



ECUADOR UNIVERSIDAD
INTERNACIONAL
SEK

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

Trabajo de fin de carrera titulado:

**“ESTUDIO DEL COMERCIO JUSTO Y SU INCIDENCIA EN EL
PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO DE LA ASOCIACIÓN
INDÍGENA KALLARI. CIUDAD DEL TENA. AÑO 2015.”**

Realizado por:

GLORIA STEFANÍA LEDESMA ALMACHE

Directora del proyecto:

CARMEN AMELIA CORAL GUERRERO

Como requisito para la obtención del título de:

INGENIERO COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Quito, 2016

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, GLORIA STEFANÍA LEDESMA ALMACHE, con cédula de identidad 171754054 - 4, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento. A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

Gloria Stefanía Ledesma Almache

C.C.: 171754054 - 4

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación titulado:
**“ESTUDIO DEL COMERCIO JUSTO Y SU INCIDENCIA EN EL
PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO DE LA ASOCIACIÓN
INDÍGENA KALLARI. CIUDAD DEL TENA. AÑO 2015.”**

Realizado por:
GLORIA STEFANÍA LEDESMA ALMACHE

Como Requisito para la Obtención del Título de:
INGENIERO COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Ha sido dirigido por la profesora
CARMEN AMELIA CORAL GUERRERO

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor
CARMEN AMELIA CORAL GUERRERO
DIRECTORA

DEDICATORIA

La presente investigación la dedico a mi familia, por ser el soporte en el transcurso de mi vida.

A mi sobrina, por enseñarme cada día a soñar, a entender que la mejor manera de sobrellevar las adversidades es a través de una sonrisa, y por ser la compañía que no pensé que necesitaba pero que agradezco por tenerla cada día de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por dotarme de salud, inteligencia y perseverancia en el transcurso de mi carrera universitaria.

A mi padre, por el apoyo brindado en el transcurso de mi formación profesional y por impartirme valores para mi realización personal.

A mi madre, que gracias a sus consejos y sabiduría ha logrado convertirme en la persona que soy ahora.

A mi hermana, por su apoyo incondicional, amor y paciencia en los buenos y malos momentos.

A mi hermano, por su amistad, complicidad y cariño sincero.

A mi sobrina y ahijada, por alegrarme cada día, y darme las fuerzas necesarias para seguir adelante.

A mi tutora Carmen Coral por las enseñanzas impartidas, por ser mi guía y encaminarme para que el presente trabajo de investigación sea posible.

Finalmente, a todos ustedes...

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene por objetivo sistematizar las prácticas exitosas de la asociación Kallari constituida como una unión no gubernamental que ha estructurado una sociedad sustentable para trabajar directamente con las comunidades aledañas a la ciudad del Tena, abasteciéndose de cacao fino de aroma para la elaboración de chocolate orgánico, sin la participación de intermediarios en la comercialización y exportación de los mismos, generando un fortalecimiento en la industria del cacao, a través de estrategias de producción, fermentación y secado que garanticen una excelente calidad de los productos comercializados a nivel nacional e internacional, mediante un modelo de asociatividad que ha permitido la inclusión de familias kiwchas en emprendimientos sociales bajo un esquema de comercio justo.

El estudio del proyecto de la asociación indígena Kallari, ha permitido identificar los principales retos y desafíos que han surgido en el transcurso de la constitución de la organización, con el fin de promover la asociatividad para el desarrollo de nuevos proyectos con similares características, que incentiven la inclusión económica y social de los pueblos indígenas en la Amazonía Ecuatoriana, a través de una vinculación entre las prácticas productivas ancestrales y las actuales, generando un crecimiento sostenible.

ABSTRACT

The present research aims to systematize the successful practices of the Kallari Association, which is constituted as a non-governmental union that has structured a sustainable society to work directly with the communities surrounding to the city of Tena, sourcing from fine aroma cacao for the development of organic chocolate, without the participation of intermediaries in the marketing and export of the same, generating a strengthening in the cocoa industry through strategies of production, fermentation and drying to ensure an excellent quality of the products marketed at the national and international level, through a partnership model that has allowed the inclusion of families kiwchas in social enterprises under a fair trade scheme.

The study of the project of the Kallari indigenous association has allowed us to identify the main issues and challenges that have emerged in the course of the Constitution of the Organization with the aim of promoting partnership for the development of new projects with similar characteristics, to promote the economic and social inclusion of indigenous peoples in the Ecuadorian Amazon through a link between the productive practices and current ancestral generating sustainable growth.

Índice

CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
Antecedentes	1
1. Planteamiento del Problema.....	6
1.1 Formulación del problema.....	7
1.2 Sistematización del problema.....	7
1.3 Objetivo general	7
1.4 Objetivos específicos.....	8
1.5 Justificaciones.....	8
1.6 Identificación y caracterización de variables.....	9
1.7 Novedad y/o innovación.....	10
2. El Método.....	11
2.1 Nivel de estudio	11
2.2 Modalidad de investigación.....	11
2.3 Método.....	12
2.4 Población y muestra	12
2.5 Operacionalización de variables.....	14
2.6 Selección de instrumentos de investigación	16
2.7 Validez y confiabilidad de instrumentos	16
3. Aspectos administrativos	17
3.1 Recursos humanos	17
3.2 Recursos técnicos y materiales	17
3.3 Recursos financieros.....	18
3.4 Cronograma de trabajo	18

CAPÍTULO II	19
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y DIAGNÓSTICO.....	19
1. Fundamentación Teórica.....	19
1.1 Marco Conceptual	19
1.2 Marco Teórico	21
1.3 Marco Referencial	29
1.4 Marco Legal.....	31
2. Diagnóstico	37
2.1 Ambiente Externo.....	37
2.2 Ambiente Interno.....	48
3. Investigación de campo.....	62
3.1 Elaboración de los instrumentos de investigación.....	62
3.2 Recolección de datos	64
3.3 Procesamiento, análisis e interpretación.....	64
CAPÍTULO III.....	78
VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y	
DESARROLLO	78
1. Resumen de observación.....	78
2. Inducción.....	83
3. Hipótesis.....	84
4. Probar la hipótesis por experimentación	84
5. Demostración o refutación de la hipótesis	87
6. Evaluación financiera.....	89
7. Conclusiones	94
8. Recomendaciones.....	97
9. Bibliografía	99
10. Anexos.....	103

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 <i>Exportaciones de Comercio Justo período 2007 – 2012</i>	10
Ilustración 2 <i>Los actores del Comercio Justo</i>	23
Ilustración 3 <i>Implicaciones Teórico-metodológicas del Comercio Justo en el Ecuador</i>	26
Ilustración 4 <i>Correspondencia del Comercio Justo en la Constitución de la República del Ecuador</i>	33
Ilustración 5 <i>Análisis PEST de la Asociación Indígena Kallari</i>	37
Ilustración 6 <i>Exportaciones de la Economía Popular y Solidaria</i>	39
Ilustración 7 <i>Exportaciones Ecuatorianas de cacao y sus derivados</i>	40
Ilustración 8 <i>Exportaciones Ecuatorianas de Cacao y Elaborados</i>	41
Ilustración 9 <i>Layout de la Asociación Indígena Kallari</i>	42
Ilustración 10 <i>Organigrama Estructural de Kallari</i>	49
Ilustración 11 <i>Organigrama Funcional de Kallari</i>	50
Ilustración 12 <i>Organigrama Funcional de Kallari</i>	51
Ilustración 13 <i>Ruta PROECUADOR</i>	54
Ilustración 14 <i>Proceso para capacitación de personal</i>	55
Ilustración 15 <i>Proceso para la fermentación del cacao</i>	56
Ilustración 16 <i>Proceso de pago a proveedores</i>	57
Ilustración 17 <i>Proceso de contratación de personal</i>	58
Ilustración 18 <i>Layout de la Asociación Indígena Kallari</i>	59
Ilustración 19 <i>Cadena de Valor de la Asociación Indígena Kallari</i>	60
Ilustración 20 <i>Principales resultados de las entrevistas</i>	65
Ilustración 21 <i>Resuldados de la encuesta; pregunta 1</i>	66
Ilustración 22 <i>Resuldados de la encuesta; pregunta 2</i>	67
Ilustración 23 <i>Resuldados de la encuesta; pregunta 3</i>	68
Ilustración 24 <i>Resuldados de la encuesta; pregunta 4</i>	69

Ilustración 25	<i>Resultados de la encuesta; pregunta 5</i>	70
Ilustración 26	<i>Resultados de la encuesta; pregunta 6</i>	71
Ilustración 27	<i>Resultados de la encuesta; pregunta 7</i>	72
Ilustración 28	<i>Resultados de la encuesta; pregunta 8</i>	73
Ilustración 29	<i>Resultados de la encuesta; pregunta 8</i>	74
Ilustración 30	<i>Resultados de la encuesta; pregunta 9</i>	75
Ilustración 31	<i>Resultados de la encuesta; pregunta 10</i>	76
Ilustración 32	<i>Resultados de la encuesta; pregunta 10</i>	77
Ilustración 33	<i>Principales Retos y desafíos de Kallari</i>	85
Ilustración 34	<i>Principales factores de Emprendimiento Indígena</i>	87

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de la Variable Dependiente.....	14
Tabla 2 Operacionalización de la Variable Independiente	15
Tabla 3 Recursos técnicos y materiales	17
Tabla 4 Recursos Financieros	18
Tabla 5 Cronograma de Trabajo	18
Tabla 6 Matriz DAFO	61
Tabla 7 Resultados de la encuesta; pregunta 1	66
Tabla 8 Resultados de la encuesta; pregunta 2	67
Tabla 9 Resultados de la encuesta; pregunta 3	68
Tabla 10 Resultados de la encuesta; pregunta 4	69
Tabla 11 Resultados de la encuesta; pregunta 5	70
Tabla 12 Resultados de la encuesta; pregunta 6	71
Tabla 13 Resultados de la encuesta; pregunta 7	72
Tabla 14 Resultados de la encuesta; pregunta 8	73
Tabla 15 Resultados de la encuesta; pregunta 8	74
Tabla 16 Resultados de la encuesta; pregunta 9	75
Tabla 17 Resultados de la encuesta; pregunta 9	76
Tabla 19 Resultados de la encuesta; pregunta 10	77
Tabla 20 Matriz DAFO	82
Tabla 21 Proyección de ventas	89
Tabla 22 Rol de pagos año 2016.....	90
Tabla 23 Rol de pagos año 2016.....	91
Tabla 24 Reinversión del superávit.....	92

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Antecedentes

El Comercio Justo o Comercio Alternativo, nace en Europa a raíz de la primera Conferencia de la UNCTAD (Comercio y Desarrollo de las Naciones Unidas) celebrada en Ginebra en 1964, como un movimiento que exigía mejorar el acceso de los productores menos favorecidos al mercado, con el propósito de cambiar las desigualdades contenidas en las reglas del comercio internacional. De esta manera la lucha por la igualdad del comercio se fue desarrollando en tres generaciones; la primera se desenvuelve en Europa, en un entorno económico próspero, sin miras a nuevos mercados con una visión eurocéntrica, sin espacio para el tercer mundo a sabiendas de su existencia. La segunda generación, empieza a finales de los años setenta, donde surge América Latina como un ente proveedor original y autónomo, es aquí donde ya se identifican tres actores, el productor, el proveedor y el consumidor, determinando un nuevo entorno económico, más ágil y dinámico. Finalmente, la tercera generación se marca principalmente por una vinculación importante entre comercio justo y consumo responsable. (Marcillo, 2013)

“ESTUDIO DEL COMERCIO JUSTO Y SU INCIDENCIA EN EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO DE LA ASOCIACIÓN INDÍGENA KALLARI. CIUDAD DEL TENA. AÑO 2015.”

En Europa, el movimiento tenía su desarrollo, en los años cuarenta y cincuenta, mientras que en Estados Unidos tenía sus inicios con las primeras organizaciones, tales como, Ten Thousand Villages que empezó comprando bordados de Puerto Rico, y la entidad SERRV que vendía artículos de artesanías realizados por comunidades del Sur, cada una de ellas se desarrolla como un movimiento de artesanos que luchaban contra los bajos precios del mercado internacional, los altos márgenes y la dependencia frente a los intermediarios.

Más tarde 1987, 11 importadoras europeas constituyeron la Asociación Europea de Comercio Justo, y dos años más tarde se crea IFAT hoy WFTO, Organización Mundial de Comercio Justo que actualmente agrupa a 400 organizaciones de todo el mundo.(WFTO, 2015)

En la actualidad, la definición de Comercio Justo consensuada internacionalmente es:

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

Organización Mundial del Comercio Justo, (WFTO, 2015)

A la definición de comercio justo le acompañan 10 principios que establece la WFTO, los mismos que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio Justo. (WFTO-LA, 2015)

En Ecuador en el año de 1970, varias organizaciones de productores, conjuntamente con comercializadores solidarios, generaron nuevas prácticas productivas y comerciales que les permitieron comercializar sus productos bajo los conceptos y criterios del Comercio Justo, constituyendo el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP), posteriormente, en el 2003 nace la Unión Nacional de Asociaciones de Pequeños Productores Agropecuarios Certificados en Comercio Justo del Ecuador (CECJ) gracias al esfuerzo y la participación de organizaciones productoras de café, banano, plantas medicinales, cacao y quínoa, logrando en la actualidad obtener el reconocimiento legal del Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) con acuerdo Ministerial # 534 del 20 de Octubre de 2010.(CECJ, 2015)

El progreso, participación y perseverancia de los productores representados por sus organizaciones han llevado a implementar en el país leyes que regulen las actividades de las empresas y asociaciones certificadas en Comercio Justo, como muestra el Art. 1 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (Dirección Nacional de Normas, 2011), que define a la economía popular y Solidaria como “la forma de organización económica en la que sus integrantes se unen para producir, intercambiar, comercializar, financiar, y consumir bienes y servicios que les permitan satisfacer sus necesidades y generar ingresos” a su vez el Art. 283 de la Constitución Política del Ecuador, establece que el sistema económico es popular y solidario siempre y cuando se reconoce al ser humano como sujeto, que propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado en armonía con la naturaleza y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el Buen Vivir. (Asamblea Constituyente, 2008)

Según el Banco Mundial (BM, 2015) “En el mundo, hay alrededor de 300 millones de personas que pertenecen a pueblos nativos, que equivale aproximadamente el 4,5 % de la población mundial, representan cerca del 10 % de los pobres.” En una búsqueda constante de nuevas oportunidades nace el emprendimiento social, que de la mano del emprendimiento indígena se los relaciona con el descubrimiento de oportunidades rentables para solucionar problemas sociales. Los emprendedores sociales “actúan como ‘agentes de cambio’ en el sector social, innovando y actuando de acuerdo con el deseo de crear un valor social sostenible” (Harding, 2004)

El emprendimiento indígena está considerado como un movimiento social en crecimiento, que pretende mejorar la calidad de vida de esta pequeña parte de la población. Durante los últimos años, este movimiento ha sido impulsado gracias a varios proyectos realizados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), así como también el Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC), creada por la UNESCO en el año 2005. Ambas organizaciones impulsan el progreso sostenible y la reducción de la pobreza de los países en desarrollo. Por su parte el FIDC apoya a proyectos que propicien la creación de un sector cultural dinámico, a través de actividades que faciliten la introducción y/o la elaboración de políticas y estrategias que protejan y promuevan la diversidad de las expresiones culturales. (FIDC, 2005)

Según datos de la (CEPAL, 2005), en el Ecuador la población indígena está constituida por el 7% de la población total. Como base para el desarrollo y crecimiento de nuevos emprendimientos indígenas en el Ecuador ha sido creado el Instituto de la Economía Popular y

“ESTUDIO DEL COMERCIO JUSTO Y SU INCIDENCIA EN EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO DE LA ASOCIACIÓN INDÍGENA KALLARI. CIUDAD DEL TENA. AÑO 2015.”

Solidaria, que se une a otras entidades para fomentar esta práctica y generar empleo con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de los pueblos indígenas que permitan el desarrollo de medios de subsistencia que perduren en el tiempo. A este propósito se une el Ministerio de Cultura y Patrimonio que pretende potenciar los emprendimientos en comunidades indígenas. (IEPS, 2016)

En Ecuador existen varias asociaciones de productores locales, entre ellas, la Asociación Indígena Kallari, constituida en el año de 1997 en la ciudad del Tena, actualmente se presenta como una unión no gubernamental de productores de cacao orgánico de la Amazonía Ecuatoriana y está conformada por más de 800 familias ubicadas en 21 comunidades aledañas a la ciudad. Su principal actividad comercial es la producción y comercialización de cacao a un mejor precio, convirtiéndose en una fuente de ingresos sustentables gracias a la práctica del comercio justo, permitiendo a la población Kichwa mejorar su calidad de vida. Esta revolución de emprendimiento la vemos reflejada en un proceso de continua innovación, que busca la adaptación de sus prácticas ancestrales a las nuevas formas de producción y comercialización sustentables que se ejercen en la actualidad. (KALLARI, 2007)

1. Planteamiento del Problema

Durante años el modelo económico y comercial de los países desarrollados ha sido el principal punto de partida para la investigación y seguimiento del crecimiento de la economía mundial, excluyendo a países menos favorecidos caracterizados por sus bajos índices de crecimiento económico, generando una discriminación e ignorando el aporte que economías en vías de desarrollo podrían aportar.

El Ecuador por su parte, ha venido desarrollando nuevas formas de participación a nivel internacional, impulsando un proceso de cambio económico a través de la transformación de la Matriz Productiva, que se caracteriza por ser una revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano. Este proceso ayuda a que los productores nacionales generen valor agregado a los productos de exportación, así como también el desarrollo de nuevos productos que son vendidos en el mercado internacional.

La Asociación Indígena Kallari es la unión no gubernamental de productores de cacao orgánico de la ciudad del Tena y tuvo sus inicios con menos de cincuenta familias, las mismas que se han incrementado a más de 800 en aproximadamente 19 años de su existencia. Kallari ha creado un ingreso sustentable para que la gente Kichwa pueda satisfacer las necesidades familiares básicas a través de la implementación de prácticas de comercio justo. La delimitación del éxito de la asociación indígena Kallari, permitirá identificar los retos y desafíos que ha debido atravesar para comercializar tanto en el mercado nacional como internacional.

1.1 Formulación del problema

¿Cuál ha sido la incidencia del Comercio Justo en el proyecto de emprendimiento de la asociación indígena Kallari?

1.2 Sistematización del problema

- ¿Cómo ha influenciado el Comercio Justo en el crecimiento de la organización Kallari y en la vida de las comunidades con las que colabora?
- ¿Cuáles han sido las estrategias de emprendimiento que ha utilizado la organización indígena Kallari?
- ¿Cuáles han sido los desafíos de la asociación indígena Kallari para la elaboración de chocolate orgánico?
- ¿Cuáles han sido los beneficios económicos que ha obtenido la Asociación Indígena Kallari por la implementación de estrategias de comercio justo para la exportación de sus productos?

1.3 Objetivo general

Determinar los factores de éxito del proyecto de emprendimiento de la asociación indígena Kallari, analizando su estructura organizativa y el alcance en la implementación de prácticas de comercio justo, para la sistematización de sus retos y desafíos.

1.4 Objetivos específicos

- Determinar cómo ha influenciado el Comercio Justo en el crecimiento de la organización Kallari y en la vida de las comunidades con las que colabora.
- Identificar las estrategias de emprendimiento utilizadas por la organización Kallari para comercializar en el mercado internacional.
- Identificar los desafíos que han surgido en la organización Kallari para la elaboración de chocolate orgánico.
- Evaluar el costo beneficio del proyecto de emprendimiento indígena de la asociación Kallari en base a la aplicación de políticas de comercio justo.

1.5 Justificaciones

Justificación teórica

La presente investigación tiene por objetivo aportar conocimiento acerca de las estrategias de emprendimiento indígena implementado en la Asociación Kallari, mediante conceptos y teorías relacionadas al comercio justo. Este estudio permitirá identificar los retos y desafíos que han surgido en el proceso de producción y comercialización de chocolate orgánico en el mercado nacional e internacional.

Justificación metodológica

Mediante el uso de metodologías teóricas y empíricas, la investigación desarrollará el análisis de la situación actual de la Asociación Indígena Kallari, en relación al emprendimiento indígena y la implementación de estrategias de comercio justo.

Justificación práctica

El estudio analizará la situación actual de la Asociación Indígena Kallari, arrojando información que facilite el desarrollo de nuevas propuestas que mejoren la estructura empresarial y la delimitación de procesos. Esta investigación podrá ser tomada como punto de partida en el estudio de organizaciones con similares características.

1.6 Identificación y caracterización de variables

Variable dependiente

Estudio del emprendimiento en la asociación indígena Kallari

Variable independiente

Análisis de las estrategias de comercio justo implementadas en la Organización Indígena Kallari.

1.7 Novedad y/o innovación

De acuerdo al Plan Estratégico Institucional (COMEX, 2014), en el Ecuador el Comercio Justo representa aproximadamente el 1% del total de exportaciones no petroleras, las cuales han tenido un crecimiento sustancial y sostenido entre el 2007 y el 2012, como se puede visualizar en el siguiente gráfico:

Ilustración 1

Exportaciones de Comercio Justo período 2007 – 2012



Fuente: SENA/E/FLO/WFTO/IMO/ECOCERT

Elaborado por: Autora

El comercio justo ha tenido un desarrollo favorable para el Ecuador, sin embargo, la innovación en esta investigación está determinada por el emprendimiento indígena y su forma de organización. La Asociación Indígena Kallari ha estructurado una sociedad sustentable que trabaja directamente con las comunidades aledañas a la ciudad del Tena, abasteciéndose de cacao orgánico para la elaboración de chocolate sin la intervención de intermediarios, fortaleciendo la industria del cacao, a través de estrategias de producción, fermentación y secado que garantizan una excelente calidad de los productos comercializados a nivel nacional e internacional.

2. El Método

2.1 Nivel de estudio

Tipo de investigación

Exploratorio

Se buscará esclarecer la problemática principal de la estructuración empresarial de la asociación indígena Kallari por medio de revisiones bibliográficas y entrevistas a expertos en el tema.

Descriptivo

Permitirá describir las estrategias de emprendimiento indígena implementadas en la Asociación Kallari en la ciudad del Tena.

2.2 Modalidad de investigación

La presente investigación empleará modalidad de investigación de campo. El estudio plantea conocer las estrategias de emprendimiento indígena implementadas en la asociación Kallari en la ciudad del Tena, con el objetivo de conocer el impacto de este tipo de estructura organizacional en la comercialización de productos orgánicos a nivel nacional e internacional.

Esta modalidad de investigación se apoyará en las fuentes de carácter documental que la compañía disponga, así como también el levantamiento de información por parte del autor.

2.3 Método

Método inductivo tomando como punto de partida el caso particular de la Asociación Kallari, elevándola a los conocimientos de comercio justo y emprendimiento determinados en su desarrollo, para llegar a la conclusión sobre la incidencia del comercio justo y el emprendimiento en futuras organizaciones.

Método deductivo tomando como punto de partida los conceptos y principios que comprenden el emprendimiento y comercio justo, para luego determinar la incidencia sobre el caso particular de la asociación Kallari.

Método empírico El método empírico llevado a cabo con la utilización de entrevistas y encuestas a personal clave que conforma la asociación para de esta forma poder comprender el funcionamiento de la asociación Kallari con base en el emprendimiento y el comercio justo, instituidas en sus normas y principios.

2.4 Población y muestra

La población de estudio será analizada en la Asociación Indígena Kallari.

“ESTUDIO DEL COMERCIO JUSTO Y SU INCIDENCIA EN EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO DE LA ASOCIACIÓN INDÍGENA KALLARI. CIUDAD DEL TENA. AÑO 2015.”

La muestra será obtenida por las 850 familias que representan a las 21 comunidades.

Fórmula:

$$n \equiv \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

Siendo:

n = tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza

N= Universo

P = Probabilidad de ocurrencia

Q = Probabilidad de no ocurrencia

e = Error de muestreo

$$n \equiv \frac{1,69^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 850}{1,69^2 \times 0,5 \times 0,5 + 850 * 0,09^2}$$

$$n \equiv 79,87$$

De conformidad con los datos proporcionados, el tamaño de la muestra es de 80 encuestas.

2.5 Operacionalización de variables

Variable dependiente: Estudio del emprendimiento en la asociación indígena Kallari

Tabla 1
Operacionalización de la Variable Dependiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas e instrumentos
El emprendimiento de la asociación indígena Kallari se define como: “una unión no gubernamental de productores de cacao orgánico de la Amazonía Ecuatoriana. Su principal actividad comercial es la producción y comercialización de chocolate orgánico en el mercado nacional e internacional”.	Individuo	- Gestión del Conocimiento -Evaluación y motivación a los integrantes - Habilidades técnicas	¿Cuál ha sido el impacto de la Asociación Kallari en las comunidades de la ciudad del Tena?	Focus group
	Proceso	-Innovación en métodos productivos - Redes de distribución - Diferenciación	¿Cuáles han sido las técnicas de emprendimiento que han fortalecido a la asociación Kallari?	Entrevistas
	Entorno	- Capital disponible -Disponibilidad de proveedores -Acceso de mercados		

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Variable independiente: Análisis de las estrategias de comercio justo implementadas en la Organización Indígena Kallari.

Tabla 2

Operacionalización de la Variable Independiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas e instrumentos
El Comercio Justo se define como: “un movimiento social global que promueve otro tipo de comercio, uno basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales” (WFTO, 2015)	Económico Ecológico Social	-Pago de un precio justo por la materia prima - Fortalecimiento económico de la asociación - Compromiso a largo plazo con los socios -Protección medioambiental - Cosecha sustentable de cacao e insumos -Condiciones de trabajo - Buenas prácticas laborales - Cumplimiento de normas y leyes de comercio justo	¿La implementación de estrategias de comercio justo ha permitido el crecimiento de la organización? ¿Cuáles han sido los retos que ha debido afrontar la asociación para el cumplimiento de los lineamientos de comercio justo?	Análisis de las cifras Entrevistas a expertos

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

2.6 Selección de instrumentos de investigación

Entrevistas:

Las entrevistas estarán dirigidas a profesionales y expertos que han trabajado conjuntamente con la asociación indígena Kallari, así como también a los dirigentes y socios más representativos.

Encuestas:

Las encuestas se realizarán a 80 socios como lo indica la fórmula de la muestra, los cuales forman parte de las 21 comunidades que trabajan conjuntamente con la asociación indígena Kallari.

2.7 Validez y confiabilidad de instrumentos

Antes de la utilización de los instrumentos de trabajo, se validará la confiabilidad de los instrumentos a utilizarse mediante la implementación de pruebas piloto tanto para las encuestas como para las entrevistas.

Estos instrumentos estarán respaldados por niveles de confianza estadísticos que se requieren para la investigación. Se asegurará que los instrumentos midan de manera confiable las variables que deban medir, por lo que será necesario una realizar una investigación de campo preliminar para cumplir con este objetivo.

3. Aspectos administrativos

3.1 Recursos humanos

El autor de esta investigación será el responsable de las entrevistas y la recopilación de información del objeto de estudio.

- Autor: Gloria Stefanía Ledesma Almache
- Directora del trabajo de titulación: Carmen Amelia Coral Guerrero

3.2 Recursos técnicos y materiales

Tabla 3

Recursos técnicos y materiales

RECURSOS	APLICACIÓN
Internet	Desarrollo del proyecto integrador
Computador portátil	
Suministros de oficina	
Pen drive	
Impresora Epson	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

3.3 Recursos financieros

Tabla 4

Recursos Financieros

RECURSOS	VALOR
Equipos	\$1300,00
Movilización	\$100,00
Empastado	\$120,00
Otros Gastos	\$150,00
TOTAL	\$1670,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

3.4 Cronograma de trabajo

Tabla 5

Cronograma de Trabajo

ACTIVIDADES	Primer mes				Segundo mes				Tercer mes				Cuarto mes			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración y aprobación del título de investigación	■	■	■	■												
Fase 1					■	■	■	■								
Fase 2									■	■	■	■				
Fase 3													■	■	■	■

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y DIAGNÓSTICO

1. Fundamentación Teórica

1.1 Marco Conceptual

Como parte del marco conceptual se citan los siguientes términos clave que permitirán comprender con claridad los lineamientos que rigen la temática del presente proyecto de investigación.

Emprendimiento social

El emprendimiento social de la mano del emprendimiento indígena se los relaciona con el descubrimiento de oportunidades rentables para solucionar problemas sociales. Los emprendedores sociales “actúan como ‘agentes de cambio’ en el sector social, innovando y actuando de acuerdo con el deseo de crear un valor social sostenible” (Harding, 2004).

El emprendimiento social, entendiéndolo como un tipo específico de emprendimiento, busca soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales.

(Guzmán & Trujillo, 2008)

Comercio Justo

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.

(Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO)

Reto

La Real Academia Española (RAE, 2016), define reto como “objetivo o desempeño difícil de llevar a cabo, y que constituye por ello un estímulo y desafío para quien lo afronta”

Valor social

El proyecto de investigación colectiva de la (SEKN, 2006) define al valor social como; “la búsqueda del progreso social, mediante la remoción de barreras que dificultan la inclusión, la ayuda a aquellos temporalmente debilitados o que carecen de voz propia y la mitigación de efectos secundarios indeseables de la actividad económica”.

Desarrollo Comunitario

La intervención comunitaria, el desarrollo comunitario y la organización de la comunidad son conceptos que aluden al proceso que ayuda a conseguir el bienestar de la población con la participación social directa y activa de esta en el diagnóstico, el análisis y la resolución de problemas le que afectan, así como la utilización, el impulso o la creación de sus recursos.

(Martí, Pascual, & Rebollo, 2005)

1.2 Marco Teórico

El **Comercio Justo** hace referencia a un **movimiento social global** que promueve otro tipo de comercio, uno basado en el **diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad**. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente del Sur. Las organizaciones de Comercio Justo están comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.

(WFTO-LA, 2015)

Las organizaciones de Comercio Justo se comprometen activamente a apoyar a los productores, a sensibilizar a la opinión pública y llevar a cabo campañas en favor de cambios en las normas y prácticas del comercio internacional convencional. Las características esenciales del Comercio Justo son las siguientes:

- Los productos se compran reduciendo al mínimo el número de intermediarios.
- El precio de compra está en función de los costos de producción para permitir al productor alcanzar un nivel de vida razonable.
- Se establecen relaciones a largo plazo.
- Las relaciones directas entre el productor y el consumidor, garantizan la obtención de información del producto en cuanto a su calidad, presentación y acogida dentro del mercado.
- Se paga un precio justo al productor por parte del Consumidor Responsable.

- Organización de redes solidarias de comercialización interna. Estas redes buscan enlazar a los productores con los consumidores en base a una relación de beneficios mutuos.

(Marcillo, 2013)

Principios de Comercio Justo

Las organizaciones que trabajan en Comercio Justo deben cumplir con los principios establecidos por la Organización Mundial de Comercio Justo:

- Creación de Oportunidades para Productores en Desventaja Económica
- Transparencia y Responsabilidad – Rendición de cuentas
- Prácticas Comerciales Justas
- Pago de un Precio Justo
- No al Trabajo Infantil y al Trabajo Forzoso
- Compromiso con la No Discriminación, la Igualdad de Género y el Empoderamiento Económico de la mujer y la Libertad de Asociación.
- Garantizar buenas condiciones de trabajo
- Desarrollo de Capacidades
- Promoción del Comercio Justo
- Respeto por el Medio Ambiente

(WFTO, 2015)

Ilustración 2

Los actores del Comercio Justo



Fuente: Guía de Comercio Justo para artesanos y artesanas de Latinoamérica
Elaborado por: Autora

El Comercio Justo en la actualidad

En la actualidad, los mercados globalizados no reparten los beneficios del comercio mundial de manera equitativa, siendo las grandes multinacionales quienes adquieren el mayor poder económico, generando influencia decisiva sobre los precios de muchos productos en el comercio mundial, dejando al margen a los pequeños productores, al absorber la mayor parte de las transacciones comerciales. El Comercio Justo ha evolucionado de manera imparable hasta nuestros días, configurándose como un movimiento internacional organizado, que contempla una visión mucho más amplia que supera los procesos de producción y transacción entre los países menos favorecidos y los más desarrollados.

En este contexto, interviene el comercio justo como una alternativa para la participación dentro del comercio internacional que, tomando en cuenta los criterios meramente económicos de éste, sostiene valores éticos que abarcan aspectos tanto sociales como ambientales y que actualmente promueve la práctica de adquisición de productos provenientes del comercio solidario. De esta manera los pequeños productores de los países del Sur encuentran un cauce para vivir dignamente de su trabajo, los consumidores pueden tener a su disposición productos de calidad que garantizan el respeto de los derechos de las personas y del medio ambiente, se recupera el vínculo entre productor y consumidor y se demuestra que es viable conjugar los criterios económicos con los sociales y ambientales obteniendo un equilibrio que beneficia a todos los involucrados. (AECID, 2012)

El Comercio Justo en el Ecuador

En el Ecuador el Comercio Justo representa aproximadamente el 1% del total de exportaciones no petroleras, agrupa a 42 organizaciones y empresas certificadas y comprende 16 productos con sello de Comercio Justo. De las 42 organizaciones y empresas con certificación comercio justo 30 de ellas (71%) poseen certificación de Fairtrade International (FLO) y Fairtrade USA, 6 organizaciones (14%) tienen certificación de WFTO; 4 (10%) tienen certificación de ECOCERT, y, 2 (5%) tienen certificación de IMO. (OESCOJ, 2016)

El desarrollo del comercio justo a través de la Unión Nacional de Asociaciones de Pequeños Productores Agropecuarios Certificados en Comercio Justo del Ecuador – CECJ que nace en el año 2003 bajo la iniciativa de organizaciones bananeras en la Provincia de El Oro. Actualmente se encuentra legalmente reconocida por el Ministerios de Agricultura Ganadería, Acuacultura y pesca – MAGAP con acuerdo Ministerial # 534 del 20 de octubre de 2010. (CECJ, 2015)

Implicaciones Teórico-Metodológicas del Comercio Justo en Ecuador

En el Ecuador se ha dado un proceso evolutivo y con tendencia creciente en el tema de Comercio Justo, con el objetivo de mantener relaciones transparentes justas y equitativas del comercio en general.

Ilustración 3

Implicaciones Teórico-metodológicas del Comercio Justo en el Ecuador

El Comercio Justo, mucho más que sellos y certificaciones	<ul style="list-style-type: none">• Como cambio de las relaciones y prácticas sociales de producción, comercialización, distribución y consumo, a través de la incorporación de valores y principios éticos.
El Comercio Justo, un puntal de la Economía Social y Solidaria	<ul style="list-style-type: none">• El Comercio Justo mantiene un nuevo enfoque a nivel de la teoría económica, la cual pretende la inclusión económica de los menos favorecidos a través de emprendimientos sociales y solidarios
El Comercio Justo, una herramienta estructural para eliminar la pobreza y la desigualdad	<ul style="list-style-type: none">• El comercio Justo constituye una vía estructural para la eliminación de la pobreza, puesto que se enfoca en la transformación de las relaciones comerciales y productivas entre las culturas dominantes y las culturas dominadas.
El Comercio Justo, una herramienta para cambiar las reglas del comercio nacional e internacional	<ul style="list-style-type: none">• El comercio justo pretende generar una nueva visión de relaciones comerciales y económicas promoviendo un mejor manejo en la transparencia en el comercio local, nacional e internacional.
El Comercio Justo, contribuye a la sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none">• Cooperar con la sustentabilidad económica, social, ambiental, política y cultural, a través de prácticas responsables con la sociedad respaldadas por leyes que estimulen y promuevan la inclusión de los menos favorecidos.
El Comercio Justo requiere de organización y asociatividad	<ul style="list-style-type: none">• El comercio justo promueve la creación de asociaciones con el fin de que los pequeños productores y artesanos logren acceder a mercados más grandes en condiciones justas y equitativas

Fuente: Agenda Ecuatoriana de Comercio Justo

Elaborado por: Autora

El emprendimiento indígena

El emprendimiento indígena de la mano del emprendimiento social surge como iniciativa de uno o varios individuos, con el fin de encontrar soluciones a problemas sociales. El emprendedor social identifica oportunidades que se presentan a sí mismas como problemas que requieren soluciones y se esfuerza por crear emprendimientos para resolverlos (Sullivan, 2007).

Emprendimiento indígena en la actualidad

Los estudios e investigaciones sobre poblaciones indígenas muestran un desequilibrio significativo en la sociedad actual, pues abundan en temas sobre pobreza e inequidad y son débiles y poco considerados en lo relacionado con el emprendimiento económico. Por su parte, la mayoría de las acciones de desarrollo dirigidas a los pueblos indígenas de Bolivia, Ecuador y Perú se han orientado al reconocimiento y protección de los derechos indígenas, la participación ciudadana y la recuperación de la cultura, respondiendo a las necesidades del período y la coyuntura histórico-política.

Las actividades indígenas están vinculadas a su acervo cultural y a condiciones precarias en aspectos económicos y sociales, por lo que se requiere, se someta primero, mediante un proceso de adaptación cultural, la implementación de sus propios conceptos económicos, a nuevos principios de emprendimiento y sostenibilidad, derechos y responsabilidades,

protección y libertades provenientes de la cultura occidental, para generar una promoción de la idea económica y administrativa de la empresa hacia una actividad moderna y de innovación, con un manejo eficiente de los recursos y un desarrollo territorial equilibrado, que se vea reflejado en la calidad de sus productos.

El emprendimiento indígena promueve la creación de emprendimientos económicos solidarios que abarcan diversas modalidades de organización económica, originadas en la libre asociación de los trabajadores, con base en principios de autogestión, cooperación, eficiencia y viabilidad. Se caracterizan por ser asociaciones de personas que se han unido para abordar sus comunes necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales mediante empresas de propiedad conjunta, controladas democráticamente. (OIT, 2008)

Emprendimiento en la Asociación Indígena Kallari

El proyecto de emprendimiento indígena Kallari ha mejorado la calidad de vida de los integrantes de las comunidades con las que colabora, pues es la única cooperativa de agricultores en el mundo en la que todos los ingresos por sus ventas retornan a los miembros de la organización; es decir, a los cultivadores del cacao. Kallari está formado por 850 familias, que promueven el cultivo natural del cacao mediante el sistema ancestral de chakras, la eliminación de pesticidas y productos químicos con el objetivo de elaborar barras de chocolate 100% orgánico.

“ESTUDIO DEL COMERCIO JUSTO Y SU INCIDENCIA EN EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO DE LA ASOCIACIÓN INDÍGENA KALLARI. CIUDAD DEL TENA. AÑO 2015.”

El centro de acopio de Kallari se encuentra ubicado en la ciudad del Tena, capital de la provincia de El Napo, que se ha posicionado como una de las ciudades con mayor oferta turística en la Amazonia ecuatoriana. Kallari ofrece recorridos a su centro de acopio, donde se puede apreciar todo el proceso de recolección y secado del cacao, con visitas a las fincas cercanas, plantaciones, especies de la zona y degustación del producto final. Los turistas pueden tener una experiencia más cercana con el proceso de producción por lo que pueden ser alojados en las comunidades donde pueden conocer su gastronomía, cultura, tradiciones y emprender recorridos por varias zonas de cultivo de cacao y los atractivos naturales de la región. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015)

1.3 Marco Referencial

Kallari es ejemplo de una asociación que gracias a la unión de varias comunidades ha resaltado a través del cultivo responsable del cacao, afrontando retos y desafíos, bajo este contexto y para efecto del desarrollo de la presente investigación se han tomado como referencia las siguientes fuentes:

- Gestión efectiva de emprendimientos sociales. Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica

Es un proyecto de investigación colectiva de la SOCIAL ENTERPRISE KNOWLEDGE NETWORK (SEKN). Este libro ayuda a capturar y analizar prácticas inteligentes de emprendimientos sociales en América Latina. Además, provee de marcos de

gestión conceptual para los elementos clave de los emprendimientos sociales de alto desempeño e identifica las áreas comunes de éxito de las operaciones de las empresas y las Organizaciones de la sociedad civil (OSC).

- Agenda Ecuatoriana de Comercio Justo 2013 – 2017

La Agenda Ecuatoriana de Comercio Justo fue concebida como un camino programático de acción consensuada, que vincula la voluntad de múltiples actores e iniciativas, para asumir la corresponsabilidad de su implementación, a fin de posicionar, desarrollar y consolidar el Comercio Justo en el Ecuador, con incidencia en el ámbito internacional, en favor especialmente de los pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, trabajadores y trabajadoras.

- Tesis: Diseño, implementación del plan de comunicación en la organización Kallari productores de cacao y chocolate

La investigación mencionada es utilizada como referencia para ampliar el conocimiento de las funciones, el análisis institucional, y el diagnóstico organizacional de la Asociación Indígena Kallari.

1.4 Marco Legal

Organizaciones y asociaciones internacionales que velan por el cumplimiento de Comercio Justo

El máximo referente como promotor del cumplimiento de los principios de Comercio Justo a nivel internacional es The International Fair Trade Association (IFAT) y en el plano regional de América Latina destacan la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores de Comercio Justo (CLAC) y la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria (RELACC).

Por su parte, la red internacional FINE agrupa a cuatro grandes organizaciones europeas de las cuales surge este acrónimo:

- Fair Trade Labelling Organizations International - FLO
- The International Fair Trade Association (IFAT)
- Network of the European World Shops (NEWS)
- European Fair Trade Association (EFTA)

(FUNDESARTE, 2014)

Comercio Justo en el Ecuador

El Ecuador ha sufrido cambios significativos con la posesión de Rafael Correa como presidente reflejadas en las transformaciones políticas, sociales, económicas y ambientales. El Comercio Justo ha tenido un cambio favorable, gracias a la delimitación de nuevos reglamentos de política pública que constituyen pilares fundamentales para el desarrollo de nuevos proyectos y fortalecimiento de los emprendimientos ya existentes. Este respaldo se evidencia en las reformas realizadas en los cuerpos normativos existentes a modo de sustento jurídico y legislativo para el comercio justo:

- La nueva Constitución de la República del Ecuador aprobada en Referéndum en octubre del 2008.
- El Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013 y 2013-2017
- Los cambios profundos en la institucionalidad del Estado

El tema del Comercio Justo está posicionado en la Constitución de la República en varios de sus articulados:

(Art 276) mandato referido a la construcción de un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible.

(Art.281) responsabilidades del Estado para garantizar que las personas y comunidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente.

(Art.306) la promoción de exportaciones ambientalmente responsables de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

(Asamblea Constituyente, 2008)

Ilustración 4

Correspondencia del Comercio Justo en la Constitución de la República del Ecuador

Art.	ENUNCIADO CONSTITUCIONAL
CAPÍTULO SEXTO, Sección Quinta: Intercambios Económicos y Comercio Justo	
335	El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.
336	El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.
337	El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.

Fuente: Constitución de la República del Ecuador

Elaborado por: Autora

El Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017 hace relación al Comercio Justo en varios de sus Objetivos Nacionales: Objetivos 1, 6, 7, 8, 9,11 los cuales promueven y apoyan iniciativas de economía popular y solidaria, a través del fortalecimiento de la producción, comercialización, distribución y consumo responsable de los recursos naturales. Además, pretende ampliar la capacidad innovadora de gracias al desarrollo científico, y tecnológico para mejorar la diversificación de productos, los niveles de inclusión económica y la competitividad nacional e internacional. (SENPLADES, 2012)

En el mismo sentido el Plan de Gobierno 2013 – 2017 hace relación al Comercio Justo en 6 de las 7 propuestas programáticas de la Revolución Económica, Productiva y del Trabajo. Las cuales pretenden mejorar las relaciones comerciales, de intercambio, de cooperación y reciprocidad, que propicien la equidad, la eficiencia y la calidad, que estén sustentadas en la solidaridad y promuevan un comercio justo responsable y solidario que priorice la complementariedad económica, comercial y productiva de carácter nacional e internacional.

Normativa de las empresas de Economía Popular y Solidaria

El Ecuador cuenta con el apoyo del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS, 2016), una entidad adscrita al Ministerio de Inclusión Económica y Social, la cual se encarga de brindar apoyo a los ciudadanos que desean emprender procesos de desarrollo productivo, bajo la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. Esta Ley basa sus lineamientos, en el modelo económico Popular y Solidario, que promueve una inclusión económica, ayuda a la asociatividad, da prioridad a la persona por encima del capital, y además fomenta la igualdad y la eficiencia en base a la superación colectiva y comunitaria.

Requisitos para la fabricación y exportación de chocolate

El Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN, 2010) presenta la Norma Técnica Ecuatoriana Nte Inen 621:2010 que tiene por objetivo establecer los requisitos que se deben cumplir para la elaboración de barras de chocolate. Esta norma establece definiciones y características de los diversos tipos de chocolate que son comercializados en el Ecuador.

Las exportaciones de origen ecuatoriano deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro de exportador en el software Ecuapass.
- Documento de Transporte.

(PROEcuador, 2016)

El proceso de exportación inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque. Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca. Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

(SENAE, 2013)

2. Diagnóstico

2.1 Ambiente Externo

Macro Entorno

ANÁLISIS PEST

Ilustración 5

Análisis PEST de la Asociación Indígena Kallari



Fuente: PRO ECUADOR, SENA, Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autora

Entorno Político

La historia política del Ecuador se ha caracterizado por su inestabilidad debido a factores internos y externos, podemos evidenciar que esta particularidad se ha visto reducida a partir de la gestión del gobierno de Rafael Correa, que se ha mantenido equilibrada desde sus inicios en enero de 2007 hasta la presente. Esta estabilidad ha beneficiado la planificación a mediano y largo plazo de las PYMES en el Ecuador ya que existe una regularidad en las decisiones de ámbito político.

Por otro lado, la implementación y fortalecimiento de los consorcios y alianzas creadas permiten ampliar los mercados de exportación, con el objetivo de desarrollar actividades de promoción y posicionar sus productos en conjunto. En este sentido el Ecuador cuenta con varios consorcios de los cuales según (PROECUADOR, 2016) se destaca “la Asociación de Chocolateros del Ecuador que está conformada por 7 MIPYMES que cuentan con reconocimientos internacionales por la innovación de sus productos y que representan alrededor del 65% de los productores – exportadores de chocolate fino de aroma del país”.

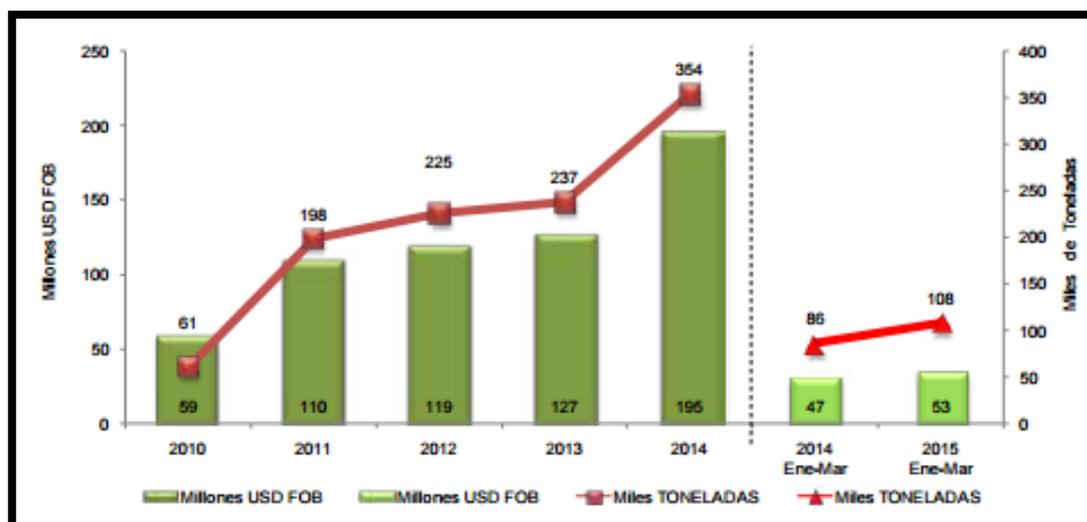
La estabilidad política de los últimos años, el apoyo de consorcios y las regulaciones arancelarias son los principales factores que favorecen el entorno político en el Ecuador con respecto a las mejoras en la promoción y comercialización de varios productos, beneficiando de esta forma a la Asociación Indígena Kallari en su crecimiento, y de esta manera promover la producción de barras de chocolate.

Entorno Económico

Según datos presentados por (PROECUADOR, 2015), “las exportaciones de las asociaciones y demás organizaciones de la Economía Popular y Solidaria – EPS, desde 2010, han venido creciendo a un ritmo del 35% anual”.

Ilustración 6

Exportaciones de la Economía Popular y Solidaria



Fuente: SENAE

Elaborado por: Autora

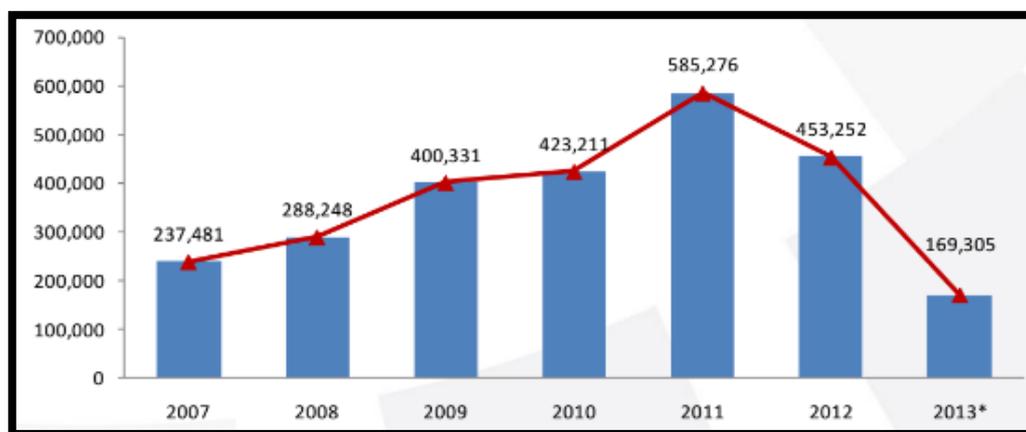
Exportaciones de Cacao y sus derivados

Durante el período 2007-2012, las exportaciones del cacao y sus derivados registran un aumento constante con una Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) de 13.80%.

Ilustración 7

Exportaciones Ecuatorianas de cacao y sus derivados

Valor FOB / Miles USD



*Hasta abril de 2013

Fuente: Banco Central del Ecuador

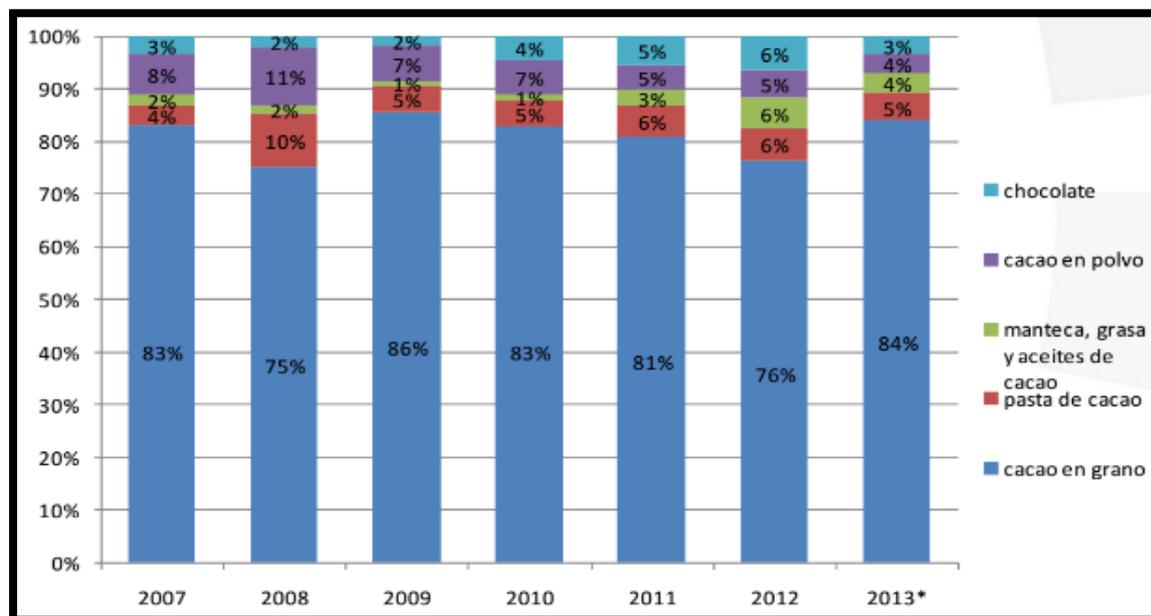
Elaborado por: Autora

Exportación por grupos de productos

Las exportaciones más significativas en el sector del cacao y sus derivados en el comercio exterior es el cacao en grano, que es el producto más exportado dentro de este rubro, con una TCPA de 12% durante el período 2007-2012. El chocolate ha mantenido una participación creciente en las exportaciones de los últimos años, a través del desarrollo de nuevos productos y la introducción en nuevos mercados a nivel mundial. (ANECACAO, 2015)

Ilustración 8

Exportaciones Ecuatorianas de Cacao y Elaborados Valor FOB



*Hasta abril de 2013

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autora

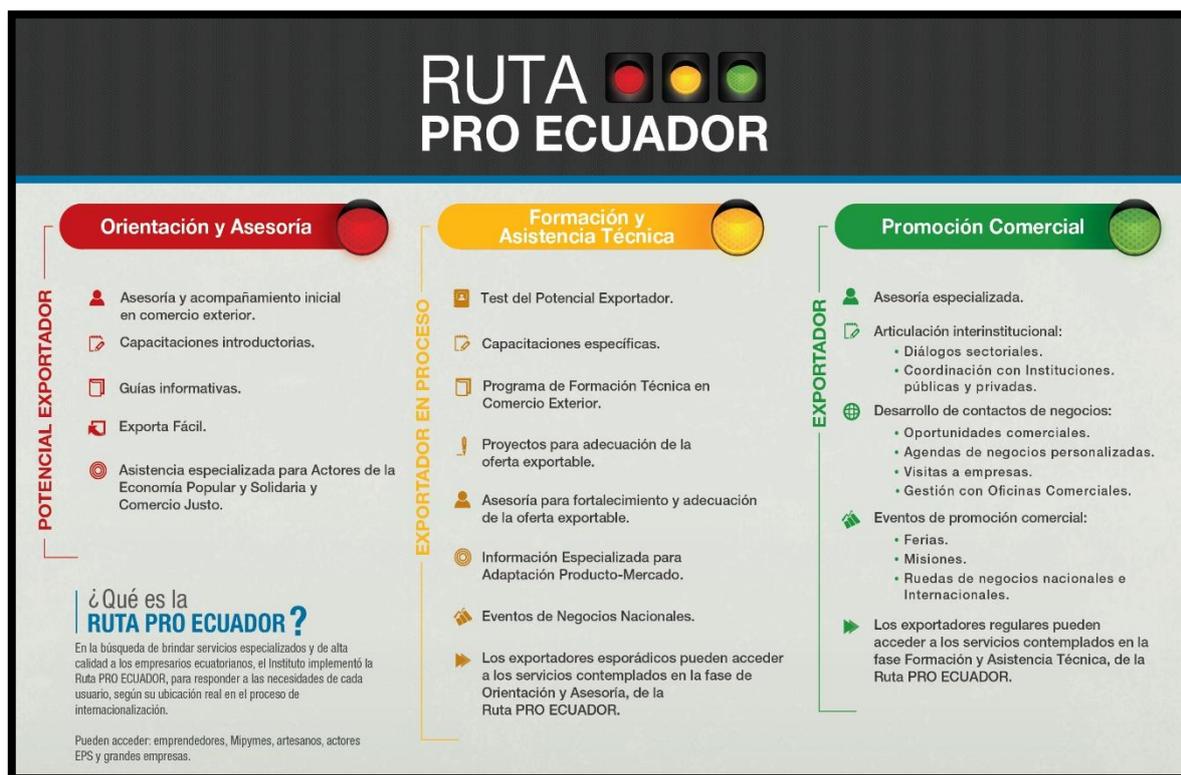
Las estadísticas de la creciente exportación de cacao y sus elaborados, complementándose con el desarrollo de las exportaciones de las asociaciones y demás organizaciones de la Economía Popular y Solidaria, demuestran la rentabilidad del tipo de comercio que mantiene la Asociación indígena Kallari, siendo un modelo de negocio sustentable en el Ecuador a largo plazo, asegurándose de cumplir con los requerimientos establecidos en el modelo de Comercio Justo, puesto que la implementación de estas estrategias promueven el desarrollo de los pequeños productores, y a su vez fortalecen la industria chocolatera del país. Además, PROECUADOR sostiene que más del 70% de la producción mundial de cacao fino de aroma se concentra en el Ecuador,

Entorno Social

(PROECUADOR, 2015), desde 2014 creó la Coordinación de Comercio Inclusivo dentro de la Dirección de Balcón de Servicios, con la finalidad de desarrollar las capacidades empresariales de los actores de la Economía Popular y Solidaria y Comercio Justo, a través de los servicios que el instituto ofrece en la Ruta PRO ECUADOR.

Ilustración 9

Ruta PROECUADOR



Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Autora

En el Ecuador existen varias asociaciones y gremios del sector del cacao y sus elaborados, tanto de productores como exportadores, que promueven la comercialización

nacional e internacional de sus productos, solidificando el mercado a través de las buenas prácticas comerciales y laborales, entre ellos están:

- Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO)
- Asociación de Productores de Cacao Fino y de Aroma” (APROCAFA)
- Corporación de Organizaciones Productoras de Cacao Nacional Fino de Aroma del Ecuador (CONCACAO)
- Unión Nacional de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador (UNOCACE)
- Federación de Cacaoteros del Ecuador (FEDECADE)
- Corporación de Agroindustriales de Cacao del Ecuador (CORPCACAO)
- Asociación Nacional de Cacaoteros (ASOCACAO)

El fortalecimiento, la capacitación y el apoyo que brinda PROECUADOR para el crecimiento y desarrollo de las PYMES y MIPYMES a través de la Coordinación de Comercio Inclusivo generan un respaldo que asociaciones como Kallari buscan para el crecimiento de la organización, pues facilitan el acceso a información necesarios para alcanzar sus metas. De la misma manera las asociaciones y gremios del sector del cacao y sus elaborados, permiten el acceso a información que promueven las prácticas de producción sustentable, favoreciendo a la industria nacional con el objetivo de ganar reconocimiento a nivel nacional e internacional de la alta calidad del chocolate ecuatoriano. El apoyo de los gremios para fomentar la participación de industrias chocolateras como Kallari en ferias también ayuda al crecimiento de la asociación y el reconocimiento en varios países del mundo.

Entorno Tecnológico

El Ecuador busca el cambio de una economía primario exportadora a un modelo que añada valor agregado a sus productos, por lo que impulsa el avance tecnológico, tanto en producción, comercialización e innovación. Para lograr estos objetivos se han desarrollado planes estratégicos como la transformación de la matriz productiva. Como lo establece la (SENPLADES, 2012) “El propósito es llegar a ser una sociedad organizada alrededor del conocimiento a través de la creación de capacidades, solidaria e incluyente y articulada de manera soberana y sostenible al mundo”.

Según Felipe Ribadeneira, director de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor), “en el Ecuador cerca de 25 empresas exportan chocolate como producto terminado, pero alrededor de ocho concentran cerca del 90% de los envíos”, esto demuestra que el sector chocolatero necesita cambios para incrementar su participación en el mercado. La asociación indígena Kallari por su parte ha innovado la elaboración de tabletas de chocolate que mezclan cada vez más cantidad de cacao fino de aroma con frutos y especies exóticas, esta innovación le ha permitido mantenerse como favorito en el mercado nacional e internacional, recibiendo premios y reconocimientos por su alta calidad y exquisito sabor. Sin embargo, la ausencia de una planta procesadora de chocolate propia limita y reduce la producción de barras de chocolate. Es por ello que la asociación indígena Kallari requiere de la construcción de la fábrica productora de chocolate en la ciudad del Tena, que ayudará a incrementar la producción de chocolate rentabilizando su exportación a mercados internacionales.

Micro Entorno

FUERZAS DE PORTER

Amenazas de nuevos competidores

La introducción de nuevas empresas para la comercialización de chocolate en el Ecuador se ha convertido en un negocio poco atractivo, debido a las salvaguardias que el gobierno ecuatoriano estableció, con sobretasas arancelarias en rangos del 5% al 45% para la importación de más de 2.800 partidas. Estas barreras han frenado la creación de nuevas industrias en el Ecuador.

Rivalidad entre competidores

Entre los principales competidores que enfrenta Kallari se encuentran:

Pakari: Es una de las más famosas marcas de chocolate del mundo. Ofrece chocolate puro y también el combinado con hierba luisa, cedrón, sal en grano, ají, pétalos de rosas, entre otros.

República del cacao: Estas barras de chocolate son producidas con materia prima de las provincias de Los Ríos, El Oro y Manabí. Son reconocidas por incorporar sabores exóticos.

Caoni: Cuenta con chocolates negros con 55% y 77% de cacao y con leche tiene combinaciones con café, maracuyá y macadamia.

Hoja verde: Ofrece barras de chocolate negro elaborado con cacao fino de aroma, la más pura y potente de sus barras contiene 100% de cacao.

Valdivian: Inspirada en la cultura Valdivia, elaboradas con cacao fino de aroma cada tableta de chocolate representa una estatuilla de la Venus de Valdivia.

Mashpi: Se trata de un producto artesanal elaborado en la finca agroecológica Mashpi, ofrece barras de diversos porcentajes de cacao, combinadas con frutas nativas, exóticas y endémicas del Chocó.

Las industrias chocolateras antes mencionadas poseen características similares a la asociación indígena Kallari, como es el uso de chocolate orgánico para su producción y la utilización de frutos exóticos para la diversificación de los productos comercializados a nivel nacional e internacional.

Poder de negociación de los proveedores

La asociación indígena Kallari trabaja conjuntamente con los socios de las comunidades, pagando un precio justo por la materia prima obtenida de la producción de cacao

de las comunidades indígenas en la ciudad del Tena. El poder de negociación de ambas partes es sólido, lo que permite generar una responsabilidad social de la asociación con las comunidades con las que colabora.

Poder de negociación de los clientes

La asociación indígena Kallari se ha visto perjudicada por la variedad de productos en el mercado nacional e internacional, sin embargo, han sabido identificar correctamente su nicho de mercado, ofreciendo el producto a tiendas naturistas que representan una participación estable en el mercado. Por su parte Kallari se mantiene innovando sus productos para mejorar y aumentar su participación en el mercado, identificando los gustos y preferencias de los consumidores.

Amenaza de ingreso de Productos sustitutos

El Chocolate orgánico ha tenido un impacto positivo a nivel mundial por sus propiedades y beneficios, sin embargo, la constante aparición de nuevas marcas de chocolates en el mercado ha provocado una disminución en sus ventas, que son aplacadas por la calidad que ofrece la asociación indígena Kallari.

2.2 Ambiente Interno

Cultura organizacional

Visión

Kallari realiza actividades agro-productivas bajo el sistema “chakra”, procesa y comercializa el cacao fino de aroma y otras cadenas productivas con calidad competitiva e identidad cultural en mercados especiales locales, nacionales e internacionales; gerencia eficientemente una fábrica y tienda de chocolates y artesanías; sus socios son emprendedores con alta autoestima y compromiso; lidera, asesora, coordina e incide en las políticas productivas del cacao fino y de aroma en la región amazónica.

(Plan de Desarrollo Estratégico de Kallari)

Misión

Somos una asociación comunitaria de la Amazonia ecuatoriana que realiza prácticas agro-productivas sustentables para producir, procesar, y comercializar a nivel nacional e internacional productos orgánicos y artesanías con identidad cultural; basados en el respeto, equidad, participación y beneficio de sus comunidades socias.

(Plan de Desarrollo Estratégico de Kallari)

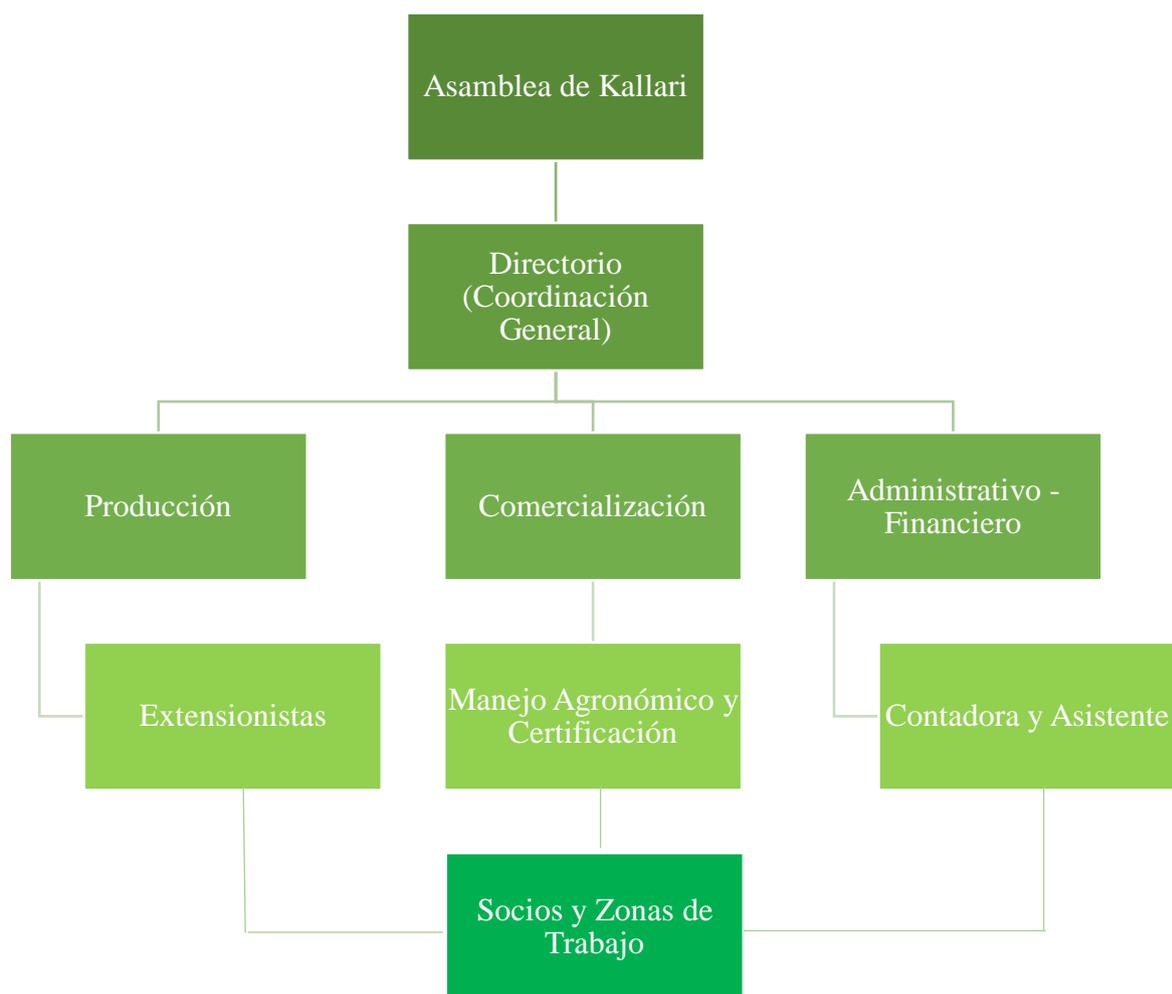
Valores

- Respeto
- Puntualidad
- Compañerismo
- Eficacia y excelencia

Estructura organizacional

Ilustración 10

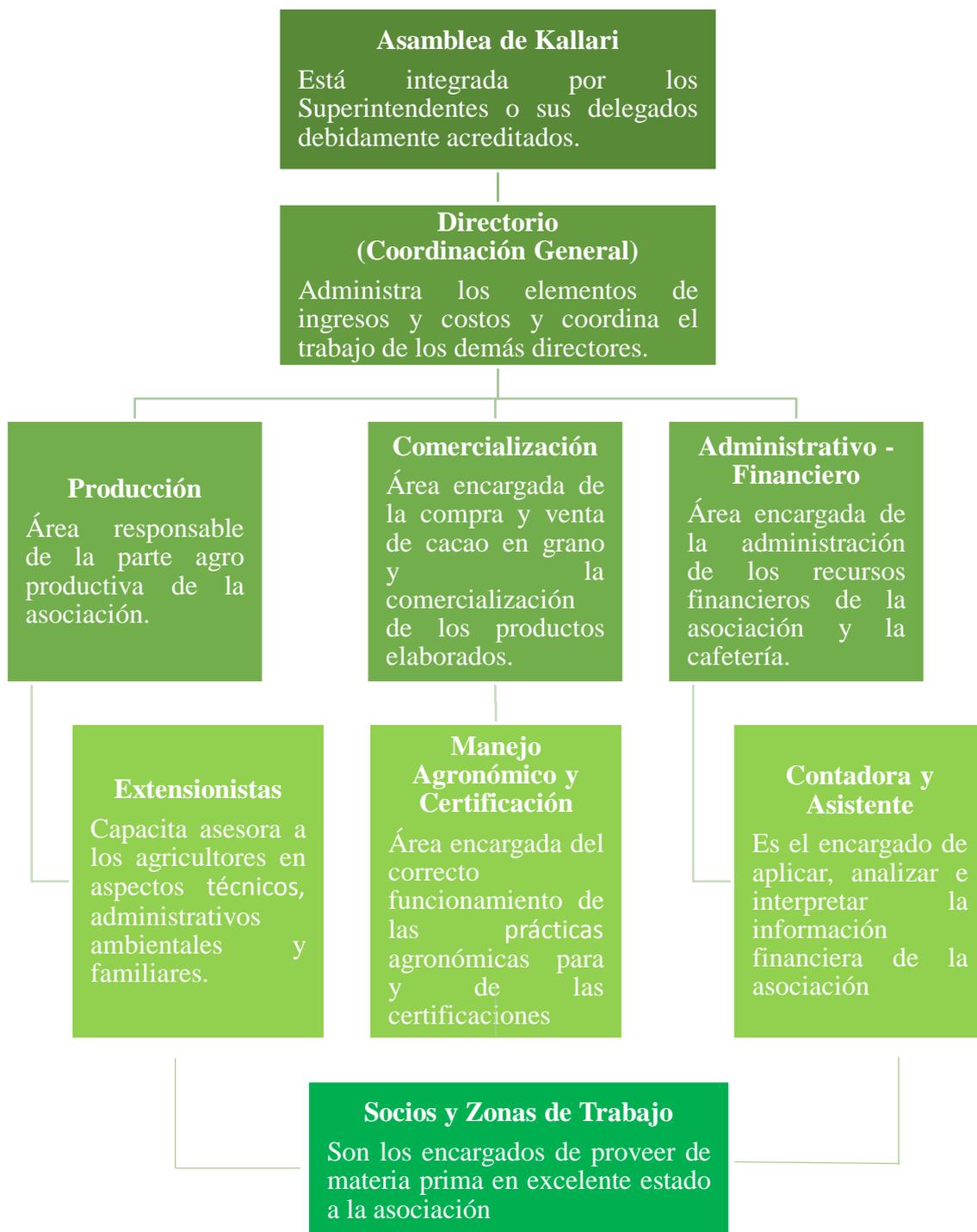
Organigrama Estructural de Kallari



Fuente: Plan de Desarrollo Estratégico de Kallari
Elaborado por: Autora

Ilustración 11

Organigrama Funcional de Kallari



Fuente: Plan de Desarrollo Estratégico de Kallari
Elaborado por: Autora

Logotipo

Ilustración 12

Logotipo de la Asociación Indígena Kallari



Fuente: Plan de Desarrollo Estratégico de Kallari
Elaborado por: Autora

Connotación

La asociación Indígena Kallari ha venido trabajando desde el 2001 con la palabra “Kallari” que proviene de la palabra kichwa y significa renacer. Éste término posee tres significados que son:

- **KA – Pasado:** Se refiere al renacer de las tradiciones kichwa.
- **LLA – Presente:** Se vincula a generar bienestar y progreso en cada una de las comunidades con las que colabora.
- **RI – Futuro:** Hace referencia a la continuidad de la asociación por parte de las futuras generaciones representantes de Kallari.

(Macas & Terán, 2013)

Slogan

“Kallari el mejor cacao y chocolate del mundo”

El eslogan ha sido utilizado desde que la asociación ha sido constituida jurídicamente, garantizando un fácil reconocimiento y empoderamiento en el mercado, promoviendo el consumo de chocolate a nivel mundial

Filosofía

La asociación indígena Kallari se ha estructurado con la ideología de que no solo es una comercializadora de chocolate, puesto que pretende mantener una armonía con su entorno, mejorando la calidad de vida de sus colaboradores y socios a través de la implementación de prácticas de comercio justo mediante las cuales la mayor parte de los ingresos económicos retornan a sus productores.

Funciones

Kallari promueve el liderazgo y la valoración de prácticas culturales y conocimientos desarrollados en el sistema de producción “chakra” focalizándose en la producción de cacao fino de aroma y artesanías. La asociación ofrece:

- Transferencia de tecnología y aplicación del conocimiento ancestral
- Asesoría local en la cadena de cacao fino de aroma
- Apoyo para la certificación del cacao fino de aroma en el sistema “chakra”
- Provisión de plantas certificadas de cacao fino de aroma
- Comercialización de cacao fino de aroma
- Procesamiento y comercialización de chocolates orgánicos

Recursos de la Asociación Kallari

Humanos: Kallari cuenta con personal capacitado para cada área de la asociación, en este sentido cada integrante maneja los temas de producción y comercialización de chocolate orgánico, con el objetivo de mantener una producción con altos estándares de calidad.

Financieros: Las finanzas de la asociación son provenientes por la comercialización de chocolates orgánicos y artesanías tanto en el mercado nacional e internacional, además cuentan con una cafetería ubicada en la ciudad de Quito. La asociación también promueve el desarrollo del turismo comunitario, para visitantes que desean conocer los procesos productivos de Kallari y la calidad de vida de los socios de las comunidades.

Tecnológicos: La asociación indígena Kallari cuenta con los implementos tecnológicos necesarios para el correcto manejo de la asociación tanto para la producción como para los procesos administrativos.

Responsabilidad Social

Kallari mantiene una responsabilidad con el medio ambiente al capacitar a sus productores para el correcto manejo de los cultivos de cacao, los cuales son libres del uso de químicos y pesticidas, lo que garantiza la producción de un chocolate totalmente orgánico, el

mismo que cuenta con las certificaciones correspondientes de la certificadora alemana OKO GARANTIE BCS.

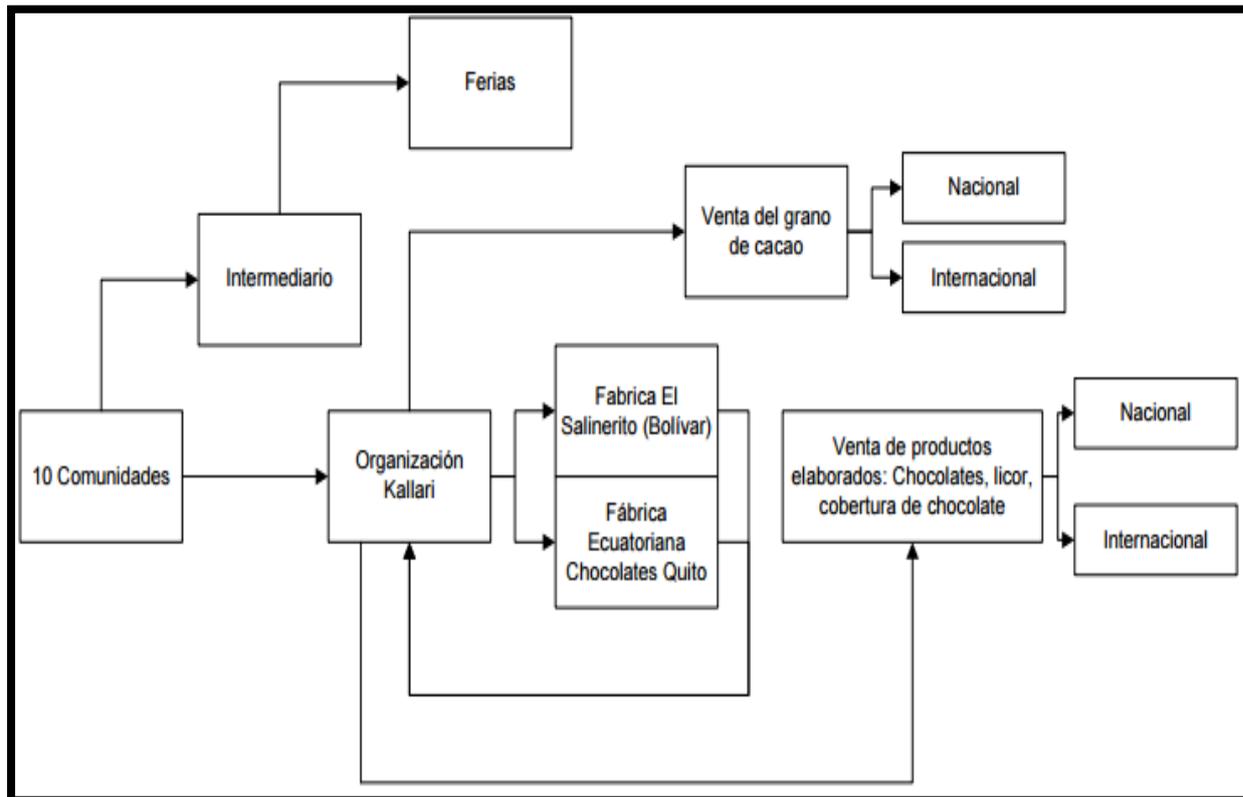
Por otro lado, Kallari genera un ambiente armónico con los integrantes de las comunidades y la asociación a través del apoyo que brinda para el desarrollo local gracias a la capacitación y asistencia técnica, de esta manera se pretende promover un desarrollo sustentable en la producción de cacao fino de aroma.

(Macas & Terán, 2013)

Cadena productiva

Ilustración 13

Cadena Productiva de Cacao en la Provincia de Napo



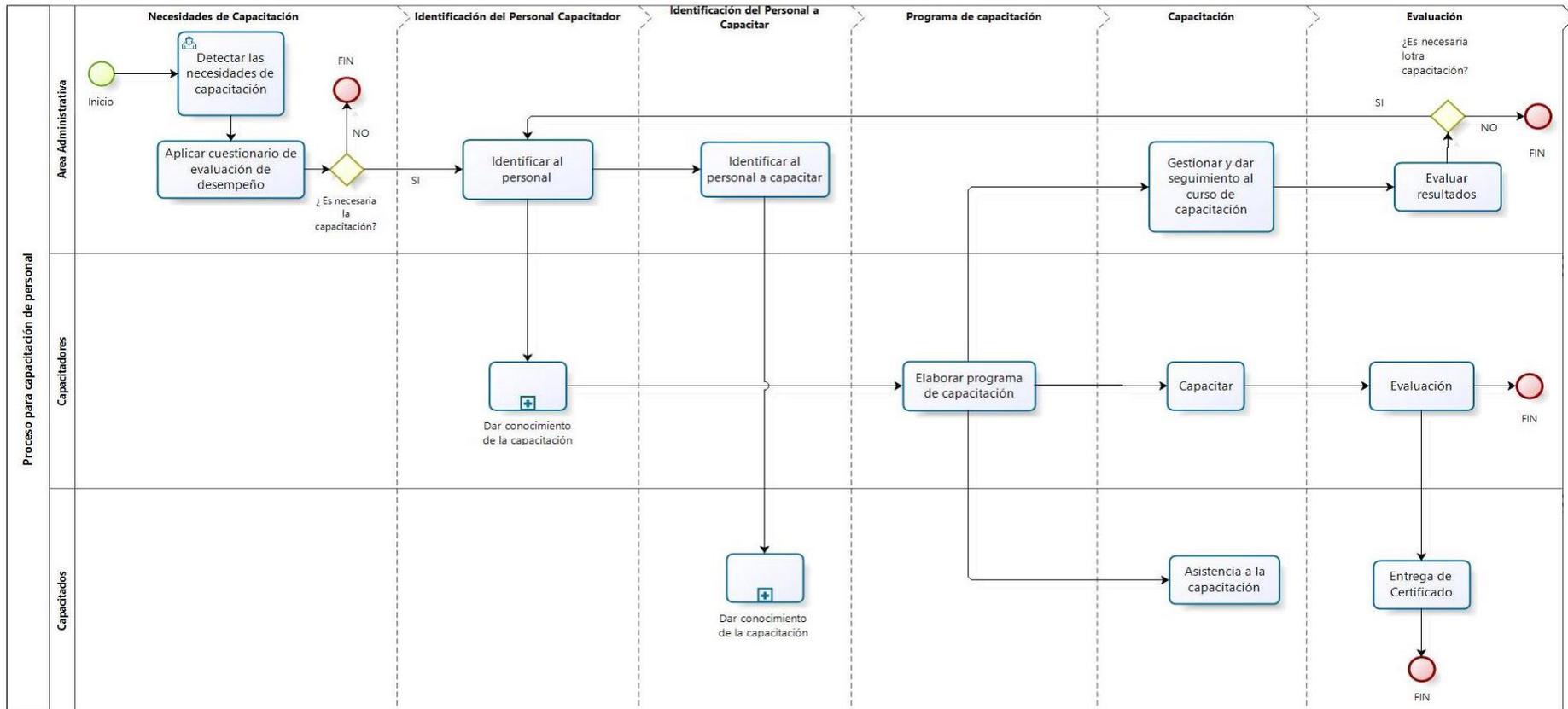
Fuente: Planificación y Ordenamiento Territorial – ORDEPLAN
Elaborado por: Autora

PROCESOS

Diagrama de flujo Administrativo

Ilustración 14

Proceso para capacitación de personal



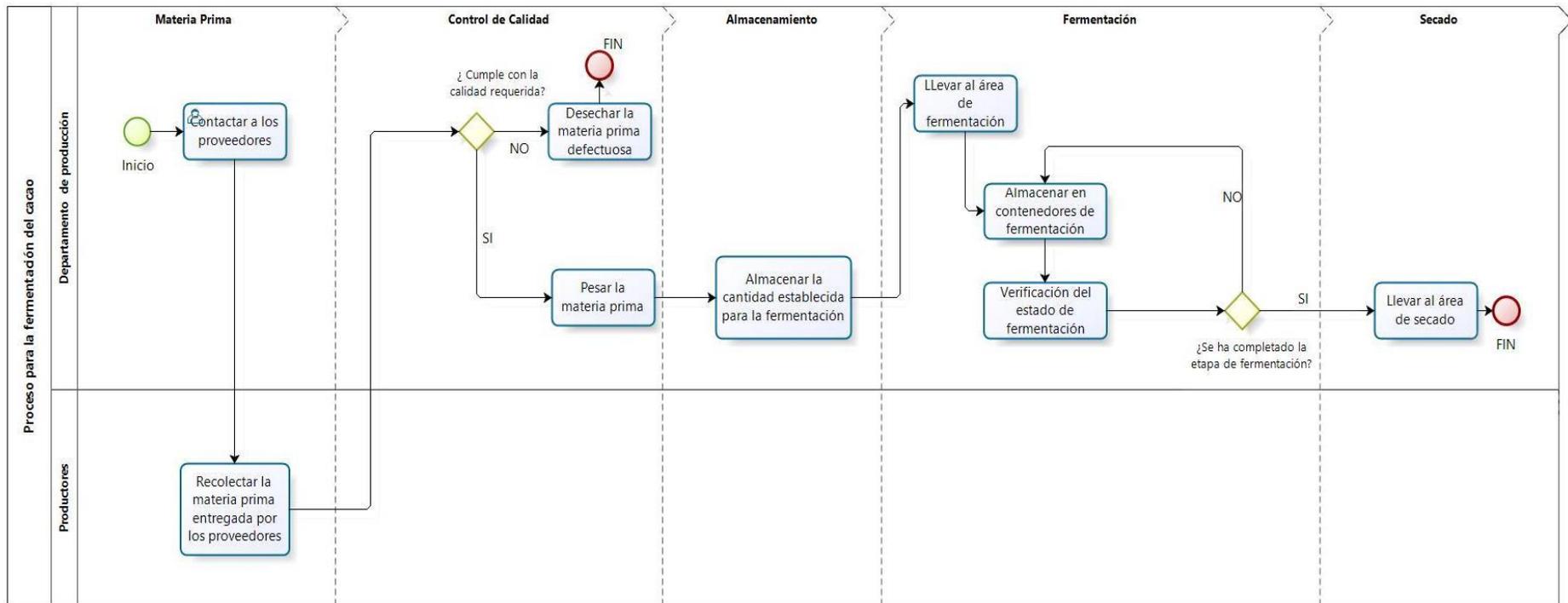
Fuente: Asociación Indígena Kallari

Elaborado por: Autora

Diagrama de flujo de Producción

Ilustración 15

Proceso para la fermentación del cacao

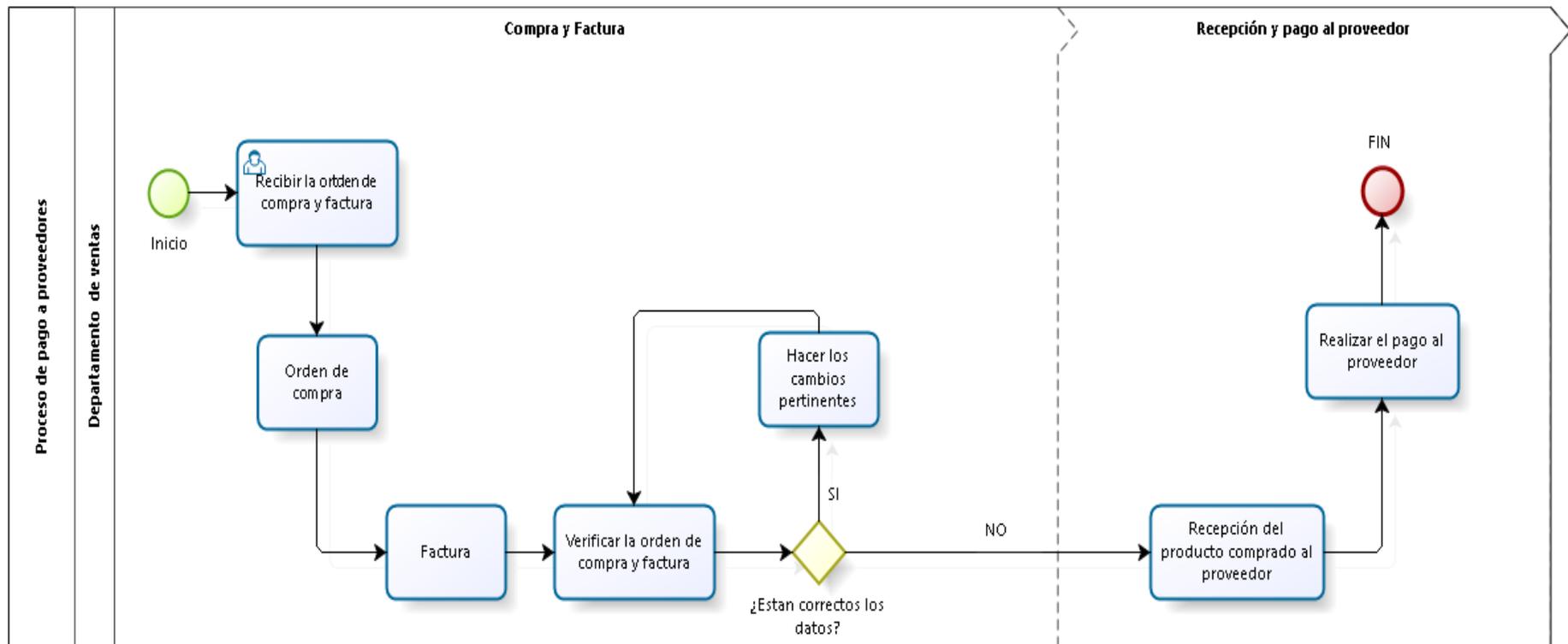


Fuente: Asociación Indígena Kallari

Elaborado por: Autora

Diagrama de flujo Financiero

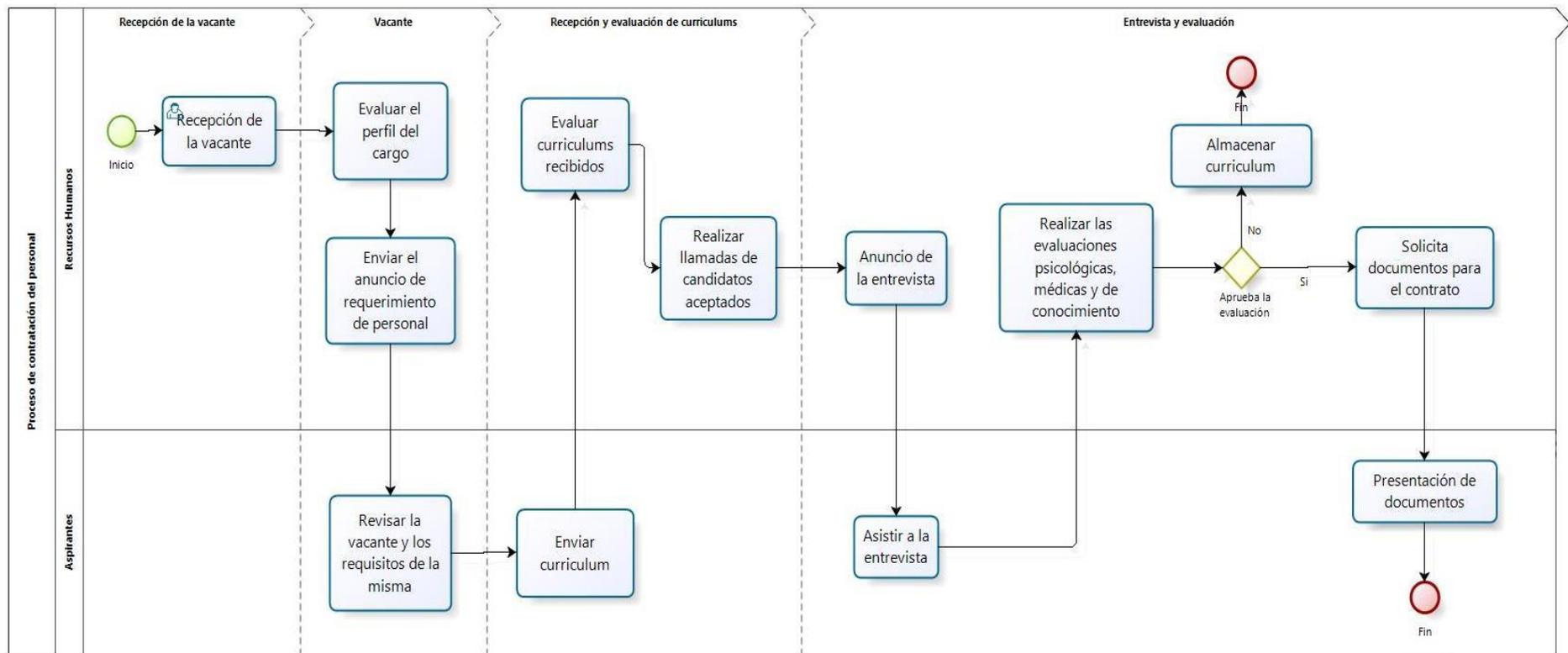
Ilustración 16
Proceso de pago a proveedores



Fuente: Asociación Indígena Kallari
Elaborado por: Autora

Diagrama de flujo de Recursos Humanos

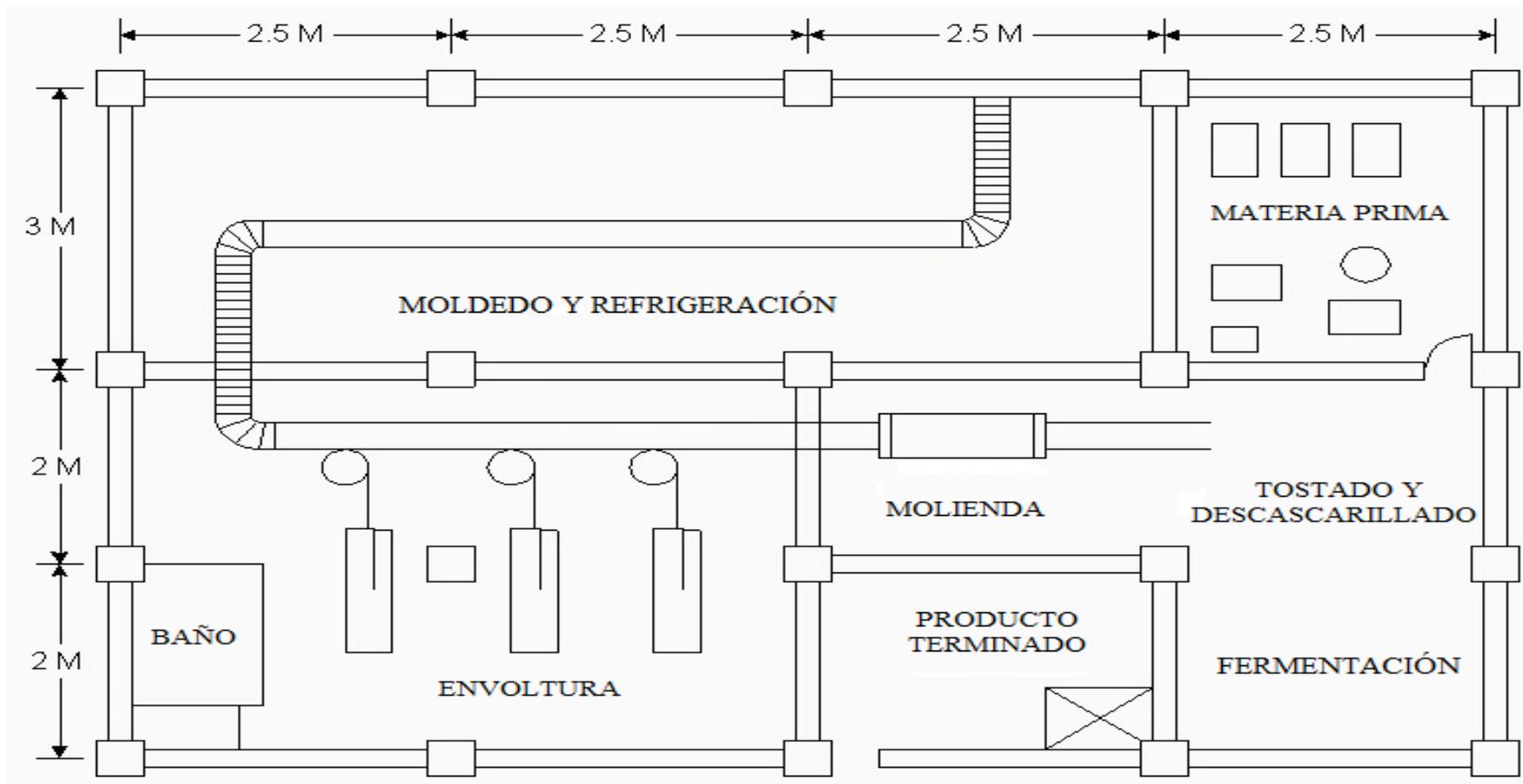
Ilustración 17
Proceso de contratación de personal



Fuente: Asociación Indígena Kallari
Elaborado por: Autora

Ilustración 18

Layout de la Asociación Indígena Kallari



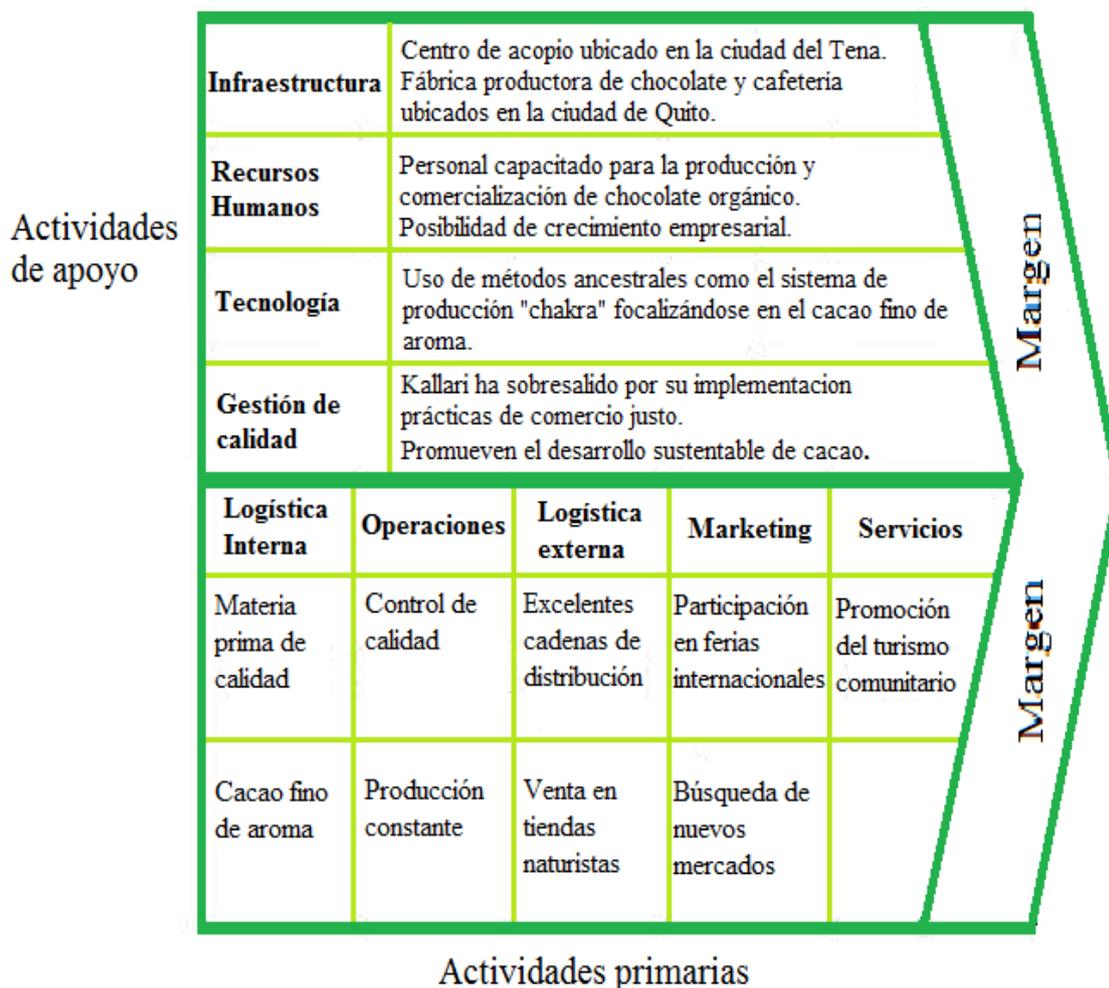
Fuente: Asociación Indígena Kallari

Elaborado por: Autora

Cadena de Valor

Ilustración 19

Cadena de Valor de la Asociación Indígena Kallari



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora

Tabla 6
Matriz DAFO

INTERNOS	<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>	
	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización de productos orgánicos. • Obtención de la materia prima sin intervención de intermediarios. • Producción sustentable con la sociedad. • Alta calidad de los productos. • Implementación de prácticas de comercio justo 	<ul style="list-style-type: none"> • Débil estructura empresarial. • Ausencia de procesadora de chocolate propia. • Inexistencia de certificación de Comercio Justo. • Retorno de capital insuficiente. • Capacidad insuficiente de producción para exportar de manera sustentable. 	
EXTERNOS	<u>Oportunidades</u>	<u>FO</u>	<u>DO</u>
	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación de calidad internacional. • Captar mayor volumen de venta en el mercado. • Desarrollo de nuevos productos. • Convenio con nuevas empresas. • Penetración en nuevos mercados. 	<ul style="list-style-type: none"> • El mercado de los chocolates ha presentado un auge, por lo que es necesario identificar nuevos gustos y preferencias para satisfacer a los consumidores. • Incrementar la participación del mercado nacional e internacional dando a conocer a los consumidores las buenas prácticas ejercidas por la asociación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar alianzas estrategias para el financiamiento de una procesadora de chocolate, para ofrecer productos diferenciados que otorguen un valor agregado. • Mejorar la estructura empresarial y establecer procesos, con el fin de rentabilizar la producción y mejorar la comercialización de chocolate a nivel nacional e internacional.
	<u>Amenazas</u>	<u>FA</u>	<u>DA</u>
	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia agresiva. • Introducción de productos sustitutos. • Crisis económica mundial • Incremento de impuestos • Precios bajos de la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar campañas publicitarias dando a conocer al consumidor la calidad y beneficios de los productos que ofrece la asociación. • Realizar alianzas estratégicas con nuevas empresas para tener mejor distribución y mayor producción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a los pequeños productores de cacao con el fin de mantener y mejorar la calidad de los chocolates orgánicos. • Incentivar el consumo nacional de productos elaborados en el Ecuador, para fortalecer la industria de chocolates fabricados en la Amazonía.

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Autora

3. Investigación de campo

3.1 Elaboración de los instrumentos de investigación

Encuesta

Encuesta Kallari - Anónima

Edad: _____

Sexo: Hombre ____ Mujer ____

Lugar de residencia: _____

Comunidad: _____

Nivel de escolaridad: _____

1. ¿Desde cuándo es socio/a de Kallari?

___ Menos de 1 año ___ 1 año ___ Más de 1 año ___ Más de 5 años

2. ¿Siente que ha mejorado su calidad de vida desde que forma parte de Kallari?

___ Sí ___ No

3. Si respondió “SI”, ¿En qué forma?

4. ¿Asiste Usted o sus hijos a la escuela?

___ Sí ___ No

5. ¿Tiene acceso a salud?

Sí No

6. Considera que sus condiciones de vida son:

Muy Buenas Buenas Regulares Malas

7. ¿Cómo es su forma de colaboración con Kallari?

8. ¿Ha recibido algún curso de capacitación con Kallari?

Sí No

¿Sobre qué temas le gustaría recibir capacitación?

9. ¿Considera usted que Kallari es una empresa?

Sí No

Kallari exporta chocolates a varios países del mundo, ¿Se considera un/a exportador/a?

Sí No

10. ¿Cuáles cree usted son los retos de Kallari en el futuro?

3.2 Recolección de datos

Para llevar a cabo la presente investigación se realizó una triangulación entre la investigación documental, por medio de análisis de datos históricos de la comunidad y la evolución del emprendimiento Kallari a través del tiempo, la investigación cualitativa, utilizando técnicas de observación directa y posteriormente, se desarrollaron técnicas como parte de la investigación cuantitativa con la aplicación de encuestas a una muestra de 80 miembros de la comunidad, la misma fue recogida de las comunidades con una técnica de muestreo aleatoria simple junto con la técnica de muestreo a juicio del investigador; considerando a aquellas comunidades como la de Guinea Chimbana que tiene mayor cantidad de población trabajando en colaboración con Kallari.

3.3 Procesamiento, análisis e interpretación

Las encuestas al igual que las entrevistas fueron realizadas de carácter anónimo para garantizar la imparcialidad de los resultados, de esta manera obtener una retroalimentación honesta y veraz acerca del punto de vista de los encuestados y entrevistados.

Las entrevistas fueron realizadas a los principales directivos de la asociación indígena Kallari, los cuales permitieron obtener una visión subjetiva de la organización, dando a conocer las principales fortalezas que poseen. Por otro lado, las entrevistas también fueron realizadas a colaboradores de la asociación que mantienen cargos ejecutivos en los principales ministerios de la ciudad del Tena, los cuales proporcionaron información desde una perspectiva externa, ligada a nuevas estructuras empresariales y manejo corporativo.

Entre las principales ideas obtenidas en el desarrollo de las entrevistas que permitieron identificar los principales retos y desafíos de Kallari tenemos:

Ilustración 20

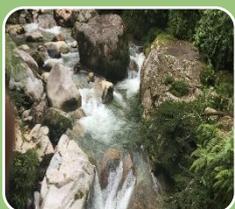
Principales resultados de las entrevistas



Los directivos deben mantener constancia en los altos cargos, con el objetivo de mantener un crecimiento continuo y desarrollo de la asociación.



Insentivar al estudio para el cultivo de cacao, que permita utilizar todo el potencial de la tierra y sus nutrientes generando sustentabilidad en los sembríos.



Desarrollar nuevas técnicas que promuevan el turismo comunitario, a través de capacitación de los pobladores y el mejoramiento de la infraestructura en los lugares turísticos.



La importancia de fortalecer los conocimientos ancestrales a las futuras generaciones; sus tradiciones, idioma, costumbres, etc.



Fortalecer la industria chocolatera del Ecuador, a través de un desarrollo sustentable, que permita el crecimiento económico de la población indígena de la Amazonía Ecuatoriana.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora

1. ¿Desde cuándo es socio/a de Kallari?

Tabla 7

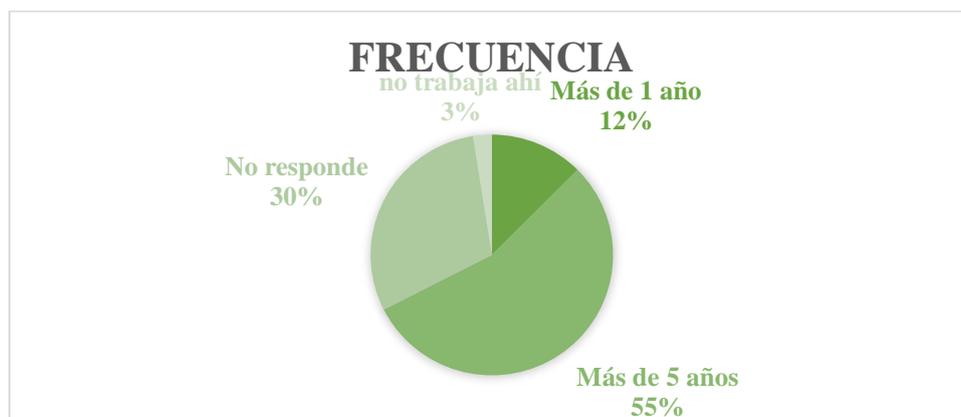
Socio activo de Kallari

VARIABLE	FRECUENCIA
Menos de 1 año	
1 año	
Más de 1 año	10
Más de 5 años	44
No responde	24
No trabaja ahí	2
	80

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora

Ilustración 21

Socio activo de Kallari



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora

Análisis

Más del 50% de las personas encuestadas trabajan con la Asociación Kallari por un tiempo superior a 5 años, este porcentaje permite determinar la influencia de la asociación sobre los pobladores de las comunidades, su continua participación en la entrega de materia prima hace referencia al agrado por pertenecer a la asociación, puesto que reciben un precio establecido por sus productos del cual ambas partes mantienen un beneficio en mutuo acuerdo.

2. ¿Siente que ha mejorado su calidad de vida desde que forma parte de Kallari?

Tabla 8

Mejor calidad de vida

VARIABLE	FRECUENCIA
Si	52
No	14
No responde	14
	80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Ilustración 22

Mejor calidad de vida



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Análisis

Conforme a los resultados arrojados por la encuesta, determinamos que el 65% de los colaboradores de Kallari sienten un cambio positivo en sus vidas al pertenecer a la asociación. Este cambio se ve reflejado en el sentido de unión y pertenencia que poseen las personas al saber que forman parte de Kallari, puesto que la asociación se maneja con pilares de solidaridad, responsabilidad y armonía tanto en la comunidad como en la naturaleza, adaptando los procesos de producción ancestrales a la actualidad, procurando mantener una vida sustentable en las comunidades.

3. Si respondió “SI”, ¿En qué forma?

Tabla 9

Razones de cambio en las condiciones de vida

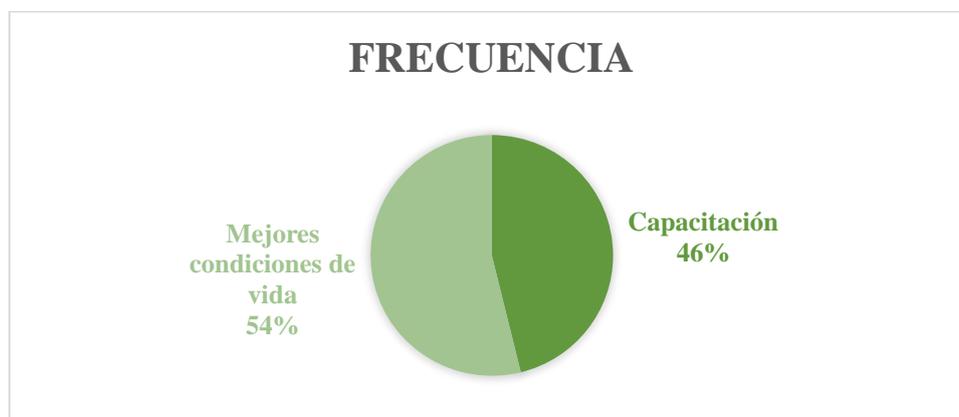
VARIABLE	FRECUENCIA
Capacitación	24
Mejores condiciones de vida	28
	52

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Ilustración 23

Razones de cambio en las condiciones de vida



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Análisis

El 54% de los encuestados aseguran que pertenecer a la asociación indígena Kallari ha mejorado las condiciones de vida de los socios, esto se debe principalmente al pago justo que reciben por la venta de cacao fino de aroma para la elaboración de chocolate orgánico. Por otro lado, la capacitación que reciben los socios de Kallari también ha representado un cambio favorable en la producción de cacao, ya que los agricultores aprenden a cultivar sus productos sin el uso de pesticidas y químicos, mejorando la calidad del cacao, y asegurando una producción 100% natural.

4. ¿Asiste usted o sus hijos a la escuela?

Tabla 10

Asistencia a escuela

VARIABLE	FRECUENCIA
Si	58
No	14
No responde	8
	80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Ilustración 24

Asistencia a escuela



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Análisis

Los pobladores de las comunidades que colaboran con Kallari reconocen que el gobierno ha incrementado su inversión hacia la implementación de escuelas y colegios, por lo que el 72% de los encuestados respondieron que ellos o sus hijos asisten a la escuela, que a pesar de las escasas vías de acceso los estudiantes buscan mejorar su futuro mediante la educación. La mayoría de las escuelas en la provincia del Napo son bilingües debido a que promueven el aprendizaje de la cultura Kichwa en las nuevas generaciones.

5. ¿Tiene acceso a salud?

Tabla 11

Acceso a salud

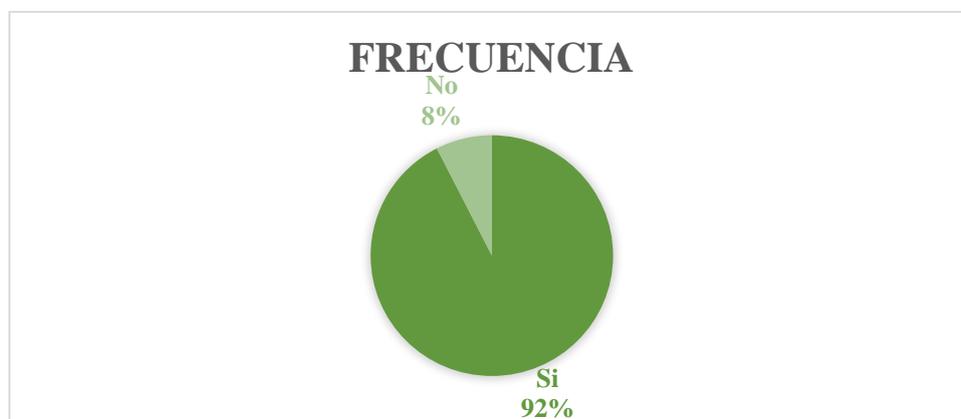
VARIABLE	FRECUENCIA
Si	74
No	6
	80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Ilustración 25

Acceso a salud



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Análisis

El 92% de los encuestados respondieron que tienen acceso a servicios de salud, este resultado permite identificar que los colaboradores de Kallari mantienen una vida saludable gracias a los servicios que otorga el estado. Las personas son visitadas periódicamente por asistentes médicos para evaluar su salud, este mecanismo permite mantener un nivel bueno que garantiza una buena calidad de vida de los colaboradores y socios, así como también se obtienen datos para intervenir en el caso que los beneficiarios así lo requieran.

6. Considera que sus condiciones de vida son:

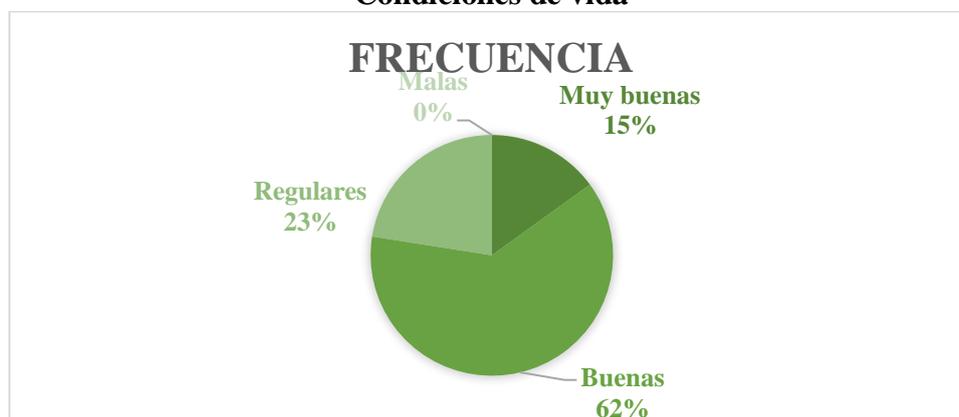
Tabla 12
Condiciones de vida

VARIABLE	FRECUENCIA
Muy buenas	12
Buenas	50
Regulares	18
Malas	
	80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Ilustración 26
Condiciones de vida



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Análisis

Los pobladores de las comunidades que colaboran con la asociación indígena Kallari mantienen una filosofía de vida focalizada en la espiritualidad y la relación con la naturaleza, se abastecen de productos orgánicos sembrados en sus yactas donde a su vez siembran el cacao a través del sistema ancestral “chakra”. Es por ello que el 62% de los colaboradores aseguran que sus condiciones de vida son buenas, el 15% las consideran muy buenas y tan solo el 23% creen que son regulares. Por su parte, Kallari incentiva a que los pobladores mantengan una calidad de vida estable y segura mediante el cumplimiento de las prácticas de comercio justo y la promoción del turismo comunitario.

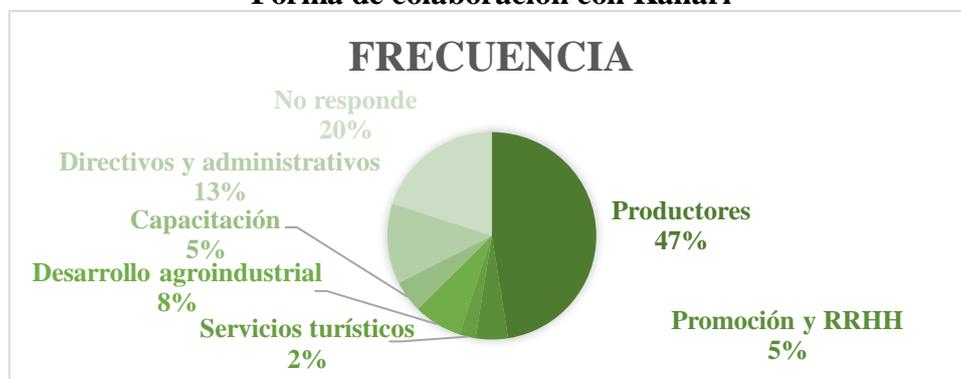
7. ¿Cómo es su forma de colaboración con Kallari?

Tabla 13
Forma de colaboración con Kallari

VARIABLE	FRECUENCIA
Productores	38
Promoción y RRHH	4
Servicios turísticos	2
Desarrollo agroindustrial	6
Capacitación	4
Directivos y administrativos	10
No responde	16
	80

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora

Ilustración 27
Forma de colaboración con Kallari



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora

Análisis

El 47% de los encuestados son productores de cacao fino de aroma, mientras que el 33% pertenecen a las áreas administrativas, capacitación, promoción, recursos humanos, entre otros. Estos resultados permiten identificar que las personas que fueron encuestadas están relacionadas directamente con la asociación indígena Kallari, fomentando su crecimiento y desarrollo para la comercialización nacional e internacional de chocolate orgánico, además refleja la aceptación que mantiene entre los pobladores de la ciudad del Tena y sus comunidades aledañas.

8. ¿Ha recibido algún curso de capacitación con Kallari?

Tabla 14

Cursos de capacitación

VARIABLE	FRECUENCIA
Si	52
No	26
No responde	2
	80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Ilustración 28

Cursos de capacitación



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Análisis

El 65% de los encuestados han recibido capacitación por parte de la asociación indígena Kallari, principalmente para mejorar la capacidad de producción de cacao fino de aroma, así como también promover el correcto cumplimiento de las normas de calidad establecidas por las certificadoras. El 32% de los encuestados no han recibido capacitación, esto se debe a la falta de interés por parte de los socios ya que no asisten a los programas que son impartidos en el centro de acopio de Kallari.

¿Sobre qué temas le gustaría recibir capacitación?

Tabla 15
Temas de capacitación

VARIABLE	FRECUENCIA
Elaboración chocolate	6
Mejor producción de cacao	38
Plantación de nuevos productos	12
RRHH	16
Liderazgo	22
Finanzas	22
Sin respuesta	10

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Ilustración 29
Temas de capacitación



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Análisis

Los socios de Kallari creen que son necesarias las capacitaciones enfocadas a mejorar la calidad del cacao fino de aroma, representado por un 30%, mientras que el 47% consideran necesarias las capacitaciones dirigidas al mejoramiento del desempeño de la asociación en el ámbito estructural, puesto que un fortalecimiento en el conocimiento de finanzas, liderazgo y recursos humanos, mejoran y fortalecen las funciones establecidas en la asociación rentabilizando la comercialización de los productos que fabrican para el consumo nacional e internacional.

9. ¿Considera usted que Kallari es una empresa?

Tabla 16

Kallari es considerada empresa

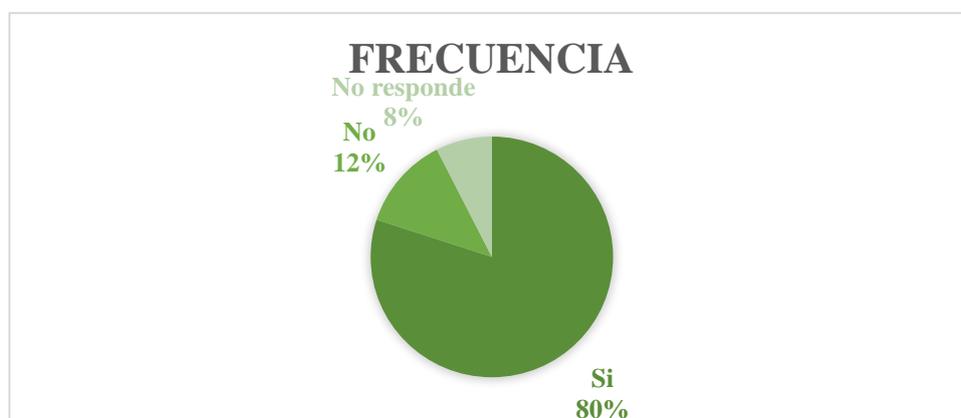
VARIABLE	FRECUENCIA
Si	64
No	10
No responde	6
	80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Ilustración 30

Kallari es considerada empresa



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Análisis

El 80% de los encuestados consideran que consideran que la asociación indígena Kallari se ha constituido como una empresa, por lo que se puede asumir que la mayoría de los socios no están familiarizados con la verdadera constitución de Kallari como una organización de economía popular y solidaria, que pretende cumplir con las normas establecidas con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los socios pertenecientes a la asociación.

Kallari exporta chocolates a varios países del mundo, ¿Se considera un/a exportador/a?

Tabla 17

Los socios se consideran exportadores

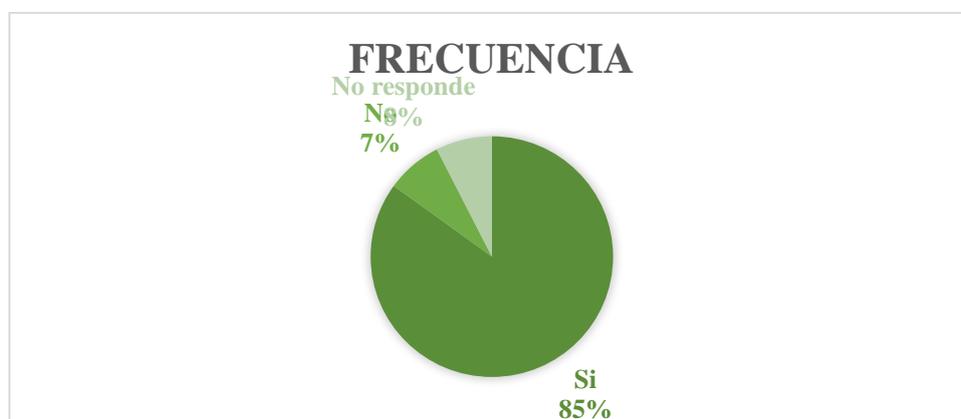
VARIABLE	FRECUENCIA
Si	68
No	6
No responde	6
	80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Ilustración 31

Los socios se consideran exportadores



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Análisis

El 85% de los socios se consideran exportadores por pertenecer a la asociación, esto se debe a la cultura organizacional que ha mantenido Kallari generando una estabilidad y compañerismo entre los integrantes y los socios. Esta estrategia permite mejorar el ambiente comercial entre los habitantes de las comunidades con la asociación, generando un compromiso de los productores para mejorar la calidad del cacao fino de aroma que entregan a la asociación para la fabricación de chocolates orgánicos que son exportados a varios países del mundo.

10. ¿Cuáles cree usted son los retos de Kallari en el futuro?

Tabla 18
Retos de Kallari en el futuro

VARIABLE	FRECUENCIA
Estructura empresarial	18
Aumentar socios	14
Apoyo a socios	16
Planta propia	38
Mejorar calidad	24
Participación del mercado	30
Diversificación de productos	14
No responde	10

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora

Ilustración 32
Retos de Kallari en el futuro



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora

Análisis

Según los datos proporcionados por el análisis de las encuestas, los mayores retos que enfrenta la asociación indígena Kallari son: carencia de una fábrica propia que permita la producción rentable de chocolate orgánico, incrementar la participación en el mercado nacional e internacional, mejorar la calidad de los chocolates que son comercializados y la débil estructura organizacional que posee Kallari. Los retos establecidos delimitarán las nuevas estrategias que deberá implementar la asociación para mantener un crecimiento sustentable de Kallari en el futuro.

CAPÍTULO III

VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

1. Resumen de observación

La principal característica del comercio justo es lograr el equilibrio entre la economía mundial y el beneficio de los menos favorecidos en las cadenas de producción, a través de reglas rectoras que impulsan la redistribución equitativa de los recursos. En este contexto y con el fin de regular el cumplimiento de las prácticas de comercio justo se han creado varias organizaciones a nivel mundial, la red internacional más importante es la FINE que agrupa a cuatro grandes organizaciones europeas de las cuales surge este acrónimo; FLO, IFAT, NEWS y EFTA. Por su parte el Comercio Justo en el Ecuador ha sido respaldado por una serie de leyes y normativas creadas por el gobierno y varias sociedades que garantizan el cumplimiento de los lineamientos propuestos por la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO).

Las actividades indígenas están vinculadas a su acervo cultural y a condiciones precarias en aspectos económicos y sociales, por lo que se requiere, se someta primero, mediante un proceso de adaptación cultural, la implementación de sus propios conceptos económicos, a nuevos principios de emprendimiento y sostenibilidad, derechos y responsabilidades, protección y libertades provenientes de la cultura occidental, para generar una promoción de la

idea económica y administrativa de la empresa hacia una actividad moderna y de innovación, con un manejo eficiente de los recursos y un desarrollo territorial equilibrado, que se vea reflejado en la calidad de sus productos.

El emprendimiento indígena promueve la creación de emprendimientos económicos solidarios que abarcan diversas modalidades de organización económica, originadas en la libre asociación de los trabajadores, con base en principios de autogestión, cooperación, eficiencia y viabilidad. Estos movimientos se caracterizan por ser asociaciones de personas que se han unido para abordar sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales mediante empresas de propiedad conjunta, controladas democráticamente.

La Asociación Indígena Kallari ha fomentado una inclusión económica y social entre las principales comunidades aledañas a la ciudad del Tena, incentivando al desarrollo y aumento de la productividad de los cultivos de cacao fino de aroma para la elaboración de chocolate orgánico, debido a que mantienen estrategias rentables para la cosecha y pos-cosecha a través de las capacitaciones impartidas por la asociación, de esta manera se aseguran de obtener materia prima en excelentes condiciones. Kallari comprueba que el cacao en baba cumple con los requisitos establecidos, y se encarga de la fermentación y secado del cacao para garantizar el correcto manejo de la materia prima para la elaboración de los chocolates.

En la actualidad, Kallari ofrece dos líneas de chocolates: Gourmet, de 70%, 75% y 85% de cacao y Artesanal, que cuenta con 10 variedades que intensifican su potencia del 60% al 85% de cacao, que son mezcladas con diversos frutos exóticos como; naranja, piña, hierba luisa,

café, ají, sal en grano, entre otros. Kallari cuenta con un centro de acopio ubicado en la ciudad del Tena, capital de la provincia de El Napo, la cual es considerada una de las ciudades con mayor oferta turística en la Amazonia ecuatoriana. Kallari ofrece recorridos a su centro de acopio, donde se puede apreciar todo el proceso de recolección y secado del cacao, con visitas a las fincas cercanas, plantaciones, especies de la zona y degustación del producto final. Los turistas pueden tener una experiencia más cercana con la producción, adicional al recorrido pueden ser alojados en las comunidades permitiéndoles tener un mejor acercamiento a la gastronomía, cultura, tradiciones propias de la zona, así como también emprender recorridos guiados por varias zonas de cultivo de cacao y entre otros atractivos naturales de la región.

Las principales estrategias utilizadas por Kallari para el cumplimiento de los lineamientos de comercio justo son:

- Transparencia y responsabilidad en la producción de chocolate orgánico.
- Pago de un precio justo a los socios por la venta de materia prima (cacao en baba).
- Compromiso con la no discriminación, la igualdad de género y el empoderamiento económico de la mujer y la libertad de asociación.
- Garantiza buenas condiciones de trabajo.
- Desarrollo de capacidades para la producción de cacao de calidad, sin el uso de pesticidas ni químicos.
- Respeto por el medio ambiente, Kallari promueve el cultivo natural del cacao mediante el sistema ancestral de chakra.

La investigación de campo realizada, y la recolección de datos correspondiente, permitió determinar que el proyecto de emprendimiento indígena en Kallari ha mejorado la calidad de vida de los integrantes de las comunidades con las que colabora la asociación, con un 65% de afirmación por parte de los encuestados, ya que es una cooperativa de agricultores en la que todos los ingresos por sus ventas retornan a los miembros de la organización; es decir, a los cultivadores del cacao. En cuanto a las condiciones de vida el 62% cree que son buenas, el 15% muy buenas, puesto que Kallari incentiva a que los pobladores mantengan una calidad de vida estable y segura a través del cumplimiento de las prácticas de comercio justo. Además, el 72% de los encuestados aseguran que sus hijos asisten a la escuela y el 92% afirman que tienen acceso a salud, lo que permite determinar un desarrollo sustentable en las comunidades de la ciudad del Tena con las que colabora Kallari.

El análisis de la situación actual de la Asociación Indígena Kallari en la siguiente matriz DAFO permite identificar posibles estrategias que pueden ser implementadas en el futuro para el crecimiento de la asociación.

Tabla 19
Matriz DAFO

INTERNOS	<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>	
	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización de productos orgánicos. • Obtención de la materia prima sin intervención de intermediarios. • Producción sustentable con la sociedad. • Alta calidad de los productos. • Implementación de prácticas de comercio justo 	<ul style="list-style-type: none"> • Débil estructura empresarial. • Ausencia de procesadora de chocolate propia. • Inexistencia de certificación de Comercio Justo. • Retorno de capital insuficiente. • Capacidad insuficiente de producción para exportar de manera sustentable. 	
EXTERNOS	<u>Oportunidades</u>	<u>FO</u>	<u>DO</u>
	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación de calidad internacional. • Captar mayor volumen de venta en el mercado. • Desarrollo de nuevos productos. • Convenio con nuevas empresas. • Penetración en nuevos mercados. 	<ul style="list-style-type: none"> • El mercado de los chocolates ha presentado un auge, por lo que es necesario identificar nuevos gustos y preferencias para satisfacer a los consumidores. • Incrementar la participación del mercado nacional e internacional dando a conocer a los consumidores las buenas prácticas ejercidas por la asociación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar alianzas estrategias para el financiamiento de una procesadora de chocolate, para ofrecer productos diferenciados que otorguen un valor agregado. • Mejorar la estructura empresarial y establecer procesos, con el fin de rentabilizar la producción y mejorar la comercialización de chocolate a nivel nacional e internacional.
	<u>Amenazas</u>	<u>FA</u>	<u>DA</u>
	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia agresiva. • Introducción de productos sustitutos. • Crisis económica mundial • Incremento de impuestos • Precios bajos de la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar campañas publicitarias dando a conocer al consumidor la calidad y beneficios de los productos que ofrece la asociación. • Realizar alianzas estratégicas con nuevas empresas para tener mejor distribución y mayor producción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a los pequeños productores de cacao con el fin de mantener y mejorar la calidad de los chocolates orgánicos. • Incentivar el consumo nacional de productos elaborados en el Ecuador, para fortalecer la industria de chocolates fabricados en la Amazonía.

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Autora

2. Inducción

El comercio justo es un movimiento que pretende mejorar la calidad de vida de los pequeños productores que han sido los menos favorecidos en el crecimiento y evolución económica. Los lineamientos del comercio justo van encaminados a la generación de información sobre el mercado, sus exigencias y necesidades, lo que permite que las comunidades, asociaciones y cooperativas de países en desarrollo logren mejorar en términos de calidad, producción y desarrollo de nuevos productos. El emprendimiento indígena se relaciona como la búsqueda de soluciones a problemas sociales, específicamente de la población indígena, a través de la creación de valor social sostenible, puesto que incentiva la innovación y se sujeta a las necesidades insatisfechas en las asociaciones.

En este sentido, Kallari se muestra como una organización pionera en el estudio de la fusión entre el emprendimiento indígena y la implementación de lineamientos de Comercio Justo. La Asociación Indígena Kallari se encuentra ubicada en la provincia del Napo, dentro de la Amazonía Ecuatoriana, agrupa a 20 comunidades de la región dentro de la reserva Napo – Galeras que pertenecen a la nacionalidad Kichwa. Desde el año 1997, Kallari (despertar, amanecer en lengua Kichwa), viene trabajando con emprendimientos que han permitido el desarrollo autosustentable de su población permitiendo mejorar su calidad de vida, así como también en el diseño de productos y servicios como el cacao, el chocolate, las artesanías y actualmente el turismo comunitario como fuente de ingresos para sus asociados. Actualmente, Kallari asocia a 850 familias de la región que desde un trabajo colectivo y mancomunado está llegando con sus productos no solo a nivel local y nacional, sino que exporta sus productos a nivel internacional a países tan lejanos como Japón y Canadá entre otros, a través de cadenas de Comercio Justo.

3. Hipótesis

La implementación de prácticas de comercio justo ha generado un desarrollo en el proyecto de emprendimiento de la Asociación Indígena Kallari y en consecuencia ha mejorado la calidad de vida de los socios colaboradores.

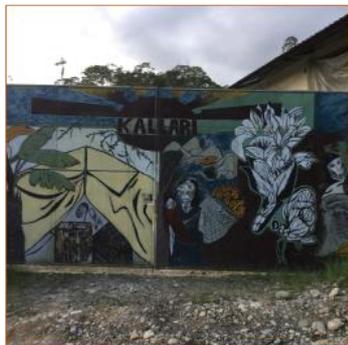
4. Probar la hipótesis por experimentación

Tomando en cuenta las condiciones de vida precarias que durante años ha llevado la población indígena, debido a la intervención de los grandes productores para la limitación de su crecimiento y desarrollo manteniéndoles en la pobreza, es preciso destacar y documentar el proceso que Kallari ha desarrollado a través del proyecto de emprendimiento indígena, el cual ha sido implementado en la amazonia ecuatoriana para el trabajo conjunto con las comunidades aledañas a la ciudad del Tena con el objetivo de elaborar chocolate orgánico. El proyecto se desarrolla con el propósito de reincorporar y fomentar la implementación de procesos de producción limpia de cacao, a través del cultivo natural mediante el sistema ancestral de chakras.

Con el objetivo de presentar los principales retos y desafíos que han surgido para el desarrollo de la Asociación Kallari, a continuación, se detallan los principales hallazgos:

Ilustración 33

Principales Retos y desafíos de Kallari



Infraestructura – ecofabrica

Referencia de encuesta no. 53

La ausencia de financiamiento por parte del estado ha perjudicado en cierto grado el crecimiento y evolución de la asociación, la construcción de la eco-fábrica ha sido uno de los proyectos más anhelados por los socios para la elaboración de productos que permitan abastecer al mercado internacional, ya que la falta de una fábrica propia ha debilitado la producción siendo esta insuficiente para la exportación rentable de chocolate.

Fortalecimiento organizacional

Referencia de encuesta no. 11

La discontinuidad de la gerencia de los altos mandos ha debilitado la estructura organizacional de la asociación, perjudicando las bases con las que se ha ido desarrollando, ya que los directivos son elegidos por los socios cada cierto periodo para el manejo de la asociación. Por otro lado, el no elegir a un solo representante gerencial ha debilitado las relaciones comerciales debido al tiempo que se tardan al tomar una decisión crucial para la organización.



Intervención de intermediarios

Referencia de encuesta no. 74

La intervención de los intermediarios para la comercialización de cacao como materia prima, debilita la industria chocolatera de la asociación, debido a que estos comerciantes se abastecen del cacao de fincas aledañas a la ciudad del Tena, quedando como alternativa para los integrantes de la asociación la búsqueda de productores que habitan en lugares alejados, muchos de los cuales no cuentan con carreteras ni vías de acceso, estancando la producción y la comercialización de chocolate.



Capacitación técnica

Referencia de encuesta no. 37

Un pequeño porcentaje de la población indígena kichwa, culturalmente importante, vive en zonas de selva tropical, se encuentran en desventaja en términos de acceso a servicios técnicos y financieros. Esto provoca la pérdida de participación por parte de algunos integrantes de las comunidades y disminuye la calidad de los productos.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

En la actualidad podemos evidenciar que no son comunes los procesos asociativos, puesto que las compañías prefieren la implementación de procesos y uniones corporativas que generen la mayor rentabilidad en la fabricación y comercialización de productos. En este sentido las referencias del modelo de asociatividad que permitan una sustentabilidad en sus procesos productivos y desarrollo autosustentable son muy escasas, puesto que las investigaciones han estado alineadas al estudio de industrias que comercializan a nivel internacional.

Después del estudio del emprendimiento indígena de la Asociación Kallari frente a los retos que ha debido afrontar para la implementación de los lineamientos del Comercio Justo, se obtiene como resultado la sistematización de prácticas de producción exitosas desarrolladas en las comunidades con las que Kallari colabora conjuntamente para la elaboración de chocolate orgánico. Tomando en cuenta el análisis de la información recopilada, se obtiene como principal hallazgo el desafío de la construcción y puesta en marcha de la eco-fábrica, puesto que los socios y colaboradores afirman que de esta manera se rentabiliza e incrementa la comercialización de chocolate logrando una alta participación en el mercado nacional e internacional

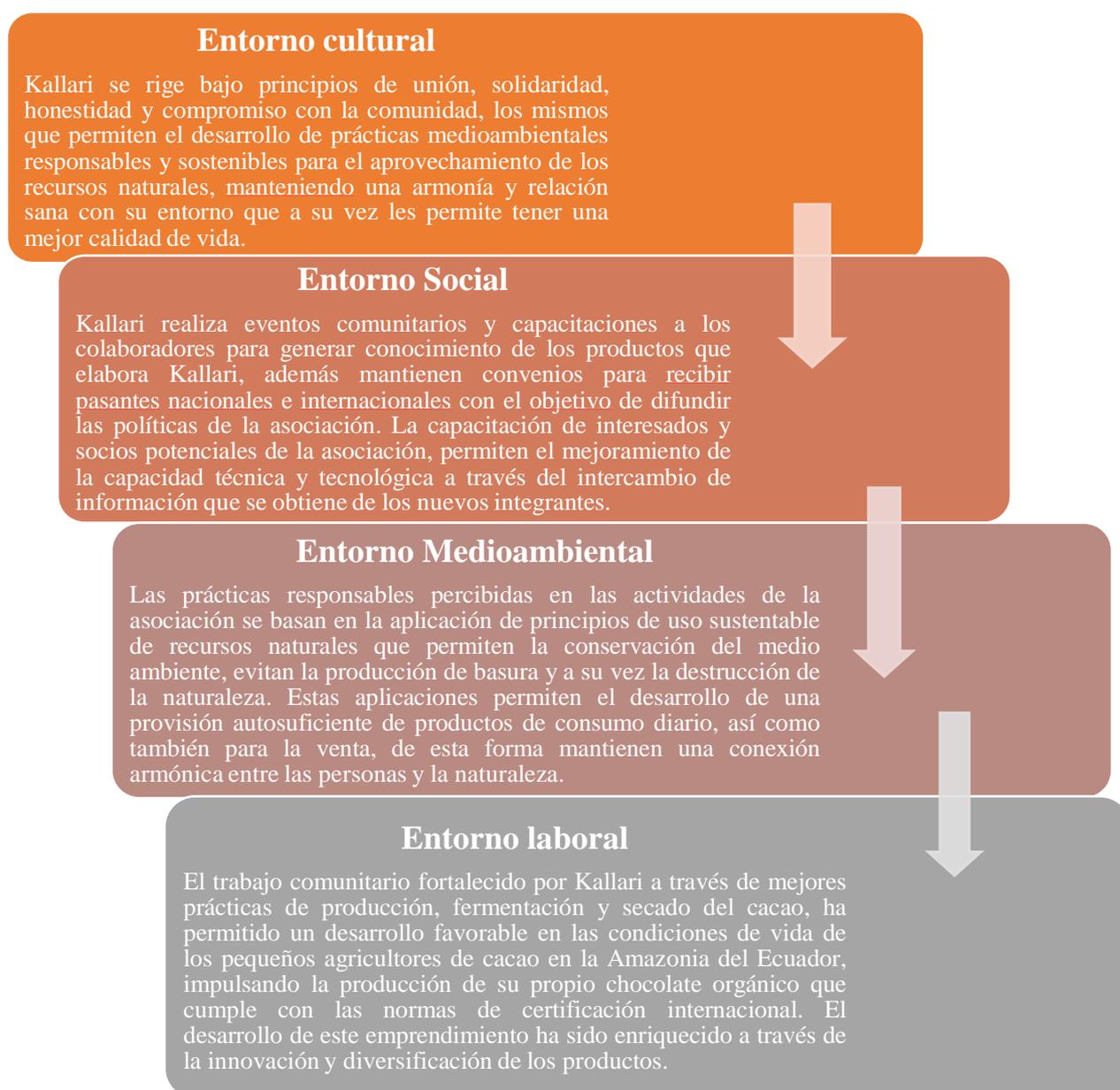
La presente investigación se establece como un camino para el conocimiento e identificación de las culturas indígenas; sus tradiciones, costumbres, alimentación, métodos de producción, estilo de vida, etc. De esta manera se pueden impulsar planes estratégicos que permitan una inclusión social y económica de la población indígena, a través de una retroalimentación en la producción y comercialización de productos orgánicos mediante la fusión de métodos ancestrales y prácticas modernas sustentables. En este sentido la Asociación Indígena Kallari se presenta como referente para otro tipo de asociaciones sean estas indígenas o no.

5. Demostración o refutación de la hipótesis

Entre los principales factores de emprendimiento indígena desarrollados por la Asociación Kallari se destacan los siguientes:

Ilustración 34

Principales factores de Emprendimiento Indígena



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

La presente investigación determinó que la Asociación Kallari se constituye como un actor importante dentro de las comunidades de la ciudad del Tena, gracias a la influencia de sus procesos sociales dinámicos, organizados e inclusivos que incentivan el emprendimiento indígena y determinan el éxito de la Asociación Kallari conjuntamente con la comunidad.

Por otro lado, la investigación de campo permite afirmar que la Asociación Indígena Kallari se presenta como una herramienta para el desarrollo y fortalecimiento en la calidad de vida de los socios colaboradores, lo cual está delimitado por un 65% del total de encuestados, quienes identifican que este progreso se establece gracias a la capacitación que reciben para una producción sustentable de cacao fino de aroma, así como también el pago justo por la materia prima que venden a Kallari.

En este sentido la cultura organizacional con la que se ha manejado Kallari desde su constitución organizativa ha desarrollado una estabilidad y compañerismo entre los integrantes y los socios, fortaleciendo la asociatividad de las comunidades. Por otro lado, la asociación promueve la intervención y participación de los jóvenes en las juntas directivas realizadas por Kallari, con el objetivo de que aprendan y conozcan el funcionamiento de la misma, y sean ellos quienes sostengan la operación de la asociación en el futuro. Este modelo ha permitido no solo frenar la migración de los jóvenes, sino también mantener los sistemas productivos característicos de la cultura Kichwa.

6. Evaluación financiera

La asociación indígena Kallari se encuentra constituida como una organización de economía popular y solidaria, que promueve la inclusión económica de las principales comunidades de la ciudad del Tena, mejorando la calidad de vida de los pobladores. Sus principales ingresos están constituidos por la comercialización de chocolate fino de aroma, los cuales son vendidos en el mercado nacional e internacional, y en la cafetería que se encuentra ubicada en la ciudad de Quito, misma que ofrece comida tradicional de la ciudad del Tena, y productos fabricados por Kallari, a su vez que promociona el turismo comunitario en la zona. A continuación, se presenta una breve proyección de ventas del año 2015 al 2016.

Tabla 20
Proyección de ventas

	AÑO 2015	AÑO 2016
INGRESOS		
INGRESOS BRUTOS	\$ 428.000,00	\$ 451.000,00
Exportación	\$ 247.500,00	\$ 259.875,00
Venta Local	\$ 148.500,00	\$ 155.925,00
Ingresos cafetería	\$ 32.000,00	\$ 35.200,00
COSTO DE VENTA	\$ 302.155,00	\$ 313.734,75
Costo de Producción	\$ 294.000,00	\$ 305.172,00
Costo en cafetería	\$ 8.155,00	\$ 8.562,75
SUPERÁVIT	\$ 125.845,00	\$ 137.265,25

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

La proyección detalla brevemente los principales ingresos y gastos que incurre Kallari para el correcto funcionamiento de la asociación, de los cuales más del 50% provienen de la exportación de chocolate fino de aroma a los principales destinos de comercialización como son Estados Unidos, Suiza, Alemania entre otros.

AÑO 2015.”

Tabla 21

Rol de pagos año 2015

	SALARIO	APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Presidente	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 14,75	\$ 29,49	\$ 500,25	\$ 6.002,99
Secretario	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 14,75	\$ 29,49	\$ 500,25	\$ 6.002,99
Administrador	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 14,75	\$ 29,49	\$ 500,25	\$ 6.002,99
Contadora	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 14,75	\$ 29,49	\$ 500,25	\$ 6.002,99
Administradora cafetería	\$ 354,00	\$ 43,01	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 14,75	\$ 29,49	\$ 500,25	\$ 6.002,99
Vocales principales 2	\$ 708,00	\$ 86,02	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 29,50	\$ 58,98	\$ 1.000,50	\$ 12.005,98
Trabajadores del centro de acopio 3	\$ 1.062,00	\$ 129,03	\$ 88,50	\$ 88,50	\$ 44,25	\$ 88,46	\$ 1.500,75	\$ 18.008,97
Trabajadores cafetería 2	\$ 708,00	\$ 86,02	\$ 59,00	\$ 59,00	\$ 29,50	\$ 58,98	\$ 1.000,50	\$ 12.005,98
GASTOS DEL PERSONAL	\$ 4.248,00	\$ 516,13	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 177,00	\$ 353,86	\$ 6.002,99	\$ 72.035,88

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

AÑO 2015.”

Tabla 22

Rol de pagos año 2016

	SALARIO	APORTE PATRONAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Presidente	\$ 366,00	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,49	\$ 517,21	\$ 6.206,48
Secretario	\$ 366,00	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,49	\$ 517,21	\$ 6.206,48
Administrador	\$ 366,00	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,49	\$ 517,21	\$ 6.206,48
Contadora	\$ 366,00	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,49	\$ 517,21	\$ 6.206,48
Administradora cafetería	\$ 366,00	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,49	\$ 517,21	\$ 6.206,48
Vocales principales 5	\$ 732,00	\$ 88,94	\$ 61,00	\$ 61,00	\$ 30,50	\$ 60,98	\$ 1.034,41	\$ 12.412,96
Trabajadores del centro de acopio 4	\$ 1.008,00	\$ 122,47	\$ 84,00	\$ 84,00	\$ 42,00	\$ 83,97	\$ 1.424,44	\$ 17.093,26
Trabajadores cafetería 3	\$ 732,00	\$ 88,94	\$ 61,00	\$ 61,00	\$ 30,50	\$ 60,98	\$ 1.034,41	\$ 12.412,96
GASTOS DEL PERSONAL	\$ 4.302,00	\$ 522,69	\$ 358,50	\$ 358,50	\$ 179,25	\$ 358,36	\$ 6.079,30	\$ 72.951,60

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Los roles de pagos presentados corresponden a los gastos administrativos que incurre la asociación para el funcionamiento de las oficinas de Kallari y el centro de acopio en el cual se recibe, fermenta, seca, y almacena el cacao, para cumplir con la calidad requerida para la elaboración de chocolate orgánico. A su vez se detalla el pago a los colaboradores que trabajan en la cafetería ubicada en la ciudad de Quito.

Debido a la constitución de la asociación indígena Kallari como una organización sin fines de lucro, a continuación, se detallan la reinversión del superávit generado en los años 2015 y 2016:

Tabla 23
Reinversión del superávit

	AÑO 2015	AÑO 2016
CAPACITACIÓN	\$ 6.845,00	\$ 6.700,00
Administración	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Manejo sembríos	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Cosecha y pos cosecha	\$ 2.945,00	\$ 2.800,00
CERTIFICADOS	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00
BCS ÖKO-GARANTIE	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
USDA	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Mantenimiento de la planta	\$ 6.500,00	\$ 5.500,00
GASTOS DE GESTIÓN	\$ 5.464,12	\$ 5.113,65
Movilización	\$ 3.500,00	\$ 3.633,00
Representación	\$ 1.964,12	\$ 1.480,65
Inversión a largo plazo		\$ 12.000,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Las certificaciones son el rubro más representativo en el cual debe incurrir la asociación Kallari, pues estos garantizan la calidad y el cumplimiento de las normas establecidas por el Comercio Justo y el sello de productos orgánicos (USDA). Actualmente Kallari no posee la certificación de comercio justo (Fairtrade International) en las barras de chocolate que comercializa, pese a que cumple con los requisitos establecidos por la certificadora, los ingresos no le permiten el pago anual de dicha certificación puesto que al ser una asociación que fermenta, comercializa y exporta el chocolate, debe hacer un pago muy elevado por cada

actividad antes mencionada que la asociación no está en capacidad de pagar. La inversión en capacitación es una de las principales estrategias de Kallari para mantener los procesos productivos del cacao fino de aroma, puesto que deben cumplir con las normas establecidas por las certificadoras ya que cada año realizan dos visitas a las comunidades con el fin de corroborar el cumplimiento de los parámetros establecidos.

La creciente demanda de chocolate orgánico en el mercado nacional e internacional ha incentivado a los directivos de Kallari a la búsqueda de nuevas alternativas para incrementar la producción de chocolate, en este sentido la eco-fábrica ha sido una de las soluciones, sin embargo, la inversión inicial tiene un costo elevado, por lo que en la tabla se incluyó para el año 2016 un nuevo rubro establecido como inversión a largo plazo, el cual cumple el objetivo de ser un fondo monetario que se incremente con el tiempo y permita la puesta en marcha de la fábrica, que es uno de los principales retos que ha debido superar Kallari desde su constitución como asociación, puesto que rentabiliza la producción de chocolate para la exportación a más países, ganando mercado internacional.

7. Conclusiones

- El Proyecto de emprendimiento indígena Kallari ha tenido una evolución sustentable en los últimos años, el cambio de enfoque para la diversificación de sus productos y colocar al chocolate orgánico como producto estrella, descentralizando la producción de artesanías, permitió que Kallari mejore su participación en el mercado nacional e internacional, generando un impacto positivo para el crecimiento de la asociación y la participación de nuevos socios colaboradores.
- Kallari comercializa un producto innovador que le ha permitido ganar premios internacionales por su excelente calidad y exquisito sabor, método por el cual intenta difundir una historia de unión, solidaridad y éxito, reflejado en su crecimiento y desarrollo, dando a conocer al mundo el potencial del cacao fino de aroma sembrado en la amazonia ecuatoriana, pues el trabajo que Kallari desarrolla con los socios es enriquecedor ya que promueve las buenas prácticas de producción del cacao así como también la reinserción de las practicas ancestrales como es el método de chakras.
- Kallari busca mejorar la calidad de vida de los habitantes de las comunidades, a
- través de la generación fuentes de empleo, el pago de un precio justo por la materia prima, la eliminación de intermediarios, la promoción de una identidad cultural entre los habitantes de la zona, el fortalecimiento de las prácticas de producción del cacao fino de aroma, el desarrollo y crecimiento de la economía de una de las ciudades más pobres del Ecuador, el Tena, por medio del cumplimiento de los lineamientos de

comercio justo, que favorecen al crecimiento y desarrollo sustentable de las comunidades conjuntamente con la asociación indígena Kallari.

- La asociación Indígena Kallari se considera pionera en la implementación de un modelo de organización que colabora con comunidades indígenas para la evolución y desarrollo sustentable de las mismas, puesto que promueve la colaboración y trabajo con un enfoque de armonía y trabajo conjunto respetando a la naturaleza. Este proceso ha tenido sus retos, sin embargo, Kallari ha sabido afrontarlos para la prosperidad de los socios y familiares a través de la comercialización de chocolate orgánico y el desarrollo del turismo comunitario.
- La investigación de campo evidencia que la organización social comunitaria es una forma de promover el desarrollo económico y educativo de la población, así como de desarrollar capacidad instalada en las comunidades y empoderamiento en los procesos tanto de producción como de gestión nacional e internacional por parte de comunidades que históricamente han sido marginadas por su condición de indígenas. Kallari es un ejemplo por su emprendimiento, liderazgo y empoderamiento de su rol de empresarios que consolida los sueños y anhelos de 21 comunidades que han logrado alcanzar su autonomía económica.
- Los retos y desafíos que los socios de Kallari han definido, se enmarcan en una visión más allá del emprendimiento para la generación de ingresos, y define el quehacer de su asociación partiendo de sus principios de cosmovisión indígena desde una perspectiva del Buen Vivir (Sumak Kawsay). En contraposición con las grandes empresas multinacionales, Kallari pretende implementar procesos que mejoren la calidad de vida de los productores y socios, ya que, gracias a su continuo trabajo y esfuerzo, son los que

permiten el desarrollo de proyectos empresariales y el crecimiento de la economía tanto interna como externa.

- La implementación de prácticas de comercio justo en la asociación indígena Kallari son varias, entre las cuales las más relevantes están; el pago de un precio justo por la venta de cacao en grano, según los socios de Kallari antes de su constitución como asociación, el intermediario pagaba 28 dólares por quintal y lo vendía a 75 dólares en el mercado nacional. En la actualidad, los productores que colaboran con Kallari reciben un precio anual estable de 130 dólares por quintal de cacao fino de aroma, se evidencia un incremento notable en la comercialización de cacao. Otra práctica sustentable es la inversión económica que realiza Kallari para capacitación e infraestructura, mejorando las prácticas laborales y en consecuencia la vida de los socios colaboradores.
- Con el objetivo de permanecer en el mercado durante muchos años más, Kallari busca incentivar la participación de los jóvenes en juntas institucionales y en el desarrollo de programas de producción y comercialización, para que las futuras generaciones sean quienes tomen la posta de la Asociación indígena Kallari, de este modo se reduce la migración de los jóvenes y se mantienen las costumbres tradicionales de producción de cacao fino de aroma en la Amazonía Ecuatoriana.

8. Recomendaciones

- El estudio de casos de emprendimiento ya sea indígena o no, permite un cambio de visión respecto a las técnicas de producción y comercialización utilizadas por diferentes sociedades productivas, en este sentido, se pueden identificar grandes casos de éxito, lo que permite desarrollar nuevas estrategias de inclusión social y económica de sectores que han sido olvidados. Por lo que es importante encaminar investigaciones hacia proyectos que permitan conocer nuevas alternativas productivas, ya que muchas de estas prácticas se caracterizan por ser ancestrales y sustentables con el medio ambiente, desarrollando una retroalimentación entre los diversos métodos utilizados.
- El turismo comunitario en la Amazonia Ecuatoriana es un proceso que no ha podido desarrollarse en los últimos años por las políticas públicas que debilitan el sector, Kallari promueve esta práctica que puede llegar a ser una fuente de ingresos para los habitantes de las comunidades, sin embargo, la falta de capacitación y los altos costos de constitución para la implementación de proyectos turísticos en la Amazonía, ha estancado este crecimiento, por lo que es necesario apoyo por el estado a través de políticas más flexibles.
- Los procesos de asociatividad han fortalecido las industrias en los diferentes sectores de producción del país, el apoyo por parte del estado es una de las principales soluciones a desarrollar planes estratégicos que incentiven el correcto funcionamiento y manejo de sociedades promuevan buenas prácticas comerciales a través de métodos sustentables, para el desarrollo de los pequeños pueblos y de las prácticas de producción

- Es necesario incrementar la implementación de prácticas de comercio justo en las empresas constituidas en el Ecuador, asegurarse de que estos proyectos sean respaldados por una política pública que ayude a incrementar los niveles de productividad de los productos orgánicos, así como también el desarrollo de nuevos proyectos que promuevan la investigación científica para el cultivo sostenible de plantas de cacao, café, yuca, producidos en la amazonia, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los habitantes, puesto que los índices de pobreza más elevados se encuentran en este sector del país por la escasa inversión por parte del estado.
- El análisis de los niveles de productividad del cacao en la amazonia permitirá rentabilizar los procesos productivos, de esta manera se incrementará su producción y calidad. La implementación de capacitaciones para el correcto cultivo, cosecha y mantenimiento de las plantas de cacao lograrán mejores resultados en cuanto a capacidad de producción, y en consecuencia se evitan la propagación de plagas sin el uso de pesticidas ni químicos, obteniendo mejores resultados.
- El estudio e investigación de campo para el desarrollo y diversificación de nuevas líneas de productos de chocolate orgánico, permitirá un crecimiento de Kallari en el mercado nacional e internacional, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores. Es importante también contar con la participación de los socios para el cultivo de los insumos necesarios para la fabricación de las nuevas líneas de chocolate orgánico.

9. Bibliografía

AECID. (2012). *Guía de Comercio Justo y Consumo Responsable*.

ANECACAO. (1 de Enero de 2015). *Asociación Nacional de Exportaciones de Cacao - Ecuador*. Obtenido de Asociación Nacional de Exportaciones de Cacao - Ecuador: <http://www.anecacao.com/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html>

Asamblea Constituyente. (20 de Octubre de 2008). *Asamblea Nacional Republica del Ecuador*. Obtenido de Constitución 2008: <http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/private/asambleanacional/files/asambleanacionalnameuid-20/transparencia-2015/literal-a/a2/Const-Enmienda-2015.pdf>

BM. (29 de Septiembre de 2015). © 2016 *Grupo Banco Mundial*. Reservados todos los derechos. Obtenido de Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/topic/indigenouspeoples/overview>

CECJ. (1 de Enero de 2015). *Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo - CECJ - Ecuador*. Obtenido de Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo: <http://www.cecjecuador.org.ec/coordinadora/quienes-somos/>

CEPAL. (29 de Abril de 2005). *CEPAL - Naciones Unidas*. Obtenido de © CEPAL - Naciones Unidas: <http://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/7/21237/delpopolo.pdf?links=false>

COMEX. (1 de Julio de 2014). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior: <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/Plan-Estrategico-Institucional-2014-2017-4.compressed.pdf>

Dirección Nacional de Normas. (28 de Abril de 2011). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de © 2015 Superintendencia de Economía Popular y Solidaria: <http://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Econom%C3%ADa%20Popular%20y%20Solidaria.pdf/0fb9b64e-fecf-485e-ba73-63df33aa9e6f>

“ESTUDIO DEL COMERCIO JUSTO Y SU INCIDENCIA EN EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO DE LA ASOCIACIÓN INDÍGENA KALLARI. CIUDAD DEL TENA. AÑO 2015.”

Donoso, D., & Rosero, G. (2015). *Ideas y Emprendimiento para la vida*. Quito: Editorial El Conejo.

FIDC. (20 de Octubre de 2005). *UNESCO*. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf#page=8>

FUNDESARTE. (2014). © 2014 *Fundación EOI*. Obtenido de Fundación española para la innovación de la artesanía: <http://www.fundesarte.org/wp-content/uploads/2012/10/Guia-de-comercio-justo-para-artesanos-de-America-Latina.pdf>

Guzmán, A., & Trujillo, M. A. (2008). *Emprendimiento Social - Revisión de Literatura*.

Harding, R. (2004). *Social Enterprise: The New Economic Engine?* London: London Business School.

IEPS. (1 de Enero de 2016). *Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria: <http://www.economiasolidaria.gob.ec/la-institucion/>

INEN. (1 de Septiembre de 2010). *Instituto Ecuatoriano de Normalización*. Obtenido de Instituto Ecuatoriano de Normalización: <https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.nte.0621.2010.pdf>

KALLARI. (1 de Enero de 2007). *KALLARI*. Obtenido de © copyright 2007, Kallari Association: <http://www.kallari.com/es/>

Macas, E., & Terán, A. (1 de Junio de 2013). *Repositorio Digital-UPS*. Obtenido de Repositorio Digital-UPS: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5925/1/UPS-QT03745.pdf>

Marcillo, C. (1 de Enero de 2013). *Copyright © 2016 OESCOJ. Todos los derechos reservados*. Obtenido de Observatorio de Economía Solidaria y Comercio Justo: <http://www.oescj.org.ec/pdf/publicaciones/Comercio-justo-transgresion-teoria-economica.pdf>

“ESTUDIO DEL COMERCIO JUSTO Y SU INCIDENCIA EN EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO DE LA ASOCIACIÓN INDÍGENA KALLARI. CIUDAD DEL TENA. AÑO 2015.”

Martí, J., Pascual, J., & Rebollo, Ó. (2005). *Participación y Desarrollo Comunitario en Medio Urbano*. Madrid: IEPALA.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). Kallari una experiencia comunitaria. *EKOS*, 38-41.

OESCOJ. (1 de Enero de 2016). *Observatorio de Economía Solidaria y Comercio Justo*. Obtenido de Copyright © 2016 OESCOJ. Todos los derechos reservados.: <http://www.oescj.org.ec/pdf/marco-legal-ESS/nacional/AGENDA-CJ-2013-2017.pdf>

OIT. (2008). *Copyright © Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de Copyright © Organización Internacional del Trabajo: http://wapes.org/es/system/files/programa_modular_eppi.pdf

PROECUADOR. (1 de Junio de 2015). *PROECUADOR*. Obtenido de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversión: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/ANUARIOComercioJusto2015.pdf>

PROECUADOR. (1 de Enero de 2016). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones: <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/comercio-exterior/>

RAE. (1 de Enero de 2016). © *Real Academia Española, 2016*. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=WHyT2Ax>

SEKN. (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales*. Washington, D.C: Editorial Planeta.

SENAE. (1 de Diciembre de 2013). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de Copyright (c)2011 Servicio Nacional de Aduana del Ecuador Todos los derechos reservados: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

SENPLADES. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Quito: Ediecuatorial. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

“ESTUDIO DEL COMERCIO JUSTO Y SU INCIDENCIA EN EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO DE LA

ASOCIACIÓN INDÍGENA KALLARI. CIUDAD DEL TENA. AÑO 2015.”

WFTO. (1 de Enero de 2015). *WFTO LA - Oficina regional para Latinoamerica de la Organizacion Mundial de Comercio Justo*. Obtenido de WFTO-LA: <http://wfto-la.org/comercio-justo/wfto/10-principios/#>

WFTO-LA. (1 de Enero de 2015). *WFTO LA - Oficina regional para Latinoamerica de la Organizacion Mundial de Comercio Justo*. Obtenido de WFTO LA - Oficina regional para Latinoamerica de la Organizacion Mundial de Comercio Justo.: <http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>

10. Anexos

Anexo 1

Invernadero de cacao ubicado en el centro de acopio de la asociación kallari



Anexo 2

Cajones de madera para la fermentación del cacao



Anexo 3

Tarjeta de identificación de lote de cacao

Asociación Agro Artesanal de Producción de Bienes Agrícolas
Pecuarios y Piscícolas de Napo "KALLARI"
Sistema de Comercialización de Cacao Nacional
Tarjeta de identificación de lote

TIPO DE CACAO: ORGÁNICO

CENTRO DE ACOPIO: PEPE DE ORO RUTAS: Zona Talag Fecha inicio: 23-03-2016

de Lote

Estado	Peso (lb)	Fecha
Baba		
Fermentado		23-03-2016
Seco		
Clasificado	ASS	
	AS	
	Pajarito	
	Triturado y Basura	

Anexo 4

Bodega de almacenamiento y tostado de cacao



Anexo 5

Cacao fino de aroma



Anexo 6

Recolección de mazorcas de cacao



Anexo 7

Selección del cacao para entregar a Kallari



Anexo 8

Encuestado



Anexo 9

Estilo de vivienda de los integrantes de las comunidades



Anexo 10

Laguna azul – atractivo turístico de la ciudad del Tena

