

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

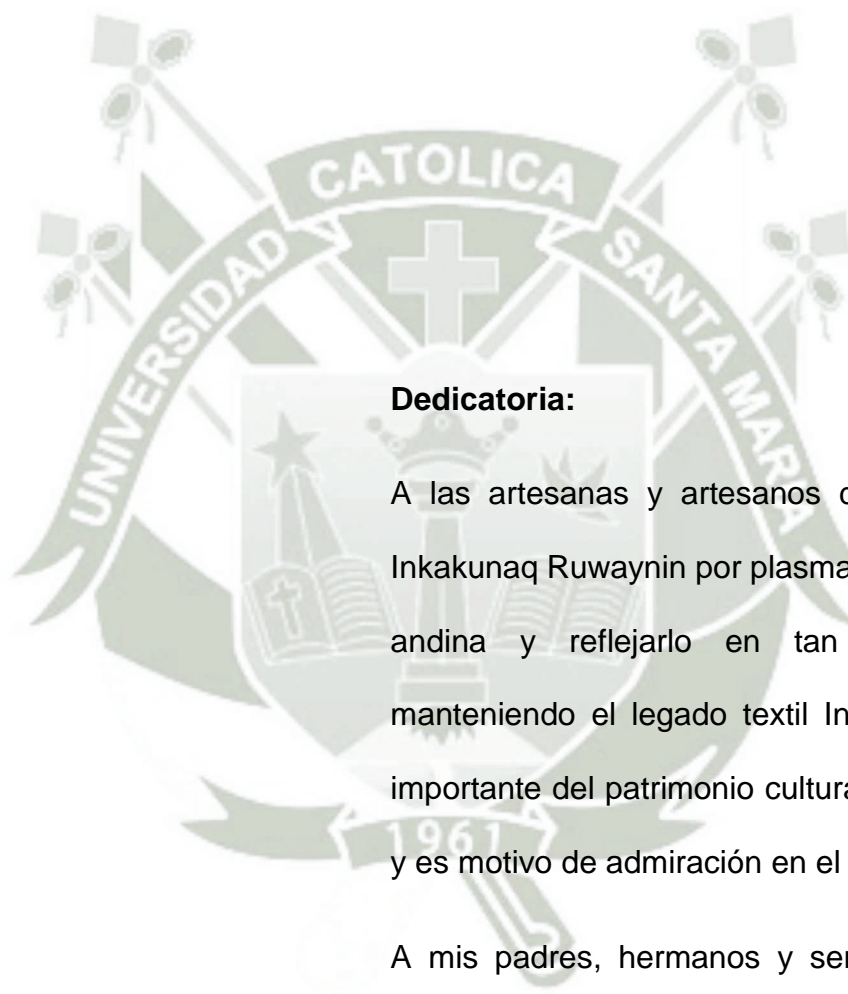


INFLUENCIA DE LA APLICACIÓN DEL MODELO COMERCIO JUSTO EN EL DESARROLLO DE LA ASOCIACIÓN CENTRAL DE ARTESANAS Y ARTESANOS TRADICIONALES DEL SUR ANDINO "INKAKUNAQ RUWAYNIN", CUSCO, PERIODO 2004-2016

Tesis Presentado por la Bachiller:
RAISSA ALEXSANDRA CÁCERES
BENAVIDES

Para optar al título profesional de:
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN
FINANZAS


**Arequipa – Perú
2016**



Dedicatoria:

A las artesanas y artesanos de la Asociación Inkakunaq Ruwaynin por plasmar su cosmovisión andina y reflejarlo en tan bellos tejidos, manteniendo el legado textil Inca que es parte importante del patrimonio cultural que poseemos y es motivo de admiración en el mundo.

A mis padres, hermanos y seres queridos por motivarme durante todo el proceso de mi vida universitaria, y enseñarme que solo con trabajo arduo y continuo se consiguen grandes metas.



Agradecimientos:

A mi madre por ser fuente de inspiración diaria.

Al Centro Bartolomé de las Casas, especialmente a la Srta. Sonya Diaz, Sra. Eva Becker y Sr. Pabel Aimituma por facilitarme el proceso de recolección de información y monitorear amablemente el desarrollo de esta tesis.

Índice general

Índice de anexos	V
Índice de Cuadros	VI
Índice de figuras.....	VII
Índice de mapas.....	IX
Índice de tablas.....	X
Glosario de Términos.....	XI
Resumen	1
Abstract.....	3
Capítulo 1. MARCO TEÓRICO	5
1.1 Comercio Justo.....	5
1.1.1 Definición de comercio justo	5
1.1.2 Historia del comercio justo	6
1.1.3 Criterios para un comercio justo	9
1.1.4 Principios del comercio justo.....	9
1.1.5 Cómo funciona el comercio justo	49
1.1.6 Tipos de productos de comercio justo.....	55
1.1.7 El comercio justo como herramienta de cooperación al desarrollo.....	60
1.1.8 Casos de éxito del Comercio Justo.....	63
1.1.9 Consumidor Responsable	67
1.2 Artesanía Textil Tradicional	70
1.2.1 Definición de Artesanía Textil Tradicional	70
1.2.2 Proceso de Producción del Tejido.....	71
1.2.3 Tipos de productos	75
1.2.4 Diseños tradicionales	80
1.3 La Asociación de Artesanas y Artesanos del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin”	86
1.3.1 Ubicación	86
1.3.2 Reseña Histórica	87
1.3.3 Organigrama	91
1.3.4 Finalidad.....	92
1.3.5 Objetivos	92
1.3.6 Derechos y deberes de los asociados	93
Capítulo 2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	95
2.1 Comparación del Modelo comercio justo con el Modelo de libre mercado	95

2.1.1 Precio de producto	95
2.1.2 Capacidad productiva	98
2.1.3 Cadena de comercialización	99
2.2 Influencia del modelo Comercio Justo en el desarrollo de la asociación	104
CONCLUSIONES.....	135
RECOMENDACIONES.....	139
REFERENCIAS	140
ANEXOS.....	148



Índice de anexos

Anexo N° 1: Artesanas de la Comunidad de Chari hilando.....	148
Anexo N° 2: Artesanas de la Comunidad de Chari recibiendo una capacitación impartida por CBC..	148
Anexo N° 3: Artesanas de la Comunidad de Chari participando en una capacitación impartida por CBC	149
Anexo N° 4: Representante de CBC capacitando a las artesanas de la Comunidad de Chari	149
Anexo N° 5: Artesanas de la Comunidad de Ccachín hilando	150
Anexo N° 6: Representante de CBC coordinando con las artesanas de la Comunidad de Ccachín	150
Anexo N° 7: Artesanas Textiles de la Comunidad de Ccachín hilando.....	151
Anexo N° 8: Artesanas de la Comunidad de Ccachín haciendo el escarmenado e hilado de la lana ...	151
Anexo N° 9: Artesana de la Comunidad de Ccachín utilizando la técnica de tejido artesanal telar de cintura	152
Anexo N° 10: Comunidad de Ccachín.....	152
Anexo N° 11: Artesanas de la Comunidad de Choquecancha.....	153
Anexo N° 12: Representante de CBC coordinando con las artesanas de la Comunidad de Choquecancha	153
Anexo N° 13: Representante de CBC tomando notas sobre las ideas de las artesanas de la Comunidad de Choquecancha	154
Anexo N° 14: Coordinaciones de CBC con las artesanas de la Comunidad de Huarán	154
Anexo N° 15: Conversatorios de representantes de CBC y Backus con las artesanas de la Comunidad de Huarán.....	155
Anexo N° 16: Artesano de la Comunidad de Huarán	156
Anexo N° 17: Artesanas de la Comunidad de Huarán tejiendo	156
Anexo N° 18: Encuesta realizada a los artesanos	157
Anexo N° 19: Resultados SPSS de las encuestas	158
Anexo N° 20: Entrevistas Estructuradas.....	167
Anexo N° 21: Plan de Tesis.....	168

Índice de Cuadros

Cuadro N° 01: Organigrama de la Asociación de Artesanas y Artesanos del Sur Andino "Inkakunaq Ruwaynin"	91
---	----



Índice de figuras

Figura N° 01: Trasquilado de un ovino	71
Figura N° 02: Hilado de fibras.....	72
Figura N° 03: Teñido de fibras	73
Figura N° 04: Torcido de hilos	73
Figura N° 05: Urdido de hilos	74
Figura N° 06: Tejido de hilos	75
Figura N° 07: Pasadizos.....	75
Figura N° 08: Mantas (Lliqllas).....	76
Figura N° 09: Ch'ullos.....	76
Figura N° 10: Chalinas	77
Figura N° 11: Chumpis.....	77
Figura N° 12: Ch'uspas	78
Figura N° 13: Tikllas	78
Figura N° 14: Monederos	79
Figura N° 15: Ponchos.....	79
Figura N° 16: Llaveros	79
Figura N° 17: Muñecos.....	80
Figura N° 18: Iconografía andina - Pumaq yupin.....	81
Figura N° 19: Iconografía andina - Q'énqo kuru.....	82
Figura N° 20: Iconografía andina - Inti partin	82
Figura N° 21: Iconografía andina - Chumpi ch'aska	83
Figura N° 22: Iconografía andina - Inti t'ika	83
Figura N° 23: Iconografía andina - Cruz pallay.....	84
Figura N° 24: Iconografía andina - Inca	85
Figura N° 25: Iconografía andina - Llama.....	85
Figura N° 26: Iconografía andina - Inti	86
Figura N° 27: Iconografía andina - Hamp'atu	86
Figura N° 28: Cadena de comercialización de la Asociación de Artesanas y Artesanos del Sur Andino "Inkakunaq Ruwaynin"	102
Figura N° 29: Cadena de comercialización en el Modelo de Libre Mercado.....	103
Figura N° 30: Ventas Anuales	107
Figura N° 31: Género.....	110
Figura N° 32: Lugar de trabajo	111
Figura N° 33: Existen condiciones de seguridad y sanitarias en el lugar de trabajo	112
Figura N° 34: Horas de trabajo	113
Figura N° 35: Frecuencia de capacitaciones.....	115
Figura N° 36: Tipo de capacitaciones.....	116
Figura N° 37: Existe un control de cantidad de artesanías	117
Figura N° 38: Existe un control de calidad de artesanías	118
Figura N° 39: Quién controla la calidad y cantidad de productos	119
Figura N° 40: Conocimiento de derechos y deberes dentro de la asociación	121
Figura N° 41: Conocimiento de proyectos o negociaciones actuales de la asociación.....	122
Figura N° 42: Parte del proceso productivo en el que participan sus hijos	124
Figura N° 43: Tipo de seguro médico.....	125
Figura N° 44: Tienen los hijos de los artesanos un acceso adecuado a servicios educativos	129

Figura N° 45: Qaqasunkha (Tillandsia usneoides)	130
Figura N° 46: Qulli (Buddaleia Coriacea)	130
Figura N° 47: Ch'íllka (Baccharis bolianta)	131
Figura N° 48: Kinsak'uchu	131
Figura N° 49: Collpa.....	132
Figura N° 50: Orina humana.....	132
Figura N° 51: Sal	133
Figura N° 52: Limón.....	133
Figura N° 53: Piedra de alumbre	133



Índice de mapas

Mapa N° 01: Ubicación de la tienda principal de la Asociación de Artesanas y Artesanos del Sur Andino "Inkakunaq Ruwaynin" 87



Índice de tablas

Tabla N° 01: Número de artesanos pertenecientes a la asociación.....	89
Tabla N° 02: Precio por producto.....	96
Tabla N° 03: Composición del precio de venta.....	97
Tabla N° 04: Capacidad Productiva.....	99
Tabla N° 05: Actividades Económicas.....	105
Tabla N° 06: Horas de trabajo.....	113
Tabla N° 07: Frecuencia de capacitaciones.....	115
Tabla N° 08: Tipo de capacitaciones.....	116
Tabla N° 09: Quién controla la calidad y cantidad de productos.....	119
Tabla N° 10: Parte del proceso productivo en el que participan sus hijos.....	123
Tabla N° 11: Tipo de seguro médico.....	125
Tabla N° 12: Acceso a servicios de agua potable.....	126
Tabla N° 13: Acceso a servicios de luz.....	126
Tabla N° 14: Acceso a servicios de desagüe.....	127



Resumen

El Comercio Justo es un modelo alternativo de gestión que establece relaciones comerciales entre productores y compradores basados en confianza, equidad, colaboración e intereses compartidos en favor del desarrollo y un comercio sostenible y justo. El objetivo primordial de este modelo es mejorar la calidad de vida de trabajadores y productores en desventaja socioeconómica. Está cimentado en 3 pilares primordiales: social, económico y medioambiental; los cuales se rigen en base a una serie de principios que aseguran su desarrollo y sostenibilidad. Por tales motivos, la Asociación Central de Artesanas y Artesanos del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin” decide implementar los principios de Comercio Justo desde el año 2004 en beneficio de los artesanos que conforman la asociación.

El objetivo principal de este estudio es establecer la influencia del modelo Comercio Justo en el desarrollo de la Asociación de Artesanas y Artesanos Tradicionales del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin” de Cusco, periodo 2004-2015; así como: comprobar si la aplicación del modelo comercio justo beneficia a la asociación en comparación al modelo de libre mercado, a través del análisis de precio de producto, capacidad productiva y cadena de comercialización. Así mismo; determinar los progresos de la asociación que influyen directamente en el desarrollo económico, social y ambiental, tras la aplicación del modelo Comercio Justo.

El tipo de investigación de este estudio fue descriptivo, ya que se detalló la influencia de este modelo en la asociación estudiada. Comparativo, ya que fue necesario compararlo con el modelo de libre mercado para comprobar si su

aplicación beneficia a la asociación y exploratorio debido a que el tema Comercio Justo es relativamente nuevo y existe poca difusión sobre el sector textil artesanal tradicional en la Ciudad del Cusco.

Para la realización de este estudio fueron esenciales fuentes secundarias de información y el apoyo del Centro Bartolomé de las Casas para la recolección de información primaria. De esta manera, se procedió a realizar una encuesta a todos los artesanos integrantes de la asociación. Sin embargo, solo se obtuvieron 41 encuestas de los 54 artesanos debido a la ausencia de algunos artesanos por la lejanía de las Comunidades en las que habitan de los centros de trabajo en donde se realizaron las encuestas.

El presente estudio es importante debido principalmente a que se estudia un modelo relativamente nuevo, en el que el principal actor y beneficiario es el productor o trabajador en base a su propio trabajo sin la recurrencia a asistencialismos. Así mismo, este estudio es interesante ya que se aprecia la dimensión de beneficio de pequeñas asociaciones de artesanos que aplican criterios de comercio justo sin poseer una certificación, es recomendable estudios posteriores que analicen el impacto socioeconómico de asociaciones certificadas y analizar la variación de beneficio para los artesanos. Y finalmente es importante porque puede motivar a que este caso de éxito de Comercio Justo pueda ser implantado y difundido en otras actividades económicas.

PALABRAS CLAVES: Comercio justo, Comercio artesanal

Abstract

Fairtrade is an alternative model of management that establishes commercial relations between producers and buyers based on trust, equity, collaboration and shared interests in favor of development and a sustainable and Fair Trade. The primary objective of this model is to upgrade worker's life and producers in socioeconomic disadvantage. It is laid the foundations of in 3 primary pillars: social, economic and environmental; which are subject to some principles that ensure their development and sustainability. For these reasons, The Central Association of Artisans of South Andean "Inkakunaq Ruwaynin" decided to implement the principles of Fairtrade to benefit the craftsmen who make up the association since 2004.

The main goal of this study is to establish the influence of Fairtrade in the development of the Association of Traditional Craftsmen Artisans and South Andean "Inkakunaq Ruwaynin" of Cusco, period 2004-2015; as well as verify if the application of the fair trade model benefits the association compared to liberal model, through the analysis of product price, production capacity and marketing chain. Likewise, determine the progress of the association which have a direct influence on economic, social and environmental development after the application of the Fair Trade model.

The type of research on this study was descriptive because it detailed the impact of application of mechanism on the association. Comparative, since it was necessary to compare it with liberal model to verify if its application benefits the association and exploratory because the topic fairtrade is relatively new and there is a little diffusion of traditional textile craft in Cusco.

To carry out this research were essential secondary sources of information and support of Centro Bartolomé de las Casas for collecting primary information. In this way, I proceeded to conduct a survey to members of craftsmen association. However, just 41 of the 54 artisans surveys was obtained due to the absence of some craftsmen by the remoteness of the communities where they live to workplace where the surveys were conducted.

This study is important mainly because is relatively a new model in wich the main actor and beneficiary is the producer and worker based on his own work without assistentialism. Also, this study is interesting because analyzes the dimention of benefit of small craftsmen´s associations who applying Fairtrade criteria without having a certification, it recommend subsequent studies to analyze the socioeconomic impact of certified associations and analyze the variation of benefit for artisans. And finally it is important because it can motivate that this case of success of Fair Trade can be implanted and spread in another economic activities.

KEYWORDS: Fair Trade, Craft trade

Glosario de Términos

- **CJ:** Comercio Justo
- **CBC:** Centro Bartolomé de las Casas
- **CODER:** Corporación para el Desarrollo Empresarial Rural
- **EFTA:** European Fair Trade Association
- **DED:** Deutscher Entwicklungsdienst
- **DIRCETUR:** Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
- **EED:** Evangelischer Entwicklungsdienst
- **FLO:** Fairtrade International
- **GATT:** General Agreement on Tariffs and Trade
- **IFAT:** The International Fair Trade Association
- **MINCETUR:** Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- **News!:** Red Europea de Tiendas del Mundo
- **OMC:** Organización Mundial del Comercio
- **OIT:** Organización Internacional del trabajo
- **PROMPERU:** Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
- **UNCTAD:** Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Capítulo 1. MARCO TEÓRICO

1.1 Comercio Justo

1.1.1 Definición de comercio justo

La definición de Comercio Justo aceptada internacionalmente, fue propuesta por World Fairtrade Organization y Fairtrade International (2009) “El Comercio Justo es una relación de intercambio comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente los del Sur. Las Organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están activamente comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.”

Según European Fair Trade Association, citada por Johnson, Pierre (2003) definición que compartimos, explica que el comercio justo es una “asociación comercial que apunta a un desarrollo sostenible para los productores excluidos o con desventajas. Busca realizarlo proponiendo mejores condiciones comerciales [a los productores], educando [a los consumidores] para provocar una toma de conciencia en torno al tema y llevando a cabo campañas.”

Sin embargo, según las palabras de Cotera Fretel, Alfonso (2007) citado por Coscione, Marco (2015) complementa el concepto indicando que: “El Comercio Justo no es sólo una estrategia de comercialización sino, además, de promoción de la producción local sustentable, la generación de empleo, relaciones de

equidad entre mujeres y hombres y entre generaciones, y de movilización de valores éticos culturales para el desarrollo del espacio local”.

Es por ello, que el término Comercio Justo, representa a una forma alternativa de comercio en el que se expone la importancia del comercio internacional como mecanismo para revertir la pobreza pero con reglas y prácticas más justas para productores y trabajadores rurales en desventaja, y de esta manera asegurar una mejor calidad de vida.

1.1.2 Historia del comercio justo

Según la información obtenida de World Fairtrade Organization Latin America (s.f.), Nicaise Guillaume (2004) y Fairtrade Labelling Organization (s.f.), la historia del Comercio Justo se desarrolla de la siguiente manera:

Desde los años 1940 – 50 datan los primeros indicios de Comercio Justo bajo la concepción de un comercio alternativo, que aseguraba los ingresos necesarios para brindar una calidad de vida óptima para los productores menos favorecidos, evitaba intermediarios innecesarios y garantizaba el ingreso a mercados internacionales. Es así que bajo esta premisa, la organización Ten Thousand Villages, ubicada en EE.UU, empezó a importar artesanías bordadas desde Puerto Rico. Luego se crea SERRV, que es una ONG encargada de favorecer la venta de productos del sur y Oxfam que realiza este mismo tipo de importaciones producidas por refugiados chinos pero desde una red en Inglaterra.

En 1964, en la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) bajo el lema “Comercio, no ayuda”, solicitó la aprobación de reglas de comercio más justa para productores del Sur en condiciones de desventaja.

De esta manera, se creó tiendas UNCTAD que comerciaban productos proveniente del Tercer mundo en Europa y tenían la entrada de sus productos libre de aranceles.

Pero no es hasta 1967, que se abre en Holanda la primera tienda importadora de Comercio Justo, denominada “tienda del tercer mundo” cuyo objetivo principal es vender los productos artesanales directamente, es decir, evitando intermediarios innecesarios. La iniciativa es un éxito, ya que luego de dos años, existían aproximadamente 120 tiendas que comerciaban estos productos; y a su vez, empieza a establecerse una red de tiendas solidarias en Holanda, Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica.

En 1971, se crea la primera cooperativa Jute Works en Dhaka - Bangladesh, que es el primer y mejor ejemplo de Comercio Justo; ya que representa actualmente, la producción de 4000 mujeres artesanas en 154 talleres.

En 1973, se empieza a comercializar el primer producto alimenticio: el café indio “Indio Solidarity Coffee” producido por cooperativas de Guatemala, lo que supuso un importante avance para el crecimiento de comercio justo. Actualmente, las cifras de comercialización de café justo han superado significativamente a los productos de café convencionales.

Simultáneamente entre 1970-80, cuando aumentaron las actividades en favor del comercio justo, se provocó la mejora de la calidad de productos y la incorporación de nuevos productos alimenticios como: te, miel, azúcar, frutos secos y artesanías.

En 1987, se agrupan 11 importadoras de productos del Sur y constituyen la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA), luego de dos años se crea IFAT,

actualmente denominada Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) que se está constituido por 400 organizaciones en todo el mundo.

En 1988, con el fin de extender la comercialización de productos de Comercio Justo, la organización holandesa de comercio alternativo “Solidaridad” crea un sello denominado “Max Havelaar” que garantiza el cumplimiento de una serie de principios, los que serán explicados posteriormente. Tal sello, alcanzó el 2% de las ventas totales de los Países Bajos. Luego surgen otros sellos: Transfair (en Alemania, Austria, Luxemburgo, Italia, los Estados Unidos, Canadá y Japón), el Sello Fairtrade en el Reino Unido e Irlanda, Rättvisemärkt en Suecia y Reilu Kauppa en Finlandia.

En 1997, se crea Fairtrade Labelling Organizations Internacional (FLO), que coordina todos los sellos de comercio justo con base en Bonn – Alemania, en el que se trata de armonizar los criterios y el proceso de certificación Fairtrade. Luego de 5 años, se lanza un nuevo Sello de Certificación Internacional de Comercio Justo llamado Fairtrade (International Fairtrade Certification Mark). Dicho sello, tiene como objetivo principal mejorar la visibilidad del sello en los estantes de los supermercados, facilitar el comercio internacional y simplificar los procedimientos de exportación.⁶¹

En 1998, se produce la introducción masiva del Comercio Justo en mercados del Norte, con 3000 puntos de venta en el mundo y 2500 en Europa.

En 2004, Fairtrade Labelling Organization se divide en dos organizaciones independientes, y son: FLO, que establece criterios de certificación y brinda apoyo a los productores y FLO-CERT, es una organización que inspecciona y certifica a los productores, así como, realiza auditorías a los comerciantes.

1.1.3 Criterios para un comercio justo

Según Johnson, Pierre (2003) el comercio justo se define por los siguientes criterios básicos:

- Establecer una relación directa entre productores y consumidores, evitando lo más posible los intermediarios y los especuladores.
- Aplicar un precio justo que permita al productor y su familia vivir dignamente.
- En caso de que los productores sean asalariados, respetar las condiciones de trabajo correspondiente al mínimo de las normas internacionales de la Oficina Internacional del Trabajo, o las del país, si éstas son superiores a las anteriores: respetar el derecho de asociación y prohibir el trabajo forzado.
- Autorizar un financiamiento parcial antes de la cosecha (en el movimiento del comercio justo, la tasa mínima es 60%), si así lo piden los productores.
- Establecer relaciones y contratos a largo plazo, basados en el respeto mutuo y la ética.

1.1.4 Principios del comercio justo

Los principios del Comercio Justo son los preceptos que deben ser aplicados en las empresas o asociaciones para poder afirmar que los productos poseen la característica de Comercio Justo y son capaces de acceder a la certificación. Tal certificación tiene como objetivo aumentar las ventas de los productores a través de cadenas de comercialización tradicionales y crear una marca de confianza que pueda ser reconocida por todos los consumidores.

Para este estudio consideramos los principios definidos por World Fairtrade Organization y Fairtrade International; ambos tipos de principios persiguen los mismos objetivos, sin embargo en profundidad los criterios de Fairtrade International son más específicos que los definidos por World Fairtrade Organization.

❖ World Fairtrade Organization (2013) establece 10 principios que las organizaciones que trabajan con comercio justo deben cumplir, los cuales son:

▪ Creación de oportunidades para productores en desventaja económica

La organización apoya para que los pequeños productores, trabajadores, cooperativas o asociaciones que trabajen con comercio justo pasen de una situación de pobreza y dependencia a una situación de autosuficiencia económica.

▪ Transparencia y rendición de cuentas

Las organizaciones son democráticas, transparentes en su gestión y comercialmente y los canales de comunicación son eficaces.

▪ Prácticas de comercio justas

El objetivo primordial es el bienestar económico, social y medioambiental de los miembros. Así mismo, es vital el cumplimiento de los contratos con las exigencias y tiempos determinados con los compradores, para lo cual se puede solicitar el pago por adelantado del 50% del pedido ya que los compradores conocen que se tratan de productores y trabajadores con desventajas económicas.

La organización mantiene socios comerciales de largo plazo que se caracterizan por ser relaciones de confianza, solidaridad y respeto mutuo. El comercio justo vela por la protección y difusión comercial de la identidad cultural y técnicas productivas de los miembros.

- Un precio justo

El precio justo está definido como aquel precio aceptado por las partes involucradas comercialmente, es decir es el precio aceptado por los productores que asegura su autosuficiencia y es un precio competitivo en el mercado. Es importante también garantizar el pago salarial sin distinciones de género.

- No al trabajo infantil ni al trabajo forzado

La organización debe asegurar que ningún trabajador labore forzosamente y que se cumplan las normativas sobre el trabajo infantil. En el caso del aprendizaje de artes u oficios tradicionales se espera que tales trabajos no interfieran con el bienestar, seguridad, educación ni recreación de los niños.

- Compromiso de no discriminación, igualdad de género, potestad económica de las mujeres y libertad de asociación

No existe ningún tipo de discriminación dentro de la organización (edad, género, raza, etc.). Además de fomentar el derecho de los trabajadores a formar sindicatos.

- Condiciones de trabajo dignas

La organización cumple mínimamente con los convenios de la OIT sobre las condiciones de trabajo en seguridad y salubridad. Así como las horas de trabajo, horas extra, etc.

- Desarrollo de capacidades

Se fomenta la creación de capacidades productivas, empresariales, financieras, acceso a mercados.

- Promoción del comercio justo

La organización hace uso de métodos de publicidad y marketing para concientizar a sus clientes sobre la necesidad de un comercio más justo, proporcionando información sobre los productos que ofrecen, como lo elaboran y quienes lo producen.

- Respeto por el medio ambiente

Las organizaciones productoras hacen uso de materias primas propias de las zonas que habitan de manera sostenible, reducen los desechos producidos y el consumo energético en la medida que sea posible, usan energías renovables y embalajes biodegradables.

❖ Fairtrade International (s.f.) distingue los principios en dos secciones:

principios comunes y específicos.

- Principios comunes: Los Criterios de Comercio Justo Fairtrade aplican a los pequeños productores, a los trabajadores y a sus organizaciones:

a) Desarrollo social:

Para los pequeños productores, Fairtrade exige una estructura organizativa que les permita realmente llevar un producto al mercado. Todos los miembros de la organización deben tener acceso a la toma de decisiones y, en la medida de lo posible, participar en las actividades de la organización. Dicha organización debe establecerse de manera transparente para sus miembros y no deberá discriminar ningún miembro o grupo social.

b) Desarrollo económico:

Para la mayoría de los productos, Fairtrade exige a la industria el pago de un Precio Mínimo de Comercio Justo y de una Prima de Comercio Justo a los productores. El Precio Mínimo de Comercio Justo permite al productor cubrir los costos de una producción sostenible. La Prima de Comercio Justo es dinero para que los productores o los trabajadores de una plantación inviertan en la mejora de sus condiciones de vida. El dinero de la Prima está destinado a mejorar la situación de las comunidades locales en cuestión de salud, educación, medio ambiente, economía, etc. Los productores o los trabajadores deciden por sí mismos cuales son las principales prioridades para ellos, y de acuerdo con ellas administran la Prima de Comercio Justo. Los Criterios de Comercio Justo Fairtrade exigen que los compradores otorguen un anticipo financiero de los contratos, denominado pre-financiamiento, si los productores así lo solicitan. Con ello se pretende ayudar a los

productores a acceder al capital y a superar lo que puede ser uno de los mayores obstáculos para su desarrollo. También intenta promocionar la iniciativa empresarial y puede ayudar al desarrollo económico de comunidades rurales enteras.

c) Desarrollo medioambiental:

Los Criterios de Comercio Justo Fairtrade incluyen requisitos para las prácticas agrícolas respetuosas del medio ambiente. Las áreas foco son: un 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, y el no uso de organismos genéticamente modificados. Sin embargo, no se exige certificación orgánica dentro de los Criterios de Comercio Justo Fairtrade. Si bien los costos para la producción orgánica son altos, éstos se tienen en cuenta dentro de los Precios Mínimos de Comercio Justo para productos de cultivo orgánico, que son más elevados.

d) Trabajo forzoso y trabajo infantil:

El trabajo forzoso y el trabajo infantil están prohibidos.

- Principios Específicos: A demás de los principios citados anteriormente, Fairtrade Organization (s,f) detalla los siguientes categorías de criterios específicos:

a) Criterios para Pequeños Productores

b) Criterios para Trabajo Contratado

- c) Criterios para Producción por Contrato
- d) Criterios para Comerciantes
- e) Criterios sobre el Clima

El presente estudio se enfoca en los criterios de pequeños productores, debido a que agrupa a los artesanos textiles analizados, es importante aclarar que los criterios que se mencionarán a continuación, son aquellos que la asociación estudiada debería aplicar para asegurar el cumplimiento de las prácticas de Comercio Justo y los criterios que no se mencionan fueron suprimidos, ya que son requisitos no aplicables a la organización debido a que el rubro de la asociación es artesanal no agrícola. Dichos criterios son de la autoría de Fairtrade International (2011).

Los requisitos en este Criterio son aplicables a organizaciones de productores de primer grado. El órgano de certificación interpretará los requisitos en este Criterio para las organizaciones de segundo y tercer grado. De este modo:

- Una organización de productores de primer grado es una organización de pequeños productores cuyos miembros legales son pequeños productores de forma individual.
- Una organización de productores de segundo grado es una organización de pequeños productores cuyos miembros legales son, única y exclusivamente, productores afiliados a organizaciones de primer grado. Una organización de productores de tercer grado es una organización de pequeños productores cuyos miembros legales son, única y exclusivamente, productores afiliados a organizaciones de segundo grado.

Criterios Específicos para Pequeños Productores:

1. Requisitos Generales

a. Certificación

- i. Usted debe aceptar las auditorías de sus instalaciones y locales, así como también de sus locales subcontratados y proporcionar información a petición del órgano de certificación
- ii. Usted debe nombrar a una persona de contacto para todos los asuntos de certificación. Esta persona debe mantener informado al órgano de certificación con los datos de contacto e información importante.

b. Los miembros son pequeños productores

- i. Usted es una organización de pequeños productores y por lo menos la mitad de sus miembros deben ser pequeños productores.

Orientación: Si sus miembros producen productos menos intensivos en mano de obra son pequeños productores si cumplen con las siguientes condiciones:

- El trabajo agrícola se realiza principalmente por los miembros y sus familias.
- No contratan trabajadores durante todo el año.

Si sus miembros producen productos más intensivos en mano de obra, son pequeños productores si cumplen con los criterios anteriores o los criterios que se enumeran a continuación:

- Contratan un número menor que el máximo de trabajadores permanentes.
- La extensión de tierra que cultivan es igual o inferior a la media de la región.

- Pasan la mayor parte de su tiempo trabajando en actividades agrícolas en sus fincas.
 - La mayor parte de sus ingresos provienen de sus fincas.
- ii. Al menos la mitad del volumen de producto de Comercio Justo Fairtrade que se vende como Comercio Justo Fairtrade al año debe ser producido por pequeños productores.

2. Comercio

Este capítulo describe las reglas que debe cumplir cuando vende productos de Comercio Justo Fairtrade de su organización.

a. Trazabilidad

- i. Usted sólo puede vender como Comercio Justo Fairtrade aquellos productos que proceden de sus miembros. Para las ventas de Comercio Justo Fairtrade debe separar físicamente los productos que fueron producidos por sus miembros de los productos de terceros, en todas las etapas hasta que el producto sea vendido.
- ii. Usted debe anotar el flujo del producto desde sus miembros hasta el primer comprador.
- Orientación: el flujo de producto debe incluir una descripción del proceso de acopio de sus miembros y el proceso de venta a sus compradores.
- iii. Usted debe llevar un registro de los productos obtenidos de sus miembros. Los registros deben indicar el nombre del miembro individual, la fecha de compra, el nombre del producto, el volumen y el precio recibido por el miembro.
- iv. Cuando usted venda un producto de Comercio Justo Fairtrade, debe identificar claramente en los documentos relacionados (por ejemplo,

facturas, notas de entrega) que este producto es de Comercio Justo Fairtrade.

- v. Usted debe llevar un registro de todas sus ventas de Comercio Justo Fairtrade. Los registros deben indicar el volumen vendido, el nombre del comprador y su número de identificación de Fairtrade International, la fecha de la transacción y una referencia a los documentos de venta, de tal manera que el órgano de certificación sea capaz de vincular estos registros con los documentos de ventas correspondientes.
- vi. Si usted procesa productos de Comercio Justo Fairtrade, debe llevar un registro que especifique la cantidad del producto antes y después del procesamiento.
- vii. Cuando usted venda productos de Comercio Justo Fairtrade, debe marcar el producto claramente para que pueda identificarse como de Comercio Justo Fairtrade.

Orientación: Usted puede decidir qué tipo de marca utilizará para identificar el producto como de Comercio Justo Fairtrade (por ejemplo, el número de identificación de Fairtrade International o “Fairtrade International/Comercio Justo Fairtrade” en el paquete y en la documentación) siempre y cuando ésta sea visible y clara.

- viii. Si usted produce y procesa cacao, azúcar de caña, jugo o té y vende a operadores sin trazabilidad física, no es necesario que separe físicamente durante la fase de procesamiento el producto producido por sus miembros del producto producido por terceros.

b. Suministro

- i. Una vez certificado, usted puede vender como Comercio Justo Fairtrade el producto que tiene en existencias pero no debe vender como Comercio Justo

Fairtrade el producto que se produjo más de un año antes de la certificación inicial.

c. Contratos

i. Usted no firma nuevos contratos Fairtrade si:

- su proveedor/comprador es suspendido; o
- usted es suspendido; a menos que usted pueda probar que tiene relaciones comerciales en curso.

Si usted realmente tiene relaciones comerciales en curso, puede firmar nuevos contratos con estos socios, pero se restringe el volumen hasta un máximo del 50% del volumen comercializado con cada socio en el año anterior.

En todos los casos usted debe cumplir con los contratos Fairtrade existentes durante el período de suspensión.

Orientación: Los contratos se pueden cancelar sólo si usted y el comprador están de acuerdo por escrito. El órgano de certificación determinará si existe una relación comercial en curso.

ii. Si a usted o a su comprador directo de productos Comercio Justo Fairtrade se le retira la certificación, debe dejar de vender cualquier producto de a partir de la fecha del retiro de la certificación incluso si ha firmado contratos de Comercio Justo Fairtrade aún por cumplir.

iii. Si Fairtrade International publica nuevos precios de Comercio Justo Fairtrade, usted debe cumplir todos contratos firmados al precio acordado en el contrato.

Orientación: El precio en el contrato puede modificarse sólo si usted y su comprador están de acuerdo por escrito.

- iv. Usted debe firmar contratos de compra vinculantes, proporcionados por sus compradores, que sean acordes a los requisitos de Comercio Justo Fairtrade. A no ser que los Criterios de productos digan lo contrario los contratos como mínimo deben indicar los volúmenes acordados, la calidad, precio, los plazos de pago y las condiciones de entrega. Todos los contratos entre productores y pagadores o transmisores Fairtrade deben estipular un mecanismo de resolución de conflictos diferente de la legislación, acordado por ambas partes.
- d. Uso de la Marca Registrada Fairtrade
 - i. Si usted desea utilizar la marca registrada FAIRTRADE en su embalaje de productos al por mayor o en sus materiales promocionales externos (tales como folletos, sitios Web o facturas de productos Fairtrade) primero debe ponerse en contacto con Fairtrade International para su aprobación en la dirección artwork@fairtrade.net.
 - ii. Si usted produce un producto terminado Fairtrade quiere vendérselo a los consumidores bajo su propia marca con el Sello Fairtrade, usted debe firmar un contrato con Fairtrade International o con una Organización Nacional Fairtrade.

3. Producción

Intención y alcance

Este capítulo describe las prácticas de producción ética y sostenible que están detrás de cada producto de Comercio Justo Fairtrade.

a. Manejo de las prácticas de producción

Intención y alcance

Los requisitos de este Criterio se aplican a pequeños productores que forman parte de organizaciones con estructuras de gestión formalizadas. Los requisitos reconocen estas estructuras internas y esperan que usted encuentre el mejor medio para garantizar el cumplimiento continuo de sus miembros.

- i. Usted debe informar y explicar a sus miembros los requisitos ambientales y laborales en el capítulo de Producción.

Orientación: Usted puede mantener una lista de miembros que cultivan productos de Comercio Justo Fairtrade e identificar las actividades que se han implementado para dar a conocer la intención y el significado de los requisitos establecidos en este capítulo.

- ii. Usted debe identificar en qué requisitos del capítulo de Producción usted y sus miembros podrían estar en riesgo de incumplimiento.
- iii. Su identificación de riesgos debe repetirse periódicamente, como mínimo cada 3 años.

Orientación: La identificación podría repetirse con más frecuencia si es necesario.

- iv. Usted debe definir e implementar un procedimiento para verificar y evaluar el desempeño de sus miembros en relación con los requisitos establecidos en el capítulo de Producción.

Orientación: Usted puede obtener resultados de desempeño mediante la evaluación de sus miembros en forma directa o mediante el fomento de la autoevaluación por parte de los miembros con el fin de proporcionarle retroalimentación basada en su conocimiento de su propia situación.

- v. Si usted es una organización de 2º o 3er grado, debe implementar un Sistema de Control Interno (SCI) en el nivel del 2º o 3er grado, que le permita

controlar el cumplimiento con los requisitos Fairtrade en todos los niveles de la organización.

Orientación: Los principios generales para un SCI efectivo son:

- Una descripción documentada del SCI
- Una estructura de gestión documentada
- Una persona responsable del SCI
- Un reglamento interno para garantizar el cumplimiento
- Inspectores internos identificados
- Capacitación de la persona responsable y de los inspectores internos
- Inspecciones e informes anuales
- Utilización de sanciones internas
- Lista de productores actualizada regularmente
- Utilización de la evaluación de riesgos para manejar los riesgos y amenazas para la integridad del SCI.

El órgano de certificación definirá y publicará los elementos necesario que precisa un SCI.

b. Desarrollo ambiental

Intención y alcance

Esta sección tiene la intención de asegurar que usted y los miembros de su organización tengan prácticas agrícolas y ambientales que sean sostenibles, minimicen los riesgos y que la biodiversidad sea protegida y mejorada.

i. Manejo ambiental

Intención y alcance

Esta sección tiene la intención de garantizar una acción coordinada y la creación de capacidades para usted y sus miembros para lograr el objetivo de un sistema de producción sostenible.

- Se le debe otorgar a una persona de su organización la responsabilidad de dirigir las medidas operativas necesarias para que su organización cumpla con los requisitos establecidos en la sección de Desarrollo Ambiental.

Basura y desechos

Intención y alcance

La reducción, el manejo y el reciclaje de basura y desechos de forma apropiada según los materiales respectivos, reducen los riesgos de la basura y desechos peligrosos, y conlleva una mejora del ambiente y del lugar de trabajo. Los requisitos para el manejo de basura y desechos en esta sección son aplicables a los terrenos en dónde se plantan cultivos de Comercio Justo Fairtrade.

- Usted debe asegurarse de que sus miembros mantienen sus fincas libres de basura y desechos peligrosos.

Orientación: Usted puede explicar a sus miembros cuál es la basura y los desechos peligrosos, en qué operaciones están involucrados y las formas para manejarlos y almacenarlos adecuadamente para minimizar los riesgos.

- Usted y los miembros de su organización deben tener áreas específicas para el almacenamiento y la eliminación de basura y desechos peligrosos.

A falta de instalaciones de eliminación adecuadas, se pueden quemar pequeñas cantidades de desechos peligrosos de la finca en un área bien ventilada y alejada de personas, animales o cultivos. Usted y los miembros de su organización sólo pueden quemar basura y desechos peligrosos si está permitido por las regulaciones locales y si se siguen todas las recomendaciones de seguridad.

- Usted debe dar a conocer a sus miembros la reutilización de desechos orgánicos a través de la implementación de prácticas que permitan el reciclaje de nutrientes. Usted y los miembros sólo pueden quemar los desechos orgánicos si es requerido por la legislación aplicable con fines fitosanitarios, o si es una práctica evidentemente más sostenible.

Biodiversidad

Intención y alcance

La biodiversidad sostiene los ecosistemas naturales. La pérdida de ecosistemas naturales es una amenaza para sostenibilidad del sistema de producción ya que los beneficios que ellos proporcionan pueden perderse. Entre los beneficios están la conservación del agua, la fertilidad del suelo, el potencial de cultivos alternativos, la función de hospedar enemigos naturales, y una reserva de productos importantes para las comunidades locales. Los ecosistemas naturales también proporcionan un recurso para mitigar y adaptarse a los efectos del cambio climático.

- Sus miembros deben evitar impactos negativos en las áreas protegidas y en áreas con alto valor de conservación dentro o fuera de la finca o áreas de producción, desde la fecha de solicitud para la certificación. Las áreas que son utilizadas o convertidas a la producción del cultivo de Comercio Justo Fairtrade deben cumplir con la legislación nacional en relación al uso de tierra agrícola.
- Usted debe reportar sobre las actividades que usted o sus miembros llevan a cabo para proteger y mejorar la biodiversidad.
- Usted y los miembros de su organización deben mantener zonas de amortiguamiento alrededor de cuerpos de agua y áreas de alimentación de cuencas hidrológicas y entre las zonas de producción y las áreas de alto valor de conservación, ya sean protegidas o no. No se deben aplicar plaguicidas, otros productos químicos peligrosos, ni fertilizantes en zonas de amortiguamiento.

- Usted y los miembros de su organización que llevan a cabo la recolección de productos silvestres de Comercio Justo Fairtrade en áreas no cultivadas, deberán asegurar la sostenibilidad y supervivencia de las especies recolectadas en su hábitat nativo.
- Usted debe concienciar a sus miembros para que no lleven a cabo actividades de recolección o cacería de especies raras o amenazadas.
- Usted debe concienciar a sus miembros para que no se introduzcan especies exóticas invasoras.

Energía y emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)

Intención y alcance

El fortalecimiento de la sostenibilidad de los sistemas de producción locales reduciendo la dependencia de insumos externos puede ser una forma importante para adaptarse al cambio climático. Los requisitos de energía y emisión de gases de efecto invernadero (GEI) en esta sección son aplicables a toda la finca en dónde es cultivado el cultivo de Comercio Justo Fairtrade.

- En las instalaciones centrales de procesamiento dónde se utilice energía no renovable usted debe mantener registros del consumo de energía, tomar medidas de uso más eficiente de la energía y reemplazar las fuentes no renovables por renovables en la medida de lo posible.
- Usted debe reportar sobre las prácticas que usted o los miembros de su organización llevan a cabo para reducir las emisiones de GEI e incrementar el secuestro de carbono.

Orientación: La incorporación de abonos verdes en el terreno y el incremento en la materia orgánica del suelo contribuyen al aumento del secuestro de carbono.

c. Condiciones Laborales

Intención y alcance

Esta sección tiene la intención de garantizar buenas condiciones laborales para los trabajadores. Fairtrade International se refiere a los convenios fundamentales de la OIT como la principal referencia para buenas condiciones laborales.

Los trabajadores son los empleados asalariados sin importar si son temporales o permanentes, migrantes o locales, subcontratados o empleados directamente. Los trabajadores son todo el personal asalariado independientemente de si trabajan o no en el terreno, en los lugares de procesamiento o en la administración.

Los altos directivos y otros profesionales no son considerados trabajadores.

Los requisitos de esta sección son aplicable a los miembros que producen el cultivo de Comercio Justo Fairtrade, y a todos los negocios e instalaciones que están relacionadas con la producción de Comercio Justo Fairtrade que pertenezcan a usted o a sus miembros en al menos un 75%.

No obstante Fairtrade International espera que todas sus operaciones que no estén relacionadas con Comercio Justo Fairtrade también se realicen de forma que cumpla con la legislación nacional, incluyendo el cumplimiento de convención sobre derechos humanos ratificados por su gobierno. Por lo tanto si Fairtrade International identifica o recibe información sobre cualquier violación de los derechos de los menores o adultos vulnerables, esto activará los procedimientos internos de protección de Fairtrade International que incluyen reportar a los organismos nacionales de protección relevantes.

i. Derecho a la no discriminación

Intención y alcance

Esta sección tiene la intención de prevenir la discriminación a los trabajadores en función del contenido de la Convención 111 de la OIT sobre la Discriminación. La Convención define la discriminación como “cualquier distinción, exclusión o preferencia basada en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social, que tenga por efecto anular o alterar la igualdad de oportunidades o de trato en el empleo y la ocupación” (Artículo 1). Discriminar es hacer una distinción injusta en cuanto al trato dado a una persona frente a otra en base a motivos no relacionados con sus habilidades o méritos.

Esta sección es aplicable a todos los trabajadores empleados por usted y por los miembros de su organización. Esta sección es aplicable a trabajadores contratados directa o indirectamente (subcontratados).

- Usted y los miembros de su organización no deben discriminar por motivos de raza, color, género, orientación sexual, discapacidad, estado civil, edad, estatus VIH/SIDA, religión, opinión política, pertenencia a sindicatos u a organismos representativos de los trabajadores o a otros órganos representativos, ascendencia nacional u origen social a la hora de contratación, promoción, acceso a capacitación, remuneración, asignación de trabajo, terminación del empleo, jubilación u otras actividades.
- Durante la contratación de trabajadores, usted y los miembros de su organización no deben realizar pruebas de embarazo, VIH/SIDA o enfermedades genéticas.

- Usted y los miembros de su organización no deben involucrarse en, ni apoyar o tolerar el castigo corporal, la coacción mental o física ni el abuso verbal.
- Usted y los miembros de su organización no deben involucrarse en, ni apoyar o tolerar el comportamiento, incluyendo gestos, lenguaje ni contacto físico que sea sexualmente intimidatorio, insultante o de explotación.

ii. Libertad de trabajo forzoso u Obligatorio

Intención y alcance

Esta sección tiene la intención de prevenir el trabajo forzoso u obligatorio, incluidos el tráfico y la explotación sexual basados en los convenios C29 OIT (Convenio sobre el trabajo forzoso) y C105 (Abolición del trabajo forzoso) y el Protocolo 029 (Tráfico de personas).

“El trabajo forzoso u obligatorio se entenderá como todo el trabajo o servicio exigido a una persona bajo amenaza de algún tipo de penalización, y para el cual la persona mencionada no se ha ofrecido voluntariamente” (Artículo 2). Esta sección es aplicable a todos los trabajadores empleados por usted y por los miembros de su organización. Esta sección es aplicable a trabajadores contratados directa o indirectamente (subcontratados).

- Usted y los miembros de su organización no deben emplear trabajo forzoso, incluido el trabajo obligatorio o el trabajo involuntario en prisión. Debe explicarle esto a todos los trabajadores.

Orientación: El “trabajo forzoso” incluye el trabajo para el que una persona no se ha ofrecido voluntariamente y que se ve forzado a realizar bajo amenazas de algún tipo de penalización. La esclavitud, la mala utilización del trabajo en prisión, el reclutamiento forzoso, la servidumbre por deudas,

el tráfico de personas para explotación laboral y/o sexual son algunos ejemplos de trabajo forzoso.

Se considera trabajo forzoso si usted retiene cualquier parte del salario del trabajador, los beneficios, las propiedades o documentos con el fin de obligarles a permanecer en su trabajo.

En caso de que usted fuerce a los trabajadores a permanecer en su empleo en contra de su deseo utilizando medidas físicas y psicológicas, esto se considera trabajo forzoso. Si usted exige plazos de preaviso no razonables para la terminación del contrato de trabajo, también se considerará trabajo forzoso. El término “trabajo obligatorio” o “servidumbre por deudas” se refiere a los trabajadores que han recibido préstamos de sus empleadores, dónde estos préstamos están sujetos a términos y condiciones para la devolución poco razonables y/o injustas y los trabajadores o sus familias deben pagar dicha deuda mediante un trabajo en contra de su voluntad.

- Usted y los miembros de su organización no deben condicionar el empleo de un trabajador, o la oferta de alojamiento, al empleo de su cónyuge. Los cónyuges tienen derecho a trabajar en otro lugar.

iii. Trabajo infantil y protección de la Infancia

Intención y alcance

Esta sección tienen la intención de prevenir el trabajo que esté dañando a los niños en función del contenido de la Convención 182 de la OIT sobre las Peores Formas de Trabajo Infantil considerando que es “el trabajo que por su naturaleza o las condiciones en que se lleva a cabo, es probable que dañe la salud, la seguridad o la moralidad de los niños” y en el contenido de la Convención 138 sobre la Edad Mínima.

“La edad mínima especificada en cumplimiento del párrafo 1 del presente Artículo no podrá ser inferior a la edad en que cesa la educación obligatoria y en todo caso, no podrá ser inferior a los 15 años”. Esta sección es aplicable a todos los trabajadores empleados por usted y por los miembros de su organización. Esta sección es aplicable a trabajadores contratados directa o indirectamente (subcontratados).

- Usted y los miembros de su organización no deben emplear a menores de 15 años o menores de la edad definida por la legislación local, la que sea más alta.

Orientación: En el caso de los hogares encabezados por niños, donde todos los miembros del hogar tienen menos de 18 años, se debe utilizar un enfoque de derechos de los niños para interpretar el mínimo de edad, dando prioridad al interés del niño.

El requisito sobre el mínimo de edad también se aplica a los niños que están empleados indirectamente por usted o los miembros de su organización, por ejemplo cuando los niños de los trabajadores están trabajando con sus padres en su terreno o en el terreno de sus miembros. Si se desconoce la edad de un niño, deben hacerse todos los esfuerzos posibles para determinar la edad siguiendo directrices de derechos de los niños.

Cuando exista una alta probabilidad de trabajo infantil, tal y como lo definen las Convenciones 138 (Edad mínima) y 182 (Peores formas de trabajo infantil) de la OIT, se recomienda atender esto e incluir acciones que aborden las causas fundamentales del trabajo infantil, como asegurar una escolarización segura para los niños, en su Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade. Si no hay escuelas disponibles en la zona donde viven los

niños, se debería enfocar todo el esfuerzo a trabajar con las autoridades nacionales y/o otros interlocutores pertinentes para la construcción de escuelas para los niños o para proporcionar transporte seguro para que los niños puedan asistir a la escuela más cercana. Si hay niños que migran temporalmente con sus familias trabajadoras a áreas donde no hay escuelas disponibles, pueden buscarse y proporcionarse alternativas de escuelas temporales de manera que los niños asistan a la escuela y reciban una educación de calidad.

En todos los casos, se le debe dar consideración primordial a los derechos de los niños, como se refleja en los principios rectores de la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Niños (CDN).

- Los hijos menores de 15 años de los miembros pueden ayudarlos en sus fincas bajo estrictas condiciones: usted debe asegurarse de que trabajen sólo después de la escuela o durante los días festivos, que el trabajo que hagan sea apropiado para su edad y condición física, que no trabajen jornadas largas y/o bajo condiciones peligrosas o de explotación y que sus padres o tutores los supervisen y orienten.
- Usted y los miembros de su organización no deben someter a los trabajadores menores de 18 años a ningún tipo de trabajo que, por su naturaleza o las circunstancias en que se lleva a cabo pueda poner en peligro su salud, seguridad o moralidad y su asistencia a la escuela.
- Si en el pasado usted o sus miembros emplearon a menores de 15 años para cualquier tipo de trabajo, o a menores de 18 años para trabajo peligroso o explotador, usted debe asegurarse de que los niños no pasen, o estén bajo riesgo de pasar, a formas de trabajo aún peores, incluyendo

el trabajo peligroso, prácticas de semi - esclavitud, reclutamiento en conflicto armado, trabajo sexual, tráfico laboral y/o actividades ilícitas.

Cualquier acción que usted tome para asegurar esto debe respetar el marco de protección de la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño (CDN), lo cual significa que el mejor interés del niño es siempre prioritario, que se respeta su derecho a la supervivencia y al desarrollo, que se aplica a todos los niños sin discriminación, que el punto de vista del niño se escucha y respeta y que en todo momento está protegidos de la violencia.

- Si usted ha identificado el trabajo infantil como un riesgo en su organización usted y los miembros de su organización deben implementar procedimientos relevantes para prevenir que los menores de 15 años sean empleados para cualquier tipo de trabajo y que los menores de 18 años sean empleados en trabajo peligrosos y explotador.

Orientación: Procedimientos relevantes pueden ser el mantenimiento de registros de todos los trabajadores indicando su edad, género, documentos de identificación, situación migratoria y otros datos pertinentes.

iv. Libertad de asociación y negociación colectiva

Intención y alcance

La intención de esta sección es proteger a los trabajadores contra la discriminación en cuanto a la defensa de sus derechos de sindicación y de negociación colectiva en función del contenido de la Convención 87 de la OIT sobre la Libertad de Asociación y Protección de los Derechos para Sindicación, de la Convención 98 sobre los Derechos a la Organización y Negociación Colectiva y de la Recomendación 143 de la OIT sobre los Representantes de los Trabajadores. “Los trabajadores y empleadores, sin

ninguna distinción y sin autorización previa, tienen el derecho de constituir las organizaciones que estimen convenientes, así como el de afiliarse a estas organizaciones, con la sola condición de observar los estatutos de las mismas. Las organizaciones de trabajadores y de empleadores tienen el derecho de redactar sus estatutos y reglamentos administrativos, el de elegir libremente sus representantes, el de organizar su administración y sus actividades y el de formular su programa de acción”.

Los requisitos básicos de esta sección son aplicables a todos los trabajadores empleados por usted y por los miembros de su organización.

Los requisitos de desarrollo de esta sección solo son aplicables si usted emplea a un número significativo de trabajadores y a sus miembros que empleen a un número significativo de trabajadores.

- Usted y los miembros de su organización deben asegurarse de que todos los trabajadores son libres de afiliarse a una organización de trabajadores de su elección y que los trabajadores son libres de participar en las negociaciones del grupo sobre sus condiciones de trabajo. En la práctica, no se deben negar estos derechos. Usted no debe haberse opuesto a estos derechos en los últimos dos años.
- Usted y los miembros de su organización deben permitir a los sindicatos sin sede en la organización tener acceso a los trabajadores y compartir información con los mismos. Usted no debe interferir en estas reuniones.
- Usted y los miembros de su organización deben asegurarse de que no haya discriminación contra los trabajadores y sus representantes por organizarse, afiliarse (o no) a una organización de trabajadores o participar en las actividades legales en su organización de trabajadores. Si un representante de la organización de trabajadores es despedido, usted y los

miembros de su organización deben informarlo inmediatamente al órgano de certificación dando las razones de su despido. Usted y los miembros de su organización deben mantener un registro de todos los contratos finalizados. Estos registros deben incluir la razón para la finalización y deben indicar si los trabajadores son miembros de una organización de trabajadores.

- Si no hay ningún sindicato activo y reconocido en su área, si los sindicatos están prohibidos por la ley o si los sindicatos son dirigidos por el gobierno y no por los miembros, entonces usted y los miembros de su organización que emplean a un número significativo de trabajadores deben fomentar que los trabajadores elijan democráticamente a su organización de trabajadores. La organización de trabajadores representará a los trabajadores en sus negociaciones con usted para defender sus intereses.
- Usted y los miembros de su organización deben proporcionar capacitación a los trabajadores para mejorar su concienciación acerca de los derechos y obligaciones de los trabajadores. La capacitación debe efectuarse durante la jornada laboral.

v. Condiciones de empleo

Intención y alcance

La intención de esta sección es proporcionar buenas prácticas en cuanto al pago y las condiciones de empleo de los trabajadores en función del contenido de la Convención 100 de la OIT sobre la Igualdad de Remuneración y la Convención 110 sobre las Condiciones de Empleo de los Trabajadores.

Esta sección sólo es aplicable si usted emplea a un número significativo de trabajadores y a sus miembros que empleen a un número significativo de

trabajadores. El órgano de certificación define lo que es un número significativo.

- Usted y los miembros de su organización deben fijar los salarios para los trabajadores de acuerdo a la normativa del Convenio Colectivo de Trabajo cuando exista, o a un salario promedio, o al nivel del salario mínimo oficial para ocupaciones similares, el que sea superior. Usted debe especificar los salarios para todas las funciones de los empleados.
- Para los casos de remuneración basada en la producción, cuotas, o la remuneración a destajo, durante la jornada laboral normal, usted y los miembros de su organización deben pagar el salario mínimo proporcional o la media de la industria relevante, la que sea superior. La información sobre este tipo de pago debe estar disponible para todos los trabajadores y las organizaciones de trabajadores.

En los casos de trabajo a destajo, el trabajador debe concordar con que el pago sea justo y usted y los miembros de su organización deben hacer transparente el método de cálculo y al alcance del trabajador.

Usted y los miembros de su organización no deben utilizar el empleo remunerado basado en la producción, cuotas, o la remuneración a destajo, como medio para evitar el establecimiento de contratos basados en tiempo y no en producción.

- Usted y los miembros de su organización deben pagar a los trabajadores en intervalos regulares y deben documentar los pagos con un recibo de sueldo en los que conste toda la información necesaria.
- Los pagos deben hacerse en moneda de curso legal. Los pagos en especie sólo se pueden realizar en caso que el trabajador concuerde explícitamente con este tipo de pago.

- Usted y los miembros de su organización deben fijar los permisos de maternidad, las prestaciones de seguridad social y los beneficios de carácter no obligatorio de acuerdo a las leyes nacionales o de acuerdo a la normativa del Convenio Colectivo de Trabajo cuando existan, o de acuerdo al convenio firmado entre la organización de trabajadores y el empleador, la que sea la más favorable para el trabajador.
- Usted y los miembros de su organización deben tener para todos los trabajadores permanentes un contrato de trabajo legal vinculante por escrito que incluya por lo menos lo siguiente: las obligaciones del trabajo relacionados al puesto, la protección al trabajador en caso de la pérdida de salario en caso de enfermedad, la incapacidad por accidente, y un tiempo de notificación previa para la disolución del contrato que es el mismo plazo del empleador.
- Usted y los miembros de su organización deben proporcionar al trabajador una copia del contrato firmado.
- Usted y los miembros de su organización deben incrementar gradualmente los salarios, superiores a la media regional y al salario mínimo oficial.
- Siempre que sea posible, usted y los miembros de su organización deben asignar todo el trabajo regular a los trabajadores permanentes.

Orientación: El trabajo regular excluye todo el trabajo de temporada, el trabajo que se suma a los niveles de trabajo habituales durante las temporadas de máxima actividad y las tareas especiales. Este requisito tiene la intención de que mediante el uso continuo de contratos por tiempo determinado, usted no eluda sus obligaciones legales.

- Usted y los miembros de su organización deben otorgar a los trabajadores de temporada, permanentes, locales y migrantes, los mismos beneficios y condiciones de empleo equivalentes por el mismo trabajo realizado. De no ser posible, usted y los miembros de su organización deben proporcionar una alternativa y beneficio equivalente.
- Si usted o sus miembros contratan a trabajadores migrantes o temporales mediante una agencia de contratación o intermediario, debe establecer medidas efectivas para garantizar que las condiciones de contratación y de trabajo también cumplen con este Criterio.

vi. Salud y seguridad laborales

Intención y alcance

La intención de esta sección es prevenir accidentes de trabajo minimizando los riesgos en el lugar de trabajo. Se basa en el contenido de la Convención 155 de la OIT sobre Salud y Seguridad Laborales.

Esta sección sólo es aplicable si usted emplea a un número significativo de trabajadores y a sus miembros que empleen a un número significativo de trabajadores. El órgano de certificación define lo que es un número significativo.

- Usted y los miembros de su organización deben realizar en forma segura los procesos de trabajo, así como también deben ser seguros los lugares de trabajo y el equipo en el lugar de la producción.

- Las siguientes personas no deben desempeñar tareas de trabajo potencialmente peligroso: menores de 18 años, mujeres embarazadas o en periodo de lactancia, personas con alteraciones mentales que incapacitan, personas con enfermedades crónicas, hepáticas o renales, y personas con enfermedades respiratorias.
- Usted y los miembros de su organización deben asegurar trabajo alternativo para sus empleados en caso de que un cambio de trabajo sea necesario para cumplir con el requisito anterior.
- Usted y los miembros de su organización deben tener en el lugar de trabajo y al alcance en todo momento botiquines y equipo de primeros auxilios y un número razonable de personas capacitadas en primeros auxilios.
- Usted y los miembros de su organización deben proporcionar agua potable e instalaciones sanitarias limpias con lavamanos cerca de los trabajadores y duchas para los trabajadores que manejen plaguicidas. Estas instalaciones deben estar separadas para hombres y mujeres y el número de instalaciones debe estar en proporción al número de trabajadores.
- Usted y los miembros de su organización deben asegurarse que los trabajadores nombren a un representante que conozca acerca de los asuntos de salud y seguridad laborales y que plantee los problemas de los trabajadores sobre temas de salud y seguridad laborales a la administración de la organización.
- Usted y los miembros de su organización deben proporcionar capacitación a los trabajadores que realizan trabajo peligroso sobre los riesgos para su salud y para el ambiente y sobre qué hacer en caso de accidente.
- Cuando usted efectúe trabajo peligroso, usted y los miembros de su organización deben exponer claramente en un sitio visible en el lugar de

trabajo toda la información, instrucciones de seguridad, intervalos de reentrada y recomendaciones higiénicas, en el idioma o los idiomas locales y con pictogramas.

- Usted y los miembros de su organización deben proporcionar y pagar por equipo personal de protección para todos los trabajadores que realizan trabajo peligroso. Usted debe asegurarse de que el equipo de protección personal se utiliza y que su reposición se encarga y distribuye a su debido tiempo.
 - Usted y los miembros de su organización deben mejorar las condiciones de salud y seguridad laborales mediante:
 - a. la señalización con signos de advertencia para identificar las áreas bajo riesgo y los peligros potenciales en el idioma o los idiomas locales y si es posible, con pictogramas
 - b. proporcionando información a los trabajadores acerca de las instrucciones de seguridad y procedimientos incluyendo la prevención y respuesta a accidentes
 - c. colocando dispositivos de seguridad en todo el equipo y maquinaria peligrosa y guardias de protección en las partes móviles
 - d. proporcionando equipo de seguridad para todos los trabajadores que realicen tareas peligrosas e instruyendo y monitoreando su uso correcto
 - e. almacenando el equipo de fumigación química de manera segura.
 - d. Negocios y desarrollo
- Intención y alcance

Este capítulo describe los requisitos que son exclusivos para el Comercio Justo Fairtrade y tienen la intención de sentar las bases para que tengan lugar el empoderamiento y el desarrollo.

i. Potencial de desarrollo

Intención y alcance

El Comercio Justo Fairtrade debe llevar al empoderamiento demostrable y al desarrollo social y económico de las organizaciones de productores y de sus miembros, y a través de ellas al de sus trabajadores empleados por ellas y sus miembros y a la comunidad.

- Usted debe planificar y documentar por lo menos una actividad con la intención de promover el progreso de su negocio, organización, miembros, trabajadores, comunidad y/o ambiente. El plan se denomina el Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade. Usted debe incluir en el plan:
 - a. la descripción de la actividad (qué es lo que va a hacer)
 - b. el objetivo de la actividad (porqué va a hacerlo)
 - c. el plazo de la actividad (para cuándo planea hacerlo)
 - d. las responsabilidades (quién se encargará de hacerlo)
 - e. y en caso de tener que gastar fondos (como la Prima de Comercio Justo Fairtrade o de otras fuentes), el presupuesto de la actividad (cuánto va a gastar)

Si la Prima Fairtrade es traspasada a la organización miembro directamente, las organizaciones miembro deben desarrollar sus Planes de Desarrollo Fairtrade y proporcionárselos a usted.

- Usted debe incluir todas las actividades que han planificado financiar con la Prima de Comercio Justo Fairtrade en el Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade antes de implementar las actividades.

- Antes de implementar el Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade, usted debe presentarlo a la Asamblea General para su aprobación. Usted debe documentar sus decisiones. Si usted es una organización de 2º o 3er grado, su Asamblea General de miembros (o de delegados si existe un sistema de delegados) en el nivel del 2º/3er grado, debe decidir sobre el uso de la Prima Fairtrade. Los delegados deben consultar a los miembros de sus respectivas organizaciones.
- Usted debe tener un sistema contable que realice un seguimiento preciso de los gastos del Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade, y en particular identifique de forma transparente la Prima de Comercio Justo Fairtrade. Usted debe poder demostrar que la Prima Comercio Justo Fairtrade se usa siguiendo las normas apropiadas.
- Cuando termine sus actividades previstas usted debe actualizar el Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade planificando por lo menos una actividad adicional a ser aprobada por la Asamblea General de miembros.
- Usted debe reportar a la Asamblea General los resultados del Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade cada año y documentar su presentación.
- Los trabajadores se deben beneficiar también por lo menos de una actividad en su Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade.

Orientación: La intención es que todas las personas involucradas en la producción de productos de Comercio Justo Fairtrade puedan beneficiarse y demostrar solidaridad con sus comunidades. El apoyo a los trabajadores es especialmente importante para lograr esto.

Beneficiar a los productores, a los trabajadores y a las comunidades puede significar cualquier acción que esté dirigida a la mejora de sus condiciones

de vida, de su bienestar o de sus capacidades. Las acciones no tienen por qué dirigirse a los trabajadores solamente, sino que pueden beneficiar a los trabajadores y a los miembros por igual, como por ejemplo considerando las necesidades de las comunidades donde viven los miembros y los trabajadores. Para entender las necesidades y conocer las preferencias, lo ideal, y si es posible, es que usted consulte con los trabajadores y las comunidades cada año.

- Si hay representantes de trabajadores en su organización usted debe invitarlos a la Asamblea General a observar y participar en la discusión de los temas relacionados con ellos.
- Usted debe tener una actividad en su Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade para mantener o mejorar las prácticas de producción sostenibles dentro de su ecosistema.

Orientación: La intención es que usted tenga mayor capacidad para decidir y planificar sus objetivos de sostenibilidad. Usted tiene el derecho de decidir acerca de las actividades que sean una prioridad para usted. Las actividades no necesariamente tienen que ser nuevas pero pueden centrarse en el mantenimiento de las buenas prácticas que ya lleva a cabo. Esto le proporciona la oportunidad de identificar y mantener estas prácticas y aumentar la concienciación global sobre la sostenibilidad.

- Usted debe diseñar y empezar a implementar un proceso para recopilar y analizar las necesidades de desarrollo en su organización.
- Si usted es una organización de 2º o 3er grado, debe tener una de los siguientes sistemas para distribuir entre las organizaciones miembro los ingresos del Comercio Justo Fairtrade (Precio y Prima) que reciben:

- a. un sistemas de cuotas que especifique cuánto entrega bajo condiciones de Comercio Justo Fairtrade cada organización miembro y la distribución del ingreso según la proporción de la cuota, o
- b. un sistema de asignación, definido por la organización, para distribuir, entre las distintas organizaciones miembro, los ingresos del Comercio Justo Fairtrade recibido por la organización de 2º/3er grado

El sistema debe formar parte de los reglamentos internos aprobados por su organización y debe ser monitoreado por un comité de control.

ii. Democracia, participación y transparencia

Intención y alcance

La intención de esta sección es asegurar que las organizaciones faciliten el desarrollo social y económico de sus miembros y garanticen que los beneficios del Comercio Justo Fairtrade lleguen a estos miembros.

Una organización debe tener estructuras democráticas funcionando y una administración que permita a los miembros y al consejo tener un control efectivo sobre el manejo de la organización. Los miembros deben ser capaces de hacer al consejo responsable de sus actividades.

Una organización debe esforzarse por mejorar las estructuras y prácticas en forma continua con el fin de maximizar la participación de los miembros y su sentido de propiedad sobre la organización.

Fairtrade International sigue la recomendación R193 de la OIT “sobre la promoción de las cooperativas” que se basa en los principios cooperativos de “adhesión voluntaria y abierta, gestión democrática por parte de los socios, participación económica de los socios, autonomía e independencia,

educación, capacitación e información, cooperación entre cooperativas, e interés por la comunidad”.

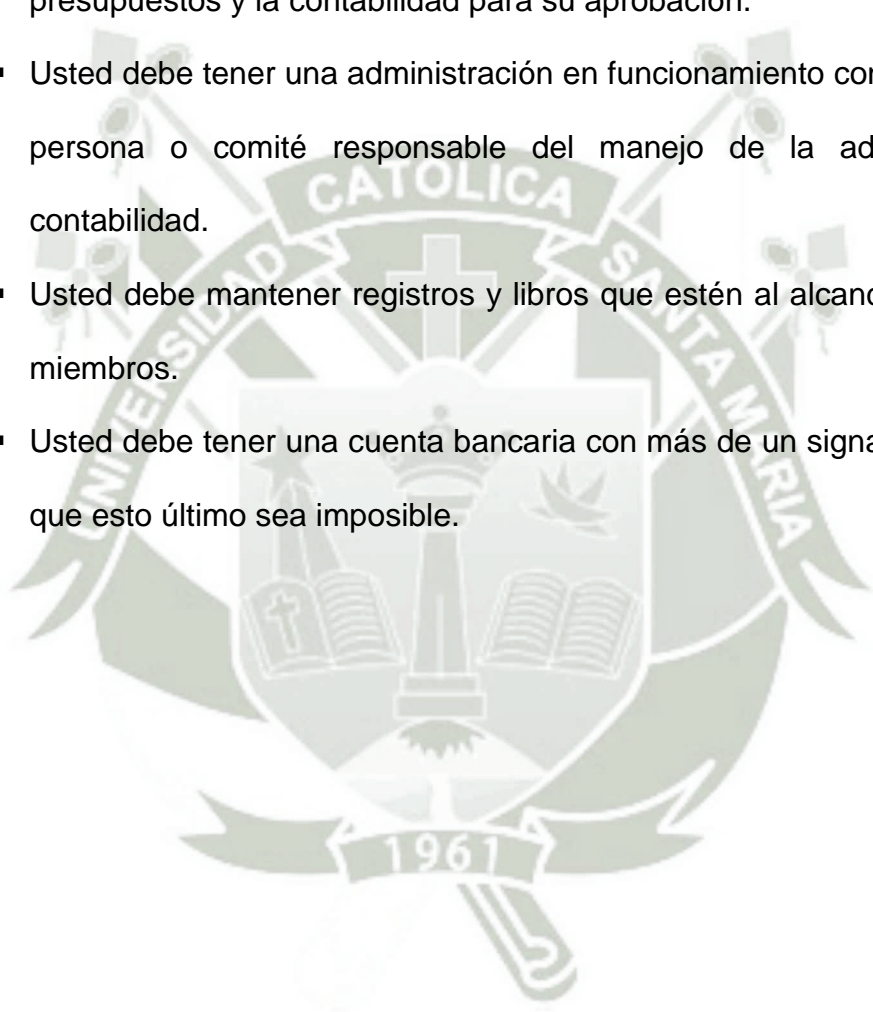
Fairtrade International extiende estos principios a las organizaciones de productores de primer grado (cooperativas, asociaciones u otro tipo de organizaciones) y a las organizaciones de segundo o tercer grado cuando existan.

- La estructura de su organización debe tener:
 - a. una Asamblea General como el cuerpo decisorio supremo dónde todas las decisiones principales son discutidas y tomadas
 - b. igual derecho de voto para todos los miembros en la Asamblea General
 - c. un Consejo elegido en elecciones libres, justas y transparentes

Orientación: El personal contratado por su organización será controlado por el Consejo que a su vez es controlado por la Asamblea General. En la Asamblea General los miembros pueden votar directamente o a través de un sistema de delegados electos si así se prefiere. El sistema está basado en que cada miembro u organización miembro tiene un número igual o proporcional de delegados.

- Se necesita tener claro quién es miembro de su organización. Por lo tanto, debe tener por escrito las reglas para determinar quién puede ser miembro y usted debe mantener un registro de sus miembros.
- Usted debe seguir sus propias reglas y regulaciones, tales como la constitución, los estatutos y las políticas internas incluyendo las de los procesos electorales y de admisión y un sistema de delegados (si procede).
- Usted debe celebrar una Asamblea General por lo menos una vez al año.

- Usted debe informar a sus miembros a su debido tiempo sobre cuándo se realizará cabo la Asamblea General.
- Las reuniones de la Asamblea General se deben documentar en actas firmadas por el presidente del Consejo y como mínimo por otro miembro, y deben incluir una lista de los participantes en la Asamblea General.
- Usted debe presentar a la Asamblea General el informe anual, los presupuestos y la contabilidad para su aprobación.
- Usted debe tener una administración en funcionamiento con al menos una persona o comité responsable del manejo de la administración y contabilidad.
- Usted debe mantener registros y libros que estén al alcance de todos los miembros.
- Usted debe tener una cuenta bancaria con más de un signatario, a menos que esto último sea imposible.



Si usted es una organización de 2º o 3er grado, debe tener una cuenta bancaria activa registrada su nombre. Si la Prima Fairtrade es traspasada al nivel de las organizaciones miembros, las organizaciones miembros individuales deben tener cuantas bancarias activas registradas a su nombre.

- Usted debe explicar a sus miembros las formas en las que pueden participar en la organización, para que puedan tener más control sobre ella. Orientación: los miembros deberían saber cómo pedir información, presentar solicitudes a la Asamblea General, hacerse oír dentro de la organización, etc. Esto incrementará el conocimiento y concienciación de los miembros sobre las formas de participar, permitiéndoles tener un mayor control.
- Si hay no miembros en su Consejo, esto debe ser aprobado por su Asamblea General, de acuerdo a la ley y a su constitución / estatutos, y debe especificarse si tienen voto o función asesora.
- Usted debe compartir los resultados de auditoría con sus miembros, en un formato y lenguaje que sea accesible para ellos.

iii. No discriminación

Intención y alcance

Fairtrade International sigue la Declaración de los Derechos Humanos en su rechazo a la discriminación. La Declaración rechaza “distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, propiedad, nacimiento o cualquier otra condición” (Artículo 2).

La discriminación es hacer una distinción injustificada en el tratamiento de una persona sobre otra por razones que no están relacionadas con la capacidad o mérito. La intención de esta sección es que estos principios se sigan.

Este es un Criterio social voluntario que tiene el objetivo de apoyar el desarrollo de sus beneficiarios. Por lo tanto, la “discriminación positiva” de los pequeños productores es intencional. Lo mismo aplica también para los miembros de los grupos minoritarios o desfavorecidos como se especifica a continuación.

- Usted no debe discriminar a miembros o restringir la afiliación de nuevos miembros por motivos de raza, color, género, orientación sexual, discapacidad, estado civil, edad, estatus HIV/SIDA, religión, opinión política, idioma, propiedades, nacionalidad, etnicidad u origen social. Usted no debe discriminar en relación a la participación, derecho a voto, derecho a ser elegido, acceso a los mercados, acceso a capacitación, apoyo técnico o cualquier otro beneficio para los miembros.
- Sus reglas que determinen quién puede ser miembro de la organización no deben ser discriminatorias.
- Usted debe identificar a los grupos minoritarios/desfavorecidos dentro de su organización de acuerdo a por ejemplo, género, edad, ingreso o superficie de tierra.
- Usted debe tener programas funcionando relacionados a los grupos minoritarios/desfavorecidos identificados para mejorar su posición social y económica en su organización.

Se recomienda prestar especial atención a la participación de miembros femeninos. Se recomienda incluir estos programas en el marco de su Plan de Desarrollo de Comercio Justo Fairtrade.

1.1.5 Cómo funciona el comercio justo

Los actores de la cadena económica de comercio justo, según la clasificación realizada por la Federación Europea de Comercio Justo (EFTA) (s.f.), citada por Pierre, Johnson (2003) distingue el rol de cada uno de los actores de esta cadena y los clasifica de acuerdo a dos tipos de organizaciones de comercio justo, las cuales son: las que son colaboradoras o socias del comercio justo y las que están ligadas al comercio justo, la clasificación se describe a continuación:

➤ Las organizaciones colaboradoras o socias del comercio justo:

▪ **La producción**

Garantiza las condiciones de comercio justo bajo las cuales la producción y comercialización fueron realizadas, ya que uno de los objetivos principales es alcanzar un desarrollo sostenible.

El apoyo brindado a los productores no solo es económico sino también el desarrollo local: social, ecológico, etc.

▪ **Los productores organizados (cooperativas, sindicatos, etc.)**

Son socios del comercio justo, ya que este mecanismo no puede trabajar con productores aislados o dispersos. Es por ello que se anima a los productores a agruparse para poder realizar una acción común en la que se organiza la producción y venta de sus productos, para compartir los beneficios obtenidos.

- **La comercialización**

En esta etapa se conecta a los productores con los compradores potenciales, y existen dos circuitos de comercialización

- a) Centrales de compra de comercio justo que abastecen tiendas especializadas
- b) Importadores privados, a través de este circuito, los productos requieren estar certificados para su posterior comercialización mediante la gran distribución u otro tipo de tiendas.

- **La importación**

Es otra etapa importante en las relaciones productor- comprador, ya que se forjan las relaciones de confianza y durabilidad en el tiempo, como son: la exportación, recepción de mercadería, etc.

- **Las centrales de compra/ importadoras del comercio justo**

Son colaboradores imprescindibles, debido a que en el caso de las centrales de compra orientan toda su actividad hacia el comercio justo; por lo tanto, los productos están destinados a una distribución especializada y venta al por menor. Mientras las importadoras del comercio justo, someten únicamente los productos transados a una verificación.

- **La distribución**

Algunos puntos de venta especializados en el comercio justo y organizaciones proponen productos y servicios justos en el que se desarrollan un comercio de proximidad e información para el consumidor.

Estas tiendas son abastecidas por las centrales de compra de comercio justo o también tienen relaciones comerciales directas con los productores.

- **La gran distribución**

Son también clientes de las centrales de compra, desempeñan un papel importante en este tipo de comercio por el nivel de cobertura geográfica que posee, ya que permite una difusión más amplia de los productos. Otros distribuidores son también socios comerciales de las organizaciones de comercio justo, pero su participación sigue siendo baja.

- **La certificación**

Las agencias de certificación de comercio justo son las encargadas de desarrollar criterios por producto u operar por la cadena productiva. Al principio solo aseguran la certificación para luego convertirse en socios comerciales y permitir la distribución de los productos certificados en distintos puntos de venta. La coordinación de la certificación está a cargo de Fairtrade Labelling Organization.

- **Los consumidores**

El consumo no solo está vinculado a la organización económica de la sociedad sino también posee dimensiones sociales, culturales y éticas, por ello, el Comercio Justo se apoya en el consumo responsable y solidario.

- **Las cooperativas o asociaciones de consumidores**

Estas cooperativas son una herramienta innovadora para la promoción del comercio justo, ya que ayudan a la concientización de los consumidores en torno al consumo responsable. Algunas de estas organizaciones ha

implementado formas ingeniosas de distribución de productos regionales o importaciones en condiciones justas.

- Existen también organizaciones ligadas al comercio justo, ellas se están construyendo progresivamente y su acción es complementaria. El progreso de este tipo de organizaciones está mucho más avanzada en cuanto a estructuras y redes en los países desarrollados, en comparación con los países en donde se encuentran los productores.

- **Las Organizaciones**

Las organizaciones que desempeñan el papel de apoyo técnico para los productores, es decir, ayudan a los productores a responder a las normas de mercado interno o para la importación por medio de desarrollo de productos y servicios.

- **Las Organizaciones Financieras**

Dichas organizaciones canalizan las inversiones éticas o préstamos a los productores, en dichas organizaciones se obtienen mejores tasas de préstamo que en el mercado. Es por ello que se producen sinergias estratégicas entre las finanzas éticas y el comercio justo.

- **Las Organizaciones no Gubernamentales (ONG´s)**

Cuyos programas tienen como objetivo promover el consumo responsable, un intercambio más justo entre países del norte y sur, e implementar proyectos de cooperación para el desarrollo bajo el marco de comercio justo.

- **Los Gobiernos nacionales, regionales o locales**

Los cuales implementan marcos jurídicos o administrativos que incentivan que los productos o servicios ofertados sean social y ecológicamente responsable, especialmente los que están bajo el marco de comercio justo.

- **Algunas empresas**

Desempeñan un papel importante para el comercio justo, por ejemplo: la distribución o la transformación de productos justos. Es importante señalar que existen empresas que trabajan de forma marginal al comercio justo y otras se dedican esencialmente a esto.

➤ Existen también organizaciones nacionales e internacionales de Comercio Justo, ellas son:

- **WFTO**

La Organización Mundial del Comercio Justo se encarga de la admisión de nuevas organizaciones que deseen trabajar bajo los 10 principios de Comercio Justo, propuesto por esta organización, a través de un sistema que garantiza su cumplimiento. Así como forjar relaciones sostenibles, transparentes y más justas entre los actores de la cadena productiva. Esta organización cuenta con más de 370 organizaciones miembro y 40 asociados individuales que se encuentran alrededor de todo el mundo. La sede principal de WFTO se encuentra en Culemborg – Países Bajos.

- **EFTA**

La Asociación Europea de Comercio Justo está compuesta por 10 importadoras que se encuentran en 9 países Europeos: Austria, Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, España, Suiza y el Reino Unido.

Tiene como objetivo apoyar y animar a sus miembros para cooperar y coordinar entre ellos, lo que facilita el intercambio de información y la creación de redes. EFTA cuenta con una base de datos denominada Fairdata que contiene información de proveedores y productos.

- **NEWS!**

La red de Tiendas del Mundo Europeas, fue establecida en 1994 en una conferencia europea Worldshops. Actualmente representa 2 500 Worldshops una red de 15 asociaciones nacionales de tiendas ubicadas en 13 países europeos, dichas tiendas venden productos de comercio justo y promueven campañas de concientización sobre el tema.

- **FLO**

La Organización Internacional de Certificación del Comercio Justo es un sistema internacional de Comercio Justo representado por 3 redes de productores (Fairtrade Africa, CLAC y Network of Asian and Pacific Producers), 25 organizaciones de Comercio Justo que autorizan el uso de la certificación Fairtrade y se ocupan de la promoción de Comercio Justo, Fairtrade International y FLOCERT.

Tienen como principal objetivo la conexión de productores desfavorecidos y consumidores, así como la capacitación de sus miembros.

- **CLAC**

La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo, es una red Latinoamericana de Comercio Justo que organiza y representa a pequeños productores y trabajadores de Comercio Justo. Tiene como objetivos: facilita la capacitación a sus

miembros, promoción de sus productos e incidencia en instituciones para el fortalecimiento del comercio justo.

1.1.6 Tipos de productos de comercio justo

Según Fairtrade International (s.f.) hace una división de los productos de la siguiente manera:

1. Productos primarios:
 - a. Cereales: Fonio, arroz, quinua.
 - b. Cocoa: Los granos de cacao, licor de cacao, mantequilla de cacao, polvo de cacao.
 - c. Café.
 - d. Fibras: semilla de algodón.
 - e. Flores y plantas: Flores cortadas, follaje cortado, plantas ornamentales.
 - f. Frutas frescas: Açai, manzanas, albaricoques, aguacates, plátanos bebé, plátanos, baobab, grosella, arándanos, cerezas, dátiles, pomelo, limones, limas, lichis, mangos, marula, melones, las mini sandías, nectarinas, naranjas, papayas, fruta de la pasión, melocotones, peras, physalis, piñas, ciruelas, granadas, frambuesas, grosella, cítricos suave (satsumas, clementinas, mandarinas, mandarinas), uvas de mesa, sandías, el vino, uvas, y demás.
 - g. Oro y metales preciosos asociados: platino, plata
 - h. Hierbas, té y Especies: Manzanilla, canela, clavo de olor, jengibre, hibisco, macis y cardamomo, menta, nuez moscada, pimienta, rooibos, el azafrán , cúrcuma , vainilla, y demás.

- i. Miel
- j. Nueces: Almendras , semillas de albaricoque, nueces de Brasil, anacardos, frutos secos, nueces de macadamia, cacahuets, nueces, y otros
- k. Semillas y frutos oleaginosos: Aceite de argán, cocos, aceitunas, aceite de oliva, sésamo semillas, manteca de karité, soya.
- l. Frutas y vegetales preparados y preservados.
 - i. Frutas secas: acai, albaricoques, plátanos, arándanos, cerezas, cocos, dátiles, mangos, piñas, papayas, peras, physalis, ciruelas, pasas, frambuesas, sultana, albaricoques salvajes y otros.
 - ii. Pulpa: arazá, plátano, guayaba, mango lichi y otros.
 - iii. Jugos de frutas: acai, manzana, arándanos, cerezas, pomelo, naranja, lima, mandarina, mango, papaya, fruta de la pasión, peras, piña, frambuesas y otros.
 - iv. Vegetales secos: tomates.
- m. Balones de Deportes.
- n. Azúcar: El azúcar de caña, melaza y otros subproductos.
- o. Te: Camellia sinensis.
- p. Madera
- q. Vegetales: Alcachofas, espárragos, bebé de maíz, frijol, remolacha, brócoli, repollo, zanahoria, coliflor, apio, acelga, pepino, berenjena, habichuelas verdes, guisantes, ajo, corazones, puerro, lechuga, patatas, cebolla, pumkins palma, guisantes, pimientos, legumbres, rábano, chalotes, espinaca, calabaza, batata, tomates, zuchinis y otros.

2. Productos Compuestos: son aquellos productos que contienen más de un ingrediente. Aunque no todos los ingredientes del producto compuesto sean de comercio justo, tal producto puede llevar el Sello de Comercio Justo FAIRTRADE, pero si existen criterios para los ingredientes utilizados entonces estos deben estar certificados.

Para que un producto compuesto esté certificado tiene que tener una cantidad mínima de ingredientes Fairtrade, en donde, al menos el 50% del volumen de los productos líquidos deben tener certificado Fairtrade y los demás productos compuestos, el principal ingrediente del producto final debe tener certificado Fairtrade y debe representar al menos del 20% del peso seco del producto. Es importante resaltar que, existen también algunas excepciones para determinados productos o situaciones, siempre y cuando tales excepciones sean consistentes y transparentes.

Por otra parte, la Coordinadora Estatal de Comercio Justo y EMAÚS, Fundación Social (s.f.) clasifican los productos de Comercio Justo de la siguiente manera:

- i. Alimentos:

Café, té e infusiones, frutos secos, cacao, azúcar, cereales, arroz, chocolate, galletas, bebidas, mermeladas, pastas, ron, vino, vinagre, salsas, miel especias, dulces...

- ii. Textiles

Ropa, bufandas, chales, tapices, pañuelos, delantales, manteles, toallas, colchas, mochilas, alfombras, cortinas...

iii. Artesanía

Bisutería, marroquinería, bolsos, cestas, carteras, jabones, inciensos, útiles de cocina, artículos para el hogar, figuras talladas, máscaras, cerámicas y otros objetos decorativos...

iv. Muebles

Mesas, sillas, espejos, vitrinas, recibidores, estanterías, armarios, espejos, cómodas, revisteros...

v. Juguetes

Balones de fútbol, móviles, juegos de mesa, muñecos, instrumentos, marionetas...

vi. Material de papelería

Lápices, bolígrafos, estuches, álbumes de fotos, cuadernos, cajas marcapáginas, pisapapeles, postales de Navidad...

vii. Cosmética

Productos naturales para la higiene y el cuidado personal como cremas, jabones, aceites, desodorantes...

Según Johnson, Pierre (2003) la mayoría de productos certificados de comercio justo son productos que contienen una o dos materias primas, esto debido a que la certificación de un producto es costosa, ya que propone un control vertical de

la cadena productiva y de comercialización, es decir, dicho control permite la verificación del cumplimiento de los criterios exigidos a productores, trabajadores y comercializadores. Además existen certificaciones independientes para cada tipo de producto.

Los productos comercializados por la Asociación Central de Artesanas y Artesanos Tradicionales del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin”, son artesanías textiles tradicionales y no existen criterios específicos para este tipo de producto, es así que el autor nombrado anteriormente afirma que “el movimiento de Comercio Justo brinda su apoyo a artesanos independientes u organizados en cooperativas sector en el que es difícil, e incluso imposible, idear criterios generales que definan una remuneración justa del productor. Los criterios en este sector son el resultado de un diálogo y una colaboración estrecha entre organizaciones de comercio justo y organizaciones de productores, respetando entre otros el principio de transparencia de la información (remuneración y costos a lo largo de la cadena de producción), en el que constituye una base importante de la confianza entre los colaboradores. La comercialización se realiza a menudo en tiendas especializadas”.

Según Coscione, Marco (2014) “La experiencia tiene distintos niveles (locales, nacionales, internacionales), diferentes enfoques (Sur – Norte, Sur – Sur, Norte – Norte, en el Sur, en el Norte, campo – ciudad, con certificación por terceros, con sistemas de garantía participativos, sin certificación, entre otros), y también diferentes actores (pequeños productores organizados, artesanos, comercializadoras solidaria, empresas privadas, ONG´ s, fundaciones, entre otras). Pero comparten un conjunto de principios básicos, que definen a grandes rasgos, los compromisos generales del movimiento”. De esta manera, se puede

apreciar que independientemente de la forma, enfoque o actores que decidan implementar el modelo de Comercio Justo se persiguen los mismos compromisos del movimiento.

1.1.7 El comercio justo como herramienta de cooperación al desarrollo

Para García, Azucena (2012) existen 10 motivos para incentivar el consumo de productos de Comercio Justo y contribuir a la igualdad de oportunidades, justicia y cuidado del medio ambiente.

1. Mejorar las condiciones de vida y de trabajo

Los productores de comercio justo Fairtrade cuentan con un precio mínimo y una prima de comercio justo garantizado, que tienen el fin de mejorar la calidad de vida y trabajo. También cuentan con la durabilidad de las relaciones comerciales y prefinanciación de los pedidos.

2. Más ingresos para los productores

Los productores obtienen mayores ingresos y estos son estables en el tiempo.

3. Acceso a servicios sociales

El comercio justo favorece el acceso a la educación, sanidad, centros de salud, infraestructuras escolares, etc.

4. Técnicas sostenibles de producción

Los productores adoptan técnicas de producción sostenible, los productos que ofertan tienen certificación ecológica y existe gestión eficaz de los recursos naturales.

5. Reconocimiento social y gobernanza

Los productores forman cooperativas las cuales, pueden dialogar con poderes públicos para el apoyo a su sector, de la mano con ONG's y otros actores.

6. Mejora de la situación económica y social de la mujer

Uno de los objetivos clave de comercio justo es fomentar la paridad de género.

7. Acceso de las organizaciones de productores a los mercados internacionales

El comercio justo garantiza el acceso a mercados internacionales además las organizaciones se refuerzan y las estructuras se fortalecen. Los productores son apoyados y capacitados, de esta manera, pueden enfrentarse de mejor manera a los mercados internacionales.

8. Efecto arrastre del comercio justo

Es decir, el impacto económico-social que provocan en las comunidades donde trabajan los productores de comercio justo.

9. Aumento del empleo local

Las comunidades de los productores de comercio justo se benefician de manera directa e indirecta, de la misma actividad o actividades relacionadas, gracias a la sostenibilidad de los acuerdos comerciales, es por eso que esto garantiza la calidad de vida de la comunidad.

10. Alternativa a la explotación laboral

Comercio Justo garantiza condiciones de trabajo dignas para los productores como respeto hacia ellos.

Además de los beneficios mencionados previamente, según García de Vinuesa, Mercedes (2014) refiere que existen otros beneficios intangibles que generan un gran impacto en los productores, por ejemplo, sienten que su trabajo es valorado y reconocido, de esta manera, en su aporte refiere que Luis Hinojoza miembro del grupo social FEED, decía “ lo más importante no es tanto la comercialización como la recuperación de la dignidad de las persona”, de esta manera, las personas toman conciencia de que ellos son los únicos propulsores de su destino y empieza a surgir la autosatisfacción personal, bajo el entendimiento que estos productores han vivido durante mucho tiempo sometidos ante un patrón y marginados de la sociedad. Por lo tanto, al elevarles la autoestima y dignidad, inician con un cambio positivo en pro del desarrollo personal y de la comunidad. Según Rosa Guamán “El comercio justo, es nuestra forma de salir de la pobreza. Nosotros entendemos que la pobreza no es sólo económica, es también de mentalidad. Por eso hay que cambiar de actitud y no esperar las dádivas de nadie”.

Así mismo, otro beneficio es la capacidad de los productores en la participación de toma de decisiones, es decir, la recuperación de los valores democráticos en las organizaciones. Según Ada Zarate, trabajadora de la cooperativa azucarera Manduvirá – Paraguay, “Ahora los campesinos plantean sus problemáticas y negocian. Es algo muy importante tras años de dictadura y sumisión por parte de los agricultores, acostumbrados a la idea de << me pagan lo que el dueño dice >>”. Por lo tanto, los beneficios intangibles que trae consigo el comercio justo, significan un gran paso hacia el desarrollo y progreso de las comunidades favorecidas.

1.1.8 Casos de éxito del Comercio Justo

A continuación se describirán algunos casos de éxito del modelo de Comercio Justo:

- **Asociación de productores de algodón AGROCEL PURE & FAIR – India**

La asociación se formó en el año 2005 en Bangalore, actualmente trabaja con más de 20 000 agricultores en India.

El mercado mundial ha estado experimentando una caída de los precios del algodón desde la década de 1970 motivado por la alta competencia de fibras sintéticas, reducción de costos de producción y subsidios proteccionistas. Es así que Agrocél lanza un proyecto denominado “Proyecto de Algodón Orgánico y de Comercio Justo” el cual consiste en la organización de pequeños grupos de productores para ayudarles a cumplir normas y requerimientos de certificación orgánica y de Comercio Justo,

capacitarlos para conseguir mejores técnicas de cultivo y reducir los costos de producción. Mientras que Agrocel cumple con el rol de comercializador. En 2005, la Asociación de Productores de Algodón Agrocel Pure & Fair de Rapar se formalizó en una entidad legal lo que permitió junto a otros requisitos la obtención de la certificación de Comercio Justo, lo que conlleva que los agricultores puedan abastecer al mercado de Reino Unido. En el año 2012, la asociación produjo 4 232 toneladas de algodón en rama lo que transformada resulta en 1 210 toneladas de fibra de algodón, del cual 526 toneladas fueron vendidas al mercado de Comercio Justo. El precio mínimo para el algodón obtenido por la asociación es € 0.53 por kilogramo orgánico mientras que en el mercado convencional el precio es de € 0.44 por kilogramo, además de agregarle el € 0.05 por prima de Comercio Justo.

Los proyectos y estrategias que la asociación implementó, son:

- La organización de pequeños productores en organizaciones democráticas con personalidad jurídica con autonomía y descentralización.
- Planes financieros de préstamos a corto plazo para los agricultores
- Adquisición de nuevos equipos tecnológicos importados de Israel.
- Gestión del agua como prioridad a través de la instalación de riego y construcción de estanques para el aprovechamiento del agua de lluvias.
- Prácticas agrícolas sostenibles, reducción del monocultivo.
- Programas de educación y capacitación para agricultores.
- Asistencia técnica para desarrollar pozas de compost.

- Prácticas de gestión integrada para promover polinizadores, depredadores y parasitoides.
 - Suministro de equipos de tractor y desmante de tierra.
-
- **CECOVASA – Perú**

Según un estudio realizado por Fairtrade Foundation. (s.f.). Agricultores y Trabajadores, CECOVASA, es un estudio realizado en el Valle de Sandi, Perú, la que refiere lo siguiente:

La Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandi fue fundada en 1970, tras la conjunción de 5 cooperativas, las que se aliaron para exportar como grupo, obteniendo mejores precios de venta y asumiendo los costos grupalmente. Antes de que surgiera esta organización, los comerciantes pagaban a los agricultores cafetaleros menos de la mitad del precio de mercado.

Actualmente la organización está integrada por 10 cooperativas, 8 ubicadas en la Región Puno y dos en la Región Cusco, las cuales representan a 5 049 campesinas quechuas y aymaras.

CECOVASA exporta directamente a Estados Unidos y Europa, siendo una de las mayores organizaciones de pequeños productores de Perú ya que tiene una oferta potencial de 3 680 toneladas al año y su producción está certificada por Comercio Justo Fairtrade International, café orgánico y Rainforest Alliance. Fueron elegidos 5 veces ganadores de la competencia de café de calidad nacional. Su marca de café Tunki fue elegida en 2010

como el “Campeón del Mundo de la Asociación de Cafés Especiales de América”.

Se realizaron varios proyectos a favor del desarrollo de la Cooperativa, los cuales fueron:

- Desarrollo del negocio
 - Construcción de una nueva planta de procesamiento.
 - Programa de control de calidad para capacitar a los trabajadores que trabajan en el almacenamiento y embarque del café.
 - Inversión en nuevos equipos agrícolas.
 - Contratación de agrónomos calificados para capacitar en áreas como: control de calidad, técnicas de producción orgánica, procesos de conservación ambiental.
- Educación
 - Los ingresos permiten que los hijos de los agricultores puedan ir a la escuela e incluso acceder a la educación superior.
- Programas de la Mujer
 - Instauró el Comité para el Desarrollo de la Mujer que proporciona un foro de capacitación en temas como: primeros auxilios, liderazgo, roles de género, entre otros.
- Programas de la Comunidad
 - Reparación y mantenimiento de carreteras.
 - Contribución económica a la construcción de la central hidroeléctrica Tunquimayo.
 - Instalación de alcantarillado.
 - Programas de reforestación.

- **Allpa S.A.C. – Perú**

Según la empresa Allpa S.A.C. (s.f.) en 1986 unos jóvenes peruanos crearon un negocio con el objetivo de apoyar a artesanos, ya que los productos que elaboran expresan un alto nivel de riqueza cultural y tradicional.

Actualmente, los artesanos producen cerámicas, madera, vidrio pintado, textiles y joyería en 80 talleres artesanales en diferentes ciudades al interior de Perú.

Las estrategias aplicadas por la empresa son:

- Diversificación de líneas de productos.
- Investigación y desarrollo constante del producto en base a las tendencias de mercado, lo que resulta en una oferta renovada de artesanías permanentemente.
- Implementación de un laboratorio de innovación para producir nuevas líneas de productos retomando elementos naturales como: el uso de tintes sostenibles.
- Capacitaciones constantes, asistencia técnica y entrenamiento en diferentes áreas.
- Promoción de las artesanías en ferias internacionales y misiones comerciales

1.1.9 Consumidor Responsable

De acuerdo a lo expuesto en líneas anteriores sobre la oferta del Comercio Justo, es imprescindible explicar el otro lado de este modelo: la demanda. Según la Carta de Principios Fairtrade (2009) dentro de sus principios esenciales explica

lo fundamental de la sensibilización de los consumidores ya que relaciona a productores con desventaja socioeconómica con consumidores con necesidad de justicia social. De esta manera, las oportunidades de proponer reformas en el Comercio Internacional por Organizaciones de Comercio Justo están apoyadas por consumidores responsables que buscan un sistema de comercio global justo y equitativo. En ese sentido, el rol que cumple el consumidor crítico, ético y responsable es esencial ya que permite que el Modelo de Comercio Justo funcione.

Según Buendía y otros (2001) citado por Calvo Sánchez, Joaquín (2016) indica que “consumir responsablemente, se define como un acto que no sólo trata de satisfacer una necesidad o un deseo individual, sino muy al contrario, consumir es un acto que tiene implicaciones de carácter social, medioambiental y ético”. Por lo tanto, lo que motiva realmente a un consumidor responsable es su conciencia sobre los impactos económicos, sociales y ambientales que están tras una compra. Lo que resulta en que los consumidores sean agentes de cambio por fomentar un mercado más justo y sostenible.

Consecuentemente, según Llopis – Goig (2009) citado por Calvo Sánchez, Joaquín (2016) expone que un consumidor responsable tiene la necesidad de “(1) mejor y mayor información sobre lo que consume, su procedencia, sus implicaciones, etc. y (2) mecanismos de participación que les permitan ejercer su responsabilidad individual y colectiva en las compras”. En tal sentido, la demanda de información podría solucionarse con el acceso a certificación o la incorporación de etiquetas sostenibles que sean globalmente aceptadas en el que se consignent: condiciones laborales, la reinversión en proyectos sociales que beneficien a los trabajadores, condiciones ambientales de producción y

procesos intermedios, materias primas de origen biológico, etc. según lo explica Santos Megina, Daniel (s.f.).

Es preciso analizar el perfil de consumidor, para poder saber a qué tipo de consumidor se dirigen las organizaciones de Comercio Justo, en tal sentido según las conclusiones del estudio de Calvo Sánchez, Joaquín (2016) sobre el perfil del consumidor de Comercio Justo, los resultados más importantes indican que:

- Existe un alto potencial de mercado no satisfecho, personas que conocen sobre el Comercio Justo y no lo compran y personas que desconocen este modelo y por lo tanto, no lo consumen.
- Lo que valora más un consumidor de Comercio Justo son los aspectos sociales, éticos, legales, medioambientales y sociales.
- Las variables que explican la compra de productos de Comercio Justo son: la conciencia social, actitud responsable y el conocimiento de la cadena de valor social del producto.
- La imagen de Marca – Producto de Comercio Justo, la fabricación, procedencia geográfica y calidad de producto no son variables determinantes para explicar la compra o no compra de este tipo de productos
- Las variables que influyen en la intención de compra son: la accesibilidad, oferta y la información sobre el valor social del producto

En este sentido, teniendo en cuenta las variables determinantes de las compras de un consumidor responsable; él está dispuesto a pagar un precio ligeramente superior en comparación a productos de la misma calidad ya que es consiente que son productos biológicos, en muchos casos con materias primas y métodos

de elaboración tradicionales que generan que los productos tengan un alto valor añadido, que en tiendas con un modelo tradicional de gestión incrementarían hasta 10 veces su precio de venta, según lo manifiesta Santos Megina, Daniel (s.f.).

Finalmente, es importante concientizar a la sociedad en general sobre su poder para revertir la pobreza mediante compras cotidianas consientes debido a que su influencia en las relaciones comerciales son esenciales para que se dé un cambio en favor de un comercio más justo para todos los actores que participen en la cadena de suministro y sea sostenible en el tiempo.

1.2 Artesanía Textil Tradicional

1.2.1 Definición de Artesanía Textil Tradicional

Según la Ley N° 29073 del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento (2010) define “La artesanía tradicional son los bienes que tienen un uso utilitario, ritual o estético y que representan las costumbres y tradiciones de una región determinada. Constituye por lo tanto, expresión material de la cultura de comunidades”.

La asociación estudiada tiene como rubro la producción de Artesanía Textil Tradicional, explicado como aquellas actividades textiles que son elaboradas con conocimientos y técnicas ancestrales, es decir, este tipo de trabajo se caracteriza porque durante el proceso productivo se emplean herramientas rudimentales y diseños tradicionales que contiene un significado especial, según la cosmovisión de cada tejedor. Según Industrias Culturales (s.f.) “el aporte cultural que ofrecen estos artesanos es invaluable para la humanidad. Por lo tanto, es importante

conservar y difundir este arte, no sólo como un activo cultural inmaterial; sino también como un generador de ingresos para los artesanos que les permita mejorar su calidad de vida”.

1.2.2 Proceso de Producción del Tejido

Según el Centro Bartolomé de las Casas (2008) el proceso productivo de la Artesanía Textil Tradicional en la asociación estudiada, está constituido por las siguientes etapas:

1. RUTUY: Corte o trasquilado

La primera etapa del proceso de producción del tejido artesanal, consiste en seleccionar las fibras animales provenientes de ovejas, alpacas o llamas; las cuales se utilizarán en el tejido. Luego de dicha selección se procede a lavar las fibras para poder liberarlas de cualquier impureza proveniente de los animales.

Figura N° 01: Trasquilado de un ovino



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

2. TISAY - PUSKAY: Escarmenado – Hilado

El escarmenado consiste en tender las fibras a manera de conseguir la textura y el peso deseado, es decir, preparar la fibra para facilitar la siguiente etapa. Luego se procede con el hilado, para esta etapa se utiliza una herramienta de madera denominada rueca. Se empieza a trabajar la fibra en forma envolvente con las manos, mientras la rueca gira y se va formando un hilo. En este proceso es importante mantener el hilo sin cortes y con un mismo grosor.

Figura N° 02: Hilado de fibras



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

3. TIÑIY: Teñido

Para iniciar con esta etapa del proceso, se seleccionan diferentes plantas naturales para proceder a la combinación de colores y obtener diferentes matices. Luego se hierve las plantas tintóreas molidas para que desprendan su color, seguidamente se agrega la lana mojada y se deja un tiempo de cocción, después se agregan fijadores naturales para que no se pierda el color.

Figura N° 03: Teñido de fibras



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

4. K'antiy: Torcido

En esta etapa, se prepara nuevamente al hilo pero esta vez, para hacerlo más resistente y fino antes de iniciar con el tejido.

Figura N° 04: Torcido de hilos



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

5. Allwiy: Urdido

En esta etapa se inicia con el tejido, durante este proceso se utilizan cuatro estacas y dos fustes ubicados en forma horizontal, luego se procede a estirar los hilos por los fustes.

Figura N° 05: Urdido de hilos



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

6. Away: Tejido

Es la etapa, en donde se desarrolla el tejido propiamente dicho. El artesano, empieza a pasar los hilos alternadamente y a formar diferentes tramas de acuerdo a lo que el tejedor trata de expresar. Este proceso exige que el tejedor tenga un grado mayor de técnica.

Figura N° 06: Tejido de hilos



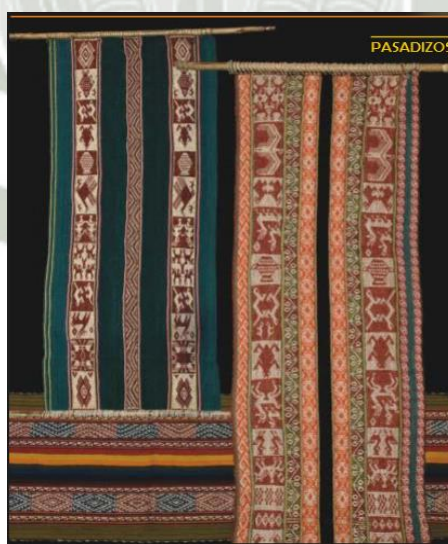
Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

1.2.3 Tipos de productos

Según el Centro Bartolomé de las Casas (2008) los productos que la asociación ofrece son los siguientes:

- Pasadizos

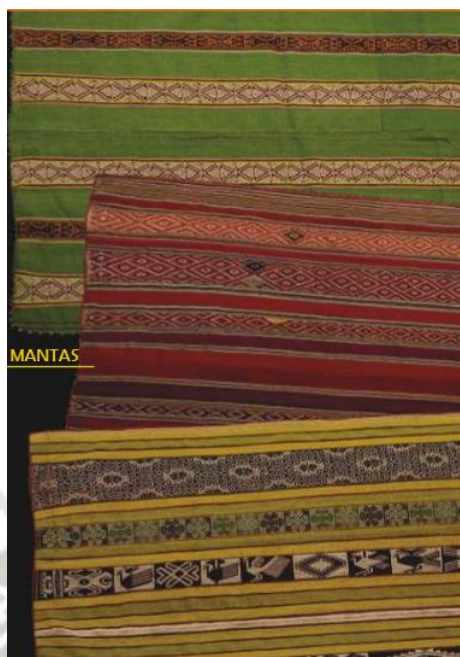
Figura N° 07: Pasadizos



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

- Mantas

Figura N° 08: Mantas (Lliqllas)



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

- Ch'ullos

Figura N° 09: Ch'ullos



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

- Chalinas

Figura N° 10: Chalinas



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

- Chumpis

Figura N° 11: Chumpis



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

- Ch'uspas

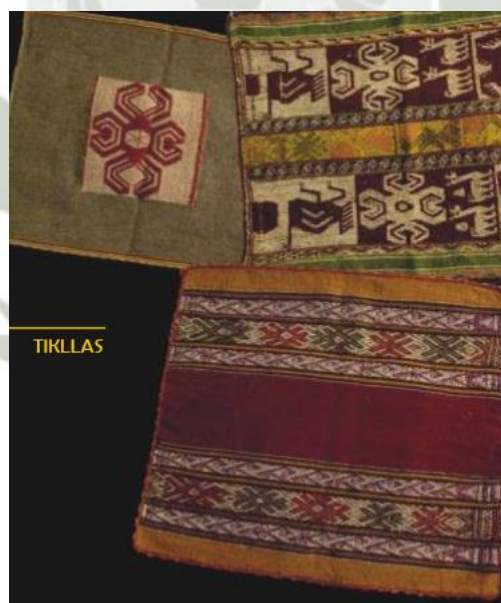
Figura N° 12: Ch'uspas



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

- Tikllas

Figura N° 13: Tikllas



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

- Monederos

Figura N° 14: Monederos



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

- Ponchos

Figura N° 15: Ponchos



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

- Llaveros

Figura N° 16: Llaveros



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

- Muñecos

Figura N° 17: Muñecos



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

1.2.4 Diseños tradicionales

Los diseños tradicionales que los artesanos de la Asociación Central de Artesanas y Artesanos del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin” plasma en sus tejidos son elaborados en base a sus conocimientos ancestrales que fueron sucedidos de generación en generación y es la manera en la que los tejedores expresan sus sentimientos, emociones y el modo que aprecian la vida. Según, el Proyecto Corredor Puno – Cusco (2005), describe la iconografía textil de la

provincia de Calca, “Su cosmovisión es integral, global y está llena de sabiduría... sabiduría que ojalá podamos descubrir a través de sus tejidos, donde más allá del sentido utilitario, su espíritu mágico y ancestral permanece vibrando, en sintonía con nuevas formas creativas, porque la vida andina es CULTURA VIVA, en sus últimas expresiones”.

En el estudio mencionado anteriormente, se describen los iconos plasmados en las Comunidades de Ccachin, Ccollana, Choquecancha, Quishuarani, Rosaspata, distrito de Lares-provincia de Calca; entre los cuales: Ccachin y Choquecancha son materia de estudio. A continuación se describirá la iconografía utilizada por dichas comunidades, para poder apreciar la riqueza cultural que contiene cada tejido, y así poder interpretar lo que cada tejedor trata de narrar con sus diseños.

- Pumaq Yupin

Es un icono que hace referencia a la huella del puma, este se encuentra plasmado en los tejidos de todas las comunidades andinas, ya que tiene un significado sagrado pues está ligado a la historia del Cusco.

Figura N° 18: Iconografía andina - Pumaq yupin



Fuente: Proyecto Corredor Puno (2005)

- Q'énqo Kuru

Está iconografía presenta múltiples variaciones tanto de color y textura. Hace referencia a las lagunas y cause de ríos, pues el agua es muy valorada en la vida andina ya que es esencial para la agricultura y vida humana.

Figura N° 19: Iconografía andina - Q'énqo kuru



Fuente: Proyecto Corredor Puno (2005)

- Inti Partin

Este icono hace referencia al amanecer, cuando el sol presenta sus primeros rayos de luz. Es importante, recordar que el sol es el dios más importante del Tahuantinsuyo, y lo sigue siendo para las comunidades andinas.

Figura N° 20: Iconografía andina - Inti partin



Fuente: Proyecto Corredor Puno (2005)

- Chumpi ch'aska

Es un icono muy hermoso que representa a las estrellas, utilizado principalmente en fajas y chumpis.

Figura N° 21: Iconografía andina - Chumpi ch'aska



Fuente: Proyecto Corredor Puno (2005)

- Inti T'ika

Este icono hace referencia a las flores que son tocadas por los rayos solares y alude a la vida, esplendor y belleza.

Figura N° 22: Iconografía andina - Inti t'ika



Fuente: Proyecto Corredor Puno (2005)

- Cruz Pallay

Iconografía que representa a la cruz, plasmada en varias posiciones y hace referencia al sufrimiento.

Figura N° 23: Iconografía andina - Cruz pallay



Fuente: Proyecto Corredor Puno (2005)

Según el Centro Bartolomé de las Casas (2008) las iconografías principales de la asociación estudiada, son:

- Inca

Esta iconografía representa sus orígenes Incas, que constituyen rastros de su cultura.

Figura N° 24: Iconografía andina - Inca



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

- Llama:

El icono representa al camélido que es un medio de subsistencia para las comunidades andinas actualmente, ya que es un recurso rico en fibra y carne.

Figura N° 25: Iconografía andina - Llama



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

- Inti:

Este icono representa al dios sol, venerado por los incas.

Figura N° 26: Iconografía andina - Inti



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

- Hamp'atu

Esta iconografía representa al sapo, este augura la llegada de las lluvias, y limpia de insectos los huertos, ya que se alimenta de ellos. Ambos indispensables para buenas cosechas.

Figura N° 27: Iconografía andina - Hamp'atu



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (2008)

1.3 La Asociación de Artesanas y Artesanos del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin”

1.3.1 Ubicación

Se encuentra ubicado en la tienda de Tejidos de la Central, ubicada al interior de la Casa Campesina del Centro Bartolomé de las Casas, Avenida Tullumayu 274, Cercado del Cusco.

Mapa N° 01: Ubicación de la tienda principal de la Asociación de Artesanas y Artesanos del Sur Andino "Inkakunaq Ruwaynin"



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas (s.f)

1.3.2 Reseña Histórica

Según información obtenida de la propia asociación (s.f.) la Asociación "Inkakunaq Ruwaynin", que traducida al castellano significa "Lo que han hecho los Incas", inicia en Mayo de 2004 como una Asociación Transitoria de Artesanos del Cusco, y luego de un año de trabajo asociativo, se formalizaron con la denominación de "Asociación Central de Artesanas y Artesanos Tradicionales del Sur Andino - Inkakunaq Ruwaynin".

La idea de proyecto surgió en respuesta a los ingresos bajos y pérdidas que percibían las artesanas textiles por su trabajo, tal situación explicada por el gran número de intermediación en la cadena de comercialización de los tejidos tradicionales quienes vendían los productos en los principales mercados de la Ciudad de Cusco. Según el Plan estratégico del Desarrollo de la Provincia de Calca al año 2012 se reveló que "por ejemplo, una manta de tamaño grande se

comercializa a los intermediarios entre 50 y 100 soles; pero un cálculo aproximado de costos de producción muestra que el costo real bordea los S/. 238.00". De esta manera, se evidencia el abuso cometido por los intermediarios para generar grandes márgenes de ganancia a costa de las pérdidas de los productores.

Por lo tanto, la asociación estaba destinada a las mujeres de las comunidades campesinas que se caracterizaban por vivir en economías de subsistencia y con incapacidad para insertarse en un mercado global, debido a que se caracterizaban por tener bajos volúmenes de producción, no existía estándares de calidad, no tenían conocimientos sobre oferta, demanda, etc.

Es así que el año 2004 el Centro Bartolomé de las Casas, una asociación civil sin fines de lucro, dentro del Marco del Proyecto Institucional financiado por la Cooperación Alemana DED / EED¹ (Deutscher Entwicklungsdienst / Evangelischer Entwicklungsdienst) fue gestor y coordinador fomentando la artesanía textil con los objetivos de Desarrollo Económico de Comunidades Marginadas, Equidad de Género y Comercio Justo. Congregando a 12 comunidades campesinas pertenecientes a Cusco y Apurímac constituidas por 180 artesanos.

La asesoría técnica sobre Comercio Justo se dio a través de cooperantes internacionales de Bélgica, Alemania y Francia como sociólogos, economistas con mención en Comercio Justo o modelos de gestión alternativos que introdujeron el concepto en Centro Bartolomé de las Casas. De esta manera, se armaron planes de capacitaciones y trabajo con las artesanas textiles para

¹ Instituciones Alemanas relevantes de Cooperación al Desarrollo

explicar y transformar el modelo europeo y posteriormente adaptarlo a la realidad alto-andina cuzqueña mediante el autoaprendizaje.

Entre julio de 2010 hasta el 2015, el rol que cumplió el Centro Bartolomé de las Casas fue de apoyo directo para insertar a los artesanos en ferias, proyectos, actividades y asesoría de gestión en la tienda.

Actualmente, la asociación firmó un convenio con la Fundación Backus por un periodo de 2 años el proyecto “Fortalecimiento de las Capacidades Competitivas Reafirmando la Identidad Cultural de las Asociaciones Productoras de Artesanía Textil de los Distritos de Calca, Lares, Checacupe para Colocar sus productos en Nuevos Mercados” en el que reciben capacitaciones, articulación al mercado, mejoras productivas y de diseño.

La asociación está conformada por la Asociación Munay Urpi (Comunidad Campesina de Huaran), Asociación Pacha Illari (Comunidad Campesina de Ccachin), Asociación Virgen María Auxiliadora (Comunidad Campesina de Choquecancha) y la Asociación Pallay Lliqlla (Comunidad Campesina de Chari). De esta manera, el número de asociados totalmente es de 54 personas.

Tabla N° 01: Número de artesanos pertenecientes a la asociación

PROVINCIA	DISTRITO	ASOCIACIÓN	NÚMERO DE SOCIOS
CALCA	Calca	"Munay Urpi"	13
	Lares	"Pacha Illari"	15
	Lares	"Virgen María Auxiliadora"	17
CANCHIS	Checacupe	"Pallay Lliqlla"	9
		TOTAL	54

Fuente: Elaboración Propia (2016)

Los resultados de la experiencia en la asociación, según los representantes de Centro Bartolomé de las Casas (2016) explicaron que el desarrollo de la asociación a lo largo de los 12 años desde su creación, se dio principalmente en los siguientes aspectos:

- A nivel comercial: la experiencia es positiva ya que a inicio del proyecto las artesanas no sabían cómo insertar sus productos textiles al mercado ni existía la intención de hacer de esta su principal actividad económica. Con iniciativa de Centro Bartolomé de las Casas se logró capacitar a las artesanas en temas de gestión financiera, comercial y productiva; para que posteriormente se pueda abrir la tienda principal en la ciudad de Cusco. Actualmente las mujeres manejan un negocio propio con sus textiles con autonomía, transparencia y democracia.
Sin embargo, el lado negativo de la experiencia es que algunos artesanos se benefician más que otros. El resultado del beneficio depende la calidad del producto elaborado y la demanda específica de productos, es decir, los compradores compran tejidos andinos más étnicos con colores específicos.
- A nivel social, la experiencia es muy positiva ya que se mejoró desenvolvimiento personal de las artesanas, las mujeres son tomadas con mayor seriedad ya que contribuye al hogar, son reconocidas en sus comunidades como embajadoras textiles y gozan de tener ranking social alto (12 socias del proyecto asumieron funciones de autoridad dentro de su comunidad campesina, 4 socias fueron elegidas como regidoras de los municipios distritales y una alcaldesa de un poblado menor). Por otra parte, el lado negativo de la experiencia es que las artesanas decidieron mantener

una estructura social cerrada debido a que temen que se destruya la cohesión social, que malogren la calidad de los tejidos (técnicas e iconografías), que se aprovechen de sus logros.

- A nivel cultural y ambiental, la experiencia es totalmente positiva ya que se logró revalorar sus tejidos, recuperar técnicas y diseños ancestrales.

1.3.3 Organigrama

La Asociación materia de estudio se encuentra organizada, según su estatuto de la siguiente manera:

Cuadro N° 01: Organigrama de la Asociación de Artesanas y Artesanos del Sur Andino "Inkakunaq Ruwaynin"



Fuente: Elaboración Propia (2016)

1.3.4 Finalidad

La Asociación, según su estatuto, tiene por finalidad:

- I. Recuperar y potenciar los tejidos tradicionales
- II. Buscar desarrollo económico, social y cultural de las socias, sus familias y sus comunidades de origen.
- III. Cada una de las asociaciones son responsables del coadyuvar al fortalecimiento de las asociaciones socias y de comunidades de las cuales proceden.
- IV. Ingresar al mercado y competir con productos de alta calidad.
- V. Trabajar en forma solidaria entre las asociaciones que conforman la Central.
- VI. Hacer crecer las capacidades personales y organizacionales para el desarrollo de la artesanía tradicional de tejidos.
- VII. Hacer crecer las capacidades de gestión comercial de nuestros productos.
- VIII. Conservar y heredar a nuestros hijos nuestra cultura y sabiduría andina.
- IX. Investigar, recuperar los diseños ancestrales. Conocer el significado de los colores y diseños.

1.3.5 Objetivos

Los objetivos que se plantea la asociación, según su estatuto, son los siguientes:

- I. Incrementar los ingresos económicos de los asociados y sus familias.
- II. Practicar el intercambio cultural en igualdad de condiciones.
- III. Mejorar nuestra capacidad de gestión organizacional para la producción, comercialización y revaloración de nuestra cultura.

- IV. Lograr ser especialistas en la producción de tejidos con diseños tradicionales.
- V. Hacer conocer nuestros productos a través de ferias, concursos y medios de comunicación modernos.
- VI. Conservar nuestros recursos naturales.
- VII. Patentar nuestros diseños ancestrales.
- VIII. Aperturar tiendas de ventas de la producción de artesanía en ámbito de cobertura de la Asociación.
- IX. Aperturar la inclusión de artesanos tejedores y diversas especialidades a fin de ofrecer variedad de productos a los clientes.

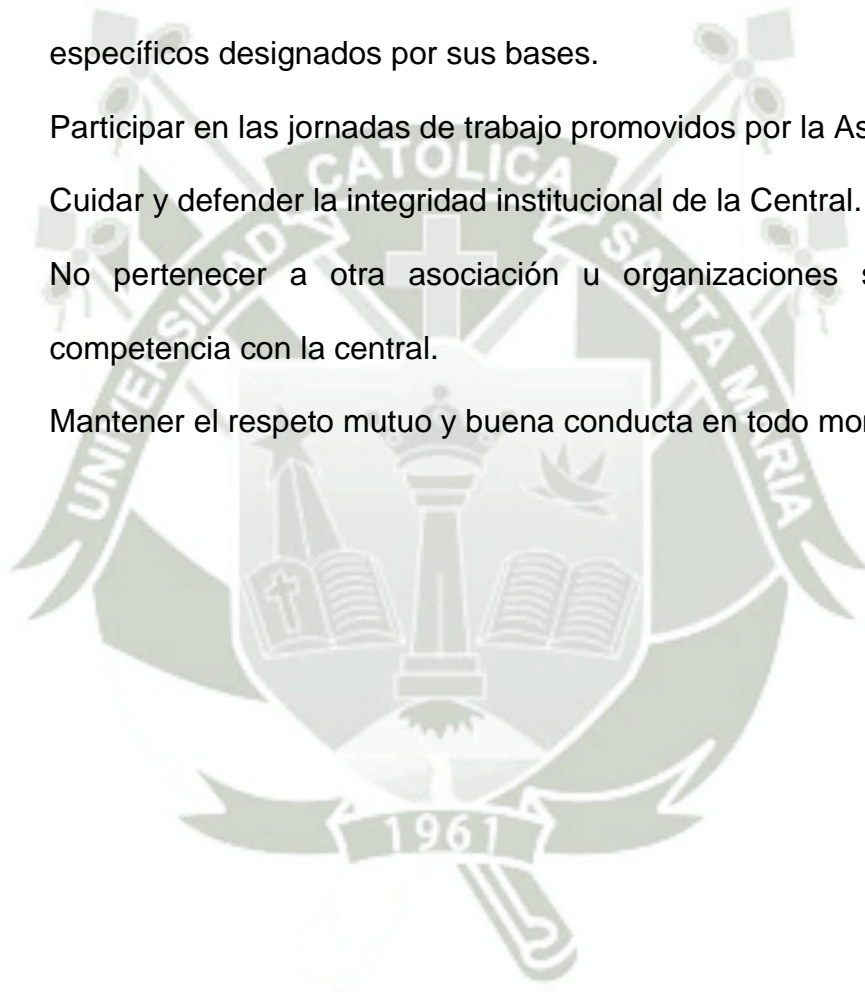
1.3.6 Derechos y deberes de los asociados

Según lo establecido por el estatuto de la Asociación, los derechos de los asociados son:

- I. Participar en la Central con voz y voto mediante sus representantes.
- II. Elegir y ser elegido para los cargos directivos y otros cargos.
- III. Exigir al Consejo Directivo de la Central y demás asociados el cumplimiento del estatuto, reglamentos y acuerdos.
- IV. Proponer y presentar iniciativas y/o proyectos para mejorar el desarrollo de la Central.
- V. Participar de los beneficios que genere las actividades de la Central.

De la misma manera, lo establecido por la Asociación describe que los deberes de los asociados son:

- I. Acatar las disposiciones del estatuto, reglamento interno, resoluciones y acuerdos de las Asambleas y del Consejo Directivo.
- II. Respetar y practicar los principios del comercio justo y la economía solidaria.
- III. Participar con puntualidad en las Asambleas y eventos de capacitación que organicé la Central.
- IV. Los delegados, aceptar y desempeñar cargos directivos y encargos específicos designados por sus bases.
- V. Participar en las jornadas de trabajo promovidos por la Asociación.
- VI. Cuidar y defender la integridad institucional de la Central.
- VII. No pertenecer a otra asociación u organizaciones similares o en competencia con la central.
- VIII. Mantener el respeto mutuo y buena conducta en todo momento.



Capítulo 2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En el presente capítulo se muestran los resultados obtenidos de la investigación intitulada “Influencia del Modelo Comercio Justo en el Desarrollo de la Asociación de Artesanas y Artesanos del Sur Andino INKAKUNAQ RUWAYNIN, Cusco, Periodo 2004-2015”, a través de la recolección de información primaria, encuestas y entrevistas estructuradas realizadas a los artesanos de la Asociación materia de estudio e información secundaria brindada por los responsables del área de Comercio Justo del Centro Bartolomé de las Casas, Área de Desarrollo y Promoción Artesanal de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cusco y Planes Estratégicos Concertados de cada provincia estudiada.

2.1 Comparación del Modelo comercio justo con el Modelo de libre mercado

Para analizar si el modelo de comercio justo beneficia efectivamente a los artesanos de esta asociación en comparación al modelo de libre mercado; se procederá a ver la variación en cuanto a precio de producto, capacidad productiva y la cadena de comercialización.

2.1.1 Precio de producto

Se diferencia la variación de dos tipos de precios de producto: el primer precio se da bajo los preceptos de Comercio Justo y fue obtenido de la Asociación estudiada mientras que el otro tipo de precio es el que perciben los artesanos individuales² inscritos en el Registro Nacional del Artesano según el área de

² Se denominan artesanos individuales a aquellos que no están organizados en alguna asociación textil pero si están inscritos en el Registro Nacional de Artesanos, lo que les permite promocionar sus productos a nivel nacional e internacional, participar de eventos y actividades que promueve MINCETUR y DIRCETUR, etc.

Desarrollo y Promoción Artesanal de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cusco (2016). Se analizó a este tipo de artesano porque presentan las mismas características que los artesanos de la asociación estudiada antes de que se implementará el proyecto, es decir, en el año 2004.

Tabla N° 02: Precio por producto

Producto	Precio (Modelo de Comercio Justo)	Precio (Modelo de Libre mercado)
Pasadizo grande	S/. 215	S/ 80 – 100
Pasadizo pequeño	S/. 139	S/. 70 – 80
Monedero	S/. 12	S/. 3 – 5
Chalina	S/. 74	S/. 35 – 40
Portacelulares	S/. 18	-
Ch'ullos	S/. 50	S/. 25 – 30
Chuspas	S/ 60	S/ 35 – 40
Cartera	S/. 69	S/. 50
Llaveros	S/. 5	-
Liqllas	S/. 248	S/. 60 – 80
Tikllay Iliqlla	S/. 50	S/. 35
Mantas pequeñas	S/. 80	S/. 60
Guantes	S/. 21	-
Pulseras	S/. 5	S/. 3
Ponchos	S/. 1026	S/. 300
Chumpis	S/. 62	S/. 40
Cojines	S/. 84	-
Cartuchera	S/. 30	S/. 15 – 20
Correa	S/. 35	-

Fuente: Elaboración Propia de investigación (2016)

Se observa una clara diferencia de precios entre ambos modelos, el precio del Modelo de Comercio Justo surge debido a que en primer lugar, existe un buen manejo financiero en la asociación estudiada (Ver tabla N° 03), el cual les permite cubrir los costos y gastos en el que incurre la asociación para su desenvolvimiento productivo además de generar un margen de ganancia de aproximadamente 10% a 15% por producto. Mientras que el 50% del costo de

comercialización se destina para los costos de operación, mantenimiento e inversión de la tienda.

Tabla N° 03: Composición del precio de venta

Composición del Precio de Venta	Porcentaje (%)
Costos de Producción	47%
Costos de Comercialización	20%
Margen de Ganancia	15%
Impuestos	18%
Precio de Venta	100%

Fuente: Elaboración Propia de investigación (2016)

En segundo lugar, la calidad de producto permite un precio más alto debido a que se supervisa el acabado del mismo, medidas específicas de producto de acuerdo a su utilidad, etc. lo que resulta en que el producto sea vendido con mayor facilidad en el mercado local e ingresar a mercados especializados en el exterior.

A diferencia del precio del modelo de libre mercado, en el que los precios de productos de artesanos individuales se manejan básicamente por el precio de producto de ventas anteriores o el precio que están dispuestos a pagar los intermediarios por el producto; sin tener en cuenta los conocimientos mínimos sobre costos, gastos ni ganancias. En segundo lugar, la calidad de producto es baja ya que los artesanos no tienen acceso a capacitaciones ni tienen en cuenta los requerimientos del mercado lo que ocasiona que los intermediarios se aprovechen de la situación.

Los precios que no fueron especificados en la tabla N° 02, se explica porque los artesanos individuales se dedican sólo a producir artesanías textiles tradicionales y no están capacitados para producir artesanías nuevas que

requiere el mercado como portacelulares, cojines, guantes o correas ya que requiere el manejo de otras técnicas textiles.

Es claro que el modelo de Comercio Justo, genera que los artesanos tengan ingresos superiores para un óptimo manejo productivo y generen un margen de ganancia mayor lo que les permite tener una calidad de vida superior en comparación a aquellos artesanos que manejan su producción bajo el modelo convencional.

2.1.2 Capacidad productiva

Según los datos obtenidos en la tabla N° 04 se aprecia la capacidad productiva de los artesanos de la asociación estudiada en el año 2004 y el año 2016, se aprecia una variación promedio de 600.4% en todos los productos explicado por el nivel de pericia que alcanzaron los artesanos con el transcurrir del tiempo en etapas productivas como el hilado y tejido resultado de las capacitaciones periódicas (Ver anexos). Así mismo, la asociatividad de pequeños artesanos que se dio en el año 2004, les permite producir un mayor volumen de mercancías con una calidad superior, y por tanto ingresar a mercados especializados.

Aunque no existe una base de datos de capacidad productiva de artesanos individuales, según indica el encargado del Área de Desarrollo y Promoción Artesanal de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cusco, la capacidad productiva es mínima ya que son familias que tienen por actividad económica primaria la actividad agropecuaria, por lo tanto la capacidad productiva depende principalmente al producto que cada artesano decida tejer, por ejemplo: un poncho demora en ser elaborado aproximadamente un mes y es vendido en aproximadamente S/. 300.00 nuevos soles. Tal monto sería el

ingreso mensual proveniente de la artesanía para la familia, teniendo en cuenta dos factores básicos: el precio que el intermediario está dispuesto a pagar y la baja calidad de producto, como se mencionó anteriormente.

Tabla N° 04: Capacidad Productiva

Producción total de textiles			
Productos	Capacidad Productiva (Modelo de Comercio Justo) Año 2003	Capacidad Productiva (Modelo de Comercio Justo) Año 2016	Capacidad Productiva (Modelo de Libre mercado) Año 2016
Monederos	87	522	No existen registros
Pasadizos grandes	56	335	
Pasadizos pequeños	22	131	
Chalinas	25	141	
Portacelulares	--	131	
Mantas (Lliqllas)	8	48	
Llaveros	--	187	
Chullos	27	160	
Chuspas	30	165	
Carteras	19	112	
Cartucheras	5	357	
Tikllaylliqla pequeña	3	19	
Mantas pequeñas	9	52	
Cojines	--	46	
Ponchos	3	17	
Pulseras	61	367	
Chumpis	10	59	
Correas	--	12	
Chalecos	--	2	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

2.1.3 Cadena de comercialización

La cadena de comercialización de la asociación estudiada bajo preceptos de Comercio Justo, se desarrolla de la siguiente manera:

- Los artesanos acopian la materia prima que puede ser obtenida de sus propios animales o proveedores externos (lana o fibras sin procesos de

industrialización) para empezar con el proceso productivo y transformarlo en productos finales o tejidos planos. La producción textil artesanal se pueden dar en dos escenarios:

- Producción de textiles de acuerdo a pedido

Se establece contacto con compradores en Europa (principalmente Francia, España y Alemania), empresas en EE.UU y Mercados Nacionales, los cuales hacen el pedido de textiles con requerimientos específicos de iconografía, colores y producto todo ello obtenido del catálogo online de la página web de la asociación. Las artesanas se reúnen y deciden la producción equilibrada del producto en las 4 comunidades.

- Venta libre de las piezas artesanales

Cada artesano decide que producto va a elaborar de acuerdo a sus gustos o percepción de aquellos productos que se vende bien.

Según el estatuto de la asociación mensualmente se entrega una cantidad determinada de productos a la asociación.

- Los puntos de venta en la Ciudad de Cusco: La tienda principal de Inkakunaq Ruwaynin ubicada en la Casa Campesina de Fray Bartolomé de las Casas, Hotel Huarari (oferta de diferentes productos y servicios para complementar la experiencia de los hospedados), Healing House (Centro de retiro y yoga que ofrece una gama extensa de productos para nacionales y turistas), Rainbow Spirit Hostel (oferta integral de productos para los hospedados) y un punto de venta en la Ciudad de Lima en el Museo de Sitio de Pachacamac en cooperación con la Fundación Backus bajo el marco del proyecto “Fortalecimiento de las Capacidades

Competitivas Reafirmando la Identidad Cultural de las Asociaciones Productoras de Artesanía Textil de los Distritos de Calca, Lares, Checacupe para Colocar sus Productos en Nuevos Mercados” en el que se expone los tejidos y se da la venta de los mismos.

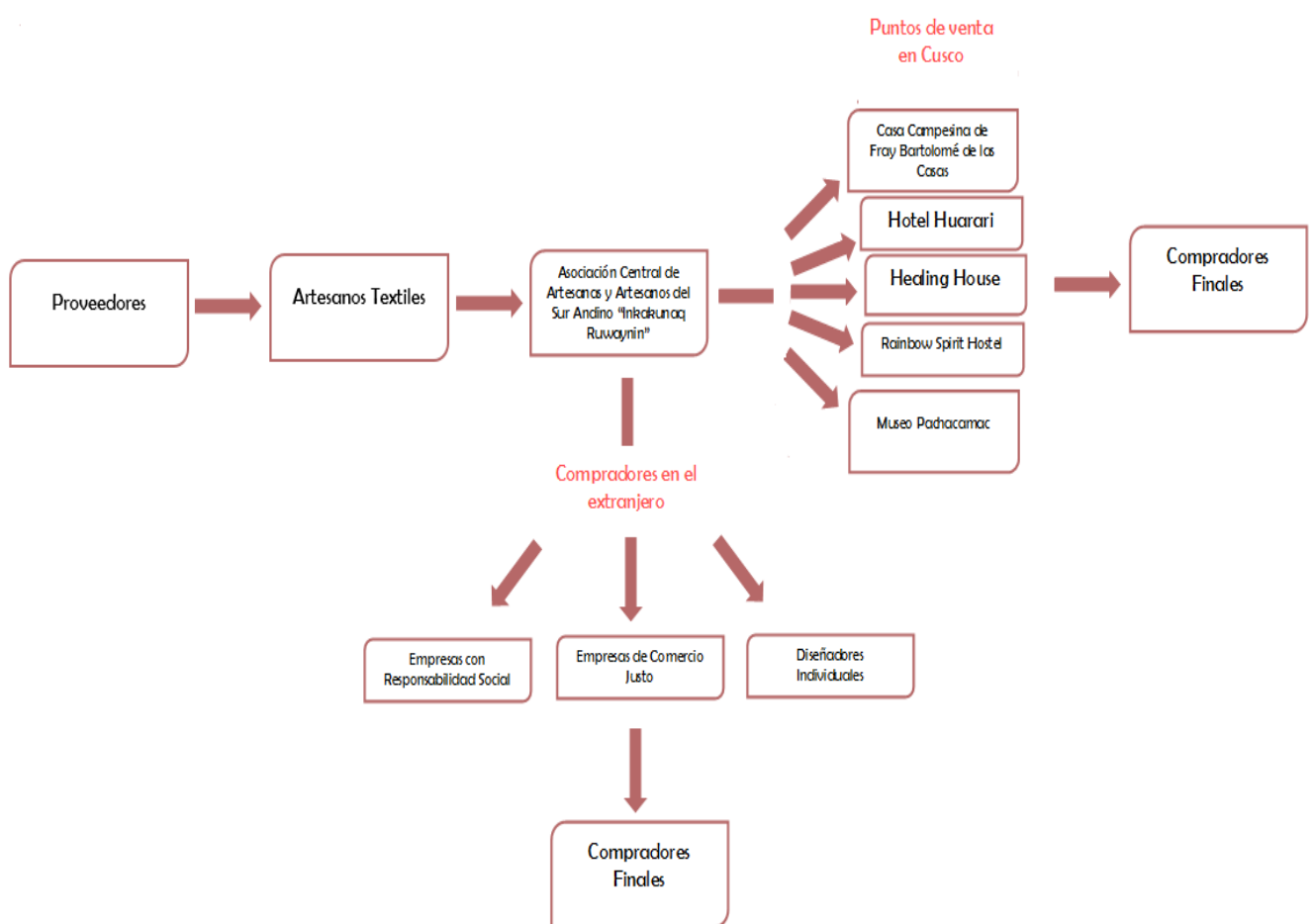
En la tienda principal de la asociación y en el Museo de Pachacamac se consignan etiquetas a los productos textiles en los que se indica el nombre de la artesana que elaboro el producto, el precio que reciben los artesanos por producto, costos de comercialización e IGV para garantizar el principio de transparencia de Comercio Justo.

Es importante aclarar que el perfil de consumidor de las artesanías textiles de la asociación en la tienda principal son: Turistas individuales hospedados en Cusco que conocen la asociación por tener un espacio en la Guía de viaje francesa Routard y Lonely Planet que mencionan a Inkakunaq Ruwaynin como un proyecto social de Comercio Justo para viajes individuales y compradores ocasionales que ven la tienda por casualidad.

Mientras que en el extranjero se establece contacto con los compradores a través de ferias, guías turísticas y profesionalmente por el Centro Bartolomé de las Casas que busca cooperación internacional con tiendas de Comercio Justo en Francia y Alemania. Actualmente, los principales compradores de los productos de la asociación son Proyectos Privados de Diseñadores en España que compran el producto como tejido plano y los transforman en artículos de decoración del hogar, prendas, accesorios o zapatos; y la empresa Rock+Pillar Trading Co. en EE.UU que vincula su

experiencia personal en América Latina con un negocio con responsabilidad social empresarial ya que promueve la cultura ancestral y el trabajo de calidad (Ver figura N° 28). Posteriormente, el cliente final de estas empresas o diseñadores individuales son compradores con alto poder adquisitivo con perfil de consumidor responsable.

Figura N° 28: Cadena de comercialización de la Asociación de Artesanas y Artesanos del Sur Andino "Inkakunaq Ruwaynin"

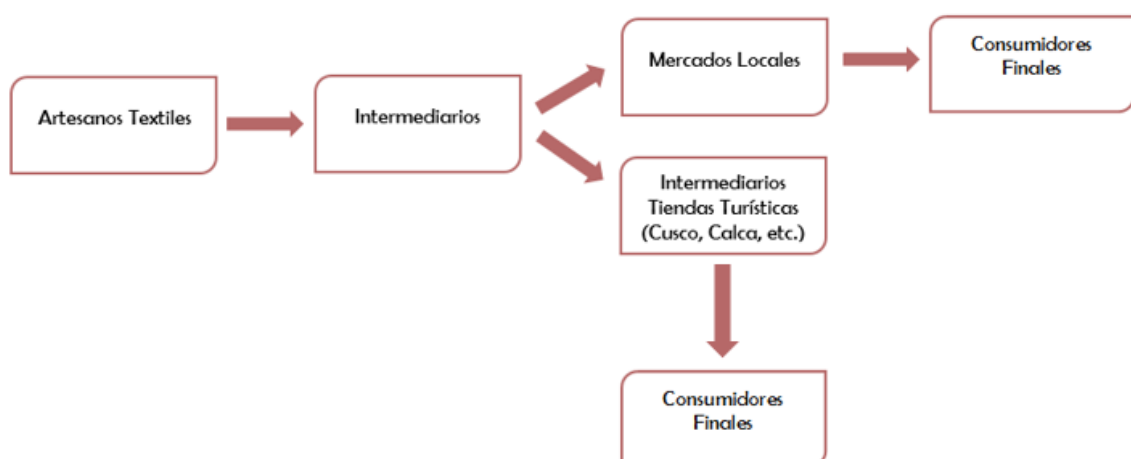


Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Mientras que para el modelo de libre mercado, la cadena de comercialización es muy diferente, ya que según el encargado del Área de Desarrollo y Promoción Artesanal de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cusco, generalmente el artesano individual

produce sus artesanías textiles en base a las fibras o lana de sus propios animales lo que supone materias primas limitadas para la elaboración de los tejidos. Tras la elaboración de los productos finales como: pasadizos, lliqllas, ch'ullos, etc. son los intermediarios los que viajan hasta las comunidades de los artesanos textiles (viajes de 5 a 8 horas aproximadamente) en el que se aprovecha el desconocimiento de precio, baja calidad de producto y se regatea precios de los mismos. En el caso, por ejemplo de que el intermediario compre una chalina a un artesano al precio de S/. 30 – 35 nuevos soles dependiendo a la calidad de producto y materia prima utilizada, este producto se vende en mercados locales en S/. 60, a los intermediarios en tiendas turísticas de Cusco, Calca, Ollantaytambo, etc. se les vende el producto a S/. 70 – 80 nuevos soles y finalmente, la chalina es vendida a turistas nacionales o extranjeros en S/. 100 – 120 nuevos soles.

Figura N° 29: Cadena de comercialización en el Modelo de Libre Mercado



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

2.2 Influencia del modelo Comercio Justo en el desarrollo de la asociación

La influencia de aplicar prácticas de Comercio Justo, trajo consigo múltiples progresos que tienen influjo directo en el desarrollo económico, social y ambiental de la asociación, los cuales son:

- Mejoramiento de ingresos

Según la tabla N° 05 se obtuvo que la actividad principal a la que se dedicaban los artesanos el año 2004 (antes de la implementación del proyecto) era la agricultura con un porcentaje de 95.1% de artesanos, mientras que su actividad secundaria era la ganadería con un porcentaje de 68.3% y la artesanía textil con un porcentaje de 26.8%.

Mientras que para el año 2016 se obtiene que el 95.1% de los artesanos refiere que su actividad económica principal es la producción de artesanías textiles. El sector artesanal textil tradicional viene teniendo un crecimiento sustancial, ya que es muy valorado a nivel comercial por mantener diseños y técnicas ancestrales. Las actividades económicas secundarias a las que se dedican los artesanos actualmente son la agricultura con un porcentaje de 41.5%, los artesanos refirieron que producen papa, maíz, hortalizas, quinua, tarwi, kiwicha, etc. que son destinados principalmente al autoconsumo y en menor proporción a la venta en el mercado local. El 9.8% de los artesanos refirieron que su actividad secundaria es la ganadería, es necesario mencionar que los artesanos que habitan en los pisos altitudinales más altos se dedican principalmente a la crianza de camélidos y ovinos (Choquecancha, Ccachín y Chari) de donde extraen la lana de sus propios animales para tratarla y utilizarla en sus tejidos, a diferencia del

piso valle en donde se dedican a la crianza de vacunos. El 7.3% de artesanos afirmaron que la actividad económica secundaria a la que se dedican es el Turismo Rural Comunitario, quienes son pertenecientes a las comunidades de Chari y Choquecancha en donde se viene impulsando el T.R.C. acompañado de la promoción y venta de los tejidos tradicionales, ya que este tipo de turismo vivencial permite a las artesanas mostrar el proceso de producción de las artesanías y posteriormente venderlos directamente a los grupos de turistas. El 36.6% de artesanos que refirió dedicarse a otro tipo de actividades secundarias, las cuales son actividades domésticas. Finalmente, 4.9% de los artesanos refirió que su actividad secundaria es la artesanía textil.

Se puede apreciar el cambio de actividades económicas, ya que antes de iniciar el proyecto los artesanos se dedicaban principalmente a actividades agropecuarias. Actualmente, ellos se dedican principalmente a la producción de artesanía textil debido a que implica ingresos suficientes para que los artesanos se dediquen a esta actividad económica.

Tabla N° 05: Actividades Económicas

Actividad	Primaria 2003	Secundaria 2003	Primaria 2016	Secundaria 2016
Agricultura	95.1%	4.9%	2.4%	41.5%
Ganadería	4.9%	68.3%	2.4%	9.8%
Artesanía Textil	0.0%	26.8%	95.1%	4.9%
Turismo Rural Comunitario	0.0%	0.0%	0.0%	7.3%
Otros	0.0%	0.0%	0.0%	36.6%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia de investigación: (2016)

Tras obtener que la principal fuente de ingresos actualmente para los artesanos es la artesanía textil, es preciso analizar el desenvolvimiento económico de la asociación.

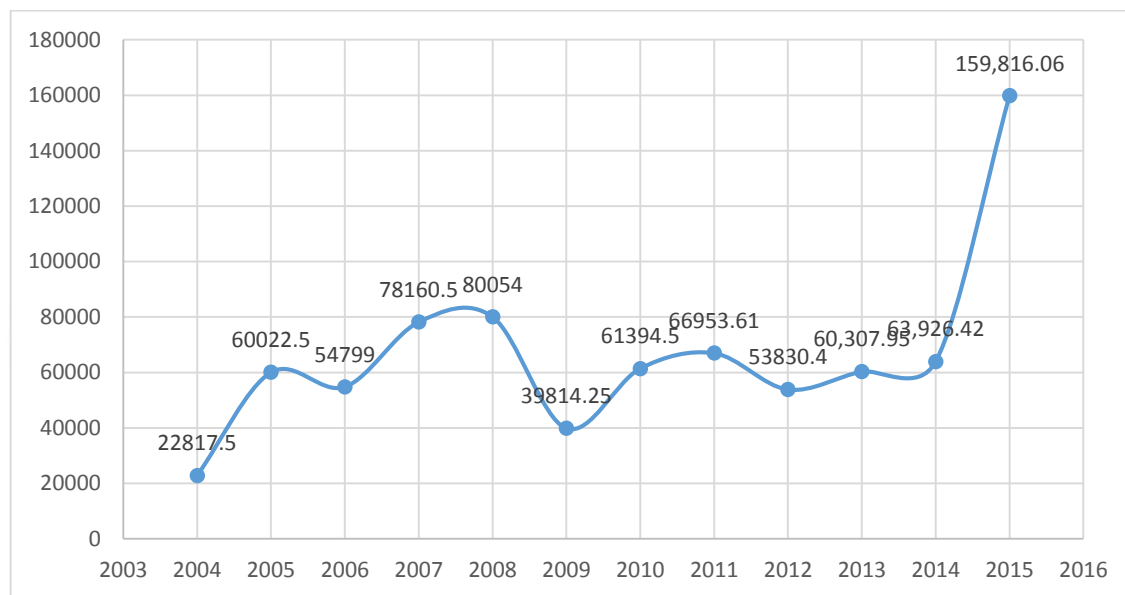
Las ventas anuales de la Asociación inician en el año 2004 con S/. 22 817.5 nuevos soles, tras este año se observa un crecimiento porcentual anual de 163% para el año 2005, tal resultado producto de las capacitaciones mensuales que recibieron las artesanas, lo que permitió obtener productos de mejor calidad y por lo tanto, ser vendidos con mayor facilidad.

El año 2008 se registra un punto de venta alto registrado por la asociación a S/. 80 054 nuevos soles explicado por la participación en Ferias en Francia. Sin embargo en el año 2009 se registra una caída vertiginosa de las ventas de -50% explicado por la reducción de turistas extranjeros (mercado meta) y reducción de contratos con tiendas especializadas de Comercio Justo en EE.UU.

Es así que el año 2010 hubo una recuperación de ingresos a S/. 61 394.5 nuevos soles explicado por una estrategia de diversificación de canales de comercialización aplicado por la asociación, participación en la confección de trajes tradicionales para las fiestas del Cusco (Inti Raymi), participación en ferias nacionales, exportaciones a Alemania y finalmente, contratos con compradores en Lima. El año 2012 se registra un descenso en ventas explicado por la refacción de la Casa Campesina y cierre temporal de la Av. Tullumayu en donde se encuentra la tienda principal de la asociación, todo ello acontecido durante los meses considerados “temporada alta”.

Finalmente, el año 2015 se registra el punto de venta más alto registrado por la asociación de artesanos a S/. 159 816.06 explicado por el contrato de producción del “Primer panel telar tejido a mano del mundo” con la empresa Backus.

Figura N° 30: Ventas Anuales



Fuente: Elaboración propia de investigación: (2016)

Por otra parte, el nivel de egresos que registra la asociación tiene estrecha relación con el nivel de ingresos, debido a que casi el 70% de egresos; son por el rubro mano de obra principalmente por el pago a las tejedoras y el pago a proveedores directos. Seguido por gastos administrativos que representa el 10% de los gastos, compuesto por el pago a personal, teléfono, alquiler del local, teléfono, etc. Y el 20% restante del total de egresos está compuesto por gastos financieros y gastos de inversión.

Es importante destacar que en la asociación se manejan dos tipos de precios: el primero es el denominado precio del productor en el que se consignan los costos de producción y el margen de ganancia por producto,

los cuales son transferidos directamente a los artesanos y el segundo precio que es el precio final; el cual es la suma del precio del productor, costos de comercialización e IGV. En este caso, el costo de comercialización es gestionado por la asociación, este costo oscila entre el 20% - 30% del precio del productor.

Es así que según la información obtenida en la investigación se encontró que 97.6% de los artesanos textiles refiere que obtuvo beneficios económicos luego de haberse agrupado a la asociación; frente a un 2,4% que refiere que no, dichas personas que refirieron no haber obtenido beneficios económicos son artesanos que se agruparon recientemente a la asociación (Ver anexos). Según afirmaciones de las artesanas, se obtuvo que “Trabajábamos allá abajo (haciendo referencia al lugar donde ofertaban sus productos) iban los comerciantes miraban y no compraban nuestros productos, lo teníamos mucho tiempo hasta que se hagan viejas las mantas. No había como ahora que ya pertenecemos a la asociación” “Antes nosotros llevábamos a caballo nuestros productos a las tiendas pero no se vendían... Ahora aumentaron nuestros ingresos y también mejoraron nuestros productos, mejoramos en el hilado y tejido”.

- Igualdad de género (potestad económica de la mujer)

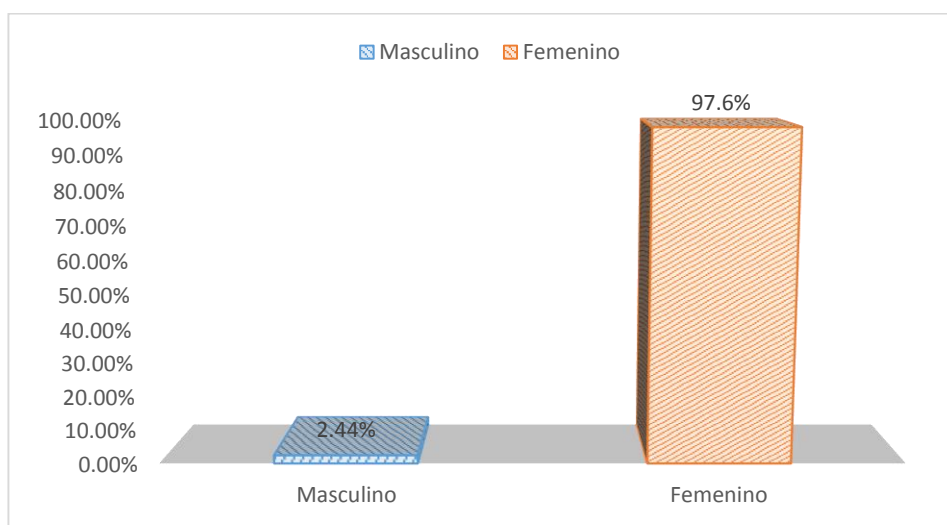
Según la Figura N° 31 se observa que el 97.6% de los artesanos textiles que pertenecen a la Asociación son mujeres y el 2.44% son varones, es decir 53 personas de la asociación son mujeres y sólo trabaja un varón perteneciente a la Comunidad de Huarán. Tal situación es explicada porque tradicionalmente son sólo las mujeres las que se dedican al arte textil

mientras los varones se dedican a otras actividades como las agropecuarias, entre otras.

De esta manera, se comprueba el principio de potestad económica de la mujer perteneciente al comercio justo y se refleja económicamente debido a que su participación laboral genera que obtengan mayores ingresos familiares lo que permite una mejor calidad de vida y reducción de la pobreza. Y un efecto social debido a que existe un cambio en el desarrollo personal de la mujer al sentirse aceptada, escuchada y apreciada por su desempeño laboral y contribución en la actividad económica de su comunidad.

Según los estudios desarrollados tenemos los testimonios de las artesanas quienes comparten sus experiencias y cambios dentro de la comunidad debido al modelo “Comercio Justo”, con las siguientes afirmaciones:

“Nuestros esposos están felices y nos ayudan hasta a cocinar, antes no hacían eso nunca”, “A mí también me valora más mi esposo, él me ayuda, me dice que me apure (trabajando en las artesanías). Como nosotras ayudamos económicamente y por eso nuestros esposos nos ayudan más.

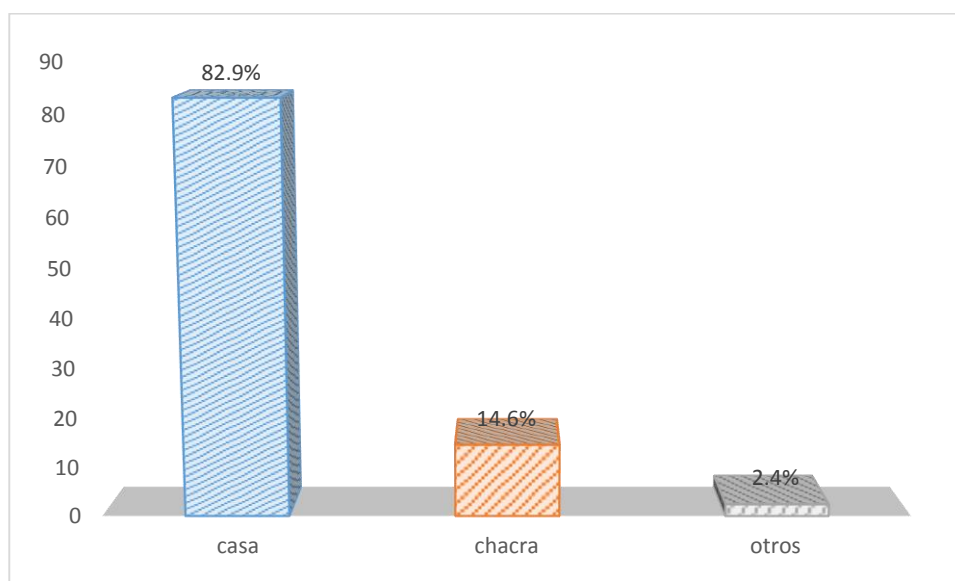
Figura N° 31: Género

Fuente: Elaboración propia de investigación: (2016)

- Condiciones de trabajo

En la figura N° 32 se observa que el 82.9% de los artesanos textiles refiere que realiza la producción de los tejidos en su casa, 14,6% en la chacra y 2,4% de los artesanos refirió que teje en los locales de trabajo de cada comunidad cuando tienen pedidos que cumplir. Se puede concluir que más del 80% de los artesanos realiza el proceso productivo de las artesanías en su casa. Según la investigación obtenida del conversatorio con la fundación Backus, se obtuvo la siguiente afirmación: “Es más conveniente trabajar en nuestras casas porque es más caro tener que ir hasta los centros de trabajo desde nuestras casas (Costos de transporte) y también porque tenemos que dejar a nuestros hijos solos en casa”.

Está claro que realizar el proceso productivo de los tejidos en sus casas, expone al producto a tener una baja calidad ya que puede ser ensuciado o contaminado.

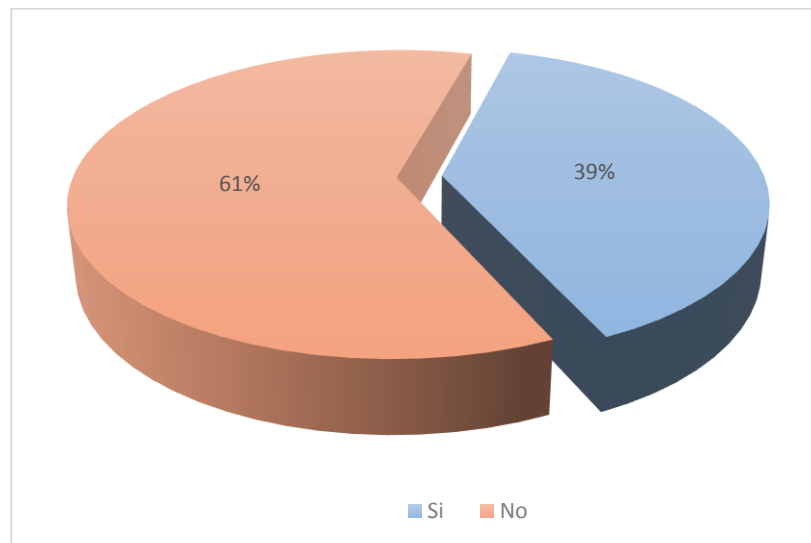
Figura N° 32: Lugar de trabajo

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

De la figura N° 33 se obtuvo que el 61% de los artesanos textiles refiere que sus lugares de trabajo no posee condiciones de seguridad y sanitarias; es decir, no poseen: materiales, herramientas y condiciones salubres que eviten accidentes en su lugar de trabajo y garanticen su integridad mientras que el 39% de artesanos refirió que si poseen tales condiciones.

Es trascendente aclarar que el lugar de trabajo considerado en esta pregunta es el local de trabajo que posee cada comunidad en el que realizan sus reuniones, capacitaciones y trabajan en la producción de las artesanías ocasionalmente, ya que el lugar de trabajo de los artesanos son sus propias casas y las condiciones de las mismas serán detalladas posteriormente.

Figura N° 33: Existen condiciones de seguridad y sanitarias en el lugar de trabajo



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

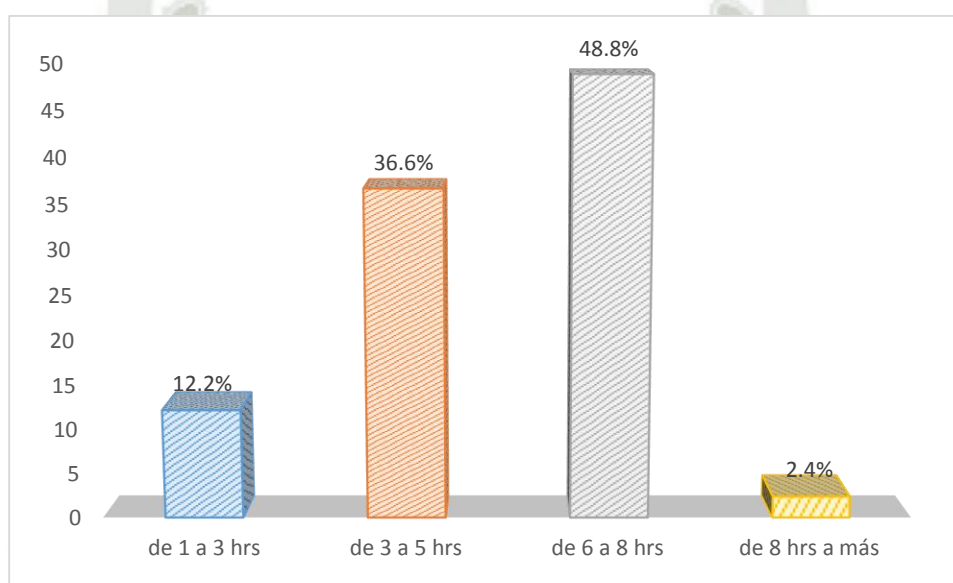
Según la tabla N° 06 se observa que el 48.8% de los artesanos textiles encuestados refiere que trabaja en la producción de las artesanías aproximadamente entre 6 y 8 horas diarias, 36.6% refirió que trabaja entre 3 y 5 horas diarias, 12.2% que trabaja entre 1 y 3 horas diarias y 2.4% refirió que de 8 horas a más cuando necesitan cumplir con pedidos. Es importante aclarar que en todos los casos los artesanos cumplen diariamente con sus deberes domésticos, como: cocinar, alistar a sus hijos, etc. a la par que se dedican a la producción de las artesanías textiles, ya que como se observó en la figura N° 32 las artesanías se producen principalmente en sus propias casas. Se puede concluir que más del 48% de los artesanos se dedican a la producción de las artesanías entre 6 y 8 horas diarias. De esta manera se cumple con el criterio de horas de trabajo de Comercio Justo y la OIT.

Tabla N° 06: Horas de trabajo

Horas de trabajo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 1 a 3 horas	5	12,2%	12,2%
De 3 a 5 horas	15	36,6%	48,8%
De 6 a 8 horas.	20	48,8%	97,6%
De 8 horas a más	1	2,4%	100%
Total	41	100%	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Figura N° 34: Horas de trabajo



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

- Desarrollo de capacidades

El 85.4% de los artesanos textiles encuestados refiere que si recibe capacitaciones; frente a un 14.6% que refiere que no las recibe. Los artesanos que afirmaron que no reciben capacitaciones son los que se agruparon recientemente a la asociación. Se puede concluir que más del 85% de los artesanos afirma que si reciben capacitaciones. (Ver anexos)

Según la tabla N° 07 se obtiene que el 31.71% de los artesanos textiles refiere que recibe capacitaciones al menos una vez al año, 24.4% afirma que recibe capacitaciones trimestralmente, 17.07% afirma que recibe

capacitaciones semestralmente o cada 2 años a más y finalmente, 9.76% de los artesanos afirma que no recibe capacitaciones. Se puede concluir que más del 30% de los artesanos afirma que recibe capacitaciones al menos 1 vez al año. Esta divergencia de afirmaciones se obtuvo debido a que las artesanas con las que se inició el proyecto recibieron capacitaciones mensuales hasta julio de 2010 financiadas por la cooperación alemana DED / EED, tales capacitaciones fueron en: Fortalecimiento organizacional (liderazgo, trabajo en equipo, planeación estratégica, etc.), técnico productivo (teñido, acabado, costura, nuevos diseños, etc.) y articulación de mercado (comercial, marketing, costos y presupuestos, etc.). Después de esta fecha las artesanas recibieron asesoramiento sólo para el manejo de la tienda principal impartida por CBC. Por lo tanto, la respuesta de esta pregunta difiere de acuerdo a la fecha de acoplamiento de los artesanos a la asociación.

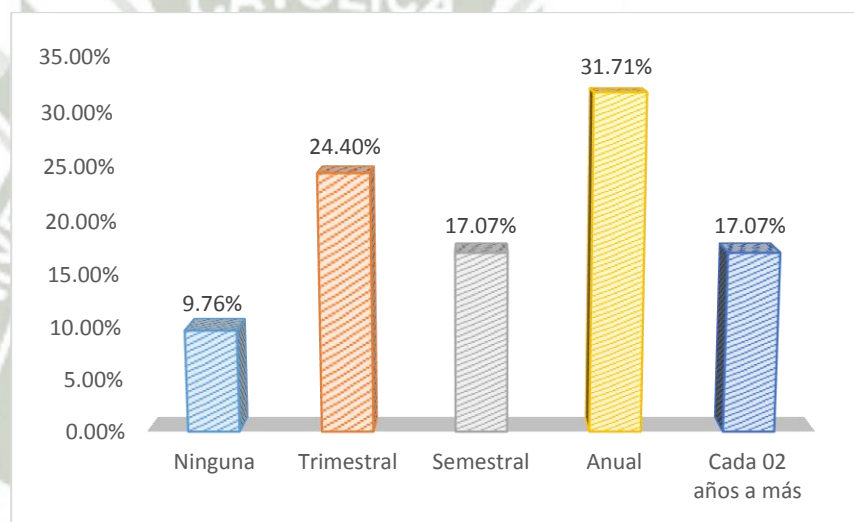
Actualmente, se viene desarrollando un proyecto denominado “Tejiendo desarrollo territorial con identidad cultural” con la fundación Backus, el que permite también un fortalecimiento organizacional, técnico-productivo, articulación de mercado y gestión cultural.

Tabla N° 07: Frecuencia de capacitaciones

Frecuencia de capacitaciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ninguna	4	9.80%	9.80%
Trimestral	10	24.40%	34.10%
Semestral	7	17.10%	51.20%
Anual	13	31.70%	82.90%
Cada 02 años a más	7	17.10%	100%
Total	41	100%	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Figura N° 35: Frecuencia de capacitaciones



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

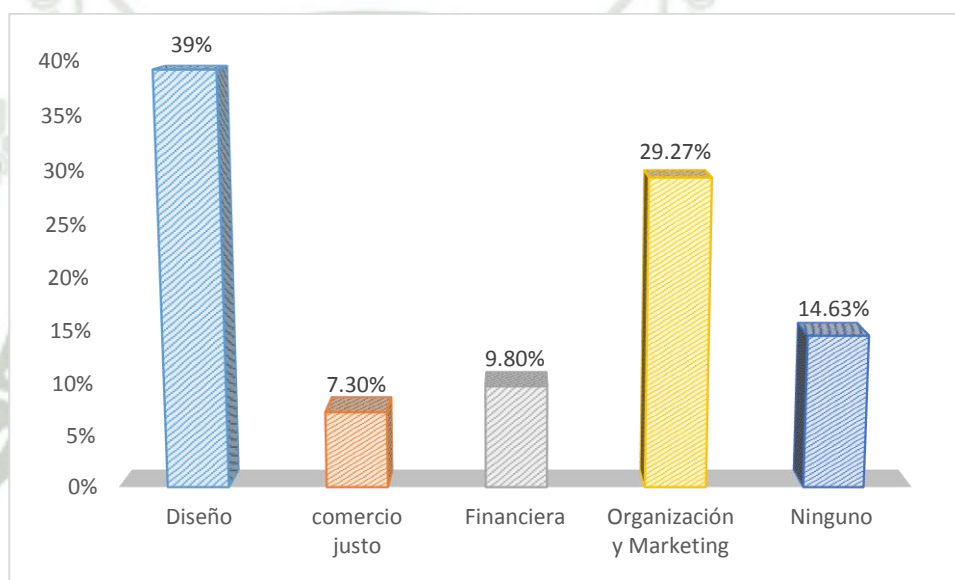
Según la tabla N° 08 se obtuvo que el 39% de los artesanos textiles refiere que reciben capacitaciones de diseño, el 29.27% capacitaciones organización y marketing 9.8% refirió que recibe capacitación financiera, 7.3% refirió que recibe capacitación en comercio justo y 14.63% de los encuestados refirió que no recibe capacitaciones. Se puede concluir que más del 70% de los artesanos afirman que reciben más capacitaciones en diseño textil, organización, marketing, entre otras.

Tabla N° 08: Tipo de capacitaciones

Capacitaciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Diseño	16	39%	39,0%
Comercio justo	3	7,3%	46,3%
Financiera	4	9,8%	56,1%
Organización y Marketing	12	29.27%	85.37%
Ninguno	6	14.63%	100%
Total	41	100%	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Figura N° 36: Tipo de capacitaciones



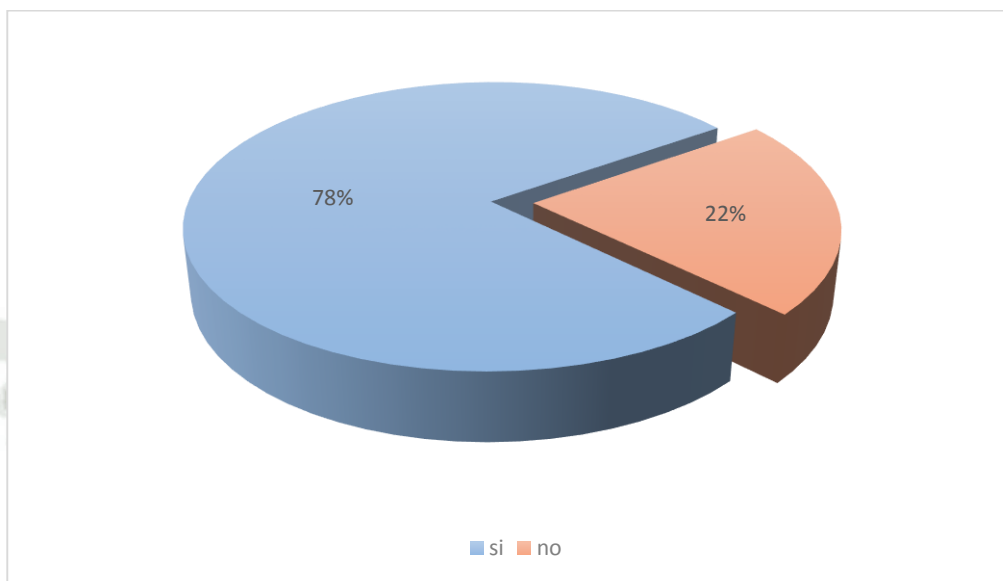
Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

- **Mecanismos de control**

Según la figura N° 37 se obtuvo que el 78% de los artesanos textiles refiere que está controlada la cantidad de productos que elaboran; frente al 22% que afirma que no está controlada. Se puede concluir que más del 75% de los artesanos afirma que está controlada la cantidad de productos que elaboran. Si bien no se restringe la cantidad producida por artesano o por comunidad a la que pertenece, existe un control anual de la cantidad

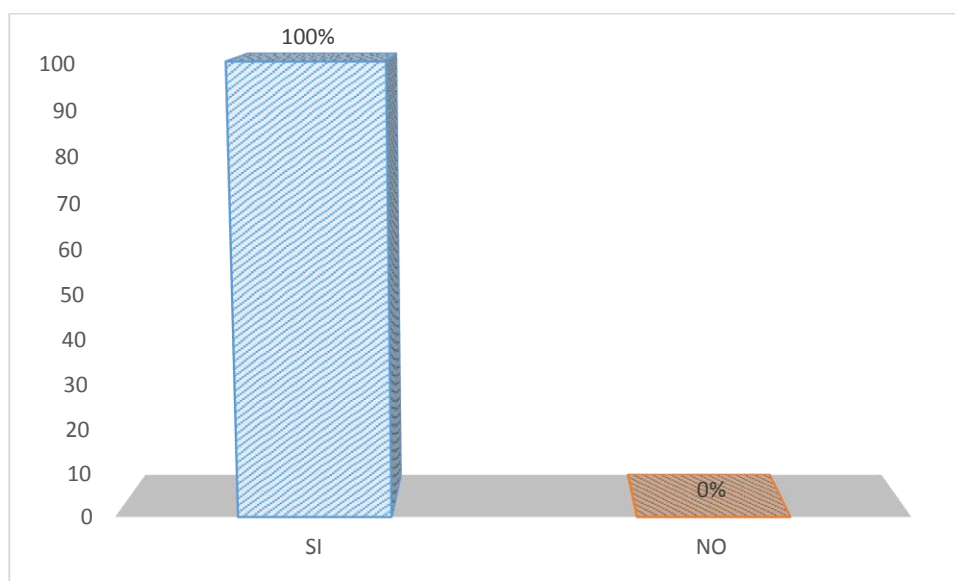
producida y stock de artesanías textiles de años anteriores para hacer el inventario de productos y un control mensual de nuevos tejidos producidos por los artesanos aportados a la asociación para la venta en la tienda principal.

Figura N° 37: Existe un control de cantidad de artesanías



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

De la figura N° 38 se obtiene que el 100% de los artesanos textiles refiere que está controlada la calidad de productos que elaboran. Sin embargo, el control de la calidad de productos al que se refieren los artesanos es un control superficial en base a sus propios conocimientos y gustos sobre acabado de producto, diseños y combinación de colores. Pero no cuentan con un control en base a estándares y requerimientos de calidad.

Figura N° 38: Existe un control de artesanías

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

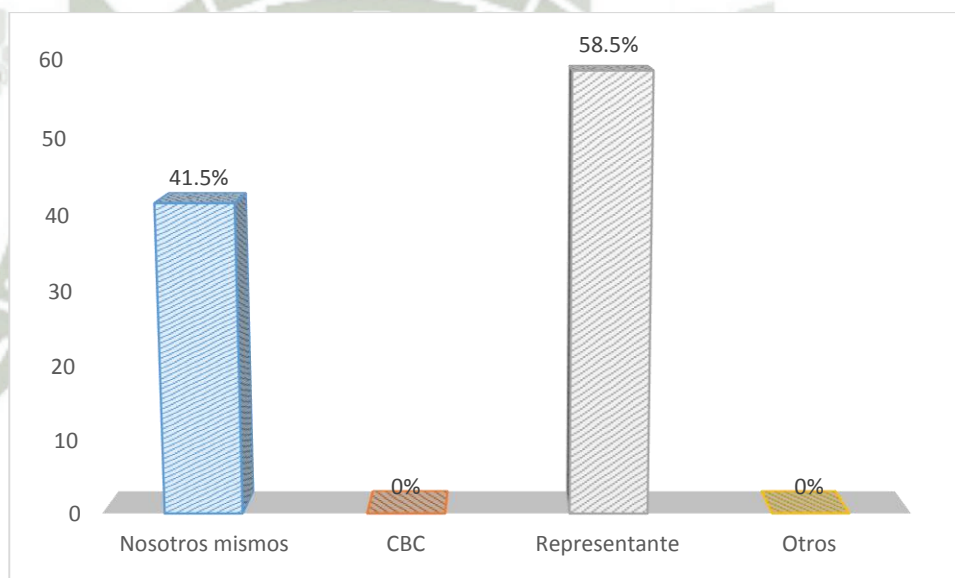
De la tabla N° 09 se obtiene que el 58.5% de los artesanos textiles refiere que quién controlada la cantidad y calidad de productos que elaboran son los representantes elegidos por cada comunidad; frente al 41.5% afirma que quién los controla son los propios artesanos. Se puede concluir que más del 55% de los artesanos afirma que quién controla la cantidad y calidad de productos que elaboran son los representantes de cada comunidad. Tal control se realiza cuando los artesanos presentan sus productos a los representantes, para que ellos puedan trasladar los productos desde sus comunidades hasta la tienda principal en Cusco.

Tabla N° 09: Quién controla la calidad y cantidad de productos

Control de calidad y cantidad producida	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nosotros mismos	17	41,5	41,5
CBC	0	0	41,5
Representante	24	58,5	100,0
Otros	0	0	100,0
Total	41	100,0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Figura N° 39: Quién controla la calidad y cantidad de productos



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

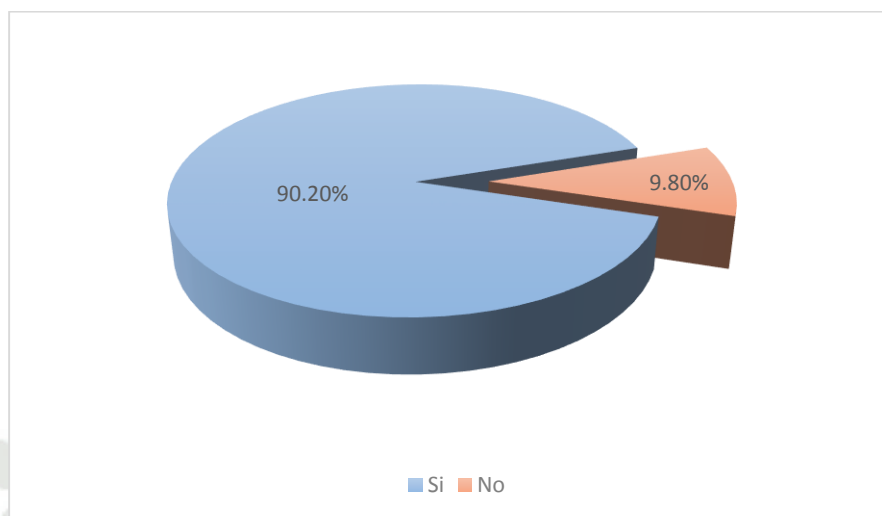
- Modelo Organizativo fortalecido (participación, democracia y transparencia)

Se obtuvo que el 100% de los artesanos refiere que se afilió voluntariamente a la asociación, elige libremente a sus representantes en la asociación y participa en el proceso de toma de decisiones. (Ver anexos)

Las elecciones de representantes del Consejo Directivo se celebran cada dos años, los artesanos proponen a los candidatos para cada cargo y las votaciones son de forma directa y a mano alzada.

Mientras que el proceso de toma de decisiones se realiza primero en cada comunidad, la cual posee una asamblea general compuesta por un presidente, secretario, tesorero, vocal y un secretario de cultura y técnicas artesanales; los cuales se reúnen con los artesanos pertenecientes a sus propias comunidades recogiendo sus dudas y aportaciones. Seguidamente, cada presidente y tesorero de cada comunidad va hasta la tienda central ubicada en Cusco en donde se reúnen la asamblea general de la tienda Central, la promotora de artesanías de Centro Bartolomé de las Casas y la vendedora de la tienda principal. Tal asamblea es celebrada mensualmente, tiene como objetivo acordar 3 temas básicos: informe económico, desempeño organizacional y planteamiento de estrategias.

Por otra parte, según la figura N° 40 se obtuvo que el 90.2% de los artesanos textiles refiere que conoce sus derechos y obligaciones dentro de la asociación; frente al 9.8% que los desconoce. Se puede concluir que más del 90% de los artesanos afirma que conoce sus derechos y obligaciones dentro de la asociación, los cuales fueron estipulados en el estatuto.

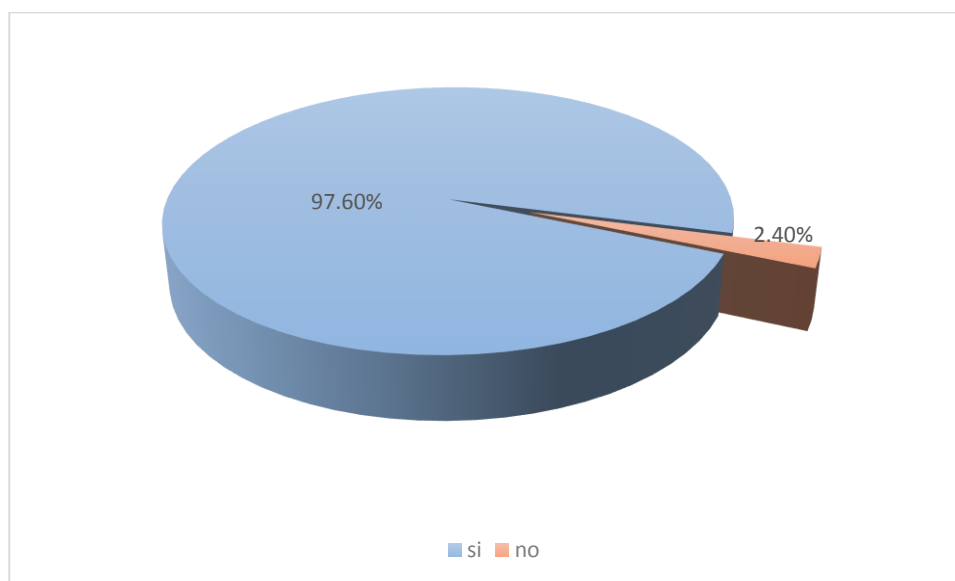
Figura N° 40: Conocimiento de derechos y deberes dentro de la asociación

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

De la figura N° 41 se obtuvo que el 97.6% de los artesanos textiles encuestados refiere que conoce los proyectos o negociaciones actuales de la asociación; frente al 2.4% que los desconoce. Para dar a conocer a los artesanos los nuevos proyectos o negociaciones se celebran dos tipos de asambleas: Las asambleas ordinarias que se realizan en la tienda principal de la asociación los días 30 de cada mes con los representantes de cada comunidad y las asambleas extraordinarias que se realizan cuando se presentan casos de urgencia.

Se puede concluir que más del 95% de los artesanos afirma que conoce los proyectos o negociaciones actuales de la asociación como es el proyecto actual con la fundación Backus.

Figura N° 41: Conocimiento de proyectos o negociaciones actuales de la asociación



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

- No existe explotación infantil

Se obtuvo que el 53.5% de los artesanos textiles refiere que sus hijos participan en el proceso productivo de las artesanías; frente a 46.4% que afirma que sus hijos no participan del proceso productivo debido a que no tienen hijos o ellos viven en otra localidad (Ver anexos).

Aunque en la asociación se emplea indirectamente a los hijos de los artesanos, no existe explotación infantil ya que no interfiere con la asistencia escolar de los niños, no afecta sus derechos de recreación ni pone en riesgo su salud, seguridad o moralidad como se aprecia en la tabla N° 10. Se puede concluir que más del 50% de los hijos de los artesanos encuestados participan en la producción de las artesanías.

En la tabla N° 10 se observa que el 46.34% de los artesanos textiles encuestados refiere que sus hijos no participan en el proceso productivo,

el 17.1% afirma que sus hijos participan en el torcidos y tejido, el 14.6% afirma que sus hijos participan en el tejido, el 9.76% afirma que sus hijos participan en el escarmenado – hilado, el 7.32% afirma que sus hijos participan en el urdido, el 2.44% afirma que sus hijos participan en el teñido. Como se observa en estos resultados, los hijos de los artesanos participan en etapas productivas que no ponen en riesgo su integridad física ni moral como se mencionó anteriormente.

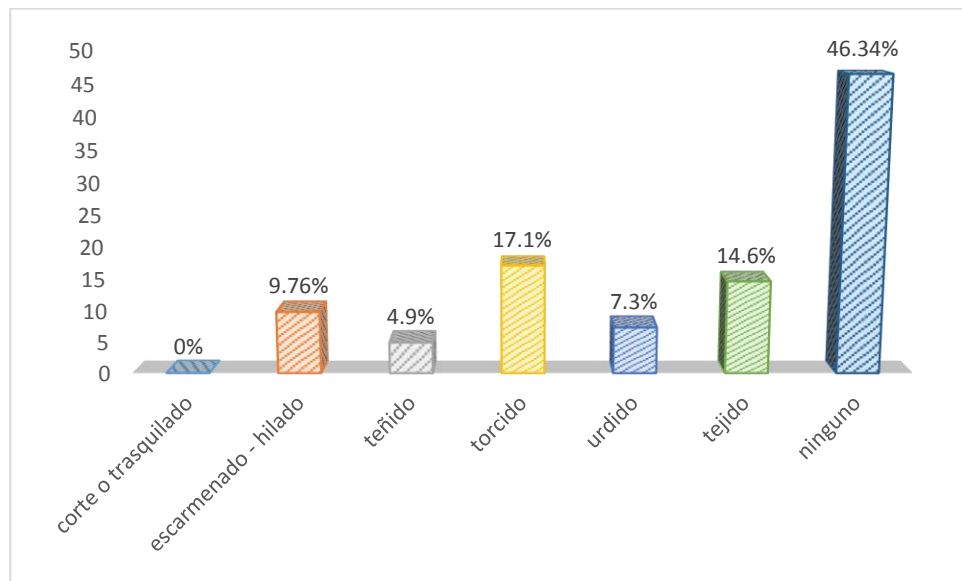
Es importante señalar que el objetivo de los artesanos cuando hacen participar a sus hijos en la producción de los tejidos es asegurar que sus conocimientos en procesos y técnicas ancestrales se mantengan en el tiempo. Se puede concluir que los artesanos que afirman que sus hijos participan en el proceso productivo, lo hacen principalmente en el torcido, tejido y escarmenado – hilado.

Tabla N° 10: Parte del proceso productivo en el que participan sus hijos

Etapas del proceso productivo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
corte o trasquilado	0	0%	0%
escarmenado - hilado	4	9,76%	9,76%
Teñido	1	2.44%	12.2%
Torcido	7	17,1%	29,3%
Urdido	3	7,32%	36,36%
Tejido	7	17,1%	53,66%
Ninguno	19	46,34%	100%
Total	41	100%	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Figura N° 42: Parte del proceso productivo en el que participan sus hijos



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

- Acceso a servicios sociales

Salud

De la investigación se obtuvo que 90.2% de los artesanos textiles encuestados refiere que tanto ellos como los miembros de su familia cuentan con un seguro médico, mientras un 9.8% afirma que ni ellos ni los miembros de su familia cuentan con él. (Ver anexos).

Según la tabla N° 11 se obtuvo que el 90.24% de los artesanos textiles refiere que al seguro médico al que se afiliaron es el Seguro Integral de Salud – SIS mientras que el 9,76% refiere que no cuenta con un seguro médico. Se puede concluir que todos los artesanos y sus familias que cuentan con un seguro médico se encuentran afiliados al Seguro Integral de Salud. Por lo tanto, como es previsible 90,24% de los artesanos textiles refiere que se afiliaron independientemente a un seguro médico mientras que 9,76% no cuenta con un seguro médico. (Ver anexos)

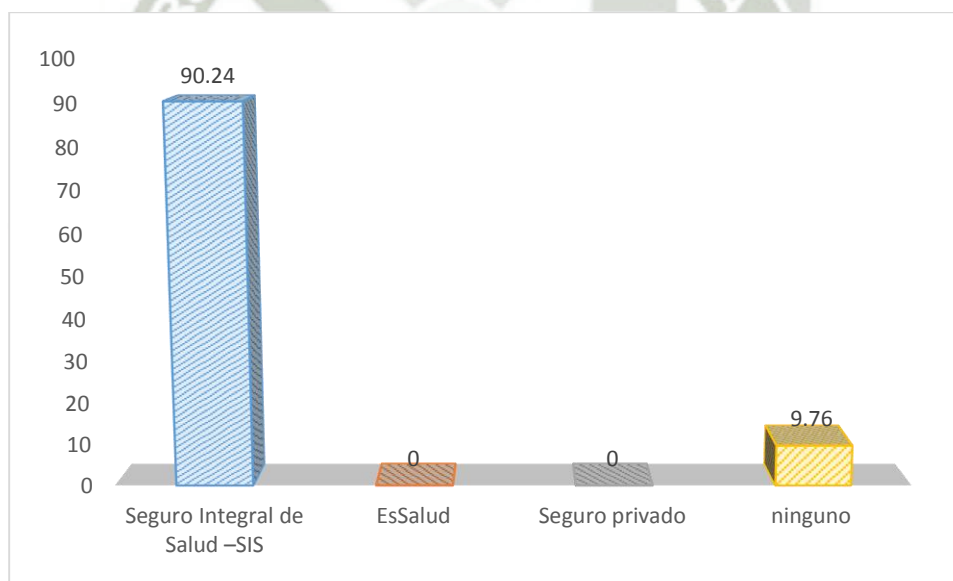
Se puede concluir que todos los artesanos y sus familias que cuentan con un seguro médico se afiliaron independientemente al Seguro Integral de Salud SIS.

Tabla N° 11: Tipo de seguro médico

Seguro médico	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Seguro Integral de Salud –SIS	37	90,24%	90,24%
EsSalud	0	0%	
Seguro privado	0	0%	
Ninguno	4	9.76%	100%
Total	41	100%	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Figura N° 43: Tipo de seguro médico



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Agua potable

De la tabla N° 12 se obtiene que en el año 2004 el 63.4% de los artesanos tenía acceso a servicios de agua potable mientras que el 36.6% de ellos recurría fuentes naturales de agua sin ninguna condición de salubridad.

Sin embargo, actualmente el 100% de artesanos cuenta con acceso a servicios de agua potable.

Tabla N° 12: Acceso a servicios de agua potable

Acceso a Servicios de Agua				
	Año 2004		Año 2016	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	63.4%	41	100%
No	15	36.6%	0	0%
Total	41	100%	41	100%

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Luz

De acuerdo a la tabla N° 13 se obtiene que para el año 2004, sólo 22% de los artesanos encuestados tenía acceso a servicios de alumbrado eléctrico. Actualmente, el 85.4% de artesanos cuenta con acceso a luz.

Tabla N° 13: Acceso a servicios de luz

Acceso a Servicios de Luz				
	Año 2004		Año 2016	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	22%	35	85.4%
No	32	78%	6	14.6%
Total	41	100%	41	100%

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Desagüe

Según la tabla N° 14 se obtiene que en el año 2004 sólo el 31,7% de los artesanos tenía acceso a redes públicas de desagüe, pozo ciego y séptico. Mientras que para el año 2016 el 78% de los artesanos tiene acceso a servicios de desagüe, principalmente, pozo séptico.

Tabla N° 14: Acceso a servicios de desagüe

Acceso a Servicios de Desagüe				
	Año 2004		Año 2016	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	31.7	32	78
No	28	68.3	9	22
Total	41	100	41	100

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Como se mencionó anteriormente en el apartado de condiciones de trabajo, los artesanos trabajan principalmente en su casa; como se observó en los cuadros anteriores poseen las condiciones de salubridad básicas para poder desarrollar sus artesanías: agua, luz y desagüe.

Educación

De la figura N° 44 se obtuvo que el 90.2% de los artesanos textiles refiere que sus hijos cuentan con adecuado acceso a la educación mientras que el 9.8% refiere que no tienen hijos o sus hijos ya terminaron de estudiar. Según información brindada por la Asociación, “De cada cinco socias, tres socias educan a sus hijos en educación superior, gracias a la actividad, en comparación al inicio del proyecto solo habían dos socias del total que educaba a sus hijos en el nivel superior”

Según el Plan Estratégico Concertado de la Provincia de Calca al 2012, la provincia de Calca cuenta con una oferta educativa de 178 instituciones educativas y dos sucursales de instituciones superiores. Sin embargo, los centros educativos de nivel básico, regular y superior se encuentran en las localidades más pobladas y económicamente más activas de la provincia

mientras que las zonas rurales cuentan con instituciones de nivel inicial y primario y por lo general son unidocentes.

Por otro lado, según el Plan Estratégico Concertado de la Provincia de Canchis al 2012, cuentan con 194 PRONOEIS (Programa Nacional no Escolarizado de Educación Inicial), 80 instituciones educativas de nivel inicial, 127 instituciones educativas de nivel primario, 37 instituciones educativas de nivel secundario, 10 instituciones de educación básica alternativa, 08 Centros Técnicos y 11 Institutos Superiores. Como se observa el avance es vasto en cuanto a cobertura educativa pues abarca todos los distritos de la Provincia de Canchis pero aun presenta una gran deficiencia en cuanto a servicios educativos de calidad. Por tal motivo, la migración sigue siendo un problema grave para la provincia.

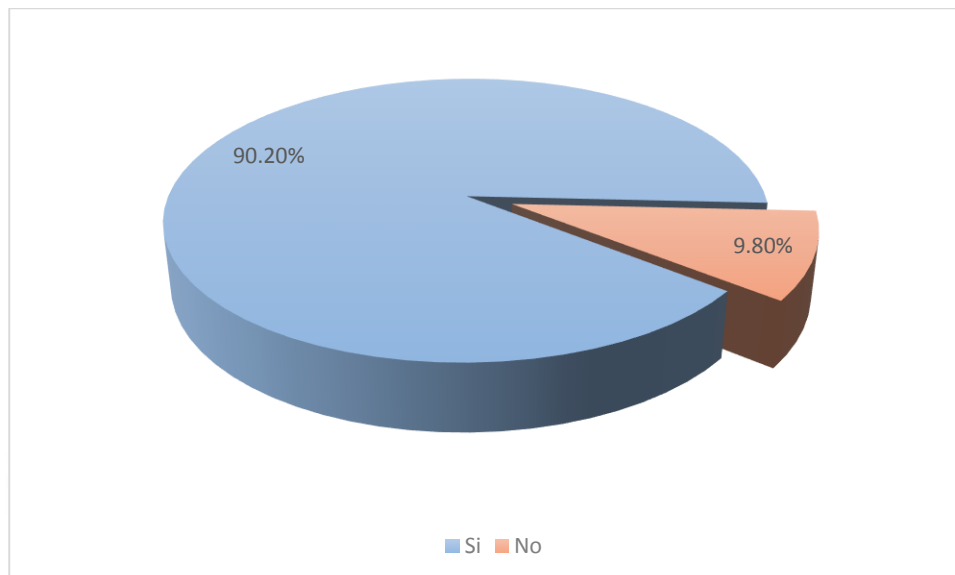
Se puede concluir que el 90% de los artesanos considera que sus hijos tienen un adecuado acceso a la educación pero para acceder a niveles de educación superior de calidad es necesario migrar de sus comunidades.

Según la investigación realizada se obtuvo la siguiente afirmación “los hijos de varias artesanas asisten a institutos de educación superior y uno de ellos cursa sus estudios en la carrera profesional de Administración”. Por lo tanto, según la afirmación de representantes en el área de comercio justo de Centro Bartolomé de las Casas, se espera que los hijos de las artesanas con estudios superiores puedan hacerse cargo de la gestión administrativa y comercial de las asociaciones a nivel de comunidades.

Es notable la diferencia del 48% de los artesanos logró sólo cursar la primaria incompleta (Ver anexos). Ahora el 90.2% de sus hijos tengan un

adecuado acceso a servicios educativos e incluso puedan acceder a educación superior.

Figura N° 44: Tienen los hijos de los artesanos un acceso adecuado a servicios educativos



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

▪ **Uso sostenible de materias primas**

Según la investigación realizada se obtuvo que luego de la aplicación del proyecto a nivel ambiental y cultural se recuperaron y fortalecieron técnicas tradicionales gracias a capacitaciones constantes que les permitieron adquirir estas destrezas, principalmente en cuatro fases del proceso productivo:

- Obtención de la lana de sus propios animales o en algunos casos de proveedores externos (materias primas sin industrializar).
- Tratamiento de los hilos para realizar los tejidos con herramientas y maquinas 100% ancestrales, principalmente utilizando la técnica artesanal del telar a cintura. (Ver anexos)

- Utilización de plantas tintóreas para el teñido de hilos y combinación de colores, según la investigación se encontró que los artesanos hacen uso de la riqueza floral de sus propias comunidades utilizando plantas y hierbas silvestres, las cuales son:

Figura N° 45: Qaqasunkha (*Tillandsia usneoides*)



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas: (2008)

Figura N° 46: Qulli (*Buddaleia Coriacea*)



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas: (2008)

Figura N° 47: Ch'illka (Baccharis bolianta)



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas: (2008)

Figura N° 48: Kinsak'uchu



Fuente: Centro Bartolomé de las Casas: (2008)

- Utilización de fijadores naturales para mantener los colores y el brillo en los hilos, según la investigación se evidenció el uso de los siguientes productos:

Figura N° 49: Collpa



Fuente: Olascoaga, Raúl (s.f.)

Figura N° 50: Orina humana



Fuente: Ecología verde (2016)

Figura N° 51: Sal



Fuente: Emol (2016)

Figura N° 52: Limón



Fuente: Coopecanera (s.f.)

Figura N° 53: Piedra de alumbre



Fuente: Yachaywasi (2011)

Es importante aclarar que los productos son 100% naturales manteniendo procesos y técnicas ancestrales, lo que los hace productos invaluableles en términos culturales. Por lo tanto, los productos son muy apreciados principalmente por turistas extranjeros con un perfil de consumidor responsable.



CONCLUSIONES

1. Se comprueba una influencia positiva del modelo Comercio Justo en cuanto al nivel de precio por producto ofertado por la Asociación Central de Artesanas y Artesanos del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin” en comparación al modelo de libre mercado, explicado por el buen manejo financiero y la calidad de productos ofertados.
2. Se comprueba una influencia positiva del modelo Comercio Justo en cuanto a la capacidad productiva de la asociación estudiada desde año 2003 al 2016 en el que se aprecia una variación promedio de la capacidad productiva de 600.4% de los productos ofertados debido al nivel de pericia de los artesanos pertenecientes a la asociación resultado de las capacitaciones constantes y la asociatividad de pequeños artesanos, lo que permite producir un mayor volumen de artesanías. Mientras que la comparación con el modelo de libre mercado se complica debido a que no existe registro oficial de la capacidad productiva de artesanos individuales, pero se puede afirmar que la capacidad productiva de estos artesanos es mínima.
3. Se comprueba una influencia positiva del modelo Comercio Justo en referencia al apartado cadena de comercialización ya que se observó que la asociación tiene más puntos de venta en la Ciudad de Cusco y Lima, a nivel extranjero se logró contactar a compradores como: empresas con responsabilidad social, diseñadores independientes y empresas especializadas de Comercio Justo manteniendo una transparencia de precios. Mientras que en el modelo de libre mercado existe un gran número de intermediarios que aprovechan el desconocimiento de gestión financiera de artesanos individuales, baja calidad de productos y utilizan el regateo para beneficiarse sustancialmente de los productos.
4. Existe una influencia positiva en el desarrollo económico de la asociación, ya que como se demostró los artesanos pasaron de dedicarse a actividades agropecuarias

a dedicarse a la producción de artesanía textil, lo que supone ingresos suficientes para cambiar de fuente de ingresos.

5. En cuanto al desenvolvimiento económico de la asociación tienen una clara tendencia creciente desde sus inicios en beneficio de los artesanos. En el año 2004 se registró S/. 22 817.5 nuevos soles en ventas totales hasta el año 2015 con S/. 159 816.06 nuevos soles manteniendo una tasa de crecimiento anual promedio de 33%. Sin embargo, tales ventas son muy fluctuantes en el tiempo con tendencia creciente especialmente en los meses de temporada alta pero con ventas menores en el primer trimestre de cada año. Por lo tanto, las ventas son muy dependientes al sector turismo, ya que los productos ofertados por los artesanos están destinados principalmente a un perfil de consumidor responsable, aún mínimo en nuestro país. Los ingresos percibidos por cada artesano mensualmente dependen de la cantidad vendida en los puntos de venta, participación en ferias, contratos o exportaciones esporádicas a tiendas especializadas de Comercio Justo, diseñadores independientes y empresas con responsabilidad social. Por tal motivo: la calidad de producto, la capacidad productiva, diseños y combinación de colores será decisivos para el incremento o reducción de ingresos.
6. Se resalta la participación de la mujer económicamente, existe un efecto intangible social y un efecto económico por la contribución económica y la mejora de calidad de vida, lo que ocasiona que dentro de sus familias exista un cambio de roles, es decir, el varón se encarga de las labores domésticas y las mujeres contribuyen económicamente a la familia.
7. Aún existen deficiencias en las condiciones de trabajo debido a que los artesanos realizan principalmente la producción de las artesanías en sus casas sin contar con talleres acondicionados para la producción de las artesanías. El proceso productivo de los artesanos es todavía rudimental, los artesanos no poseen materiales ni

- herramientas que garanticen su seguridad y eviten accidentes en el lugar de trabajo especialmente durante las etapas de esquila, selección de la lana a trabajar y el teñido de la misma.
8. Se promueve el desarrollo de capacidades en los artesanos, las capacitaciones son constantes y los temas desarrollados en cada taller son esenciales para el progreso de la asociación, como son: fortalecimiento organizacional, técnico – productivo, articulación de mercado y gestión cultural.
 9. A nivel organizativo la asociación está fortalecida debido a que se manejan tres pilares importantes: primero el manejo democrático cumpliéndose los requerimientos de afiliación voluntaria y elección democrática, segundo se cumple con la participación colectiva de los artesanos en la toma de decisiones y finalmente, existe transparencia en la gestión de la asociación.
 10. No existe la explotación infantil, aunque existe la participación indirecta de los hijos de los artesanos en el proceso productivo de las artesanías.
 11. Existe deficiencias en el control de calidad ya que está basado principalmente en la percepción de los representantes de cada comunidad. Es decir, la asociación no cuenta con estándares ni requerimientos de calidad. En referencia al control de cantidad producida, existe dos controles: mensuales y un control anual.
 12. A nivel del desarrollo social de la asociación, se mejoró el acceso a servicios educativos de los hijos de los artesanos ya que se evidenció que el 90.2% de artesanos asegura que sus hijos tiene un adecuado acceso al mismo además de que gran parte de los hijos de los artesanos cursan estudios superiores en la Ciudad de Cusco. Se espera que a futuro sean los hijos de los artesanos los que se encarguen del manejo de la asociación.

13. En cuanto a la cobertura de acceso a servicios de salud y servicios básicos tuvo una mejora notable pero este avance es producto de la intervención del estado e independiente a la asociación.
14. Existe un avance notable en el desarrollo ambiental y cultural de la asociación, debido a que se utilizan y revaloran herramientas y técnicas ancestrales 100% naturales para la elaboración de la artesanía textil tradicional, utilizando: lana de sus propios animales, utilización de máquinas ancestrales, utilización de hierbas y plantas tintóreas y utilización de fijadores naturales.



RECOMENDACIONES

Se recomienda que:

1. La asociación acceda a una certificación de comercio justo en artesanías textiles debido a que el beneficio es múltiple ya que no solo facilita el acceso a puntos de venta en tiendas especializadas de comercio justo en el exterior (aliado comercial) sino también evalúa y monitorea el desenvolvimiento de la asociación. De esta manera una alternativa viable de certificación es la propuesta por Promperú para el sector textil en Cusco basado en los criterios de Buenas Prácticas de Comercio Justo.
2. Concretar la construcción de talleres acondicionados especialmente para la construcción de artesanías proponiendo condiciones sanitarias y de seguridad apropiadas para los artesanos.
3. Mantener las capacitaciones constantes a cargo de profesionales bilingües (español y quechua).
4. Determinar estándares y requerimientos para el control de calidad.
5. Fomentar que los hijos de los artesanos con estudios superiores gestionen comercial y administrativamente la asociación.
6. Tener un registro sobre la extracción de plantas y hierbas silvestres utilizadas para el teñido de los hilos.
7. Impulsar nuevamente el uso de embalajes biodegradables para la venta de los textiles.

REFERENCIAS

Calvo Sánchez, Joaquín

2016 *El perfil de los consumidores de productos de Comercio Justo. Análisis de las variables que influyen en su intención de compra.* En: Universidad Politécnica de Madrid. España

Centro Bartolomé de las Casas

2008 *Inkakunaq Ruwaynin, Manos Andinas Tejiendo para el Mundo.* En: Editorial Centro Bartolomé de las Casas, Edición I, Cusco.

Coscione, Marco

2015 América Latina y el sentido originario del Comercio Justo. En: Eutopía, Revista de Desarrollo Económico Territorial. Fecha de consulta: 18/11/2016.
<http://revistas.flacsoandes.edu.ec/eutopia/article/view/1633/1324>

Coscione, Marco

2014 ¿Comercio Justo y solidario en América Latina? Tejiendo caminos entre diferentes enfoques y experiencias. En: Coordinadora Latinoamericana y del Caribe. Fecha de consulta: 18/11/2016. <http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/wp-content/uploads/2014/06/Marco-Coscione.pdf>

Coopecanera

s.f. El limón. En: Coopecanera. Fecha de consulta: 24/10/2016.
<http://coopecanera.com/brizna-optimista/medicinales/el-limon/>

Coordinadora Estatal de Comercio Justo y EMAÚS, Fundación Social

s.f. “El ABC del Comercio Justo”. En: Coordinadora Estatal de Comercio Justo y EMAÚS, Fundación Social. Fecha de consulta: 25/01/2016
<http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2011/10/EI_ABC_del_CJ_1.pdf>

Coordinadora Nacional de Comercio Justo – Perú

s.f. ¿Qué es Fairtrade?. En: Coordinadora Nacional de Comercio Justo – Perú. Fecha de consulta: 22/01/2016

<<http://comerciojusto.pe/certificaciones/flo/que-es-fairtrade/>>

De Sebastián, Luis.

s.f. La Globalización y el Comercio Internacional. En: Ceni Utalca. Fecha de consulta: 12/01/2016

<http://ceni.utralca.cl/pdf/noticias/LA_GLOBALIZACION_Y_EL_COMERCIO_INTERNACIONAL.pdf>

Ecología verde

2016 Orina como abono ecológico para la agricultura y ganadería. En: Ecología verde. Fecha de consulta: 24/10/2016. <<http://www.ecologiaverde.com/orina-abono-ecologico-la-agricultura-jardinaria/>>

Emol

2016 Beneficios de la sal. En: Emol. Fecha de consulta: 24/10/2016.

<<http://www.emol.com/noticias/Tendencias/2016/02/02/786506/Conoces-los-beneficios-de-disminuir-el-consumo-de-sal-y-algunos-tips-para-ayudarte-a-dejarla.html>>

Fairtrade Foundation

s.f. Farmers and workers, about coffee. En: Fairtrade Foundation. Fecha de consulta: 28/12/15. <<http://www.fairtrade.org.uk/en/farmers-and-workers/coffee/about-coffee>>

Fairtrade Foundation.

s.f. Farmers and workers, CECOVASA Perú. En: Fairtrade Foundation. Fecha de consulta: 28/12/15. <<http://www.fairtrade.org.uk/en/farmers-and-workers/coffee/cecovasa>>

Fairtrade International

2011 Criterios de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de Pequeños Productores. En: Fairtrade International. Fecha de consulta: 24/01/2016.
<www.fairtrade.net/standards.html>

Fairtrade International

2011 Criterios de Comercio Justo para café. En: Fairtrade International. Fecha de consulta: 20/01/2016.
<http://www.sellocomerciojusto.org/mm/file/noticias/20110315_resumen_CambioscafeFairtrade.pdf>

Fairtrade International

2012 Tabla de Precios Mínimos y Prima de Comercio Justo Fairtrade. En: Fairtrade International. Fecha de consulta: 20/01/2016.
<http://www.cei.org.ni/images/file/Tabla_Precios%20Minimos_%20Primas_%20Comercio%20Justo%20Fairtrade.pdf>

Fairtrade International

s.f. Clasificación de Productos Fairtrade. En: Fairtrade International. Fecha de consulta: 25/01/2016.
<http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2013-12-10_Product_Classification.pdf>

Fairtrade International

s.f. El sello de Garantía de los productos de Comercio Justo. En: Fairtrade International. Fecha de consulta: 20/02/2016
http://www.sellocomerciojusto.org/mm/file/CECU_2007_GUIA%20FINAL.pdf

Fairtrade International.

s.f. Productos. En: Fairtrade International. Fecha de consulta: 26/01/2016.
<<http://www.fairtrade.net/es/products.html>>

Fairtrade Labelling Organization

s.f. Historia de Fairtrade. En: Fairtrade International. Fecha de consulta: 17/01/2016. <<http://www.fairtrade.net/es/about-fairtrade/history-of-fairtrade.html>>

Fairtrade Organization

s.f. Criterios. En: Fairtrade International. Fecha de consulta: 18/01/2016. <<http://www.fairtrade.net/es/standards.html>>

Fernández Suárez, María y Maribel Hernández Romero

2012 La Sombra y El Guapotal: Dos realidades distintas de afrontar los problemas de la industria del café y cómo el comercio justo aumenta la calidad de vida de los/as pequeños/as productores/as. En: Universidad de Barcelona. Fecha de consulta: 12/01/2016. <<http://www.alternativa3.com/assets/files/Tesis-Maribel-Maria.pdf>>

García Azucena

2012 Diez impactos positivos del comercio justo. En: Eroski Consumer. Fecha de consulta: 22/01/2016. <http://www.consumer.es/web/es/solidaridad/economia_solidaria/2012/10/05/213567.php>

García de Vinuesa, Mercedes

2014 El beneficio invisible del comercio justo. En: El País. Fecha de consulta: 22/01/2016. <<http://blogs.elpais.com/alterconsumismo/2014/01/los-beneficios-que-no-se-ven-del-comercio-justo.html>>

Instituto Nacional de Estadística e Informática.

2007 Censos Nacionales 2007 XI de Población y VI de Vivienda. En: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Fecha de consulta: 30/07/2016. <<http://censos.inei.gob.pe/cpv2007/tabulados/>>

Industrias Culturales

s.f. Turismo Responsable y Comercio Justo del Centro Bartolomé de las Casas.
En: Industrias Culturas, Desarrollo Regional y Local. Fecha de consulta:
28/02/2016. <http://www.itacab.org/descarga/industrias-culturales/EXPERIENCIA_1FINAL.pdf>

Johnson, Pierre

2003 *Comercio justo propuestas para intercambios comerciales solidarios al servicio de un desarrollo sostenible*. En: Ediciones Charles Léopold Mayer para el progreso del hombre (FPH) Y Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de Las Casas (CBC). Edición I. pp: 24, 63-4,83-9.

Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento

2010 “Definición y clasificación de Artesanía”. En: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento. Lima, Perú. pp: 06.

Maldonado Rocha, Gina Mariell.

2012 Determinantes e impactos de la asociatividad para el comercio justo: El caso de REPEBAN desde 2005 hasta 2010. En: Pontificia Universidad Católica del Perú. Fecha de consulta: 12/01/2016.
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1452/MALDONADO_ROCHA_GINA_ASOCIATIVIDAD_REPEBAN.pdf?sequence=1>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

2011 *Desarrollo de Asociaciones de Exportación de Artesanos Textiles del Cusco: equidad de género, Emprendimiento e Inclusión en el Desarrollo Comercial*. En: Perú: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Edición I.

Municipalidad Provincial de Calca

2013 Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Calca al 2024. En: Municipalidad Provincial de Calca. Fecha de consulta: 28/07/2016.
<[file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Plan%20de%20Desarrollo%20Concertado%20Calca%20versi%C3%B3n%20final%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Plan%20de%20Desarrollo%20Concertado%20Calca%20versi%C3%B3n%20final%20(1).pdf)>

Municipalidad Provincial de Canchis.

2013 Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Canchis 2013 - 2023. En: Municipalidad Provincial de Canchis. Fecha de consulta: 28/07/2016.
<<http://www.municanchis.gob.pe/descargas/PDC/PDC-2013-2023.pdf>>

Nicaise Guillaume

2004 El Comercio Justo. En: Escuela Superior de Marketing y Administración. Fecha de consulta: 16/01/2016.
<<http://guillaumenicaise.com/Essais/el%20comercio%20justo.pdf>>

Olascoaga, Raúl

s.f. Comida pre – hispánica. En: Geocities. Fecha de consulta: 24/10/2016.
<<http://www.geocities.ws/raolsaros/menu15.html>>

Organización Mundial del Comercio

s.f. Acerca de la OMC. En: Organización Mundial del Comercio. Fecha de consulta: 13/01/2016.
<https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm>

Organizaciones de Sellado de Comercio Justo FAIRTRADE International

2009 Documento Explicativo para la Prima de Comercio Justo Fairtrade en Organizaciones de Pequeños Productores. En: Fairtrade International. Fecha de consulta: 24/01/2016.
<http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/260410_SP_Explian_Doc_Fairtrade_Premium_Oct09.pdf>

Paredes Chávez, Patricia y otros.

2002 *Plan Estratégico de Desarrollo de la Provincia de Calca al 2012*. En: Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de las Casas y la Oficina Regional Técnica de Apoyo Municipal. Calca, Cusco.

Proyecto Corredor Puno-Cusco.

2005 *Rescate e interpretación de la iconografía textil de las comunidades de Ccachin, Ccollana, Choquecancha, Quishuarani, Rosaspata, distrito de Lares-provincia de Calca*. Cusco.

Rodríguez Olivera, Nuri E. y Carlos E. López Rodríguez

s.f. El Comercio. En: Cronograma y Manual Virtual de Derecho Comercial I.
Fecha de consulta: 20/12/15.
<<http://www.derechocomercial.edu.uy/RespComercio01.htm>>

Saavedra Fajardo

s.f. Globalización. En: Aula Senior. Fecha de consulta: 12/01/2016.
<<http://www.um.es/aulasenior/saavedrafajardo/apuntes/doc/globalizacion1.pdf>>

Santos Megina, Daniel

s.f. Consumo Responsable: Etiquetas sostenibles y Comercio Justo. Dos ideas para cambiar el mundo. En: Consumo Responsable. Fecha de consulta: 28/11/16.
<http://www.consumo_responsable_comercio_justo_y_etiquetas_sostenibles_2826.pdf>

Seidl da Fonseca, Ricardo.

2010 *Los productores alpaqueros. en el futuro de los productos andinos en la Región alta y los valles centrales de los andes/ textiles- camélidos*. En:TF-AND-TEX-006.Perú. pp. 16

World Fairtrade Organization

2013 Los 10 principios del Comercio Justo. En: World Fairtrade Organization.
Fecha de consulta: 03/05/2016.
<http://wfto.com/sites/default/files/Los%2010%20Principios%20de%20Comercio%20Justo%202013%20%28Modificaciones%20aprobadas%20en%20la%20AGM%20Rio%202013%20%29_Spanish.pdf>

World Fairtrade Organization y Fairtrade.

2009 Carta de los principios de Comercio Justo. En: World Fairtrade Organization y Fairtrade. Fecha de consulta: 15/01/2016. <http://www.fairtrade-advocacy.org/images/FTAO_charters_3rd_version_ES_v1.3.pdf>

World Fair Trade Organization y Fairtrade Labelling Organization

2009 Carta de los principios de Comercio Justo. En: BeFair. Fecha de consulta: 28/11/2016. <www.fairtrade.net/standards.html>

World Fairtrade Organization Latin America

s.f. ¿Qué es Comercio Justo? En: World Fairtrade Organization Latin America.
Fecha de consulta: 16/01/2016. <<http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es>>

Yachay Wasi

2011 High altitude native trees campaign in the Peruvian andes. En: Yachay Wasi.
Fecha de consulta: 24/10/2016. <<http://yachaywasi-ngo.org/MillionTrees.htm>>

ANEXOS

Anexo N° 1: Artesanas de la Comunidad de Chari hilando



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 2: Artesanas de la Comunidad de Chari recibiendo una capacitación impartida por CBC



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 3: Artesanas de la Comunidad de Chari participando en una capacitación impartida por CBC



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 4: Representante de CBC capacitando a las artesanas de la Comunidad de Chari



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 5: Artesanas de la Comunidad de Ccachín hilando



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 6: Representante de CBC coordinando con las artesanas de la Comunidad de Ccachín



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 7: Artesanas Textiles de la Comunidad de Ccachín hilando



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 8: Artesanas de la Comunidad de Ccachín haciendo el escarmenado e hilado de la lana



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 9: Artesana de la Comunidad de Ccachín utilizando la técnica de tejido artesanal telar de cintura



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 10: Comunidad de Ccachín



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 11: Artesanas de la Comunidad de Choquecancha



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 12: Representante de CBC coordinando con las artesanas de la Comunidad de Choquecancha



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 13: Representante de CBC tomando notas sobre las ideas de las artesanas de la Comunidad de Choquecancha



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 14: Coordinaciones de CBC con las artesanas de la Comunidad de Huarán



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

**Anexo N° 15: Conversatorios de representantes de CBC y Backus con las artesanas de la
Comunidad de Huarán**



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)



Anexo N° 16: Artesano de la Comunidad de Huarán



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 17: Artesanas de la Comunidad de Huarán tejiendo



Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 18: Encuesta realizada a los artesanos

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA MEDIR EL FACTOR SOCIOECONÓMICO DE LA ASOCIACIÓN CENTRAL DE ARTESANAS Y ARTESANOS TRADICIONALES DEL SUR ANDINO "INKAKUNAQ RUWAYNIN"
Instrucciones: Señores colaboradores, se les hará unas preguntas sobre el factor socioeconómico - prácticas de comercio justo en vuestra asociación, para lo cual le solicitamos mucha veracidad en sus respuestas. COMUNIDAD

Genéro	M	<input type="checkbox"/>	F	<input type="checkbox"/>				
Edad:	18- 25 años	<input type="checkbox"/>	26-35 años	<input type="checkbox"/>	36 a 45 años	<input type="checkbox"/>	46 a más	<input type="checkbox"/>
Nivel de Instrucción	Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Superior	<input type="checkbox"/>	otros	<input type="checkbox"/>
VI: Comercio Justo								
1. ¿Sabe usted qué es Comercio Justo?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				
2. ¿Considera que luego de agruparse en esta asociación obtuvo beneficios socioeconómicos?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				
DI: Comercio Directo								
3. Para la comercialización de sus productos finales, lo hace a través de	Venta directa	<input type="checkbox"/>	Intermediarios	<input type="checkbox"/>	Ambos	<input type="checkbox"/>		
4. ¿Qué medios utiliza para publicitar sus productos?	Televisivos	<input type="checkbox"/>	Internet	<input type="checkbox"/>	Folleto, carteles, revistas	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
5. ¿A dónde se destinan principalmente los productos que elaboran?	Mercado local	<input type="checkbox"/>	Mercado nacional	<input type="checkbox"/>	Mercado Internacional	<input type="checkbox"/>		
D2: Condiciones de trabajo								
6. ¿Dónde realiza usted la producción de las artesanías?	Casa	<input type="checkbox"/>	Centro de Trabajo de 3 a 5 hrs	<input type="checkbox"/>	Chacra de 6 a 8 hrs	<input type="checkbox"/>	Otros de 8 a más	<input type="checkbox"/>
7. ¿Cuántas horas diarias aproximadamente trabaja usted en la elaboración de la artesanía?	De la 3 hrs	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				
8. ¿Existe condiciones de seguridad y sanitarias en su lugar de trabajo?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				
9. ¿Recibe usted algún tipo de capacitación?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				
10. ¿Qué tipo de capacitación recibe?	Diseño	<input type="checkbox"/>	Comercio Justo	<input type="checkbox"/>	Financiera	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
11. ¿Cada cuanto tiempo recibe usted esta capacitación?	Trimestral	<input type="checkbox"/>	Semestral	<input type="checkbox"/>	Anual	<input type="checkbox"/>	Cada dos años a más	<input type="checkbox"/>
12. ¿Sus hijos les ayudan en la producción de las artesanías?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				
13. ¿Cuál es rol que cumplen sus hijos en la producción de artesanías?	Corte o Traquilado	<input type="checkbox"/>	Escarminado- Hilado	<input type="checkbox"/>	Teñido	<input type="checkbox"/>	Torcido	<input type="checkbox"/>
	Tejido	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				Urdido <input type="checkbox"/>
D3: Modelo Organizativo								
14. ¿Usted se afilia voluntariamente a esta asociación?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				
15. ¿Usted elige libremente a sus representantes?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				
16. ¿Cómo califica usted el nivel de organización en la asociación de artesanos?	Muy mala	<input type="checkbox"/>	Mala	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Buena	<input type="checkbox"/>
17. ¿Participa usted en el proceso de toma de decisiones que afectan la organización?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				Muy Buena <input type="checkbox"/>
18. ¿Cómo califica usted la gestión administrativa de la junta directiva que los representa?	Muy mala	<input type="checkbox"/>	Mala	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Buena	<input type="checkbox"/>
19. ¿Conoce usted sus derechos y obligaciones que tiene con la asociación?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				Muy Buena <input type="checkbox"/>
20. ¿Conoce usted los proyectos o negociaciones actuales de la asociación de artesanos?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				
21. ¿Está controlada la cantidad de productos que elaboran?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				
22. ¿La calidad de sus productos están controlados?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				
23. ¿Quién controla la calidad y la producción en su asociación?	Nosotros mismos	<input type="checkbox"/>	Representante	<input type="checkbox"/>	CBC	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
YD: Crecimiento Socioeconómico								
D3: Económicas								
24-A. ¿A qué actividades económicas se dedicaba el año 2003?	ACTIVIDADES PRIMARIAS							
	Agricultura	<input type="checkbox"/>	Ganadería	<input type="checkbox"/>	Artesanía Textil	<input type="checkbox"/>	TRC	<input type="checkbox"/>
	ACTIVIDADES SECUNDARIAS							
	Agricultura	<input type="checkbox"/>	Ganadería	<input type="checkbox"/>	Artesanía Textil	<input type="checkbox"/>	TRC	<input type="checkbox"/>
24-B. ¿A qué actividades económicas se dedica actualmente?	ACTIVIDADES PRIMARIAS							
	Agricultura	<input type="checkbox"/>	Ganadería	<input type="checkbox"/>	Artesanía Textil	<input type="checkbox"/>	TRC	<input type="checkbox"/>
	ACTIVIDADES SECUNDARIAS							
	Agricultura	<input type="checkbox"/>	Ganadería	<input type="checkbox"/>	Artesanía Textil	<input type="checkbox"/>	TRC	<input type="checkbox"/>
D4: Sociales								
26. ¿Cuenta usted con seguro médico?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				
27. ¿Los miembros de sus familia cuentan con seguro médico?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				
28. ¿Con qué tipo de seguro médico cuentan?	Seguro Integral de Salud- SIS	<input type="checkbox"/>	EsSalud	<input type="checkbox"/>	Seguro privado	<input type="checkbox"/>		
29. ¿El tipo de seguro médico que cuentan es por la asociación o es independiente?	Asociación	<input type="checkbox"/>	Independiente	<input type="checkbox"/>				
30-A. ¿Con qué tipo de servicios básicos contaba el año 2003?	Agua	<input type="checkbox"/>	Luz	<input type="checkbox"/>	Desagüe	<input type="checkbox"/>		
30-B. ¿Con qué tipo de servicios básicos cuenta actualmente?	Agua	<input type="checkbox"/>	Luz	<input type="checkbox"/>	Desagüe	<input type="checkbox"/>		
31. ¿Sus hijos tienen un adecuado acceso a la educación?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>				

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 19: Resultados SPSS de las encuestas

Género de los socios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	1	2.44%	2.4	2.4
	Femenino	40	97.6%	97.6	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 - 25 años	1	2.44%	2.4	2.4
	26 - 35 años	7	17.07%	17.1	19.5
	36 - 45 años	13	31.71%	31.7	51.2
	46 a más años	20	48.78%	48.8	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin Instrucción	10	24.39%	24.4	24.4
	Primaria Incompleta	20	48.78%	48.8	73.2
	Primaria Completa	9	21.95%	22.0	95.1
	Secundaria Completa	2	4.88%	4.9	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Sabe Ud. qué es Comercio Justo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	21	51.2	51.2	51.2
	No	20	48.8	48.8	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Considera que luego de agruparse a la asociación obtuvo beneficios socioeconómicos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	40	97.6	97.6	97.6
	No	1	2.4	2.4	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

La comercialización de sus productos, lo hace a través de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Venta Directa	37	90.2	90.2	90.2
	Intermediarios	2	4.9	4.9	95.1
	Ambos	2	4.9	4.9	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Qué medios utiliza para publicitar sus productos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Televisivos	2	4.9	4.9	4.9
	Internet	14	34.1	34.1	39.0
	Folletos, Carteles y revistas	18	43.9	43.9	82.9
	Otros	7	17.1	17.1	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿A dónde destinan principalmente sus productos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mercado Local	25	61.0	61.0	61.0
	Mercado Nacional	10	24.4	24.4	85.4
	Mercado Internacional	6	14.6	14.6	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Dónde realiza la producción de las artesanías?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	Casa	34	82.9	82.9	82.9
	Chacra	6	14.6	14.6	97.6
	Otros	1	2.4	2.4	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Cuántas horas diarias trabaja aproximadamente en la producción de las artesanías?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1-3 horas	5	12.2	12.2	12.2
	3-5 horas	15	36.6	36.6	48.8
	6-8 horas	20	48.8	48.8	97.6
	8-más	1	2.4	2.4	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Existe condiciones de seguridad y sanitarias en su lugar de trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	16	39.0	39.0	39.0
	No	25	61.0	61.0	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Recibe algún tipo de capacitaciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	35	85.4	85.4	85.4
	No	6	14.6	14.6	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Qué tipo de capacitaciones recibe?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguna	4	9.8	9.8	9.8
	Diseño	16	39.0	39.0	48.8

	Comercio Justo	3	7.3	7.3	56.1
	Financiera	4	9.8	9.8	65.9
	Otros	14	34.1	34.1	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Frecuencia de las capacitaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguna	4	9.76%	9.8	9.8
	Trimestral	10	24.40%	24.4	34.1
	Semestral	7	17.07%	17.1	51.2
	Anual	13	31.71%	31.7	82.9
	Cada 02 años a más	7	17.07%	17.1	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Sus hijos le ayudan en la producción de las artesanías?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	21	51.2	51.2	51.2
	No	19	46.3	46.3	97.6
	6	1	2.4	2.4	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿En qué parte del proceso productivo sus hijos participan?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguna	17	41.5	41.5	41.5
	Corte Trasquilado	1	2.4	2.4	43.9
	Escarmenado_hilado	5	12.2	12.2	56.1
	Teñido	2	4.9	4.9	61.0
	Torcido	7	17.1	17.1	78.0
	Urdido	3	7.3	7.3	85.4
	Tejido	6	14.6	14.6	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Usted se afilió voluntariamente a la asociación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	41	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Usted elige libremente a sus representantes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	41	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Cómo califica Ud. el nivel de organización de la asociación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	16	39.0	39.0	39.0
	Buena	22	53.7	53.7	92.7
	Muy buena	3	7.3	7.3	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Participa en el proceso de toma de decisiones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	41	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Cómo califica la gestión administrativa de la junta directiva?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mala	1	2.4	2.4	2.4
	Regular	18	43.9	43.9	46.3
	Buena	21	51.2	51.2	97.6
	Muy buena	1	2.4	2.4	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Conoce usted los proyectos o negociaciones actuales de la asociación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	37	90.2	90.2	90.2
	No	4	9.8	9.8	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Está controlada la cantidad de productos que elaboran?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	32	78.0	78.0	78.0
	No	9	22.0	22.0	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Está controlada la calidad de productos que elaboran?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	41	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Quién controla la calidad y cantidad de productos elaborados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nosotros mismos	17	41.5	41.5	41.5
	Representante	24	58.5	58.5	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Actividad económica primaria 2004

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Agricultura	39	95.1	95.1	95.1
	Ganadería}	2	4.9	4.9	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Actividad económica secundaria 2004

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Agricultura	2	4.9	4.9	4.9
	Ganadería}	28	68.3	68.3	73.2
	Artesanía Textil	11	26.8	26.8	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Actividad económica primaria 2016

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Agricultura	1	2.4	2.4	2.4
	Ganadería}	1	2.4	2.4	4.9
	Artesanía Textil	39	95.1	95.1	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Actividad económica secundaria 2016

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Agricultura	17	41.5	65.4	65.4
	Ganadería}	4	9.8	15.4	80.8
	Artesanía Textil	2	4.9	7.7	88.5
	Turismo Rural Comunitario	3	7.3	11.5	100.0
	Otros	15	36.6	100.0	
Total		41	100.0		

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Cuenta Ud. con seguro médico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	37	90.2	90.2	90.2
	No	4	9.8	9.8	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Los miembros de su familia cuenta con seguro médico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	37	90.2	90.2	90.2
	No	4	9.8	9.8	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Con qué tipo de seguro médico cuenta?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguna	2	4.9	4.9	4.9
	Seguro integral de salud	39	95.1	95.1	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿El tipo de seguro con el que cuenta es por la asociación o independiente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguna	4	9.8	9.8	9.8
	Independiente	37	90.2	90.2	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Acceso a servicios de agua en el año 2004

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	26	63.4	63.4	63.4
	No	15	36.6	36.6	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Acceso a servicios de agua en el año 2016

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	41	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Acceso a servicio de luz en el año 2004

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	9	22.0	22.0	22.0
	No	32	78.0	78.0	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Acceso a servicios de luz en el año 2016

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	35	85.4	85.4	85.4
	No	6	14.6	14.6	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Acceso a servicios de desagüe en el año 2004

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	13	31.7	31.7	31.7
	No	28	68.3	68.3	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Acceso a servicios de desagüe en el año 2016

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	32	78.0	78.0	78.0
	No	9	22.0	22.0	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

¿Sus hijos tienen un adecuado acceso a la educación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	37	90.2	90.2	90.2
	No	4	9.8	9.8	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia de investigación: (2016)

Anexo N° 20: Entrevistas Estructuradas

La entrevista se realizó a dos artesanas de la asociación

- Artesana Carolina Silva perteneciente a la Comunidad de Ccachín (1)
- Artesana Rosa Hanco perteneciente a la Comunidad de Huarán (2)

¿Cómo era vuestra realidad antes de ingresar a la asociación?

1. Al principio nosotros vinimos (a la asociación) asustados de miedo. Nosotros hicimos cursos en cómo hacer el hilado y el tejido.
2. Yo vine después de 5 años después de mi compañera Manuela, Y ya encontré bien formada a la asociación.

¿Qué aspectos de su vida mejoraron luego de afiliarse a la asociación?

1. Nosotros pertenecíamos a CODER antes. Ellos (CBC) llegaron de repente y nos dimos cuenta que mejoraron cuando vendían y llegaban sus pedidos ya que mejoraron sus hilados y sus tejidos.
2. Mejoraron en tejer, ventas, pedidos

¿Qué efecto ocasionó que la mujer artesana pueda trabajar en la asociación? ¿Qué su opinión sea aceptada y valorada? ¿Dejar de depender económicamente del esposo?

1. Allá abajo trabajaban iban los comerciantes miraban y no compraban sus productos, lo tenían mucho tiempo hasta que se hagan viejos sus mantas. No había como ahora que ya pertenecen a la asociación. Antes nosotros llevábamos a caballo nuestros productos a las tiendas pero no se vendían. Sus esposos están felices y les ayudan hasta a cocinar, antes no hacían eso nunca.
2. A mí también me valora mi esposo, él me ayuda me dice que me apure (trabajando en las artesanías). Como nosotras ayudamos económicamente y por eso nuestros esposos nos ayudan más.

¿Cree usted que sus ingresos aumentaron luego de ingresar a la asociación?

1. Aumentaron nuestros ingresos y también mejoraron nuestros productos. Mejoraron en el hilado y el tejido.
2. Me ayuda mi esposo e hijos porque le damos (apoyo económico) para el colegio, academias. Y también nos paga mejor la asociación.

¿Cuál es el problema principal durante el proceso de producción de sus artesanías?

1. El problema es la lana antes era barato y según la calidad está subiendo (precio) cada 2 meses. Nos preocupa porque sube y sube.
2. Tener paciencia y mucho cariño porque cuando hacen rápido les sale mal. Más que todo paciencia tratan de hacer lo mejor, lo más bonito

¿Qué trata de plasmar usted en sus tejidos? ¿Las iconografías que usted plasma son producto de la enseñanza de sus antepasados o de una capacitación en la asociación?

1. Tener paciencia y mucho cariño porque cuando hacen rápido les sale mal. Más que todo paciencia tratan de hacer lo mejor, lo más bonito. Y que todo se pueda vender rápido. En su cabeza está hacer lo mejor, lo más bonito, diferentes colores y diseños.
2. Para nosotros mantener el pasado es sagrado todo lo antepasado no se pueden olvidar nunca y respetan bastante.

¿Usted enseña a sus hijos a tejer?

1. Si enseñamos a nuestros hijos, pero ellos no faltan al colegio por ayudarnos. Ellos nos ayudan con hacer monederos o a tejer cosas fáciles.
2. Yo tengo 2 hijos. Me ayudan a hilar, más que todo el hilado.

¿Cuál es su apreciación de CBC?

1. CBC nos han ayudado bastante.
2. Yo y mis compañeras estamos bien agradecidos para CBC desde el inicio hasta ahora nos ayudan.

¿En qué aspectos cree usted que la asociación tiene problemas?

1. Nosotros pensamos que debemos mejorar para ir a las ferias y otros mercados
2. Para que les conozcan más y abrir más mercados y puedan vender las cuatro asociaciones. Que todas las comunidades quieren que mejoren.

Anexo N° 21: Plan de Tesis

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1. PROBLEMA

Influencia De La Aplicación del Modelo “Comercio Justo” En El Desarrollo de La Asociación Central De Artesanas Y Artesanos Tradicionales Del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin”, Cusco, Periodos 2004-2015.

1.2. DESCRIPCION

En nuestro país el rubro de artesanía textil tradicional desempeña un rol importante, debido a que representa nuestro legado patrimonial Inca que es invaluable en términos culturales ya que mantiene vigente procesos e iconografías milenarias. Además de ser un generador significativo de ingresos para las familias relacionadas al sector; por ello, es menester que los artesanos tengan una capacitación constante y que tomen en cuenta para su producción y productividad, los constantes cambios acorde a las tendencias mundiales y de tecnología, para poder ingresar competentemente a los mercados y posicionarse en ellos.

Sin embargo, todavía una gran parte de las producciones de los artesanos textiles se caracterizan por tener una baja calidad, por ello no pueden ser vendidos en el mercado interno ni pueden ser exportados, no existe homogeneidad de productos, debido a que los artesanos no están organizados, no toman en cuenta los requerimientos de la demanda, falta de financiamiento, capacitación y asistencia técnica.

Es así que un gran número de intermediarios en la cadena de comercialización se benefician de esta situación, ya que condicionan la producción de los artesanos con pagos adelantados, someten la fibra a adulteraciones con el fin de obtener un mayor beneficio por el peso de la fibra pero sin tener en cuenta el daño que causan al prestigio de la misma y el pago de precios paupérrimos a los artesanos.

Si esta realidad persiste, estas familias seguirán formando parte de los altos índices de pobreza; con ingresos que no permiten su subsistencia, siendo segregados económica y socialmente. Según Seidl da Fonseca, Ricardo (2010) los criadores de camélidos alto andinos viven con una oscilación de ingresos de entre 490 y 900 dólares anuales provenientes de la venta, trueque de producción o prestación de su fuerza de trabajo en el valle o centros urbanos. Esta realidad, se ve reflejada en un estudio de costos de la Asociación Central de Artesanas y Artesanos Tradicionales del sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin” en el que refiere que “Los intermediarios pagaban sólo entre el 21 a 42% del costo de producción de una manta de tejido plano”; por lo tanto, los productores perdían y los intermediarios obtenían grandes beneficios económicos, ya que lograban colocar los productos en los principales mercados de artesanía de la Ciudad Imperial, como son: Cusco propiamente, Pisac y Ollantaytambo.

De esta manera en Mayo de 2004, según el mismo informe obtenido de la Asociación, el proyecto inicia como una Asociación Transitoria de Artesanas y Artesanos del Cusco; para luego de un año de trabajo asociativo, buscar su formalización bajo la denominación de Asociación Central de Artesanas y Artesanos Tradicionales del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin” y surge como una idea para dar solución a las artesanas textiles, ya que, percibían ingresos bajos o pérdidas, por los motivos detallados anteriormente. Es así, que la Asociación “Inkakunaq Ruwaynin” decide implementar una estrategia que está cimentada en tres pilares: diferenciación a través del rescate de conocimientos y valores ancestrales, enfoque de Desarrollo Económico Local y aplicación de Principios y Valores de Comercio Justo, este último descrito como una alternativa de solución para los productores rurales marginados, debido a que es el medio que puede llevarlos a competir en un mercado global, de la mano de los consumidores responsables.

El comercio justo también llamado comercio equitativo, se define como una “asociación comercial que apunta a un desarrollo sostenible para los productores excluidos o con desventajas. Busca realizarlo proponiendo mejores condiciones comerciales [a los productores], educando [a los consumidores] para provocar una toma de conciencia en torno al tema y llevando a cabo campañas”, conceptualizado por European Fair Trade Association (s.f.) citado por Johnson, Pierre (2003).

1.2.1. CAMPO Ciencias Económico- Administrativas

- A. AREA Ingeniería Comercial**
- B. LINEA Finanzas**

1.2.2. TIPO DE PROBLEMA

Descriptivo: El presente estudio será descriptivo ya que se enfocará en detallar el proyecto y los efectos que el mismo trae tras su aplicación, en las comunidades campesinas en las que se implanto.

Exploratorio: Es exploratorio ya que el tema sobre la aplicación de prácticas de comercio justo es relativamente nuevo, y los resultados que se obtengan sobre el beneficio que obtienen las familias rurales productoras del sector textil, podrían llevar a otros sectores a tratar de implantarlo.

1.2.3. VARIABLES

A. ANÁLISIS DE VARIABLES

- **VARIABLE INDEPENDIENTE:** Comercio Justo.
- **VARIABLE DEPENDIENTE:** Desarrollo de la Asociación Central de Artesanas y Artesanos Tradicionales del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin”

B. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Variables	Dimensiones	Indicadores
Variable Independiente: Comercio Justo	1. PRECIOS JUSTOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Precios justos por producto
	2. CONDICIONES LABORALES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Frecuencia de capacitaciones ▪ Horas de trabajo
Variable dependiente: Desarrollo de la Asociación	1. ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ingresos anuales ▪ Capacidad Productiva anual ▪ Cadena de comercialización
	2. SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> ▪ N° de artesanos con acceso a servicios de salud ▪ N° de artesanos con acceso a servicios de Educación

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ N° de artesanos con acceso a servicios básicos
	3. AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uso sostenible de materias primas

1.2.4. INTERROGANTES

A. INTERROGANTE GENERAL

- ¿Cómo influye la aplicación del modelo comercial alternativo “Comercio Justo” en el desarrollo de la Asociación Central de Artesanas y Artesanos Tradicionales del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin” de Cusco, periodo 2004 - 2015?

B. INTERROGANTES ESPECIFICAS

- ¿Los precios con preceptos de Comercio Justo son superiores a los precios bajo el modelo tradicional?
- ¿La capacidad productiva es superior bajo preceptos de Comercio Justo en comparación con el modelo tradicional?
- ¿Cuál es la diferencia entre la cadena de comercialización con preceptos de Comercio Justo y el modelo tradicional?
- ¿Cuáles son los beneficios que propician el desarrollo económico, social y ambiental en la asociación luego de aplicar el modelo de Comercio Justo?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Comercio Justo porque brinda soluciones comerciales a las personas menos favorecidas en este mundo globalizado: los productores rurales, que no tienen posibilidad de competir a nivel internacional, ya que, existen empresas transnacionales y grandes cadenas de comercialización que ocupan gran parte del mercado; lo que les acarrea a que sean parte de economías de subsistencia. Existe un lema que detalla exactamente a lo que se refiere el comercio justo “Trade not aid”, es decir, se trata de brindar a los productores principios justos bajo los cuales regirse y herramientas que les permitan competir a nivel internacional, pero son ellos los únicos propulsores de su destino, sin recurrir a asistencialismos que ya se comprobaron, no contribuye en nada, sino los sume en una pobreza aún mayor.

De esta manera asegurar una calidad de vida digna para los artesanos involucrados y sus familias, en cuanto a acceso a centros de salud, educación y servicios básicos. Ya que existe una generación de empleos directos e indirectos, los productores tienen una capacitación constante y conocen los requerimientos que su nicho de mercado exige. Por otro lado, impulsa la

participación activa de las mujeres artesanas y su desenvolvimiento en la vida económica y política en las comunidades a las que pertenecen.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. General

Establecer la influencia de la aplicación del modelo Comercio Justo en la Asociación de Artesanas y Artesanos Tradicionales del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin” de Cusco, periodo 2004-2015.

1.4.2. Específicos

- A. Comprobar si la aplicación del modelo comercio justo beneficia a la asociación en comparación al modelo de libre mercado, a través del análisis de precio de producto, capacidad productiva y cadena de comercialización.
- B. Determinar los progresos de la asociación que tienen influencia directa en el desarrollo económico, social y ambiental.

1.5. MARCO TEORICO

1.5.1. ESQUEMA ESTRUCTURAL

- A. **Primera Unidad: MARCO TEORICO**
- B. **Segunda Unidad: DISEÑO INVESTIGATIVO**
- C. **Tercera Unidad: PRESENTACION DE RESULTADOS**

1.5.2. VARIABLES

- A. **Variable Dependiente: Desarrollo de la Asociación De Artesanas Y Artesanos Tradicionales Del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin”.**

Según información obtenida de la Asociación “Inkakunaq Ruwaynin” (2010) al inicio del proyecto, la asociación estaba integrado por 12 comunidades campesinas pertenecientes a los departamentos de Cusco y Apurímac que hacían un total de 180 artesanos de los cuales 168 eran mujeres y 12 varones.

Actualmente la asociación está conformada por 64 artesanos según el registro de padrón del año 2010, de los cuales 60 son mujeres y 4 varones, así mismo el 28% pertenece a la asociación “Pachay Illary” del distrito de Lares, esta es la asociación con mayor número de socios (18). Las asociaciones con menores porcentajes de socios son “Tukuy Awaq” y “Isqon Tika” pertenecientes al distrito de Lares y Carhuayo, las mismas que reportan 13% y 19% respectivamente del número total de socios de la central de artesanas “Inkakunaq Ruwaynin”. Cabe resaltar que hubo una disminución considerable con respecto al inicio del proyecto. La explicación de esta reducción fue porque en el proceso del proyecto se independizaron 7 comunidades campesinas, las mismas que hicieron la apertura de sus propios establecimientos de venta en sus respectivas comunidades con gestión y administración autónoma, este resultado es positivo porque responde a uno de los objetivos del proyecto.

Cuadro N° 01: Numero de artesanos de la Asociación de Artesanos “Inkakunaq Ruwaynin” según distrito y asociación - 2010

Distrito	Asociación	Número de Socios
Lares	“Virgen Maria Auxiliadora”	13
	“Tukuy Awaq”	08
	“Pachay Illary”	18
Carhuayo	“Isqon Tika”	12
Checacupe	“Pallay Lliqlla”	13
TOTAL		64

Fuente: Padrón de Socios 2010 – Central “Inkakunaq Ruwaynin”

En principio el precio de cada producto está comprendido por el costo de producción, comercialización y margen de ganancia, la misma que en valores porcentuales se distribuye de la siguiente manera:

Costos de producción	_____	68%
Costos de comercialización	_____	3%
Margen de Ganancia	_____	10%
Impuestos	_____	19%
Precio de venta		100%

Cabe resaltar que los costos de producción y el margen de ganancia son transferidos directamente a los artesanos, mientras que el costo de comercialización es retenida por la Asociación Central de Artesanos Inkakunaq Ruwaynin, que es la que gestiona la tienda ubicada en Cusco en las instalaciones del Centro Bartolomé de las Casas. Por otro lado el 50% del costo de comercialización se destina para los costos de operación, mantenimiento e inversión de la tienda.

B. Variable Independiente: Comercio Justo

Según la Organización Mundial del Comercio justo, WFTO (por sus siglas en Inglés World Fair Trade Organization) (S.f.) “El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/ as y trabajadores/ as desfavorecidos, especialmente en el Sur”.

Según Johnson Pierre y otros (2003) afirmaba que el comercio justo está definido como “Un conjunto de prácticas socioeconómicas que representan alternativas al comercio internacional convencional, cuyas reglas son globalmente injustas para los países del Sur y en particular para los productores rurales. Al establecer relaciones entre productores y consumidores basadas en la equidad, la colaboración, la

confianza y el interés compartido, estas prácticas obedecen a criterios precisos y persiguen dos objetivos: condiciones más justas para productores marginados y evolucionar las prácticas y reglas del comercio internacional”

Según la Coordinadora de pequeños productores del Perú (s.f.) afirma que a través del Comercio Justo existe una relación directa y solidaria entre productor y consumidor, debido a que el productor obtiene un ingreso digno que refleja el valor real de su trabajo e impulsa un desarrollo comunitario y comercial y el consumidor obtiene un producto con calidad integral.

Describe también los principios básicos bajo los cuales se rige el comercio Justo:

- Los productores forman parte de cooperativas u organizaciones voluntarias y funcionan democráticamente
- Libre iniciativa y trabajo, en rechazo a los subsidios y ayudas asistenciales.
- Rechazo a la explotación infantil
- Igualdad entre hombres y mujeres
- Se trabaja con dignidad respetando a los derechos humanos.
- El precio que se paga a los productores permite condiciones de vida dignas.
- Los compradores generalmente pagan por adelantado para evitar que los productores busquen otras formas de financiarse
- Se valora la calidad y la producción sustentable
- Cuidar el medio ambiente
- Se busca la manera de evitar intermediarios entre productores y consumidores.
- Se informa a los consumidores acerca del origen del producto
- El proceso debe ser voluntario, tanto la relación entre productores, distribuidores y consumidores.

La Organización Mundial del Comercio Justo (s.f) establece los diez principios internacionales:

1. Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas: el objetivo primordial del comercio justo es la reducción de la pobreza (...). “Está apoya a los pequeños productores marginados ya sean empresas familiares independientes, o agrupados en asociaciones o cooperativas.”
 2. Transparencia y responsabilidad: “La organización es transparente en su gestión y en sus relaciones comerciales. Es responsable ante todos sus grupos de interés y respeta la sensibilidad y confidencialidad de la información comercial que le es proporcionada.” Los canales de comunicación integran a toda la organización, ella está abierta a todos los niveles y los involucra en sus procesos de toma de decisiones.
 3. Prácticas comerciales justas: “La organización comercializa con preocupación por el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores marginados y no maximizan sus ganancias a expensas de ellos”.
- i. Los proveedores respetan los contratos establecidos, respetando el tiempo, calidad y requerimientos específicos.

- ii. Los compradores conocen las desventajas financieras de los proveedores, puede darse el caso que el comprador pague el 50% por adelantado si así fuera solicitado, aseguran que los pedidos sean pagados con recibos y con guías en adjunto.
 - iii. La organización promueve las relaciones comerciales que se basan en confianza, respeto mutuo y solidaridad que contribuyen al desarrollo y promoción del comercio justo.
 - iv. “El comercio justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores como lo reflejan en sus diseños artesanales, productos alimentarios y otros servicios relacionados.
4. Pago de un precio justo: “es el precio establecido por todos a través del dialogo y la participación, que proporciona un pago justo a los productores y también puede ser sostenido por el mercado”.
 5. Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso: “La organización se adhiere a la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, y a la ley nacional/local sobre el empleo de los niños. La organización asegura que no hay trabajo forzoso en su mano de obra y/o miembros o trabajadores a domicilio.”
 6. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical): “ La organización no discrimina en la contratación, remuneración, acceso a la capacitación, promoción, terminación o jubilación por motivos de raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, unión de membresía (afiliación sindical), afiliación política, VIH/SIDA, estatus o edad.”
 7. Asegurar buenas condiciones de trabajo: “La organización proporciona un entorno de trabajo seguro y saludable para los empleados y/o miembros. La organización cumple con las leyes nacionales y convenios de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) sobre salud y seguridad”.
Cumple con las horas establecidas de trabajo y condiciones de trabajo para los empleados.
 8. Facilitar el desarrollo de capacidades: “La organización desarrolla las habilidades y capacidades de sus propios empleados o miembros. Las organizaciones que trabajan directamente con los pequeños productores desarrollan actividades específicas para ayudar a estos productores a mejorar sus habilidades de gestión, capacidades de producción y el acceso a los mercados locales, regionales o internacionales de Comercio Justo y los mercados principales, como sea adecuado”.
 9. Promoción del Comercio Justo: La organización concientiza sobre la necesidad de mayor justicia en el comercio mundial. La organización brinda información a sus clientes sobre los productos comercializados, productores, etc. Utilizan técnicas honestas de publicidad y comercialización.
 10. Respeto al Medio Ambiente: Las organizaciones buscan maximizar el uso de materias primas en forma sustentable, utilización de tecnologías de energía

renovable, minimización de residuos que afecten al medio ambiente, utilización de materiales reciclados o fácilmente biodegradables.

1.5.3. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Centro Bartolomé de las Casas

(2010) informe del proyecto de la Asociación de Artesanas y Artesanos Tradicionales del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin”

JOHNSON, Pierre y otros

(2003) *Comercio Justo propuestas para intercambios comerciales solidarios al servicio de un desarrollo sostenible*. En: Bureau du Colombier, Renaud y Camilo Torres. Primera Edición. Editorial: Charles Léopold Mayer.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

(2011) “Desarrollo de Asociaciones de exportación de artesanos textiles del cusco: equidad de género, emprendimiento e inclusión en el desarrollo comercial”. En: Estrategía/ Desarrollo de negocios y del comercio. Fecha de Consulta: 04/12/2015.

Organización Mundial del Comercio Justo

(S.f.) “Los diez principios internacionales”. En: Coordinadora Estatal de Comercio Justo”. Fecha de Consulta: 22/03/2015. <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/definicion/los-10-principios-internacionales/>

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial

(2010) “Estado de situación del sector textil camélidos en el Perú (Diagnóstico nacional)”. En: Andean Products, High Plateau and central valleys. Fecha de Consulta: 04/12/2015.

1.5.4. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

A. Antecedentes internacionales

Se tiene como antecedente internacional, la tesina presentada por Fernández Suárez, María y Maribel Hernández Romero (2012) titulada “La Sombra y El Guapotal: Dos realidades distintas de afrontar los problemas de industria del café y cómo el comercio justo aumenta la calidad de vida de los/as pequeños/as productores/as” realizada en la Universidad de Barcelona, en la que se concluye, principalmente lo siguiente:

- Según la investigación se encontró que el Comercio Justo ha tenido un impacto positivo tanto en los hogares como en la comunidad de El Guapotal, entre los que se encontró el control de todo el proceso de producción, la estabilidad e incremento de los ingresos, la tendencia a la conservación de sus tierras y la inversión en su desarrollo social, sobretodo en educación.
- La comunidad de El Guapotal se ve beneficiada indirectamente. Según las entrevistas, hay menos emigración por la estabilidad de los puestos de trabajo que ofrecen los/as productores/as de Comercio Justo y la posibilidad de pedir

créditos blandos a la cooperativa. Las primas de Comercio Justo se invierten en la comunidad y los beneficios ambientales son notables.

- El empoderamiento en El Guapotal es palpable en las entrevistas, donde consideran que dentro de Comercio Justo tienen voz, y donde su opinión es tomada en cuenta. Ellos deciden sobre su propio desarrollo de manera conjunta. “En la cooperativa siempre nos vemos para compartir y para discutir y ver qué retos nos vamos a plantear. Mientras que los comerciantes que no están en la cooperativa, estos no les interesa cuales sean nuestros proyectos” (Entrevista personal Melba Flores)
- Especialmente es notable el empoderamiento en relación a las mujeres, que participan tanto de la toma de decisiones en las asambleas comunitarias como de la organización. Encontramos mujeres en puestos de responsabilidad de la cooperativa y la integración por otro lado del hombre en las tareas del hogar, en muy pequeña escala. Al igual que se comenta en el informe de Intermón Oxfam (2012), a pesar de haber mejorado la posición de las mujeres en el hogar, todavía queda mucho que hacer para conseguir una verdadera equidad de género.
- Se observa que CECOCAFEN (que trabaja en Comercio Justo) es atractiva para la Cooperación Internacional, ya que la Cooperación Internacional suele apoyar aspectos que refuerzan los valores que se trabajan en Comercio Justo. Eso dificulta valorar dónde está el límite en los beneficios vinculados directamente al trabajo del Comercio Justo, y qué parte viene dado por el apoyo de otros proyectos paralelos, aunque de alguna manera u otra es gracias a pertenecer a Comercio Justo.
- Por otro lado, se ve cómo en el caso de La Sombra se han conseguido tener buenas infraestructuras y servicios, especialmente por la capacidad de trabajo en asociaciones para realizar las tareas que serían propias del gobierno, y así cubrir sus necesidades básicas. Buscan alternativas que les permitan subsistir, buscando otros cultivos que les ayuden a recibir ingresos. Aun así, comprobamos todos los efectos de la industria del café: ingresos familiares muy bajos, abandono de las tierras, emigración alta, bajo nivel de escolarización, dependencia de los intermediarios, inexistente control del proceso de producción y degradación del medio ambiente.
- No se observa ninguna diferencia notable en cuestión de los monocultivos. Al ser productores/as en pequeña escala es irrelevante hablar de monocultivos. Quizás podríamos destacar más diversificación productiva en la comunidad de El Guapotal, pero ha sido especialmente gracias a los proyectos de Cooperación Internacional. Podría decirse que El Guapotal sigue un desarrollo ascendente hacia la soberanía alimentaria, definiendo sus propios caminos, con respeto al medio ambiente, participación democrática y donde encontramos una mayor tendencia a la propiedad de la tierra. En el caso de La Sombra hay una tendencia a la desaparición de la siembra de productos básicos, abandono y/o venta de las tierras y mayor emigración de la población activa.
- La diversificación económica en el caso de El Guapotal es lenta, ya que hablamos de personas que venden su café para la subsistencia, que necesitan cubrir sus

necesidades básicas antes de empezar a invertir. También podemos ver aspectos de la teoría de las Titularidades de Amartya Sen, donde los/as productores/as tienen mayores oportunidades de trabajo, pueden exportar a precios justos y se dispone de más seguridad de la tierra. En caso de La Sombra la tendencia es a mayor dependencia del estado, ya que actualmente es el “proveedor” de los “ingresos” familiares a través de las ayudas económicas. La comunidad de El Guapotal se ve beneficiada indirectamente.

B. Antecedentes nacionales

Se tiene como antecedente investigativo nacional la tesis realizada por Maldonado Rocha, Gina Mariell (2012) sobre “Determinantes e impactos de la asociatividad para el comercio justo: El caso de REPEBAN desde 2005 hasta 2010” presentado ante la Pontificia Universidad Católica del Perú, cuyas conclusiones son las siguientes:

- Las estrategias exitosas que han permitido mejorar las condiciones de acceso al mercado de comercio justo de los pequeños productores de banano orgánico de REPEBAN se evidencian en su proceso asociativo y su modelo organizativo. El proceso asociativo en REPEBAN se consolidó de manera exitosa, en el período 2005 – 2010, gracias a la presencia de capital social (confianza, estructura y métodos de trabajo claros), el liderazgo (trabajo en equipo) y la transparencia y mecanismos de control. REPEBAN explica su auge por su modelo organizativo, en el cual se reconocen como factores de éxito los siguientes: la autonomía de sus bases (flexibilidad y descentralización del poder, recursos y funciones), la democracia en la toma de decisiones, la profesionalización de la gestión (equipo multidisciplinario), la transparencia y el desarrollo de conocimientos.
- Los nichos de mercados especiales surgen por la tendencia actual de las exigencias del consumidor responsable, basadas en la preocupación creciente por su salud, el medio ambiente y el origen de los productos que compran. Los criterios de acceso giran en torno al cumplimiento de los requerimientos de las certificaciones, para lo cual surge la asociatividad como un sistema de organización, estructurado sobre la base de la acción colectiva, que permite mejorar la competitividad de los pequeños productores para afrontar barreras de interés común como el acceso a mercados especiales. De otra parte, el fortalecimiento de la asociatividad puede conducir a potenciar procesos de desarrollo local. Asimismo, puede ser visto como una estrategia alternativa para la disminución de la pobreza.
- Desde el año 2005 hasta la actualidad, los mercados especiales han registrado una tendencia positiva, a nivel mundial y de Perú, reflejada en la mayor presencia de organizaciones de comercio justo y en el crecimiento de los movimientos comerciales del mercado orgánico. Asimismo, los niveles de exportación de banano orgánico han mostrado un fuerte crecimiento (tasa promedio anual de 32.3% en términos de valor y 21.9% en términos de volumen). Este contexto ha sido el sustento del avance de los pequeños productores del Valle del Chira en la cadena de valor del banano orgánico, al

pasar de vender su fruta a los exportadores a realizar sus propios procesos de empaque y, algunos, exportar directamente.

- Después de encuestar a todos los productores de REPEBAN que influyen en la toma de decisiones sobre la asociatividad en el 2011 y entrevistar a 13 de los 14 representantes (en total, los 15 cargos directivos y gerenciales más altos) de REPEBAN y sus asociaciones, se concluye que el factor determinante del origen asociativo entre los pequeños productores de REPEBAN se traza en la defensa de intereses comunes, dada una situación coyuntural. La idea que está detrás de la motivación de los productores para asociarse es que pudieron reconocer que gestionar su producción en colectivo les permitiría estar en mejores condiciones para conseguir mayores beneficios económicos y sociales. También, se identifica que los principales factores determinantes de su consolidación exitosa son el capital social (confianza, estructura y métodos de trabajo claros), el liderazgo (trabajo en equipo) y la transparencia y mecanismos de control. Entre los principales impactos directos de la asociatividad, se identifica el acceso a nuevos mercados, el mayor poder de negociación y las mejoras en la gestión productiva. Los impactos indirectos de esta asociatividad evidencian que el éxito asociativo se debe, en gran parte, al comercio justo (100% de los entrevistados): la exigencia y rigurosidad propició el aumento de la calidad del banano, la asistencia técnica profesionalizó y mejoró la capacidad productiva, y la prima mejoró las condiciones de trabajo y de vida de los productores.

1.6. HIPÓTESIS GENERAL

Dado que se aplicó el modelo comercial Comercio Justo en la Asociación Central De Artesanas Y Artesanos Tradicionales Del Sur Andino “Inkakunaq Ruwaynin” entonces es probable que tal modelo influya significativamente en el desarrollo del mismo.

2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

Primero, se contactará al Sr. Valerio Paucarmayta; Director del Centro Bartolomé de las Casas, para solicitar la información requerida sobre la asociación.

Después, se recogerá información secundaria de libros, revistas, portales web, etc. entre ellos:

- Comercio Justo propuestas para intercambios comerciales solidarios al servicio de un desarrollo sostenible
- Informe del Centro Bartolomé de las Casas realizado en 2010

Luego, se procederá a realizar entrevistas a las personas encargadas de la asociación, productores, comerciantes y personas clave en el sector textil. Después se procederá a sistematizar la información y comenzar a hacer el análisis de los datos obtenidos.

Finalmente, se procederá a obtener conclusiones sobre la influencia social, económica y medioambiental de trabajar bajo principios de comercio justo en el sector textil y proceder con las recomendaciones.

2.1. TECNICAS E INSTRUMENTOS

2.1.1. TÉCNICAS

La información con la que se trabajará será principalmente primaria en base a los datos que se nos serán brindados por la institución Centro Bartolomé de las Casas. Dicha información será complementada con entrevistas a personas que trabajan en el sector textil, representantes y expertos en el tema.

2.1.2. INSTRUMENTOS

- Cuadros estadísticos
- Resúmenes bibliográficos
- Formato de entrevistas

2.2. CAMPO DE VERIFICACION

2.2.1. AMBITO: Cusco

2.2.2. TEMPORALIDAD: 2004-2014

2.2.3. UNIDADES DE ESTUDIO

A. UNIVERSO

El universo con el que se trabaja es la asociación.

B. MUESTRA

No existe muestra, ya que es un estudio de caso.

2.3. RECURSOS NECESARIOS

2.3.1. HUMANOS

Representante de la Asociación del Centro Bartolomé de las Casas (Cusco): Eco. Pabel J. Aimituma Colque

El trabajo será realizado por el Bachiller Raissa Alexandra Cáceres Benavides

2.3.2. MATERIALES

1 Laptop con conexión a internet

Tesis, Informes

2.4. CRONOGRAMA

TIEMPO (MESES DEL AÑO 2015)	JULIO	AGOSTO-SETIEMBRE		OCTUBRE-NOVIEMBRE		DICIEMBRE-ENERO		FEBRERO		MARZO	
Días	01-30 jul	01-15 agosto	15-30 set	01-20 oct	20-30 nov	01-25 Dic	26-31 ene	01-20 feb	21-29 feb	01-10 mar	11-31 mar
Actividades											
Recolección de información preliminar											
Redacción del Plan de Tesis											
Presentación del Plan de Tesis											
Corrección del Plan de Tesis de acuerdo a disposiciones de jurados											
Elaboración de Marco Teórico											
Recopilación de información para la demostración de hipótesis											
Redacción de la demostración de hipótesis											
Redacción de las conclusiones y recomendaciones											
Redacción de las tablas de contenido											
Compilar la tesis de acuerdo a la estructura académica											
Presentación preliminar											
Calificación por asesores											
Corrección de Tesis de acuerdo a disposiciones de jurados											
Sustentación de Tesis											

