalidad de explicar cuáles son los beneficios del comercio justo en la empresa y de cómo se deberá aplicar la nueva estructura en los aspectos antes mencionados bajo la situación actual de la empresa.

Mostrando ejemplos de empresas nacionales que aplican las prácticas de comercio justo como Maquita Cushunchic una de las principales de Ecuador que trabaja con el comercio justo los cuales tiene acceso a diferentes mercados pro tanto tienen mayor alcance de comercialización actualmente la marca pakari recientemente fue reconocido con prácticas de comercio justo el cual le permite ganar mercado y reconocimiento gracias a sus prácticas sostenibles.

Al realizarla situación actual de la empresa se obtuvo una información detallada de si la empresa está en condiciones para ingresar a la certificación de comercio justo se vio algunas novedades sin embargo se pudo destacar en que son menores por lo que se observó que para la empresa no sería un cambio drástico al

aportar por la certificación ya que se caracterizan por los principales puntos que requiere el comercio justo.

En lo que es el plan de acción se determinó que la empresa debe restablecer su estructura en tanto a lo que se refiere las conferencias y talleres dirigidos hacia la comunidad con fortalecer la sostenibilidad en tanto a lo que es la materia prima para esto se necesita realizar conferencias tanto con directivos de la empresa como los diferentes artesanos de las 4 comunidades que producen las artesanías a base de totora sobre la mejora de sostenibilidad como:

- Usar tintes naturales o biodegradables para reducir el impacto ambiental.
- Optimizar el uso del agua en el procesamiento de la totora.

En el plan de acción de implementación de estrategias de comercio justo es necesario guiar a la empresa en este proceso de certificación de tal manera que se asegure de cumplir con las auditorias y los requisitos que requiere el Fair Trade internacional.

4.2.3.5. Impacto en el Aspecto Comercial y Productivo

La empresa Totorá Sisa tendrá mayor acceso a mercados internacionales con la certificación ya sea mercados potenciales como Estados Unidos y Europa donde los consumidores valoran los productos éticos y sostenibles. Además, la empresa contaría con una diferenciación con la cual podría posicionarse como un producto diferenciado su marca como una marca responsable aumentando su competitividad en el mercado de esta manera también el adoptar las prácticas de comercio justo mejorarían la eficiencia y sostenibilidad de la producción asegurando mejores condiciones tanto para los trabajadores como para las comunidades.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Se analizó cada aspecto de la empresa mediante los resultados obtenidos de la situación actual de la empresa y de cómo el comercio justo beneficia a la empresa Totora Sisa.
- Se demostró que la estrategia de comercio justo mejoraría diferentes aspectos de la empresa significativamente y que de esta manera si al empresa opta y da un paso hacia la certificación para aumentar su comercialización y demanda en diferentes mercados generando así un margen de estabilidad moderado cumpliendo con la prácticas sostenibles y tratos equitativos para los que laboran en la empresa en esta estrategia se detalla los pasos que son necesarios seguir para la certificación y que le producto de la empresa salga con este certificado lo cual promueve que este producto se atractivo no solo por la apariencia si no que genere un plus que es el comercio justo además usando este como un medio para determinar en las redes sociales haciendo atractivo al producto en los diferentes términos así también no solo el producto ganaría un mercado ético y sostenibles sino también la parroquia donde esta se encuentra ubica ya que al promocionar este producto se optaría por promover de qué manera la empresa lleva a sostenibilidad encasa proceso de producción desde la extracción del a materia prima contando un history telling promocionando a la empresa y a la vez atraer turistas interesados generando un impacto económico y turístico a la parroquia y a las diferentes comunidades que lo conforman ya que durante años estos han mostrado un interés por crear atractivos turísticos al estar en las orillas del lago san pablo.

BIBLIOGRAFÍA

- CEPAL, & ONU. (2024, marzo 7). *Comercio Justo en América Latina y el Caribe*. CEPAL. <https://biblioguias.cepal.org/comerciojusto>
- Ceccon, B. (2008). *El Comercio Justo en América Latina: Perspectivas y Desafíos*.
- CELAC, & FAIRTRADE. (2022). *¿Qué es el Comercio Justo?* <https://clac-comerciojusto.org/comercio-justo-3/>
- CEPAL. (2017, diciembre 12). *El comercio justo, un aliado para el cumplimiento de la Agenda 2030*. <https://www.cepal.org/es/noticias/comercio-justo-un-aliado-cumplimiento-la-agenda-2030>
- Chiang, A. G. (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? En *POLIS* (Vol. 7, Número 1).
- Connect Americas. (2015). *¿Qué es la Certificación de Comercio Justo y cómo funciona?* <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-es-la-certificaci%C3%B3n-de-comercio-justo-y-c%C3%B3mo-funciona>
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2017, noviembre 12). *Fairtrade: el sello pionero del Comercio Justo*. <https://comerciojusto.org/fairtrade-el-sello-pionero-del-comercio-justo/>
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2025, marzo 14). *Qué es el Comercio Justo*. <https://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/>
- EMAUS, F. S., & Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2025). *El Comercio Justo como herramienta de cooperación al desarrollo*. 1, 1–16.
- Fair Trade Federation. (2025). *A Brief History of Fair Trade*. www.fairtradefederation.org.
- Fairtrade International. (2025, marzo 2). *Fairtrade organisations and businesses*. <https://www.fairtrade.net/en/about/fairtrade-global-network/fairtrade-organisations.html>
- Fernandez, F. J. (2017). *ESTUDIO DE MERCADO*. LULU COM.
- Grefa-Parra, D. H., Arguello-Guadalupe, C. S., Parra-León, V. J., & Salas-Castelo, E. M. (2021). Estudio de mercado para el diseño de un producto agroturístico: Una estrategia para el comercio justo en la agricultura. *Dominio de las Ciencias*, 7(4), 1270–1291.
- Hinojosa, J. (2016). *Estrategias de comercialización para incrementar el nivel de ingresos de la empresa comunitaria Totora Sisa, de la parroquia San Rafael*. 1, 1–130.

<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/5033/1/PIUIADM004-2016.pdf>

- International Initiative for Impact Evaluation. (2010). *En buena ley: mejor participación en el mercado, más beneficios gracias al comercio justo*. <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1229/3ie%20-%20Beneficios%20del%20comercio%20justo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Intriago, E. (2024). *PLAN ESTRATÉGICO DEL TRATAMIENTO DE RESIDUOS SÓLIDOS CON ESTACIONES DE TRANSFERENCIAS PARA LA PROVINCIA DE SANTA ELENA*.
- La Hora. (2018, enero 9). *Totora Sisa, un emprendimiento que une a más de 20 familias kichwas* – *Diario La Hora*. https://www.lahora.com.ec/secciones/totora-sisa-un-emprendimiento-que-une-a-mas-de-20-familias-kichwas/#google_vignette
- Marcillo César, Angulo Sagrario, Rosero Vanessa, & Tapia Rubén. (2016). *Vive Comercio Justo. i*.
- Ministerio de Producción, C. E. I. y P. (2021). *Anuario de exportaciones del sector asociativo y comercio justo 2021*.
- Montserrat, J. O. (2014). Estabilidad laboral y flexiseguridad. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 7, 51–68.
- Muñiz-Jaime, L., Vinuesa-Ramírez, M., Ayón-Ponce, G., & Curimilma-Huanca, O. (2019). El comercio justo como alternativa para desarrollar estrategias en beneficio de los productores. *Dominio de las Ciencias*, 5, 589. <https://doi.org/10.23857/dc.v5i3.954>
- Navarro, S. (2015, mayo 12). *Comercio justo y Artesanía*. Blog personal. <https://www.silvananavarro.com/post/2015/05/12/comercio-justo-y-artesan%C3%ADa>
- Oxfam, I. (2024, septiembre 9). *La Relación entre la Sostenibilidad y el Comercio Justo: Un Análisis Detallado*. Tierra madre. <https://www.tierramadre.org/sin-categorizar/la-relacion-entre-la-sostenibilidad-y-el-comercio-justo-un-analisis-detallado/>
- Procomer CR. (2019, enero 24). *Crece el consumo de productos sostenibles en EE. UU. - Procomer Costa Rica*. Alertas Comerciales. https://www.procomer.com/alertas_comerciales/crece-el-consumo-de-productos-sostenibles-en-usa/
- Salazar, L., & Ospina, Y. (2019). *Satisfacción laboral y desempeño*. https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/9384/Satisfacci%C3%B3n%20laboral_desempe%C3%B1o.pdf?sequence=1&isAllowed=y


Sarli, R. R., & González, I. (2015). Análisis FODA : una herramienta necesaria. *Revista de la Facultad de Odontología, Vol. 9, 1.*

Solano-Solano, J., Flores-Tabara, V., & Vizueta-Silva, S. (2023). COMERCIO JUSTO, PERSPECTIVAS, DESAFÍOS Y CASOS DE ÉXITO AL SUR DEL ECUADOR. *Desafíos y oportunidades de desarrollo sostenible: contribuciones desde diferentes dimensiones de la empresa*, 161–183.
<https://doi.org/10.22533/AT.ED.4392322119>

Váldez, E., & Lázaro, E. (2015). *Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano*. 1, 23–29. <http://rus.ucf.edu.cu/>

ANEXOS

ANEXO 1. Carta de Validación

 **CARTA DE VALIDACIÓN**

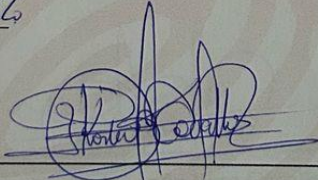
Yo, Msc. Karla Amanda Pozo Cevallos, titular de la cédula de identidad N° 100274862-0. Docente Tiempo Completo y directora de Carrera de Comercio de la Universidad de Otavalo, mediante la presente hago constatar que el instrumento utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación denominado: "ESTRATEGIA DE COMERCIO JUSTO PARA LA COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS DE TOTORA DE LA MICROEMPRESA TOTORA SISA 2025", elaborado por la estudiante de la Universidad de Otavalo.

Nombres Apellidos	N° de Cédula
Sisa Anahi Chalan Tituaña	105018124-5

La estudiante antes mencionada se considera aspirante al título de Licenciada en Comercio Exterior. Una vez efectuada la revisión correspondiente al instrumento **entrevista**, expreso que el Proyecto de Investigación reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean.

ÍTEM	DEFICIENTE 20%	ACEPTABLE 40 AL 60%	BUENO 61 AL 80%	MUY BUENO 81 AL 90%	EXCELENTE 91 AL 100%
Congruencia de ítems					X
Amplitud de contenidos					X
Redacción de ítems					X
Claridad y precisión					X
Pertinencia					X

Promedio de la valoración: 99%

Firma 

Msc. Karla Amanda Pozo Cevallos
Carrera Comercio Exterior
Universidad de Otavalo

Ciudadela IOA, Av. de los Sarances s/n y Pendoneros
593 (06) 2920 009 / 593 (06) 920 461 / 593 (06) 2 923 850
Otavalo - Ecuador

www.uotavalo.edu.ec

ANEXO 2. Carta de Validación



CARTA DE VALIDACIÓN

Yo, Msc. Karla Amanda Pozo Cevallos, titular de la cédula de identidad N° 100274862-0. Docente Tiempo Completo y directora de carrera de la Universidad de Otavalo, mediante la presente hago constatar que el instrumento utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación denominado: "ESTRATEGIA DE COMERCIO JUSTO PARA LA COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS DE TOTORA DE LA MICROEMPRESA TOTORA SISA 2025", elaborado por la estudiante de la Universidad de Otavalo.

Nombres Apellidos	N° de Cédula
Sisa Anahi Chalan Tituaña	105018124-5

La estudiante antes mencionada se considera aspirante al título de Licenciada en Comercio Exterior. Una vez efectuada la revisión correspondiente al instrumento **encuesta**, expreso que el Proyecto de Investigación reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean.

ÍTEMS	DEFICIENTE 20%	ACEPTABLE 40 AL 60%	BUENO 61 AL 80%	MUY BUENO 81 AL 90%	EXCELENTE 91 AL 100%
Congruencia de ítems					X
Amplitud de contenidos					X
Redacción de ítems					X
Claridad y precisión					X
Pertinencia					X

Promedio de la valoración: 98%

Firma

Msc. Karla Amanda Pozo Cevallos
Carrera Comercio Exterior
Universidad de Otavalo

ANEXO 3. Carta de Validación



CARTA DE VALIDACIÓN

Yo, PhD. Marlon Santiago Leal Paredes, titular de la cédula de identidad N° 100361698-2. Docente Tiempo Completo de la Universidad de Otavalo, mediante la presente hago constatar que el instrumento utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación denominado: "ESTRATEGIA DE COMERCIO JUSTO PARA LA COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS DE TOTORA DE LA MICROEMPRESA TOTORA SISA 2025", elaborado por la estudiante de la Universidad de Otavalo.

Nombres Apellidos	N° de Cédula
Sisa Anahi Chalan Tituaña	105018124-5

La estudiante antes mencionada se considera aspirante al título de Licenciada en Comercio Exterior. Una vez efectuada la revisión correspondiente al instrumento **entrevista**, expreso que el Proyecto de Investigación reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean.

ÍTEMS	DEFICIENTE 20%	ACEPTABLE 40 AL 60%	BUENO 61 AL 80%	MUY BUENO 81 AL 90%	EXCELENTE 91 AL 100%
Congruencia de ítems					100
Amplitud de contenidos					100
Redacción de ítems					100
Claridad y precisión					100
Pertinencia					100

Promedio de la valoración: 100

Firma _____

PhD. Marlon Santiago Leal Paredes
Docente Tiempo Completo
Universidad de Otavalo

ANEXO 4. Carta de Validación



CARTA DE VALIDACIÓN

Yo, PhD. Marlon Santiago Leal Paredes, titular de la cédula de identidad N° 100361698-2. Docente Tiempo Completo de la Universidad de Otavalo, mediante la presente hago constatar que el instrumento utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación denominado: "ESTRATEGIA DE COMERCIO JUSTO PARA LA COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS DE TOTORA DE LA MICROEMPRESA TOTORA SISA 2025", elaborado por la estudiante de la Universidad de Otavalo.

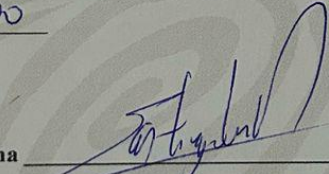
Nombres Apellidos	N° de Cédula
Sisa Anahi Chalan Tituaña	105018124-5

La estudiante antes mencionada se considera aspirante al título de Licenciada en Comercio Exterior. Una vez efectuada la revisión correspondiente al instrumento **encuesta**, expreso que el Proyecto de Investigación reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean.

ÍTEMS	DEFICIENTE 20%	ACEPTABLE 40 AL 60%	BUENO 61 AL 80%	MUY BUENO 81 AL 90%	EXCELENTE 91 AL 100%
Congruencia de ítems					100
Amplitud de contenidos					100
Redacción de ítems					100
Claridad y precisión					100
Pertinencia					100

Promedio de la valoración: 100

Firma


PhD. Marlon Santiago Leal Paredes.
Docente Tiempo Completo
Universidad de Otavalo

Ciudadela IOA, Av. de los Sarances s/n y Pendoneros
593 (06) 2920 009 / 593 (06) 920 461 / 593 (06) 2 923 850
Otavalo - Ecuador

ANEXO 5. Carta de Validación



CARTA DE VALIDACIÓN

Yo, Msc. Edwin Johnatan Maji Caiño, titular de la cédula de identidad N° 040163662-6. Docente a Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo, mediante la presente hago constatar que el instrumento utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación denominado: "ESTRATEGIA DE COMERCIO JUSTO PARA LA COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS DE TOTORA DE LA MICROEMPRESA TOTORA SISA 2025", elaborado por la estudiante de la Universidad de Otavalo.

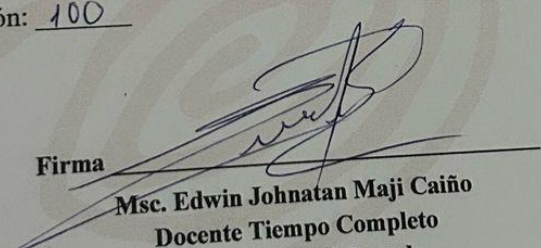
Nombres Apellidos	N° de Cédula
Sisa Anahi Chalan Tituaña	105018124-5

La estudiante antes mencionada se considera aspirante al título de Licenciada en Comercio Exterior. Una vez efectuada la revisión correspondiente al instrumento **encuesta**, expreso que el Proyecto de Investigación reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean.

ÍTEMS	DEFICIENTE 20%	ACEPTABLE 40 AL 60%	BUENO 61 AL 80%	MUY BUENO 81 AL 90%	EXCELENTE 91 AL 100%
Congruencia de ítems					100
Amplitud de contenidos					100
Redacción de ítems					100
Claridad y precisión					100
Pertinencia					100

Promedio de la valoración: 100

Firma


Msc. Edwin Johnatan Maji Caiño
Docente Tiempo Completo
Universidad de Otavalo

Ciudadela IOA, Av. de los Sarances s/n y Pendoneros
593 (06) 2920 009 / 593 (06) 920 461 / 593 (06) 2 923 850
Otavalo - Ecuador


Anexo 6. Entrevista

OTAVALO
Libres y unidos en la diversidad

Entrevista: Comercio Justo y su Aplicación en Tatora Sisa

Objetivo: Entender cómo Tatora Sisa implementa el concepto de comercio justo y su impacto en la empresa y la comunidad.

Entrevistado: José Aguilar
Cargo: presidente
Fecha de la entrevista: 28/02/2025



1. Para comenzar, ¿puede contarnos un poco sobre la historia de Tatora Sisa y cómo llegó a establecerse en el mercado?

No nos hemos establecido en el mercado sin embargo tenemos clientes que llevan en cantidad por lo que de esta manera se ha ido forjando la empresa.

Estamos 23 años, 35 personas, nacionales -
Vinejo profesor de Bolivia chile, abono -
ropas personas solo cliente nacional
microempresa. Maqui para shán, totora sisa.
pequeña 30 mineros. GAO, gestiona y mantiene 5

2. Usted está dispuesto bajo estos parámetros a reestructurar la empresa para incluir el comercio justo en sus procesos de comercialización aun cuando tenga que invertir un poco más?

Esta bien cooperativamente pero si el comercio justo no brinda
Es un trabajo en conjunto. protección igualdad y cuidar el medio ambiente
Cada cual trabaja en su zona y lo estamos dispuesto a hacer conocer ya
Nueva la empresa que la empresa quiere llegar a diferentes
lugares con el producto pero por ahora solo en ferias.

3. ¿Está familiarizado con el concepto de "comercio justo"? ¿Cómo definiría este término desde su perspectiva?

La comercialización es en las ferias en Quito, Cuenca, machachi, nacionales por esto pienso que comercio justo es tener una buena comunicación y organización dentro de la empresa y que impongan precios justos para todos.


4. El comercio justo es un modelo que busca garantizar condiciones laborales justas, un trato equitativo a los trabajadores y una distribución más justa de los ingresos, además de promover la sostenibilidad y el respeto por los derechos humanos. Qué opina sobre este concepto?

Me parece que eso está bien por que en nosotros los indígenas es importante tener un buen trato para todos, pienso que también tenemos desde pequeño preservar la naturaleza y lo que está al rededor.

Ciudadela IOA, Av. de los Sarances s/n y Pendoneros
593 (06) 2920 009 / 593 (06) 920 461 / 593 (06) 2 923 850
Otavalo - Ecuador

www.uotavalo.edu.ec

Anexo 7. Entrevista

 UNIVERSIDAD DE
OTAVALO
Libres y unidos en la diversidad

5. ¿Considera que la implementación del comercio justo podría mejorar la calidad de los productos que elaboran?

- Avanza a lo que pide
- llamas, concertos, navidades, muebles, camas, papel de plvra

pienso que mejorara la calidad por que aplicariamos mas capacitaciones de la forma de producir. y tambien ayuda en que promocionan.

6. El comercio justo también fomenta la creación de relaciones más transparentes entre los empleadores y los trabajadores. ¿Cree que esto podría mejorar la comunicación y el ambiente laboral en Totorá Sisa?

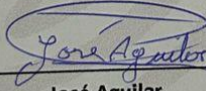
Nosotros trabajamos todos entre los de la empresa desde el principio cuando comenzamos con la asociación makipashun donde comenzo y nacio la idea de comenzar la empresa Totorá Sisa.
Por si uno que podriamos mejorar con la comunidad.

7. Además de condiciones de trabajo justas, el comercio justo busca mejorar la calidad de los productos elaborados. ¿Cree que este enfoque podría aplicarse a las artesanías de totora que producen en la empresa?

Nosotros en la empresa trabajamos todos por igual llevandonos al hogar en caso de presentarse algun problema para que se sientan menor oprimidos por el trabajo y los sientan como un hogar.

Conclusión

Agradecemos mucho su tiempo y sus respuestas. Esta entrevista nos permitirá entender mejor el compromiso de Totorá Sisa con el comercio justo.



José Aguilar

PRESIDENTE DE LA EMPRESA TOTORA SISA

Ciudadela IOA, Av. de los Sarances s/n y Pendoneros
593 (06) 2920 009 / 593 (06) 920 461 / 593 (06) 2 923 850
Otavalo - Ecuador

www.uotavalo.edu.ec