

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
Facultad Regional Multidisciplinaria
UNAN- FAREM MATAGALPA**



**SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO (A)
EN ECONOMÍA**

Tema:

Impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores.

Subtema:

Impacto del Comercio Justo en los productores de la Cooperativa Multisectorial “La Esperanza” de la Comunidad El Coyolar del municipio El Tuma – La Dalia, durante el II Semestre del 2011.

Autores:

Br. Urania Isabel Martínez Blandón.

Br. Ingrid Hugette Pérez López.

Tutor:

Licenciado Juan Ignacio Alfaro Mardones

Matagalpa, enero de 2012

Dedicatoria

A mi madre Sra. Isabel Blandón, quien con mucho amor me ha llevado hasta el lugar donde hoy estoy, porque siempre ha luchado para que juntas salgamos adelante y porque sé que este triunfo también es de ella.

A mis abuelitos Sr. Juan Rafael Blandón y Sra. Luz Marina Galeano por todos sus consejos, los que me ayudan a diario a ser mejor persona.

A mi hijo Franklin Gerardo Miranda Martínez, porque con su amor me impulsa a seguir adelante y luchar por alcanzar mis metas, porque con su tierna y sincera sonrisa me ha enseñado que las pequeñas cosas son las que tienen valor en la vida.

Y por último pero no menos importante a mi esposo Franklin José Miranda Herrera porque juntos hemos aprendido que con amor todo se puede lograr, estoy segura que mi éxito es también su éxito.

Urania Isabel Martínez B.

Dedicatoria

Tengo el mérito exacto de dedicar mis esfuerzos de varios años de esmeros y dedicación al ser que me dio la vida, el que me brindó fortaleza en los momentos de debilidad, y me alumbró con la lámpara de la sabiduría, encerrado en una sola palabra: MI DIOS.

A mis Padres Lic. Hugo Pérez Altamirano y Lic.. Gloria López Somarriba, quienes fueron instrumentos que Dios me dio para darme el amor, impulso del dinamismo para alcanzar el éxito de llegar a la cima académica.

A mis segundos padres Sr. Carlos Castro Pao y Sra. Bemilda Pérez Altamirano por el amor y comprensión que me han brindado a lo largo de mi vida.

Ingrid Hugette Pérez L

Agradecimiento

A nuestro Gran Dios, Creador y Dador de Vida por permitirnos alcanzar nuestra meta, por darnos el don de la sabiduría y el entendimiento.

A nuestros Padres por todos los sacrificios que han hecho a lo largo de nuestras Vidas, sobretodo para brindarnos educación.

A nuestro maestro y amigo. Licenciado Juan Alfaro por todas sus enseñanzas, consejos y regaños los cuales han marcado de manera positiva nuestras vidas y de igual forma a todos los maestros que nos han formado y transmitido sus conocimientos desde que éramos niñas.

A la Cooperativa Multisectorial La Esperanza, por todo el apoyo brindado, a todos/as y cada uno/a de los/as socios/as, que con mucho cariño nos brindaron su tiempo para la realización del trabajo de campo y en especial al promotor de la cooperativa, Denis Laguna por su disposición para llevarnos a conocer la comunidad y acompañarnos a visitar a los/as socios/as.

Al personal de la Cecocafen que de alguna manera estuvo involucrado en la realización de este trabajo.

Urania Isabel Martínez Blandon

Ingrid Hugette Pérez López.

Índice

I. Introducción	1
II. Justificación	3
III. Objetivos	4
IV. Desarrollo	5
a. Reseña de la Central de Cooperativas Cafetaleras del Norte	5
b. Informe Historial de la Cooperativa Multisectorial La Esperanza R.L.	8
4.1. Comercio Justo	10
4.1.1. Producción:.....	10
4.1.2. Mecanismos de Certificación	19
4.1.3. Comercialización	23
4.1.4. Políticas Económicas.....	26
4.1.5. Origen de otros Ingresos.....	26
4.1.6. Triangulación de la información Comercio Justo.....	31
4.2. Cooperativismo	33
4.2.1. Participación	33
4.2.2. Distribución económica por excedente	37
4.2.3. Valores.....	40
4.2.4. Principios	41
4.2.5. Función de la Cooperativa.....	42
4.2.6. Función Social	43
4.2.7. Funciones con respecto al sello de Comercio Justo	45
4.3. Desarrollo Humano	46
4.3.1. Vida larga y saludable	47
4.3.2. Adquisición de Conocimientos.....	62
4.3.3. Acceso a recursos que le permitan tener un nivel de vida decente.....	64
V. Conclusiones	68
VI. Bibliografía	69
VII. Anexos	71

Resumen

El tema que desarrollamos en el presente estudio es El Impacto del Comercio Justo en los productores de la Cooperativa Multisectorial “La Esperanza” ubicada en la Comunidad El Coyolar del municipio El Tuma – La Dalia con el propósito de analizar el impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores asociados a la Cooperativa, describir el sistema de Comercio Justo dentro de la Cooperativa, evaluar el funcionamiento de la Cooperativa e identificar el impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores asociados a la Cooperativa. Consideramos que es de suma importancia conocer si los beneficios obtenidos a través de Comercio Justo están llegando directamente a las manos de los productores y productoras, así como el éxito y las debilidades que está teniendo la Cooperativa Multisectorial La Esperanza y de esta manera se podrán formular nuevas estrategias o mejorar las que ya se tienen. Nos planteamos como hipótesis que, la Práctica de Comercio Justo en CECOCAFEN ha impulsado el desarrollo cooperativista, mejorando la calidad de vida de los productores asociados permitiéndoles comercializar su café de una manera más justa y con mayor generación de ingresos económicos. Obtuvimos como principales hallazgos que, El Comercio Justo tiene un impacto positivo en la vida de los/as socios/as y sus familias ya que acceden a un mercado a través el cual perciben mayores ingresos económicos, lo cual permite que tengan la oportunidad de suplir las principales necesidades para lograr el Desarrollo Humano. La cooperativa impulsa el desarrollo de obras sociales dentro de la comunidad a través de la utilización de recursos humanos y financieros provenientes de la capacidad de producción de riqueza social, logrando de esta manera el bien común de todos/as los/as habitantes de la Comunidad

I. Introducción

En el presente trabajo cuyo tema es El Impacto del Comercio Justo en los productores de la Cooperativa Multisectorial “La Esperanza” ubicada en la Comunidad El Coyolar del municipio El Tuma – La Dalia, se utilizó el método empírico para recopilar información, así como el teórico en el proceso de análisis, síntesis, inducción y deducción.

El enfoque es cualitativo al utilizar análisis de rasgos cualitativos para comprender el impacto en el desarrollo humano y utilizamos de alguna manera el enfoque cuantitativo para la medición de los aspectos económicos.

Las técnicas utilizadas en esta investigación fueron: grupo focal a socios de la cooperativa, encuesta a los socios de la cooperativa de la comunidad El Coyolar, donde se hizo el estudio. En el caso de la cooperativa se aplicó entrevista al presidente de la cooperativa Sr. Fermín Otoniel Arauz y en el caso de la central de cooperativas se aplicó entrevista al gerente Ing. Mauricio Ramón Ruíz Vásquez para darles respuesta a los indicadores planteados en este estudio. Y por último se creó una guía de observación para darles una mayor validez a las encuestas y a las entrevistas, de igual manera realizamos una matriz nutricional con el objetivo de valorar la seguridad alimentaria de los/as productores/as y su familia.

Nuestro universo de estudio está comprendido por los 2,663 socios de diferentes cooperativas que comprende la Central de Cooperativas Cafetaleras del Norte (CECOCAFEN). Nuestra población está conformada por los 80 socios de la Cooperativa “La Esperanza” siendo nuestra muestra un total de 47 productores asociados a la Cooperativa, la cual obtuvimos a través de una fórmula probabilística. (Ver diseño metodológico).

Las variables que se midieron fueron: Comercio Justo. Cooperativismo y Desarrollo humano donde se operacionalizaron y se crearon sus respectivos indicadores (Ver operacionalización de las variables)

La investigación es de tipo descriptiva, ya que se recolectaron datos medibles y datos de información para describir el estudio; de tipo explicativa porque determinamos la forma de cómo ha influido en la vida de los productores el Comercio justo y el efecto que éste ha causado, de tipo longitudinal porque analizamos algunos aspectos antes y después de formar parte de Comercio Justo y de tipo correlacional porque estudiamos el impacto que tiene el comercio justo en el desarrollo de los productores mediante las cooperativas.

II. Justificación

“El Comercio Justo es una relación directa entre los pequeños productores y los consumidores conscientes de la situación del mercado. Se establece una nueva relación en términos de justicia, equidad y solidaridad, tratando de evitar a los intermediarios.

La certificación de Comercio Justo posibilita a las organizaciones de pequeños productores de café a nivel mundial a que puedan tener acceso directo a los mercados internacionales, garantizando que los compradores de café paguen un precio mínimo, el cual no deberá verse afectado por los cambios del mercado internacional del café.

Su objetivo es ante una crisis pagar mejores precios al pequeño productor y ayudar a mejorar las condiciones de vida de muchas familias” (Sánchez, 2010).

Es por ello que CECOCAFEN R.L. es una empresa comprometida en promocionar el concepto de Comercio Justo en el campo enfatizado en mejorar la calidad de vida de los pequeños productores y sus familias.

Consideramos que el presente estudio será de gran utilidad para CECOCAFEN ya que servirá de apoyo para conocer directamente del productor asociado si el objetivo por el que se comercializa el café a través de Comercio Justo está dando el resultado esperado.

Por medio de los resultados obtenidos se podrá conocer también el éxito y las debilidades que está teniendo la Cooperativa Multisectorial La Esperanza y de esta manera se podrán formular nuevas estrategias o mejorar las que ya se tienen para mantener la confianza de los asociados y la transparencia ante los compradores.

III. Objetivos

➤ **General:**

Analizar el impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores asociados a la Cooperativa Multisectorial “La Esperanza” de la Comunidad El Coyolar del municipio El Tuma – La Dalia durante el II Semestre del 2011.

➤ **Específicos:**

1. Describir el Sistema de Comercio Justo dentro de la Cooperativa.
2. Evaluar el funcionamiento de la Cooperativa
3. Identificar el impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores asociados a la Cooperativa Multisectorial “La Esperanza” ubicada en la Comunidad El Coyolar del municipio El Tuma – La Dalia”

IV. Desarrollo

a. Reseña de la Central de Cooperativas Cafetaleras del Norte

CECOCAFEN R.L.

“CECOCAFEN R.L. Tiene su sede legal en la ciudad de Matagalpa Nicaragua, 130 Km. al Norte de la capital Managua. La cobertura de La Central de Cooperativas Cafetaleras del Norte se encuentra en los departamentos de Matagalpa, Jinotega, Nueva Segovia y RAAN. Específicamente en los municipios de Matagalpa, San Ramón, El Tuma La Dalia En el departamento de Jinotega los municipios de Jinotega, El Cúa y Wiwilí. En Nueva Segovia en los municipios de San Fernando, Jalapa, El Jícara y Murra y en la RAAN en el municipio de Waslala.

CECOCAFEN como organización representativa del sector cooperativo cafetalero tiene un profundo compromiso social y tiene además la responsabilidad de desarrollar prácticas agrícolas amigables con el medio ambiente, prácticas que deben realizarse en cada unidad productiva de los socios y socias de cada una de las cooperativas.

Ese compromiso social y ambiental que CECOCAFEN asume tiene que ver con la responsabilidad de que “Producimos Café respetando el medio ambiente”

CECOCAFEN, es muy importante desarrollar es la política de equidad de género y generacional la cual representa una valiosa oportunidad para involucrar a socias, socios, hijos e hijas de socios y socias de las cooperativas de base; directivos y personal técnico y administrativo en una reflexión acerca de las razones por la cuales el enfoque de género y de equidad social es importante para el quehacer organizativo. Mediante la Política de Equidad de Género y Generacional se establecen metas, medidas e indicadores de cambio acordados en relación con la perspectiva de género en correspondencia con su misión y visión institucional y además, constituye un instrumento de rendición de cuentas, a partir del cual se puede evaluar el desempeño de la organización.

Esta Política en CECOCAFEN le permitirá lograr un funcionamiento articulado, equilibrado, lo cual permite emprender acciones de desarrollo empresarial y cooperativo. También incidirá para mejorar y redefinir los procedimientos, mecanismos e instrumentos gerenciales en las diferentes asociadas, que permita tomar decisiones oportunas y ágiles. Así mismo se implementaran estrategias de largo plazo para el desarrollo integral de las cooperativas y su membrecía y la comercialización en diferentes rubros.

Es importante mencionar que CECOCAFEN está trabajando una agenda para el fortalecimiento al relevo generacional cooperativista, donde se incluye acciones para promover el desarrollo integral de las capacidades de las y los jóvenes, tomando en cuenta principios y valores cooperativistas y que garantice el relevo generacional del movimiento cooperativo.

El proceso principal es la comercialización de café. Buscando nuevas formas de acceso al mercado internacional de café en condiciones de equidad e igualdad, como una alternativa empresarial para exportar inicialmente a Mercado Justo el café de sus asociadas.

La empresa inició con una comercialización de 6,776 quintales oro, todos destinados a comercio justo de países como: España, Austria, Holanda, Inglaterra, Bélgica, Italia y Estados Unidos.

La cooperativa acopia el café en diferentes estados de humedad, luego mediante un proceso de secado, almacenado, trillado, seleccionado o escogido a mano y empacado es exportado a los diferentes nichos de mercado. El café es producido por organizaciones asociadas y pre socias, estos diferentes proveedores tienen a su cargo la parte primaria de la producción siendo una de las características más importantes del cultivo de café, su realización de manera artesanal y en unión familiar. Esto hace al café producido por los pequeños productores como un café único.

La mayor ventaja competitiva es la colocación del café en el nicho de comercio justo y orgánico, el cual está abierto a pequeños productores de café con un determinado nivel organizativo. En estos mercados diferenciados se asegura un precio mínimo.

La misión de la organización plantea:

“Comercializar café como rubro principal, con criterios de alta calidad y eficiencia, basados en la mejora continua para satisfacer la demanda de los clientes y elevar el nivel de vida de las familias cooperativistas”

Asimismo, tiene como Visión:

“Organización de integración cooperativa que practica relaciones justas en la comercialización y el intercambio, cumpliendo requisitos de calidad, promoviendo el desarrollo integral con participación y equidad”

Política de Calidad:

En CECOCAFEN desarrollamos el mejoramiento continuo del proceso de comercialización con prioridad en café para satisfacer las demandas de nuestros clientes, cumpliendo con los requisitos establecidos en los contratos, leyes y normas que rigen la actividad” (CECOCAFEN, 2010).

b. Informe Historial de la Cooperativa Multisectorial La Esperanza R.L.

“La Cooperativa Multisectorial La Esperanza R.L. está ubicada en la comarca El Coyolar de la escuela José Dimas González 1 Km al Norte, municipio del Tuma La Dalia, Departamento de Matagalpa.

La Cooperativa La Esperanza R.L., constituida legalmente por productores/as individuales sin fines de lucro, que se dedican a la producción de café convencional y orgánico, según sus fines y objetivos es “**Multisectorial**”, brindándoles servicios de acopio, comercialización, abastecimiento de insumos y financiamiento, lo que está orientado a promover el desarrollo socioeconómico y empresarial de sus asociados/as.

Antecedentes:

La Cooperativa Multisectorial La Esperanza R.L. se constituyó en el año 1993 con 12 asociados/as, según resolución No. 43542 emitida por la Dirección General de Cooperativas DIGECOOP del MITRAB , que en esa época era quien reglamentaba el funcionamiento cooperativo. A la fecha está representada por 87 asociados/as (75 Hombres y 12 Mujeres) legalmente inscritos en el Instituto de Fomento Cooperativo (INFOCOOP).

La Cooperativa al inicio de su formación, dedicaba un área de 60 manzanas a la producción de café convencional, con un rendimiento productivo de 11 quintales por manzana y el resto de la finca era destinada a la siembra de granos básicos para el auto consumo.

En el año 1997 la cooperativa establece alianza con la Central de Cooperativas Cafetaleras del Norte (CECOCAFEN R.L.) para posteriormente asociarse con ella, con el propósito de fortalecerse estructuralmente con una cooperativa de grado superior, así como también establecer lazos comerciales en busca de un mejor precio de café.

Actualmente la Cooperativa está asociada a CECOCAFEN R.L. quien se encarga de brindar los servicios de beneficio seco, comercialización de café, financiamiento para mantenimiento de café, acopio de café, al mismo tiempo nos garantiza el mercado y buenos precios.

Visión:

Ser una empresa cooperativa competitiva y auto sostenible, que promueve la educación y la apropiación cooperativa y mejora la productividad para satisfacer las necesidades de los/as socios/as.

Misión:

Somos una organización cooperativa que brinda los servicios de financiamiento y acopio de café para contribuir al desarrollo empresarial de la comunidad cooperativa y mejoramiento de calidad de vida, fortaleciendo la formación del capital humano y la protección del medio ambiente.

Desarrollo:

Gracias a la buena coordinación y comunicación que existe entre la Cooperativa y CECOCAFEN R.L., así como la buena administración y distribución de los fondos dentro de la Cooperativa actualmente se están ejecutando algunos proyectos que nos apoyan en el mantenimiento de café a través de financiamiento, así como también otros rubros que son parte en la seguridad alimentaria de las familias asociadas a nuestra organización. También tenemos presencia de proyectos sociales que aportan a la educación, salud, iglesias, mejoramiento de caminos, etc.” Documento facilitado por la Lic. Ligia Aráuz, Responsable de la Contabilidad de la Cooperativa Multisectorial “La Esperanza”.

4.1.Comercio Justo

"Son muchas las definiciones y los términos (Justo, Equitativo, Alternativo, Solidario) que hoy en día se conocen del Comercio Justo; sin embargo, todos tienen algo en común que tratan de comunicar: igualdad de oportunidades, desarrollo económico y cuidado por el medio ambiente" (PRODECOOP, 2008).

“Su objetivo es ante una crisis pagar mejores precios al pequeño productor y ayudar a mejorar las condiciones de vida de muchas familias” (Sánchez, 2010).

Por lo que afirmamos que El Comercio Justo es una alternativa ante la crisis actual y ante la caída generalizada del comercio internacional para los pequeños productores, ya que tienen la oportunidad de comercializar sus productos de una manera equitativa, eliminando a los intermediarios los cuales en la mayoría de los casos son los que se quedan con la mayor parte de las ganancias producto de la comercialización, disminuyendo así los ingresos de los pequeños productores y productoras, es por ello que hemos decidido estudiar este tipo de Comercio porque consideramos que posee una gran cantidad de beneficios para los/as pequeños productores/as de lo que se deriva la necesidad de investigar si estos beneficios están siendo obtenidos directamente por los/as productores/as.

4.1.1. Producción:

4.1.1.1.Tipo de producto que se comercializa:

“La actividad del Comercio Justo se ha centrado fundamentalmente en la comercialización de productos alimentarios, artesanía y objetos de regalo. Sin embargo, con el tiempo se ha ido expandiendo la oferta de productos.

La mayoría de estudios e informes muestran que, aproximadamente el 60% de las ventas anuales de productos de Comercio Justo en el mundo son alimentos, y la mitad de estos, café” (Guía del ABC de comercio justo).

Tal es el caso de la Cooperativa Multisectorial La Esperanza en la que el 100% de sus socios comercializan café a través de Comercio Justo (Ver tabla 1), siendo éste su fin y objetivo por el cual fue legalmente constituida, ya que está conformada por productores y productoras que se dedican a la producción de café convencional y orgánico.

Tabla 1
Tipo de Producto que se Comercializa

Producto	Total (Porcentaje)
<i>Café</i>	100%
Otros (Cacao, mermeladas, miel, hortalizas,)	0%
Total	100%

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

4.1.1.2. Sector Económico al que pertenece:

Según los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a los productores y productoras, el 100% de los mismos consideran que con la producción y exportación del café se contribuye al **Sector Primario**, Para el Ing. Mauricio Ruíz gerente general de CECOCAFEN R.L se aporta a “todos los sectores”

4.1.1.3. Tipo de tecnología que se emplea en la producción:

“Estos artículos se basan en el respeto por la identidad cultural de los productores. Se trata de una producción artesanal o semi-industrial, que sigue las técnicas tradicionales autóctonas” (Guía del ABC de comercio justo). Una de los principales requerimientos para poder entrar al mercado de Comercio Justo es que la producción sea netamente artesanal o semi- industrial según como lo mencionamos anteriormente.

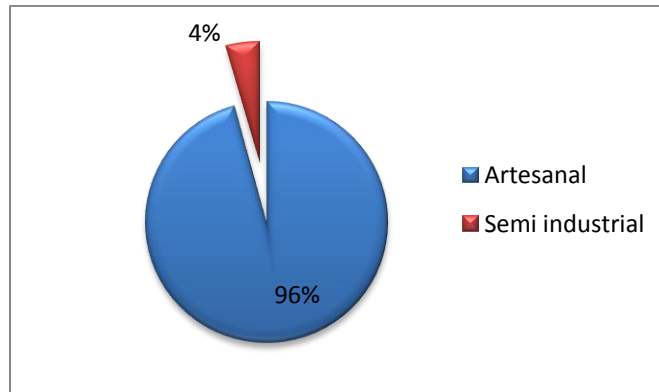


Gráfico 1

Tipo de tecnología utilizada en la producción.

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

En el Gráfico 1 podemos observar que la producción del café se realiza de forma artesanal, lo que permite que los productores puedan competir en el mercado de Comercio Justo. “El café es producido por organizaciones asociadas y pre socias, estos diferentes proveedores tienen a su cargo la parte primaria de la producción siendo una de las características más importantes del cultivo de café, **su realización de manera artesanal y en unión familiar**. Esto hace al café producido por los pequeños productores como un café único.” (CECOCAFEN, 2010)

4.1.1.4. Incremento de los Rendimientos:

Tabla 2

Aumento en la Producción

Antes	1,358 QQ
Después	3,275 QQ
Porcentaje de Aumento	141%

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

Al ser consultado el presidente de la cooperativa sobre la producción total de la misma nos manifiesta que: “Asciende a 4,000 QQ de café pergamino” (Arauz, 2011). Con los datos

proporcionados por los productores en la encuesta encontramos que el 59% de los socios consultados dicen tener un rendimiento de 3,275 QQ lo que significaría que el 41% restante de los socios producen un total de 725 QQ.

4.1.1.5. Impacto de la asistencia técnica:

“Todas las organizaciones vinculadas al "Comercio Justo" contratan a monitores o técnicos. Realizan un trabajo largo y difícil que brinda la posibilidad a los productores de ocuparse ellos mismos de sus proyectos de desarrollo.

Las acciones de formación y de acompañamiento técnico que sacan adelante las cooperativas también desempeñan una función determinante; sobre todo en un momento en que los Estados se desentienden de las políticas de apoyo al desarrollo rural, como se puede comprobar en todos los continentes desde hace unos veinte años”(Mencía, Martínez, & Álvarez, 2010).

“Los socios de la cooperativa reciben asistencia técnica de manera grupal, en forma de capacitaciones” (Arauz, 2011).

En su mayoría los socios de la cooperativa dicen haber recibido asistencia técnica (Ver gráfico 2), lo que ha permitido que los productores mejoren su producción con conocimientos técnicos, mejorando los conocimientos empíricos que ya poseen, como lo mencionaban anteriormente los señores Mencía, Martínez & Álvarez.

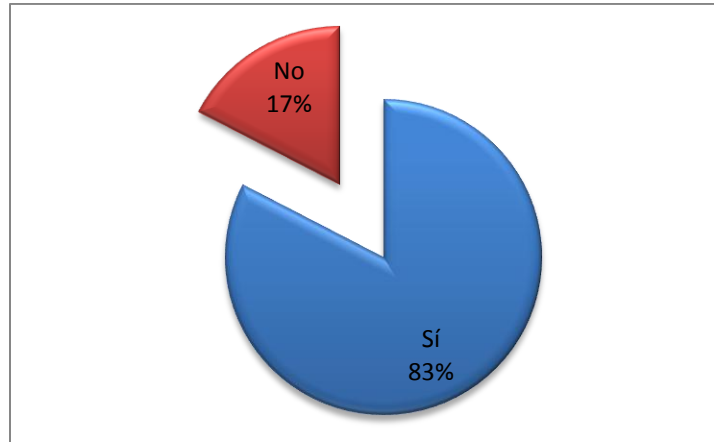


Gráfico 2

Recibe asistencia técnica para su producción

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

El 17% de los productores encuestados manifiestan no recibir asistencia técnica, por lo que deducimos que se debe a que al ser ésta brindada de forma grupal, estos socios no participan.

En el siguiente gráfico podemos observar que en su mayoría los productores dicen recibir la asistencia técnica por parte de CECOCAFEN.

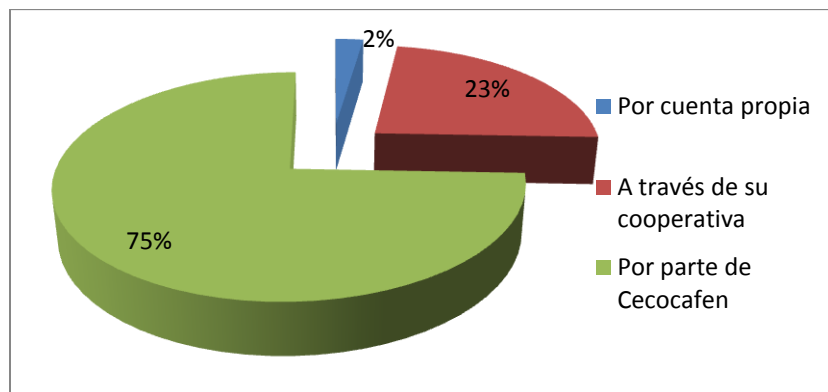


Gráfico 3

Facilitadores de la asistencia técnica

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas).

El Gerente de CECOCAFEN nos manifiesta que: “Por cada cooperativa se asigna un técnico, red de promotores que se están formando” (Ruíz, 2011), por lo que podemos corroborar la respuesta de los/as socios/as así como la del presidente de la Cooperativa.

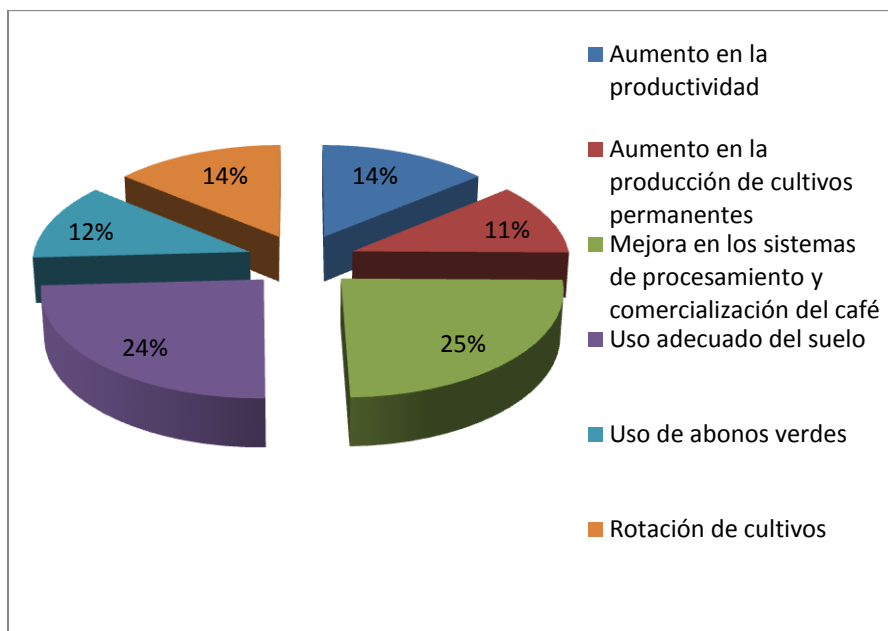


Gráfico 4
Beneficios de la asistencia técnica
(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas).

Los beneficios más significativos que han recibido los productores, fruto de la asistencia técnica son el uso adecuado del suelo y la mejora en los sistemas de procesamiento y comercialización del café, se promueve la utilización de modos de producción que conserven la fertilidad de los suelos. Los caficultores dedican ahora más tiempo (en cantidad y calidad) a cuidar las plantaciones, de este modo conservan la cubierta vegetal y la fertilidad natural del suelo, como producto de la mejoría en conocimientos que han obtenido.

4.1.1.6. Impacto del Financiamiento

“La "prefinanciación de las cosechas" es una peculiaridad original de las cooperativas de "Comercio Justo" que a menudo explica los resultados positivos. Las familias campesinas cuyos ingresos monetarios dependen de una cosecha anual de café o cacao sufren desde siempre la fluctuación estacional de su tesorería. Cuando falta poco para la nueva cosecha, ya no tienen suficiente dinero para hacer frente a los gastos de la vida cotidiana y a la financiación de la próxima cosecha. Entonces, o bien los pequeños productores empeñan la producción a un precio irrisorio, o bien piden dinero prestado a un usurero. Cuando la cooperativa es capaz de conceder créditos (de hecho, se trata de un simple anticipo sobre la cosecha que está a punto de recogerse) la economía de la familia se transforma totalmente: la dependencia y el endeudamiento quedan sustituidos por un ciclo virtuoso de capitalización” (Mencía, Martínez, & Álvarez, 2010).

Es de gran importancia que las cooperativas logren establecer sistemas de créditos que sean utilizados en inversiones para equipos necesarios para la producción o el procesamiento del café, para el mantenimiento de las plantaciones de café, lo que permite que haya un mejoramiento en la calidad del café, con los créditos adquieren muchas veces despulpadora o unidades de fermentación, que no haber sido de esta manera los productores jamás habrían podido adquirir.

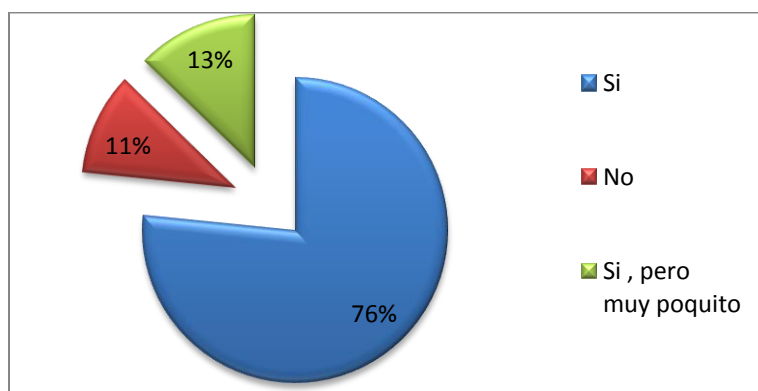


Gráfico 5

Recibe financiamiento

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

El Sr. Fermín Aráuz al ser consultado si el formar parte Comercio Justo les ha facilitado el acceso al financiamiento nos manifiesta que: “Si se ha facilitado el acceso a financiamiento a partir del aumento en los rendimientos y en la productividad, así como al comportamiento personal de cada socio” lo cual es afirmado por la mayoría de los socios (76%) ya que consideran que reciben mayor financiamiento desde que entraron al mercado de comercio justo.

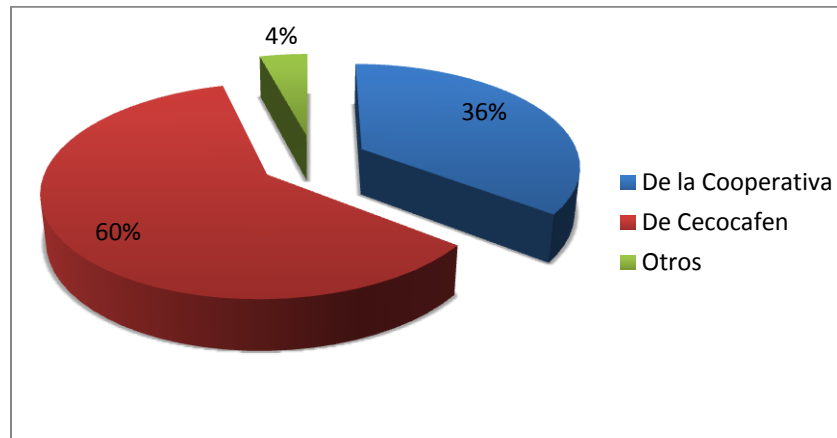


Gráfico 6
Facilitadores del financiamiento
(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

La mayoría de los socios dicen recibir financiamiento por parte de CECOCAFEN y de su cooperativa (Gráfico 6), lo que significa que los productores no caen en manos de usureros que con altas tasas de intereses se apropian de la mayor parte de los ingresos de los pequeños productores, de igual manera el riesgo de quedar endeudado es menor, ya que la cooperativa tiene mayores posibilidades de deducir el préstamo al valor de la cosecha que un banco o una financiera. Para el Ing. Ruíz, CECOCAFEN aporta a la capitalización y el financiamiento de la Cooperativas a través de Créditos Oportunos, Obtención de fondos para renovar el café y apoyo a las organizaciones para acceder a las fuentes de financiamiento.

4.1.1.7. Impacto sobre el empleo/retención migración

La mayoría de los socios consideran que al haber trabajado en las cosechas de café los pobladores de la zona han emigrado menos hacia la ciudad y el exterior del país.

El presidente de la cooperativa considera que “Si se ha logrado bajar los niveles de emigración” asimismo que “La producción de café además de evitar la emigración contribuye al mejoramiento del medio ambiente y el beneficio social de los socios.”

Aunque para los socios y el presidente de la cooperativa se ha logrado retener la emigración existen todavía pobladores que están fuera de la comunidad por diferentes motivos los cuales presentamos a continuación:

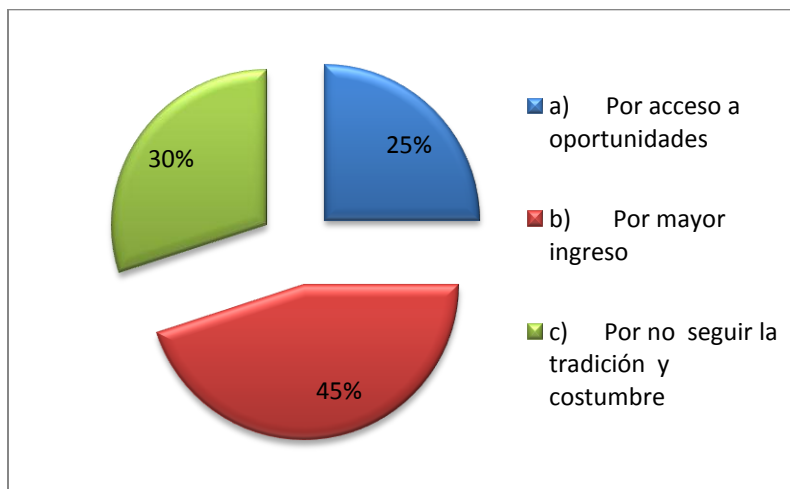


Gráfico 7
Motivos de la Migración

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

Podemos observar que los familiares de los productores han emigrado en su mayoría en búsqueda de mayores ingresos, pero existe también un porcentaje representativo que han emigrado por no seguir la tradición y costumbre de sus ancestros, lo cual de seguir así provocaría en un futuro la falta de mano de obra para hacer producir la tierra.

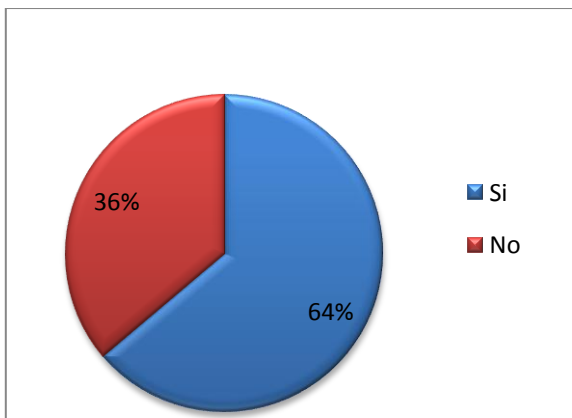
4.1.1.8. Valor Agregado

“La mayoría de las cooperativas de "Comercio Justo" quieren diversificar los ingresos de los productores, especialmente transformando in situ la producción, lo que aporta un indiscutible valor añadido.”

La producción cuenta con valor agregado desde el momento en que “Se da el manejo de calidad en fincas, se hace un buen corte y beneficiado húmedo, el productor lo beneficia, realiza el despulpado, el lavado y escogido en tiempo y forma” (Aráuz, 2011). De igual manera una gran parte de los socios consideran que su producción cuenta con valor agregado (Ver gráfico 8) debido a que ellos mismos procesan su producto eliminando de esta manera a los procesadores (Ver tabla 3), lo que se traduce en que al no tener que pagarle a un tercero los ingresos sean obtenidos en su totalidad por el pequeño productor/a.

Tabla 3

Tipo de valor agregado



Valor Agregado	
El productor procesa su propio producto (Elimina al procesador)	100%
Productos con nuevas variedades que rinden productos de cosecha uniforme (Reduce costos de clasificación)	0%
Total	100%

Gráfico 8
Valor agregado

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

4.1.2. Mecanismos de Certificación

“La certificación de comercio justo es exigente, tan difícil de tener y de mantener que da prestigio: muestra la seriedad de una organización y la profundidad de sus compromisos sociales y ambientales, lo que ayuda a gestionar por otros lados beneficios para los productores y en la promoción de mercado” (Fandiño, 2010).

Para obtener la certificación, las asociaciones de productores, deben cumplir con ciertos requisitos, deben funcionar de manera democrática. También hay reglas sobre la forma en que se debe administrar el premio de Comercio Justo y existen requisitos específicos para algunos productos, dirigidos a proteger el medio ambiente.

Existen diferentes organismos certificadores, por lo que consultamos a los/as socios/as cual de esos organismos es el que certifica el café que ellos producen, el resultado lo mostramos a continuación:

4.1.2.1. Organismo Certificador

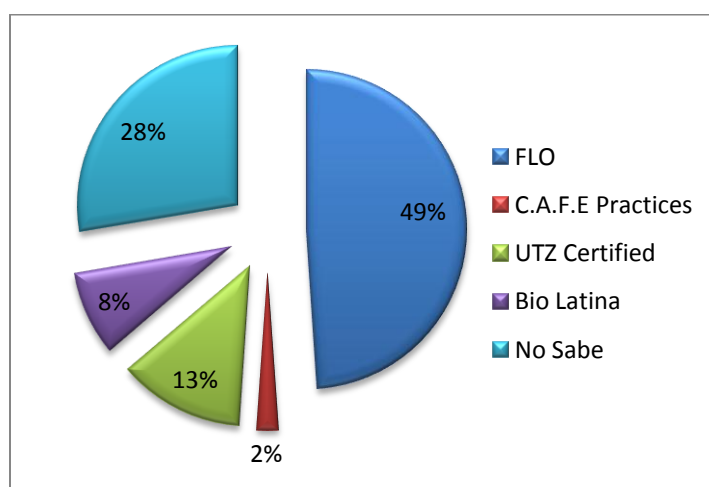


Gráfico 9

Organismo Certificador

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

La mayor parte de los encuestados (49%) dicen tener certificada su producción bajo el sello FLO, sin embargo existe un porcentaje representativo de productores que manifiestan no tener conocimiento de que organismo es el que certifica su café. (28%)

4.1.2.2. Estándares de comercio Justo

Existen diez estándares que todas las organizaciones de comercio justo deben cumplir en su rutina de trabajo diario y definir un sistema de monitoreo constante que asegure el cumplimiento de los mismos. “Los criterios de comercio justo Fairtrade no deben ser solo un conjunto de normas, sino un conjunto de herramientas que permitan el desarrollo y el empoderamiento de los trabajadores y los productores” (Sánchez, 2010).

Un significativo 51% de los productores manifiestan no conocer los estándares de comercio justo, lo cual es una situación preocupante ya que si no los conocen tampoco los cumplen y esto puede ocasionar distorsiones en los requisitos para seguir formando parte del sello de Comercio Justo.

Existe un 49% que dice si conocer los estándares y al ser consultados cuales eran nos manifiestan que, la protección del medio ambiente, un pago justo a los trabajadores, debe existir equidad de género y se debe evitar completamente el trabajo infantil. (Ver gráfico 10)

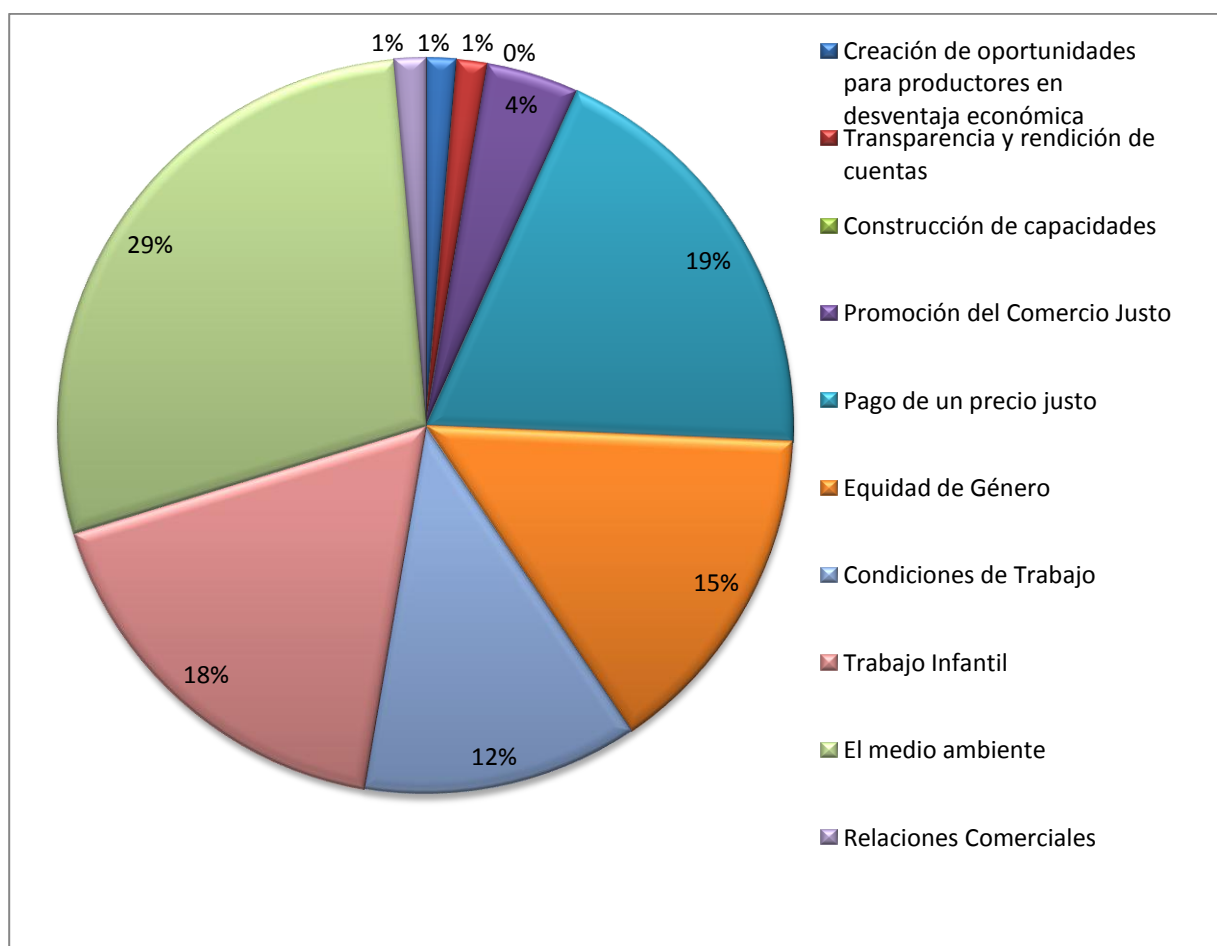


Gráfico 10

Estándares de comercio justo

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas.)

Para el gerente de la Comercializadora los estándares “son criterios democráticos, compromisos con el medio ambiente y la niñez” (Ruíz, 2011).

4.1.2.3. Principios de Comercio Justo

Diversas Organizaciones de Comercio Justo han definido los principios que mueven su actuación, pero la Organización Mundial de Comercio Justo (la cual es considerada la más importante) ha definido diez principios que las instituciones certificadas deben cumplir en su trabajo diario si quieren formar parte de este tipo de comercio.

Al ser consultados los/as productores/as si conocen éstos principios al igual que los estándares un 57% también manifiesta no conocerlos (Ver gráfico 11) lo que igualmente conduciría a serios problemas para seguir con la certificación de Comercio Justo.

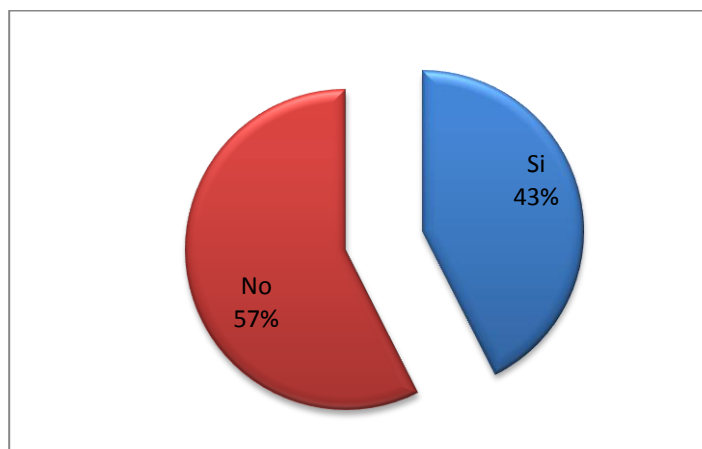


Gráfico 11
Principios de comercio justo.

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas.)

De igual manera a los socios/as que nos manifestaron si conocer los principios les consultamos cuales eran encontrándonos con que los más conocidos son la construcción de capacidades para que los productores logren desarrollar su independencia, crear oportunidades para que los productores en desventaja logren poco a poco salir de la pobreza, pago de un precio justo, promoción del Comercio Justo y equidad de género.

El presidente de la cooperativa manifiesta que los principios de comercio justo son: “Café de pequeños productores, que sean socios activos de la cooperativa, realización de prácticas amigables con el medio ambiente y el no trabajo infantil”(Arauz, 2011).

4.1.3. Comercialización

“La Comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor” (Tu mercadeo.com, 2009).

La Comercialización del café producido por los/as Productores/as de la cooperativa La Esperanza es realizada a través de CECOCAFEN y dirigida a diferentes mercados internacionales.

4.1.3.1. Mercado de Colocación del producto

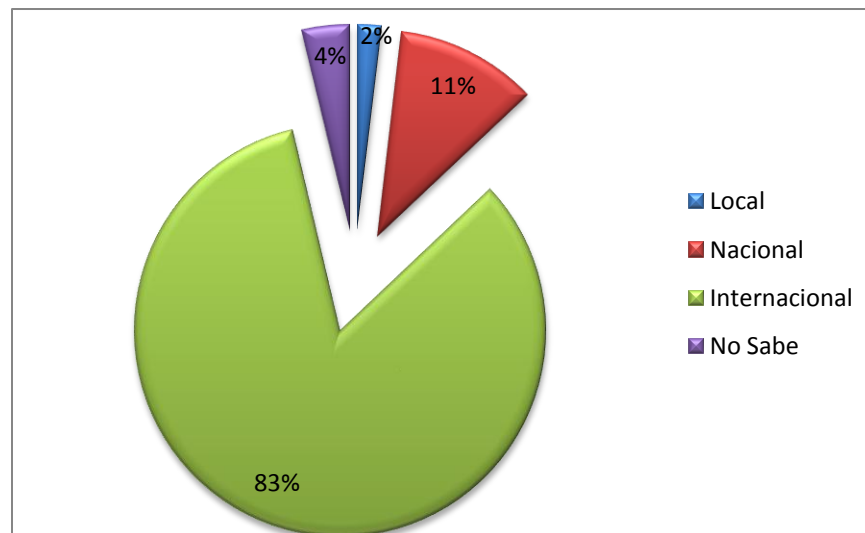


Gráfico 12

Mercado de colocación del producto.

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

Los/as socios/as manifiestan en su mayoría (83%) que el café es colocado en el mercado internacional, también existe un grupo substancial de productores (13%) que dicen vender el café a compradores cerca de su comunidad o en la ciudad debido a que a veces la cooperativa no posee los fondos suficientes para adquirir toda la producción, lo cual nos indica que los esfuerzos que realiza la comercializadora en asistencia técnica y financiamiento son aprovechados por otras comercializadoras o intermediarios y que no todo el café se comercializa a través del mercado de Comercio Justo.

El gerente de CECOCAFEN dice que el café es colocado en “(el mercado) internacional, Estados Unidos y Europa”, lo cual coincide con la respuesta del presidente de la cooperativa.

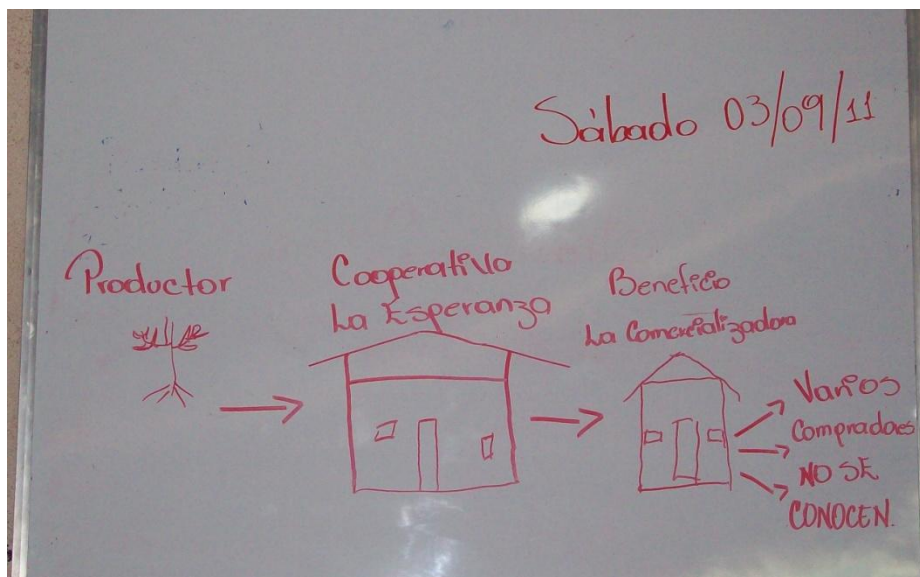
4.1.3.2. Canales de Comercialización

Un alto índice de productores/as (89%) revelan que sí conocen el procedimiento que sigue la comercializadora para hacer llegar su café hasta el consumidor final, manifiestan que ellos lo entregan al centro de acopio de la cooperativa el cual se encarga de hacerlo llegar a CECOCAFEN (Beneficio Solcafé) para luego ser comercializado.

En grupo focal, al cual asistieron 15 socios/as, pedimos la colaboración de los/as mismo/as para realizar un esquema en el que manifestaran como se daba la comercialización de su producto, obteniendo como resultado el siguiente:

Foto 1

Canales de Comercialización



(Fotografía tomada por las autoras)

Los/as socios/as manifiestan que ellos entregan el café al Centro de Acopio de la Cooperativa y que ésta lo traslada al beneficio, propiedad de CECOCAFEN pero que después lo venden a diferentes compradores en diferentes países y que no conocen la

cantidad exacta de café que se comercializa a través de Comercio Justo porque no es toda la producción la que se destina al mercado de Comercio Justo. El presidente de la cooperativa manifiesta al igual que los productores, que éstos entregan el café en el centro de acopio de la cooperativa, ellos se encargan de llevarlo al beneficio de CECOCAFEN, el cual lo comercializa en diferentes nichos de mercado (Arauz, 2011). Para el gerente de CECOCAFEN los canales de comercialización se definen de la siguiente manera: “Entrega directa a los compradores, en algunos casos el comprador firma contrato directo con la institución” (Ruíz, 2011).

4.1.3.4. Técnicas utilizadas para facilitar la venta de los productos:

“Entre otras cosas la comercialización incluye actividades como: Tele marketing, Email Marketing, ventas, técnicas de ventas, publicidad, merchandising, marketing, mercadeo, ferias, exposiciones etc.”(Tu mercadeo.com, 2009).

Los/as productores/as en su mayoría (72%), al ser consultados dicen desconocer las técnicas que CECOCAFEN utiliza para colocar su producto en el mercado de Comercio Justo. Al segmento de los/as productores/as que manifiestan si conocen las técnicas que utiliza la comercializadora para facilitar la venta del café a través de Comercio Justo en su mayoría dicen ser a través del sitio web oficial de CECOCAFEN y a través de relaciones públicas y relaciones con la comunidad. Para el presidente de la cooperativa la técnica utilizada para la venta del café es “a través de contactos ya establecidos en ciclos anteriores” (Arauz, 2011).

Tabla 4

Técnicas de Comercialización

Técnica	Porcentaje
Relaciones con la comunidad	11%
<i>Sitio Web</i>	<i>42%</i>
Relaciones públicas	37%
Mercadeo por correo electrónico	5%
Publicidad en radios	5%
Total	100%

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

4.1.4. Políticas Económicas

4.1.4.1. Políticas Económicas que impulsan el comercio justo

Consideramos que es de suma importancia que el gobierno apoye este tipo de iniciativas a través de medidas que impulsen el desarrollo de las mismas por lo que le consultamos a los/as productores/as si consideran que existan políticas económicas por medio de las cuales el gobierno impulse el comercio justo, obteniendo como resultado una respuesta negativa de la mayor parte de los encuestados (53%). (Ver gráfico 13)

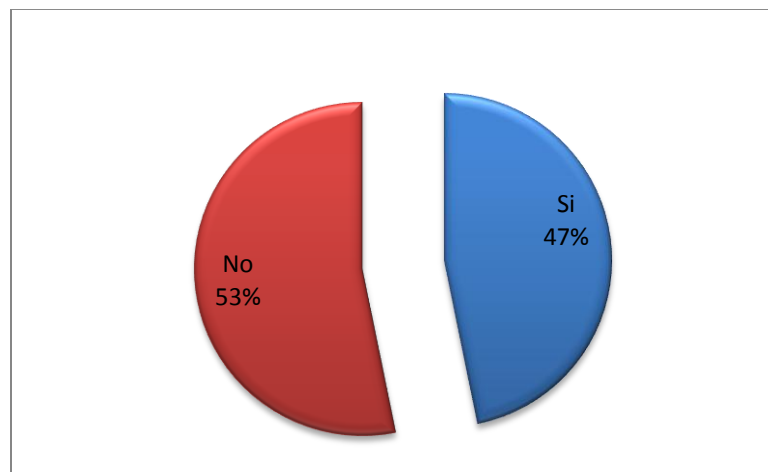


Gráfico 13

Políticas Económicas

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

El presidente de la cooperativa opina que “No existen políticas económicas que promuevan el comercio justo en nuestro país” (Arauz, 2011). En cambio para el gerente de la comercializadora si existe apoyo por parte del gobierno porque “(el gobierno) apoya la comercialización con Venezuela y apoya al movimiento cooperativo”(Ruíz, 2011).

4.1.5. Origen de otros Ingresos

En su gran mayoría los/as socios/as de la Cooperativa Multisectorial “La Esperanza”, realizan otros tipos de actividades económicas a parte de la producción y comercialización del café, para suplir sus necesidades, por lo que quisimos constatar cuales eran estas actividades por lo que relatamos el resultado a continuación:

4.1.5.1.Turismo

Al ser practicada la guía de observación, no encontramos turistas en las zonas aledañas a la comunidad, por lo que deducimos que el turismo no es una fuente de ingresos para los/as productores.

4.1.5.2.Diversificación de Cultivos

Al realizar la guía de observación, encontramos que en todas las fincas de los productores existe una gran diversidad de cultivos, pero un 40% de los/as productores/as cosechan productos alimenticios con el único fin de asegurar la alimentación familiar. En su mayoría en esta zona lo que más se siembra o produce con el fin de ser comercializado son los frijoles, hortalizas, maíz y en menor grado el ganado. (Ver gráfico 15) Para el consumo familiar se cosecha en mayor cantidad frijoles, maíz (ver foto 2), malanga (ver foto 3) y árboles frutales los cuales se utilizan como sombra en los cafetales pero que a su vez contribuyen a la nutrición de los/as productores/as y sus familias. También se cosechan pero en menor medida ayotes (ver foto 4), pipianes, yuca (ver foto 5) y arroz (ver foto 6)

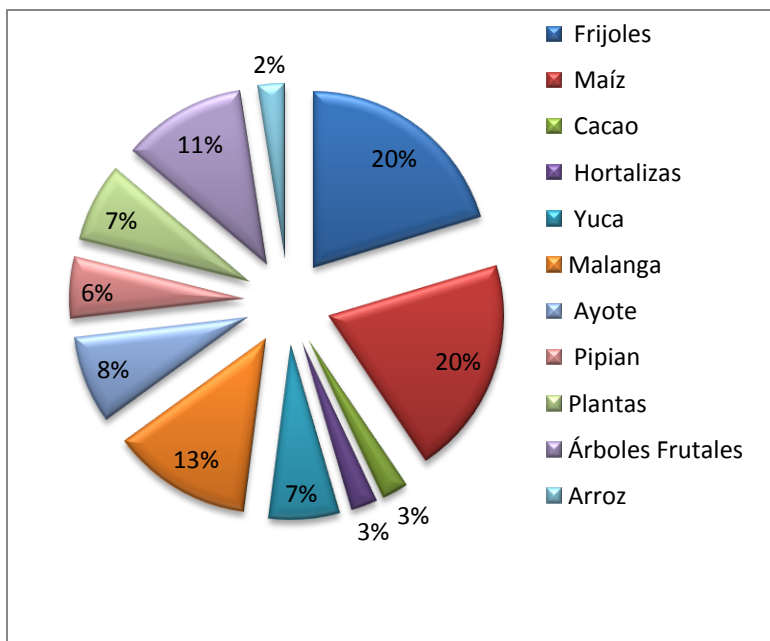


Gráfico 14

Diversificación de Cultivos

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

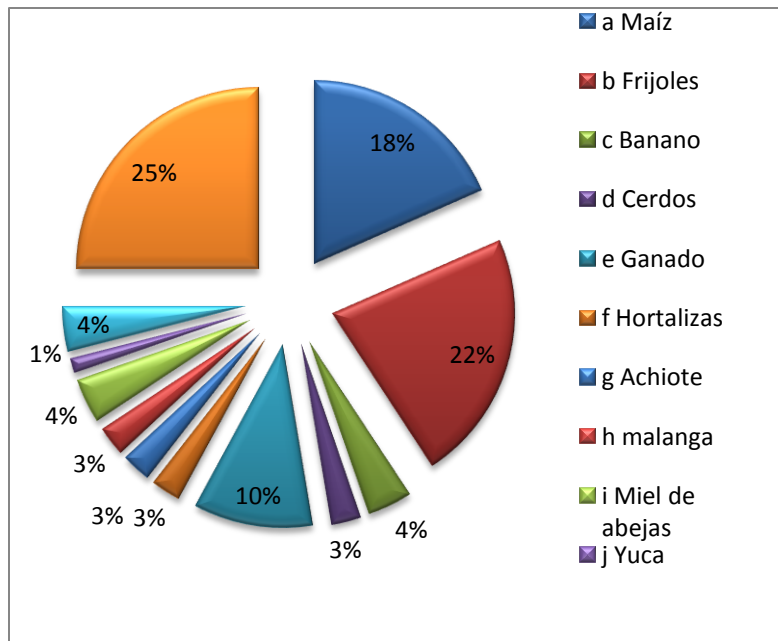


Gráfico 15

Otros productos que se comercializan

Foto 2

Maíz



(Fotografía tomada por las autoras)

El maíz es cosechado por el 53% de los/as encuestados pero solo un 30% lo comercializa.

Foto 3

Malanga



(Fotografía tomada por las autoras)

La malanga es producida por el 34% de los/as encuestados pero solo un 4% lo comercializa.

Foto 4

Ayote



(Fotografía tomada por las autoras)

El ayote es producido por el 21% de los/as encuestados y es utilizado en su totalidad para el consumo familiar.

Foto 5

Yuca



(Fotografía tomada por las autoras)

La yuca es producida por el 17% de los/as encuestados y solo el 2% lo comercializa.

Foto 6

Arroz



Foto realizada a partir de lo Observado

El arroz es producido únicamente por el 6% de los/as de los cuales el mismo 6% lo comercializa.

4.1.6. Triangulación de la información Comercio Justo

Variable	Sub variable	Indicadores	Encuesta	Entrevista Cooperativa	Entrevista Comercializadora	Grupo Focal	Guía de Observación
Comercio Justo	Producción	Tipo de producto que se comercializa	Ver tabla 1	-	-	Café	-
		Tecnología empleada	Ver gráfico 1	-	-	-	-
		Incremento de los rendimientos	Ver tabla 2	Ha habido incrementos gracias a la inversión en las plantaciones, producción y calidad de café	Sí ha habido incrementos porque se comenzó con poca producción y ha ido aumentando	-	-
		Impacto de la asistencia técnica	Ver gráficos 2, 3 y 4	Los socios de la cooperativa reciben asistencia técnica de manera grupal, en forma de capacitaciones	Por cada cooperativa se asigna un técnico, red de promotores que se están formando	-	-
		Impacto del acceso a financiamiento	Ver gráficos 5 y 6	Se ha facilitado el acceso a financiamiento a partir del aumento en los rendimientos y en la productividad, así como al comportamiento personal de cada socio	Cecocafen aporta a la capitalización y el financiamiento de la Cooperativas a través de Créditos Oportunos, Obtención de fondos para renovar el café y apoyo a las organizaciones para acceder a las fuentes de financiamiento.	-	-

	Mecanismos de Certificación	Organismos Certificadores	Ver gráfico 10	FLO, OSIA orgánico, UTZ	FLO Cert, UTZ	-	-
		Principios	Ver gráficos 13 y 14	Café de pequeños productores, que sean socios activos de la coop., Realización de prácticas amigables con el M.A., no trabajo infantil.	-	-	-
	Comercialización	Mercado de Colocación del producto	Ver gráfico 15	Internacional	Internacional: EE.UU. Europa	-	-
		Canales de Comercialización	Ver gráfico 16	Los productores entregan el café en el centro de acopio de la cooperativa, ellos se encargan de llevarlo al beneficio de Cecocafen, el cual lo comercializa en diferentes nichos de mercado	Entrega directa a los compradores, en algunos casos el comprador firma contrato directo con la institución	Ver foto 1	-
Origen de otros ingresos	Diversificación de cultivos	Ver gráfico 21	-	-	Ver gráfico 20, fotos 2, 3, 4, 5 y 6	-	

4.2. Cooperativismo

“Las cooperativas son formas de acción colectiva, son por tanto coaliciones de mujeres y hombres para transformar sus condiciones reales de existencia, parten de las intenciones, las creencias y los deseos; de tal manera que a partir de sus intereses redefinen y recrean tanto sus problemas como su realidad” (Rojas Meza, 2009).

El Cooperativismo es una doctrina socio-económica que promueve la organización de las personas para satisfacer sus necesidades económicas, sociales, culturales y espirituales comunes. Las cooperativas funcionan sin fines de lucro. En las cooperativas no se otorgan favores especiales o privilegios a funcionarios y directivos, la autoridad suprema está en el socio.

4.2.1. Participación

Una de las principales características de las cooperativas es que son democráticas, todas las personas que las conforman tienen iguales derechos, de igual manera la participación es equitativa para todos, todos los socios participan en la toma de decisiones sin importar el dinero que tenga invertido en la cooperativa, todos poseen el mismo derecho en la asamblea, un socio es un voto.

4.2.1.1. Asistencia en la asamblea

Los socios forman Asamblea General cuando han sido citados para ejercer las funciones que los Estatutos señalan. Podemos decir que la asamblea es la máxima autoridad de la Cooperativa, de ella dependen los demás consejos y comités cooperativos.

Los/as socios/as que asistieron al grupo focal manifestaron que las asambleas se realizan cada 6 meses y que asiste más o menos un 70% del total de los/as socios/as, asumen que la inasistencia se debe al trabajo en las fincas porque muchos de ellos prefieren quedarse realizando sus labores en sus tierras. Lo que para el presidente representa un incumplimiento en los estatutos, los cuales considera se cumplen solo en un 75% ya que los socios no se someten a las normas establecidas y ejemplo de ello es la inasistencia en las asambleas.

De acuerdo a la Ley Cooperativa, con la presencia de la mitad más uno de los socios hábiles, la Asamblea puede debatir y tomar decisiones válidas, de igual manera las decisiones que se tomen en la asamblea deben ser cumplidas por todos los socios, ya que son obligatorias para todos hayan asistido o no a la asamblea, es por eso que consideramos de suma importancia que todos los socios participen en las asambleas para que nadie decida por ellos.

4.2.1.2. Funcionamiento de los Comités Cooperativos

En toda cooperativa se designa un Comité de Crédito para considerar las solicitudes de crédito de acuerdo a las normas o estatutos establecidos. El comité rinde informes mensuales al Consejo de administración sobre todas las solicitudes de los socios/as o a veces de particulares y la decisión que acordaron sobre cada una.

También es obligatorio que en toda cooperativa haya un comité de educación y promoción del cooperativismo, éste tiene la responsabilidad de desarrollar un programa de educación cooperativa para todos los integrantes de la misma. Debe existir una formación que contemple todos los aspectos necesarios para el desarrollo y fortalecimiento de la Cooperativa.

Al consultarle a los/as Socios/as cuáles son los comités cooperativos y cómo valoran su funcionamiento ellos manifiestan que existen dos: El Comité de Educación y Promoción del Cooperativismo y el Comité de Crédito, el primero se encarga de brindar capacitaciones y de la gestión y ejecución de los proyectos de becas, el segundo es el encargado de revisar y aprobar los créditos a los socios y velar por los recursos financieros. Consideran que ambos tienen un nivel de cumplimiento de sus funciones en un 85% y también manifiestan que al igual que los demás órganos de la cooperativa se eligen cada 3 años.

4.2.1.3.Participación en la toma de decisiones

Podemos decir que una de las principales características de las cooperativas es que son democráticas, la toma de decisiones se da de forma colectiva por todos los asociados a través de la participación y el protagonismo de cada uno en cuanto a gestiones cooperativas se refiere.

Al ser consultado el presidente de la cooperativa a cerca de quienes toman las decisiones en la cooperativa nos manifiesta que: “El Consejo de administración con la aprobación de toda la asamblea”(Arauz, 2011). Sin embargo los/as asistentes al grupo focal consideran que no se consulta a todos/as los/as socios/as para la toma de decisiones. Los proyectos son aprobados solo por el consejo ampliado. Los socios solo deciden cuando se trata de Compra y venta de bienes, distribución de premio de comercio Justo y aporte social.

4.2.1.4.Brindan información a los/as socios de la cooperativa

Toda información que se brinda a los/as socios/as en la cooperativas se debe hacer de manera formal en las asambleas, a las cuales los/as socios/as han sido convocados y de no asistir y no recibir la información queda bajo la responsabilidad de los mismos.

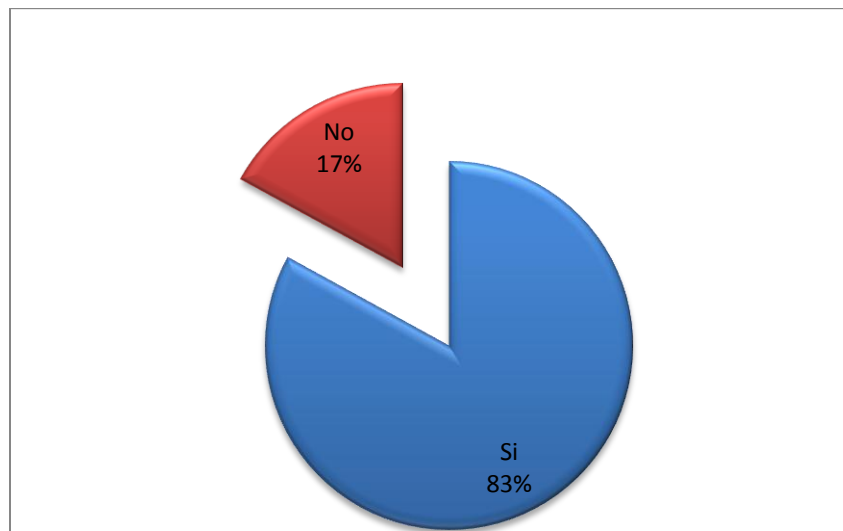


Gráfico 16

Recibe información por parte de la cooperativa.

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

Al ser consultados los socios acerca de que si ellos consideran que los encargados de la dirección de la cooperativa les brindan información, en su mayoría dicen si recibir información (Ver gráfico 16) De igual manera en grupo focal les hicimos la misma pregunta a los que de manera grupal respondieron que la cooperativa si brinda información a sus asociados/as y lo hacen en las asambleas. El presidente de la cooperativa también manifiesta que “Sí, se brinda la información en asambleas: Información financiera y de ejecución de proyectos” (Arauz, 2011), por lo que a los/as socios/as le consultamos que tipo de información recibían por parte de la cooperativa, obteniendo como resultado lo siguiente:

Tabla 5

Tipo de Información que reciben por parte de la cooperativa

Contable	39
Organizacional	36

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

Por lo que podemos constatar que los/as socios reciben información de tipo de organizacional y contable por parte de la cooperativa, por lo que asumimos que la respuesta obtenida por un grupo mínimo (17%) sea debido a que no asistan a las asambleas en donde se brinda debidamente la información.

La información que dicen los/as socio/as reciben de tipo contable es sobre las ventas, los incentivos y el financiamiento (Ver gráfico 17)

La información de tipo organizacional es sobre los cargos, funciones, toma de decisiones y control interno de la cooperativa. (Ver Gráfico 18).

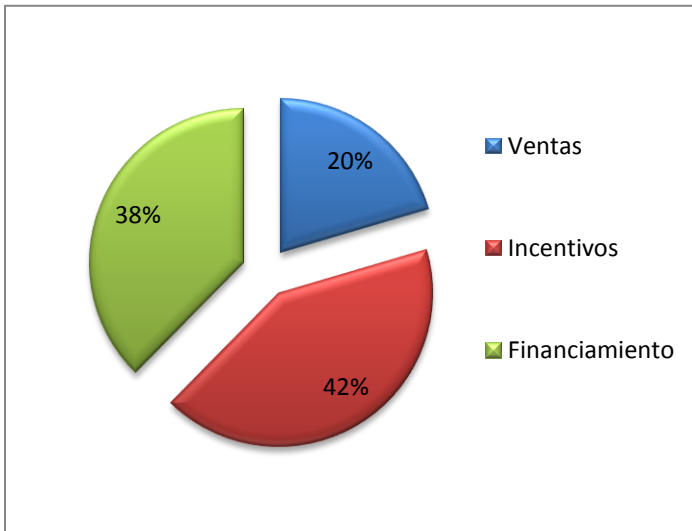


Gráfico 17

Tipo de información contable

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

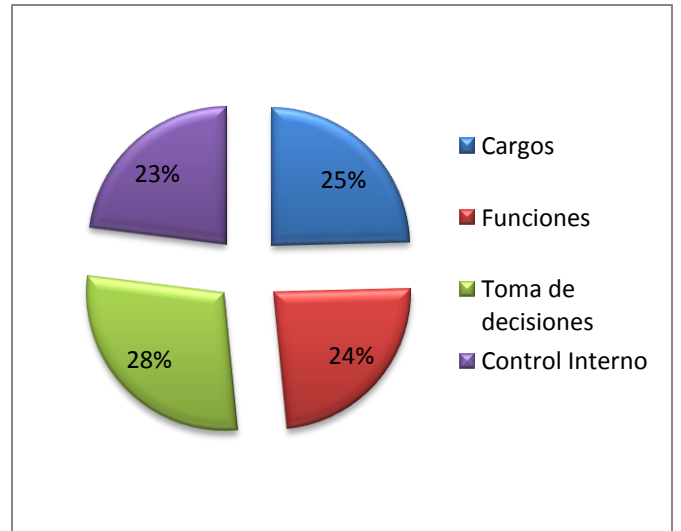


Gráfico 18

Tipo de información organizacional

4.2.2. Distribución económica por excedente

4.2.2.1. Ingresos

La mayor parte de los socios de la cooperativa perciben sus ingresos a través de la cosecha de café (48%), aunque existe un porcentaje significativo que perciben también ingresos a través de la cosecha de granos básicos y otras actividades, las cuales describiremos en el gráfico 19.

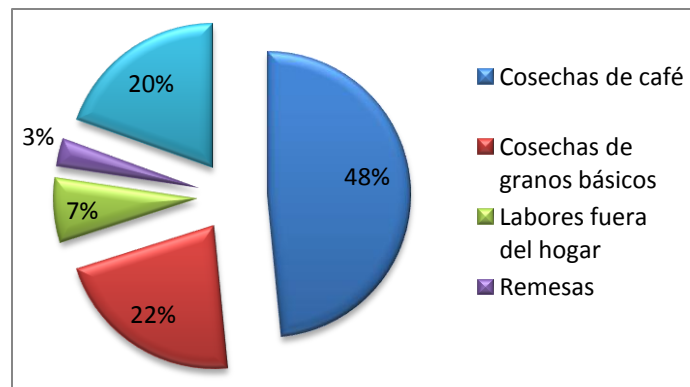


Gráfico 19

Origen de los Ingresos

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

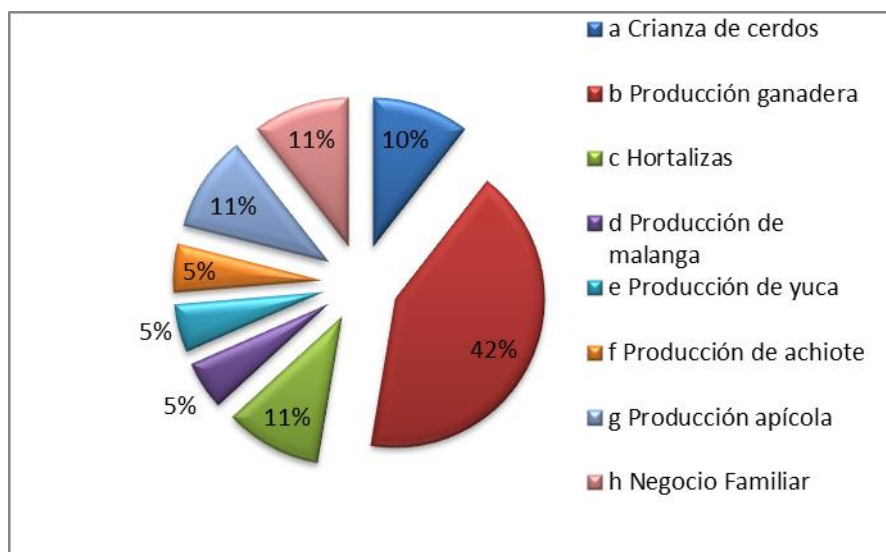


Gráfico 20

Origen de Otros Ingresos

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

En el gráfico 20 podemos observar que los socios que perciben otro tipo de ingresos son por producción ganadera, crianza de cerdos. Negocios familiares, producción apícola y de hortalizas.

4.2.2.2. Incentivos/Premio

“Con el fin de alcanzar el reconocimiento como promotor y comercializador del comercio Justo en Nicaragua, la mayoría de las empresas cooperativas vinculadas a productos de agro exportaciones, han emprendido desde el año 2000 un proceso de trabajo y de gestión de membrecía ante el FLO, sometiéndose periódicamente a proceso de inspección para llenar los requisitos necesarios para la certificación de las operaciones, principalmente en café y ajonjolí, lo que trae consigo ciertos beneficios o premios hacia los productos incluidos dentro de los programas.

En lo que respecta a la certificación de productos orgánicos, también ya existe un proceso de desarrollo debidamente organizado, los que se ven atendidos cada año, a inspecciones anuales, junto a los periodos de inspección de las plantas de procesamiento.” (Centro Cooperativo Sueco, 2008)

Producto de la Comercialización del café en el mercado de Comercio Justo, CECOCAFEN R.L. anualmente entrega los premios de Comercio Justo, los cuales se basan en la calidad del café entregado por cada productor en la cooperativa.

Al ser consultado el presidente de la Cooperativa sobre la manera de determinar los estándares de calidad de café y que quiénes lo hacen expresó que: “Existe una tabla de clasificaciones para medir el porcentaje de imperfección:

1%– 15% café de primera,

16% - 20% café segunda,

21% en adelante se considera broza.

La realizan los acopiadores en la cooperativa y en el Beneficio cuando se entrega el café”(Arauz, 2011).

De igual forma, el Sr. Arauz nos manifestó que producto de la comercialización del café los/as socios/as reciben un incentivo el cual es de tipo monetario (U\$) y que para que los socios logren el premio, el café entregado debe cumplir con los estándares de calidad de café de primera. También realizamos la misma consulta a los/as productores/as de los cuales obtuvimos como resultado lo siguiente:

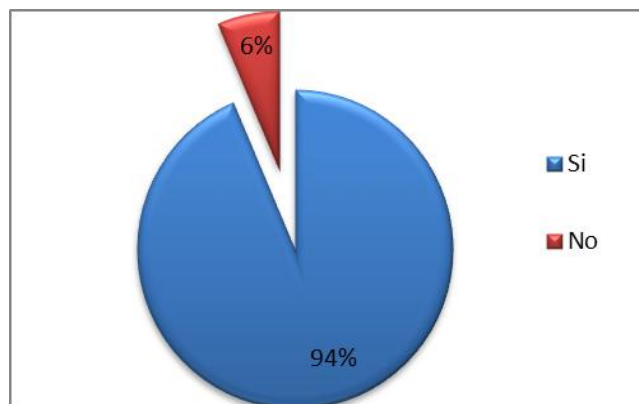


Gráfico 21

Incentivo/Premio

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

Podemos observar que existe una inmensa mayoría de 94% los cuales asumen que sí han recibido el incentivo del que hablábamos anteriormente y un menor porcentaje (6%) que expresa que no ha recibido el premio, lo que creemos se pueda atribuir a que al momento de la entrega del café, éste no cumpla con los estándares de calidad requeridos para ser considerado café de primera, de igual forma el 100% de los/as socios/as que afirmaron recibir incentivos, manifiestan que es de forma monetaria en dólares (U\$).

4.2.3. Valores

4.2.3.1. Igualdad

La igualdad dentro del movimiento cooperativo hace énfasis en que todos los miembros de la cooperativa tienen los mismos derechos y deberes.

En grupo focal y de forma consensuada los/as socios/as manifiestan que no existe igualdad en los proyectos por parte de la Comercializadora, no existe igualdad en financiamiento por parte de la cooperativa debido a que no todos los socios poseen la misma capacidad de pago pero sí existe igualdad en precios (en el momento en que se entrega el café en la cooperativa), premios y excedentes.

4.2.3.2. Ayuda mutua

La ayuda mutua encierra un Conjunto de palabras que entre los cooperativistas expresa un significado de mucho contenido, exponiendo en sí mismo conceptos y principios tales como: solidaridad, fraternidad, participación, democracia, autogestión, educación, trabajo, desarrollo, organización, unidad, comunidad y lucha.

Los miembros de la cooperativa manifestaron en el grupo focal, que en su organización existe la ayuda mutua y consideran que ponen en práctica este valor, cuando se aportan ideas entre ellos mismos, de igual manera cuando alguien está fallando a la sociedad o a su familia y se dan los llamados de atención por parte de los demás socios o como popularmente ellos manifiestan “Cuando la estamos encabando y los otros nos regañan”.

4.2.4. Principios

Los principios cooperativos son pautas mediante las cuales las cooperativas ponen en práctica sus valores.

4.2.4.1. Libre Ingreso y Retiro Voluntario (Voluntariedad)

Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas capaces de utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socio, sin discriminación social, política, religiosa, radical o de sexo. Es decir libre voluntad de las personas para incorporarse en la cooperativa, así como también su retiro de la misma.

Todos los socios reunidos en grupo focal están de acuerdo con que puede cualquier persona ser socio de la cooperativa siempre y cuando cumplan con los siguientes requisitos: Contribuir con el aporte social, ser dueño de una parcela y también consideran que pueden retirarse cuando lo deseen siempre y cuando no tenga deudas con la cooperativa.

4.2.4.2. Respeto y defensa de su autonomía

Existe autonomía cuando una persona posee la capacidad de tomar sus propias decisiones sin dejarse llevar por lo que opinen los demás.

Los/as socios/as expresan que se consideran autónomos en la toma de decisiones y que cuando sienten que no existe autonomía, levantan su voz y hacen saber sus reclamos.

4.2.4.3. Educación Cooperativa

“La Educación Cooperativa consiste básicamente en la adquisición del hábito, de la pericia y la pertinencia de pensar, ver, juzgar, actuar, proyectar y evaluar de acuerdo y conforme con los principios cooperativos y su marco axiológico” (Bertossi, 2007).

Los/as socio/as señalan que la mayoría de ellos no han recibido las 40 horas de Cooperativismo que exige la ley, lo que provoca que al no conocer sus derechos como socios no tengan armas para hacerlos valer.

4.2.4.4.Fomento de la cooperativa entre cooperativas

La cooperativa como toda organización posee relaciones sociales y económicas con otros organismos.

Los/as socios/as consideran que fomentan su cooperativa a través de los delegados ante CECOCAFEN, Dan a conocer el trabajo que realiza la cooperativa y su función social, de igual manera a través de la concientización a las personas de la Comunidad sobre la importancia de estar organizados.

4.2.4.5.Igualdad en derecho y oportunidad para socios de ambos sexos

El modelo cooperativo fomenta la igualdad en derecho y oportunidades en todos los ámbitos de la vida y en todos los quehaceres del ser humano.

Los/as socios/as expresan que tienen los mismos derechos tanto los socios como las socias ya que los consejos están conformados de la siguiente manera: Consejo de Admón.: 2 mujeres, 3 varones. Consejo de jóvenes: 3 mujeres, 2 varones. Promotores: 5 mujeres, 5 varones. De igual manera consideran que Existe igualdad de oportunidad en formar parte de los cargos, Igualdad de oportunidad en ser promotores de la Cooperativa, en ser becados, Igualdad en trabajar en la parte administrativa de la cooperativa.

Por lo que podemos decir que en la cooperativa si existe igualdad en derecho y oportunidades para todos/as los/as socios/as.

4.2.5. Función de la Cooperativa

4.2.5.1.Asamblea

“La asamblea general, integrada por los socios, y en su caso los asociados, es el órgano supremo de expresión de la voluntad social, y sus acuerdos se imponen en todos aquellos, incluso a los disidentes y a los que no hayan participado en la reunión. Tiene las más amplias facultades de orden a los asuntos propios de la cooperativa.” (Enciclopedia Jurídica)

En el epígrafe 4.2.1.1. (Asistencia en la asamblea) hacemos referencia en que la asamblea es la máxima autoridad en la Cooperativa y que de los miembros que la conforman depende de que todas las acciones de la cooperativa sean ejecutadas correctamente.

Para los/as socios/as las funciones que debe ejercer la asamblea son: Formulación y reforma de estatutos y Toma de decisiones. De igual manera la califican con un 75% ya que consideran que mucho de los/as socios/as no cumplen con su función como parte de la asamblea porque no asisten cuando se les convoca o de hacerlo solo cumplen con llegar a “ocupar la silla” porque no participan ni exponen sus ideas o sus quejas

4.2.5.2. Consejo de administración

“El consejo de administración, que será elegido por la junta general de socios, tiene a su cargo la administración superior sociales y representa judicial y extrajudicialmente a la cooperativa para el cumplimiento del objeto social.” (Departamento de Cooperativas, 2009)

Consideran que las funciones del consejo de administración deben representar a los socios y promover las necesidades y proyectos. Se califica con un 85%

4.2.5.3. Junta de Vigilancia

Este órgano tiene a su cargo la supervisión de las actividades económicas y sociales de las cooperativas (Ríos Donaire, 2010).

Los/as socios señalan que la junta de vigilancia es la que resguarda el buen funcionamiento de la Cooperativa y se califica con un 85%, ya que manifiestan que no pueden cumplir con el 100% de sus deberes muchas veces por falta de recursos económicos.

4.2.6. Función Social

“La función social está conformada de modo ponderable por la propia significación del acto de cooperar, que no es nada más ni nada menos que trabajar con otras personas en procura de un objetivo común, que se trata de un bien común vinculado a una mejor calidad de vida, y por lo tanto, a un más vigoroso reconocimiento de la dignidad humana.

Toda cooperativa comprende un contenido económico, social y espiritual, de modo que su función tiene un carácter social y solidario inherente a su naturaleza” (Giorlandini, 2004).

El movimiento cooperativo es el principal impulsador de la mejoría en las condiciones de vida de sus asociados/as y de las demás personas de su comunidad, es por ello agrupados realizan un sin número de actividades para lograrlo.

4.2.6.1.Relación con otras organizaciones

Con el fin de mejorar las condiciones de vida de los/as socios/as y de los demás habitantes de la comunidad, la cooperativa como órgano de gestión establece relaciones con otros organismos a través de los cuales se llevan a cabo proyectos y programas.

Al ser consultados los/as socios/as si la cooperativa tiene relaciones con otras organizaciones, en grupo focal y de forma consensuada manifiestan que la cooperativa ha creado vínculos con la Alcaldía e Instituciones del estado para gestionar proyectos para la comunidad, con Otras Cooperativas para intercambiar experiencia, con los Colectivos de Mujeres e Ixchen en cuanto a salud reproductiva se refiere.

4.2.6.2.Obras sociales

Las cooperativas aspiran lograr el bien común llevando a cabo obras sociales que contribuyen a su comunidad.

Los/as socios/as que asistieron al grupo focal de forma consensuada manifiestan que en la cooperativa se realiza trabajo voluntario por parte de 41 jóvenes becados: Limpieza del local para actividades, reparación de la entrada de acceso principal a la cooperativa, traslado de comida para las actividades, Limpieza de caseta de parada de bus y cementerio, Brigadistas de Salud y trabajo de acopio. Trabajo Voluntario por parte de Socios: Limpia de los alrededores de la cooperativa, Traslado y descarga de abonos, Reparación de Caminos, Construcción de puentes, Reparación y Construcción de Centros de Salud, Reparación de escuelas y alambrado en la Comunidad. Todo esto con el objetivo de mejorar la calidad de vida de todas las personas de la comunidad.

El presidente de la cooperativa también señala que ellos como movimiento cooperativo desarrollan actividades para procurar el bienestar común dentro de las cuales están “Becas, Programas de Salud, Apoyo económico en necesidades personales cuando hay (fondos), Disposición de vehículo, apoyo a iglesias, escuelas, caminos y alcantarillas (Puentes)” (Aráuz, 2011).

4.2.6.3. Talleres, Capacitaciones

Es obligación de toda cooperativa capacitar y formar a sus asociados/as de forma integral para lograr el desarrollo y fortalecimiento de la Cooperativa.

Los/as socios/as manifiestan que reciben capacitaciones por parte de CECOCAFEN abordando los siguientes temas: Uso adecuado de fertilizantes, Buenas prácticas agrícolas, equidad de género, Control de plaga y enfermedades, Análisis de suelo y agua, Estimados de cosecha, Variedades de café y sombra.

4.2.7. Funciones con respecto al sello de Comercio Justo

4.2.7.1. Beneficios Obtenidos

Los beneficios que reciben los/as productores/as que comercializan su café a través de comercio justo sin duda alguna son muchos y de diferente índole es por ello que en grupo focal les preguntamos a los miembros de la cooperativa cuales son los beneficios que ellos reciben por la comercialización del café en el comercio justo obteniendo de manera consensuada los siguiente:

Beneficios Económicos: Precio Justo y Premio: Cuando la Comercializadora lo coloca en mercado de comercio justo, Pago de financiamiento, Inversión productiva, Alimentos, Educación, medicinas

Beneficios Sociales: Mantenimiento de bienes de la cooperativa, Apoyo económico para fallecimiento de familiares de socios de la cooperativa.

Por lo que podemos señalar que los esfuerzos realizados están dando resultados, ya que los beneficios están llegando directamente a las manos del productor y con ello también están ayudando a las demás personas de la comunidad para alcanzar una vida digna.

4.3. Desarrollo Humano

“El Desarrollo Humano es un proceso mediante el cual se busca la ampliación de las oportunidades para las personas, aumentando sus derechos y sus capacidades. Este proceso incluye varios aspectos de la interacción humana como la participación, la equidad de género, la seguridad, la sostenibilidad, las garantías de los derechos humanos y otros que son reconocidos por la gente como necesarias para ser creativos y vivir en paz ”(Sen, 2010).

EL Desarrollo Humano es un enfoque muy importante de estudiar ya que inciden de manera directa en la calidad de vida de cada ciudadano, familia, comunidad que influyen por medio de los satisfactores de los servicios basicos como: salud vivienda, educación, seguridad, etc. Estos elementos tambien forman parte de los derechos humano.

El Desarrollo Humano lo podemos observar y medir mediante un crecimiento hacia el mejoramiento del nivel de vida o bienestar del ser humano.

El desarrollo humano estudia aspectos básicos que caracterizan a las personas en su vida diaria como la salud, el nivel de estudios y su sustento diario los cuales son de gran importancia para su desarrollo ya que la falta de alguno de ellos puede tener repercusiones en el resto de ellos y por ende en el desarrollo de la persona.

“El concepto de desarrollo humano es mucho más amplio: considera que el desarrollo no puede medirse solamente por el aumento de los ingresos, puesto que éstos son solo una de las necesidades humanas. El desarrollo debe llevar a las personas a ampliar sus opciones y oportunidades para vivir el tipo de vida que valoran y desean. Por ello comprende la creación de un entorno en el que las personas puedan desarrollar su máximo potencial y llevar adelante una vida productiva y creativa de acuerdo con sus necesidades e intereses. Las personas son la verdadera riqueza de las naciones. Por lo tanto, el desarrollo implica ampliar las oportunidades para que cada persona pueda vivir una vida que valore. El desarrollo es entonces mucho más que el crecimiento económico, que constituye sólo un medio —si bien muy importante— para que cada persona tenga más oportunidades.

Para que existan más oportunidades lo fundamental es desarrollar las capacidades humanas: la diversidad de cosas que las personas pueden hacer o ser en la vida. Las capacidades más esenciales -básicas- para el desarrollo humano son disfrutar de una vida larga y saludable, acceder a la educación y a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida digno y poder participar en la vida de su comunidad. Sin esas capacidades se limita considerablemente la variedad de opciones disponibles y muchas oportunidades en la vida permanecen inaccesibles” (Inwent, 2009).

El desarrollo humano se mide a partir de tres grandes parámetros, los cuales se definen como educación, vida larga y saludable y un nivel de vida digno.

4.3.1. Vida larga y saludable

“Una vida larga y saludable (medida según la esperanza de vida al nacer) es tan importante para la existencia de un país desarrollado, ya que es motivo de ayuda para muchas cosas; desde una mejor salud mental hasta un mejor rendimiento laboral. Por ello que obviamente se considera a la Salud como un aspecto importante” (Inwent, 2009).

Llevar una vida larga y saludable es una de las capacidades más básica que debe poseer el ser humano, si se carece de ella se limita a las personas a alcanzar sus metas y muchas oportunidades se vuelven inaccesibles.

“Cuando se habla de una vida larga y saludable se encuentra expresada en una alta esperanza de vida y en una baja tasa de mortalidad infantil pues estas variables recogen dentro de sí datos importantes como lo son la calidad de servicios básicos de medicina pediatría, ginecología, enfermería, saneamiento ambiental, entre otros, además de ser un reflejo del funcionamiento de la asistencia social, hogares de ancianos, por otra parte de forma indirecta, en ella se pueden valorar las condiciones que presentan los hospitales, policlínicos, centros de salud, puestos médicos, bancos de sangre, el servicio de la cruz roja y el personal vinculado a esta esfera” (Rojas Meza, 2009).

Actualmente en Nicaragua el gobierno está realizando esfuerzos por incrementar la esperanza de vida llevando a cabo proyectos significativos que ayuden a mejorar la salud de los ciudadanos, según el PNDH la muerte materna es de 15.7% al pasar de 121 en el 2006 a 102 en el 2010 reduciendo la muerte neonatal en 53.7% al pasar de 1916 en 2006 a 888 en el 2010.

4.3.1.1. Programas alimentarios

“De acuerdo con la (FAO, 2004:16) un requisito esencial para prevenir la mala nutrición, es la disponibilidad adecuada de alimentos que permita satisfacer las necesidades nutricionales para que haya suficiente disponibilidad debe de haber una buena producción de alimentos o suficientes ingresos para comprar aquellas que sean necesarias o que no se produzcan en parcelas de los productores”. (Programa Especial para la Seguridad Alimentaria, 2006)

Cuando hablamos de una nutrición adecuada nos estamos refiriendo al consumo de alimentos que nos proporcionen los nutrientes necesarios que el cuerpo requiere para su buen desarrollo. Para mejorar el estado nutricional de las personas, el aumento de los recursos agrícola pueden tener efectos positivos en el suministro alimentario, el empleo, los ingresos y posibilitar el consumo alimentos adecuado.

Al interrogar a los/as socios/as acerca de si existen programas alimentarios para los productores y sus familias, nos encontramos con que la mayoría (70%) opinan que sí existen programas enfocados a mejorar y asegurar la alimentación de los productores y sus familias. (Ver gráfico 22).

De igual manera les consultamos quiénes eran los facilitadores de los programas alimentarios, obteniendo como resultado que en la mayoría de los casos los programas alimentarios llegan a los/as productores/as y su familia por iniciativa de la comercializadora (Ver gráfico 23), existe una minoría que manifiestan que el gobierno es el facilitador de los programas alimentarios, los cuales son beneficiados con el programa conocido como “Hambre Cero”.

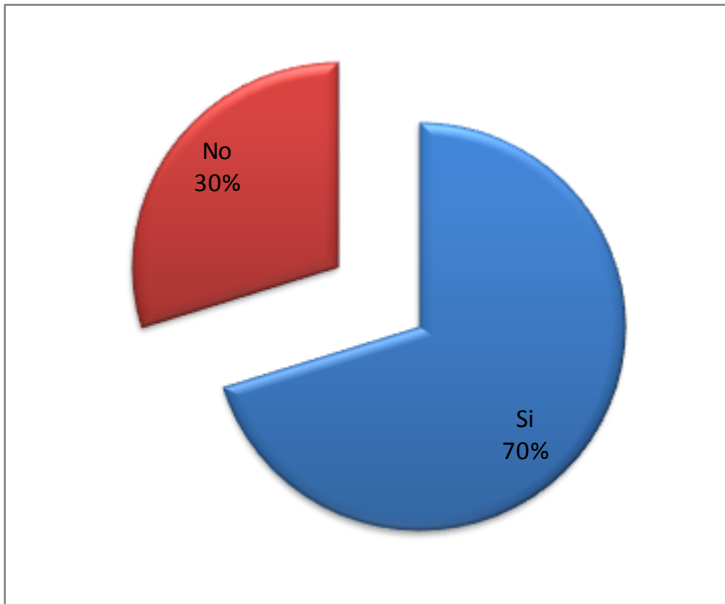


Gráfico 22

Programas alimentarios para los
Productores y sus familias

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

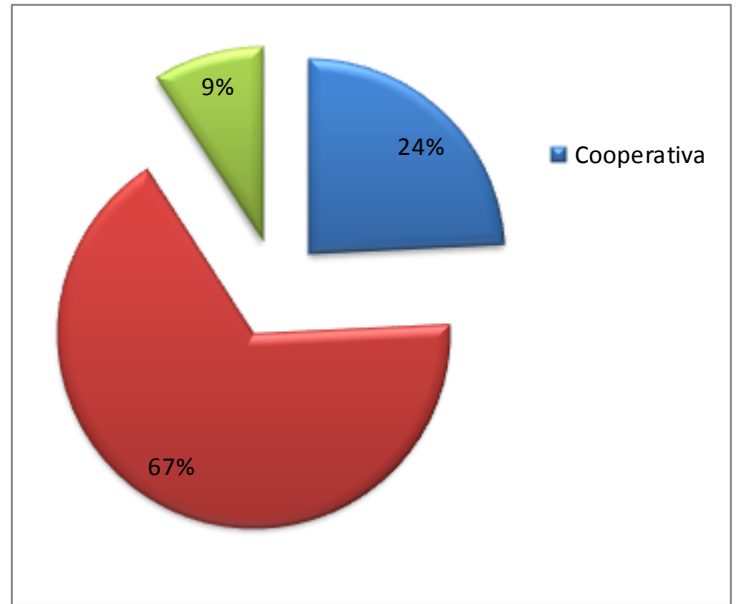


Gráfico 23

Facilitadores de los Programas Alimentarios

El presidente de la Cooperativa, al ser consultado sobre qué programas establecidos tiene la Cooperativa con respecto al Comercio Justo aseveró que: “Existe un programa de Seguridad alimentaria por parte de CECOCAFEN, el cual consiste en un pequeño financiamiento para ciertas familias el cual debe ser destinado a la producción agrícola (Granos básicos, hortalizas, raíces y tubérculos) en pequeñas cantidades, solo para el consumo”

De igual manera el gerente de la comercializadora afirma que “(Existen programas de Seguridad Alimentaria en cuatro cooperativas: Augusto César Sandino, *La Esperanza*, Comanur y UCA La Dalia.”

4.3.1.2.Seguridad Alimentaria

“El concepto de Seguridad Alimentaria surge en la década del 70, basado en la producción y disponibilidad alimentaria a nivel global y nacional. En los años 80, se añadió la idea del acceso, tanto económico como físico. Y en la década del 90, se llegó al concepto actual que incorpora la inocuidad y las preferencias culturales, y se reafirma la Seguridad Alimentaria como un derecho humano.

Según la definición de la Food and Agriculture Organization (FAO): "Existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimentarias".

La seguridad alimentaria implica el cumplimiento de las siguientes condiciones:

- Una oferta y disponibilidad de alimentos adecuados
- La estabilidad de la oferta sin fluctuaciones ni escasez en función de la estación del año
- El acceso a los alimentos o la capacidad para adquirirlos
- La buena calidad e inocuidad de los alimentos” (Programa Especial para la Seguridad Alimentaria, 2006).

Podemos decir que existe Seguridad Alimentaria Nutricional cuando todas las personas poseen, en forma oportuna y permanente los alimentos que necesitan, en cantidad y calidad, para su adecuado consumo, garantizándoles un estado de bienestar general que contribuya al logro de su desarrollo.

Una buena alimentación debe ser equilibrada y completa, es decir deben estar presentes todos los grupos alimenticios y cubrir todas las necesidades del individuo. Para estar sanas, las personas necesitan consumir distintos alimentos y líquidos.

Por lo que quisimos analizar los aspectos nutricionales de los productores y productoras a través de la realización de una matriz nutricional (Ver anexo), en la que consultamos la frecuencia con que consumen los alimentos para una adecuada nutrición así como la disponibilidad de dichos alimentos (Si son producidos por ellos mismos o si los tienen que comprar) obteniendo los siguientes resultados:

4.3.1.2.1. Alimentos Básicos

“Los nutrientes esenciales o principios nutritivos son sustancias integrantes del organismo, cuya ausencia del régimen o su disminución por debajo de un límite mínimo, ocasiona después de un tiempo variable una enfermedad carencial.

Los alimentos básicos Son ricos en almidones y constituyen una fuente fácil y directa de suministro de calorías.

El arroz aportan fibra al cuerpo: las vitaminas B tiamina, niacina y riboflavina, y los minerales cinc, cobre, manganeso y molibdeno. Las legumbres o leguminosas abarcan una amplia variedad de frijoles o judías, chícharos o guisantes, lentejas y granos, e incluso el maní. Todos ellos son ricos en almidón, pero aportan bastante más proteína que los cereales o tubérculos

La proporción y el tipo de aminoácidos de las leguminosas es similar a los de la carne. Sus cadenas de aminoácidos a menudo complementan a las del arroz, el maíz y el trigo, que constituyen los alimentos básicos de muchos países” (Brusco, 1980).

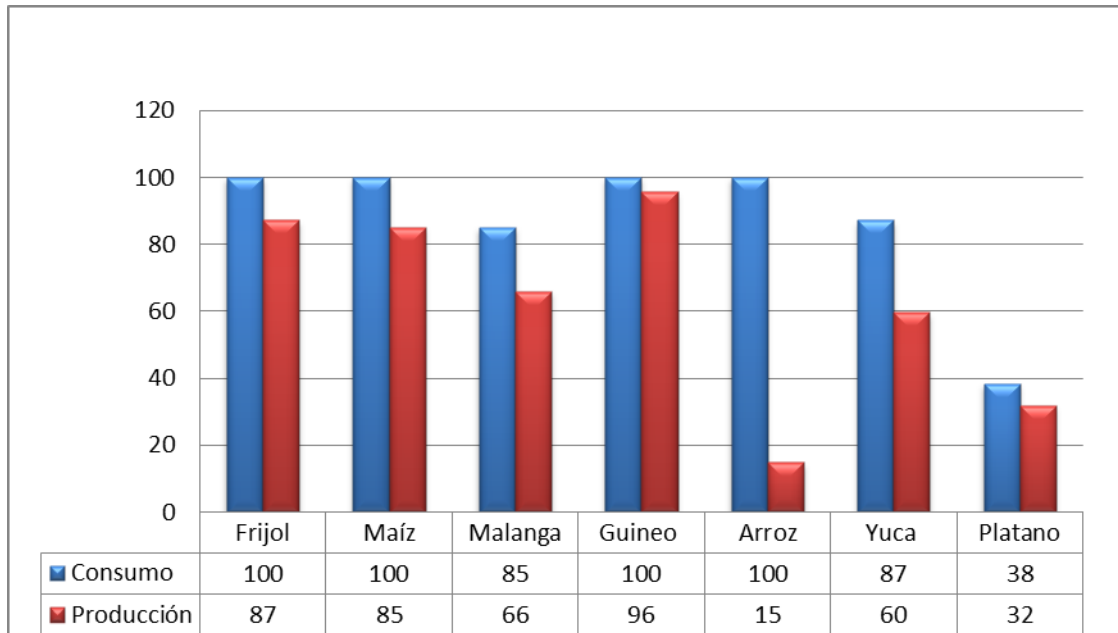


Gráfico 24

Alimentos Básicos

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en matriz nutricional)

Podemos observar en el grafico anterior que los alimentos básicos son consumidos en su mayoría y que de igual manera son producidos por los/as socios/as, los cuales son necesarios para el crecimiento y formación de los tejidos.

4.3.1.2.2. Alimentos para el Desarrollo

Los alimentos para el desarrollo son ricos en proteínas. “La función primordial de la proteína es producir tejido corporal y sintetizar enzimas, algunas hormonas como la insulina, que regulan la comunicación entre órganos y células, y otras sustancias complejas, que rigen los procesos corporales.

La carne, el pescado y los huevos aportan todos los aminoácidos esenciales que el cuerpo necesita para ensamblar sus propias proteínas

Todos los pescados contienen un alto porcentaje de proteínas, y los aceites de algunos de ellos son ricos en vitaminas D y A. La clara del huevo es la forma más concentrada de proteína que existe. La leche y sus derivados incluyen la leche entera, el queso, el yogur y los helados, todos ellos conocidos por su abundancia en proteína, fósforo y en especial calcio” (Brusco, 1980).

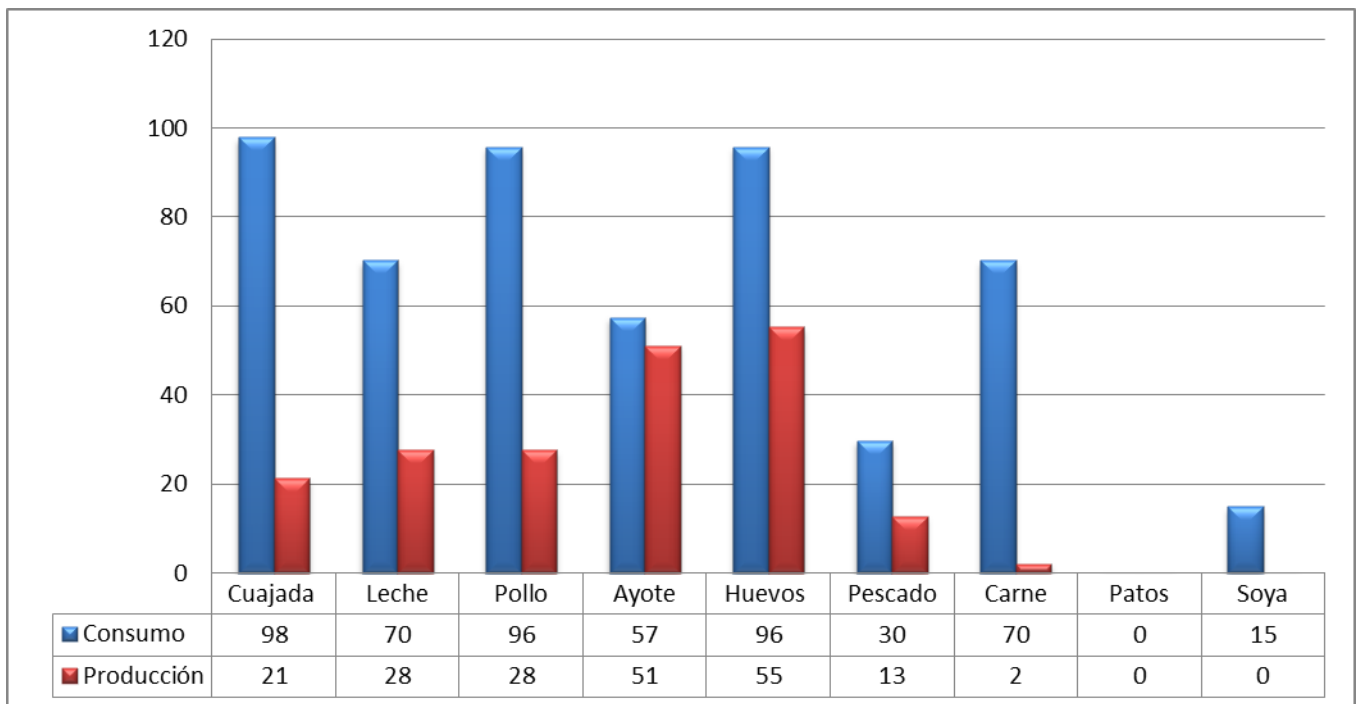


Gráfico 25
Alimentos para el desarrollo

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en matriz nutricional)

Podemos observar que los alimentos para el desarrollo son consumidos por la mayoría de los socios, aunque una gran parte de ellos manifestaron hacerlo al menos una vez a la semana, el consumo de leche es mínimo, la cual es rica en vitaminas. De igual manera existe un consumo mínimo de pescado, el cual proporciona los aminoácidos fundamentales que el cuerpo necesita para producir sus propias proteínas.

4.3.1.2.3. Alimentos que protegen la salud

“Aunque la mayoría de las personas lo desconocen, muchos alimentos que ingerimos diariamente, constituyen verdaderas corazas que protegen nuestro organismo contra las enfermedades.

Una alimentación rica en nutrientes fortalece nuestro organismo para enfrentar enfermedades e infecciones. Hay alimentos que definitivamente no pueden faltar en la dieta familiar y sus beneficios deben ser conocidos por todos para aprovecharlos de una mejor manera y conservar la salud.

Entre los alimentos que protegen la salud tenemos: las frutas, las verduras y las hortalizas.

Frutas como frutillas, naranjas, mandarinas, toronja, lima, limón y kiwi tienen altos contenidos de vitamina C. que sirve para reforzar el sistema inmunológico

Vegetales de hojas verdes: Contienen Vitamina A que conserva las superficies mucosas que recubren los órganos. También son ricos en ácido fólico, indispensable para la reproducción de glóbulos rojos y blancos y para evitar anemias.

Cebolla: Es apreciada por sus propiedades diuréticas, tónicas y anti infecciosas. Cruda, tiene acción sobre el sistema urinario y respiratorio. Cocida, sobre el tubo digestivo

Una regla de oro: en la alimentación diaria es importante incluir vegetales y frutas” (Brusco, 1980).

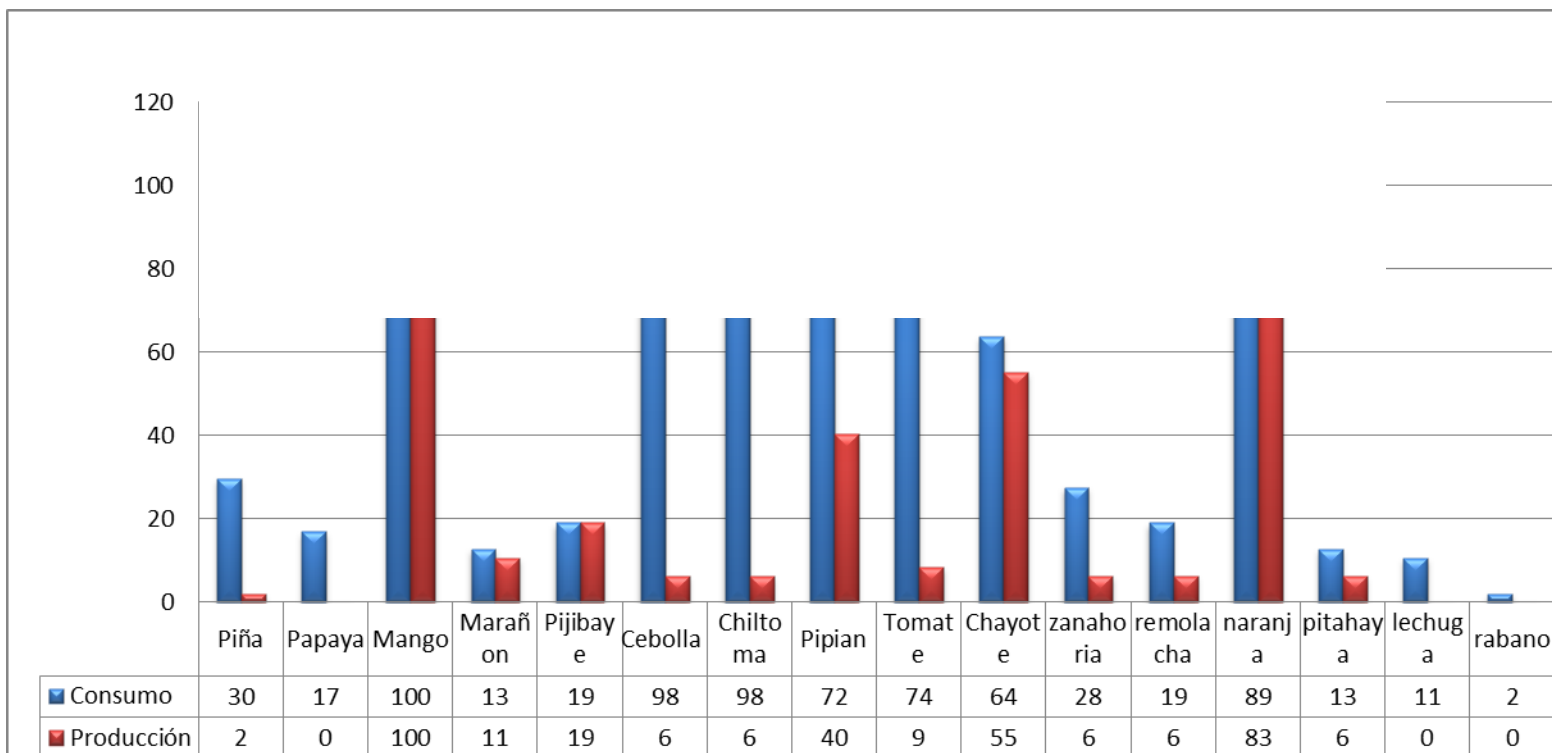


Gráfico 26

4.3.1.2.4. Alimentos que protegen la salud.

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en matriz nutricional)

Podemos observar que los alimentos que protegen la salud son ingeridos por un porcentaje mínimo de los/as encuestados/as, los cuales de igual forma manifestaron hacerlo una vez a las semana y gran parte de ellos una vez al mes. Consideramos que esta situación se debe a que este tipo de alimentos no son producidos por ellos y que de igual manera no hay lugares cerca de la comunidad para adquirirlos.

Alimentos que dan mucha energía

“En el grupo de los alimentos que aportan energía tenemos los carbohidratos: Alimentos azucarados o (azúcares, miel). Alimentos grasos (aceites alimenticios, grasas alimenticias, margarina).

Los carbohidratos más sencillos son los azúcares simples o monosacáridos, que contienen un grupo aldehído o cetona; el más importante es la glucosa. Dos moléculas monosacáridas unidas por un átomo de oxígeno, con la eliminación de una molécula de agua, producen un disacárido, siendo los más importantes la sacarosa, la lactosa y la maltosa.

Aportan gran cantidad de energía en la mayoría de las dietas humanas. Se queman durante el metabolismo para producir energía, liberando dióxido de carbono y agua.

La miel está compuesta de más de un 75% de azúcar y contienen pocos nutrientes. El consumo excesivo de azúcar provoca caries.

El alcohol es también una fuente de energía que produce calorías por gramo. Las células del cuerpo no pueden oxidar el alcohol, por lo que el hígado tiene que procesarlo para convertirlo en grasa, que luego se almacena en el mismo hígado o en el tejido adiposo.

Las grasas son importantes en la dieta como fuente de energía, ya que producen 9 kcal por gramo. Las grasas y aceites incluyen la mantequilla, manteca, sebo y aceites vegetales. Todos ellos tienen un alto contenido de calorías, pero, aparte de la mantequilla y algunos aceites vegetales como el de palma, contienen pocos nutrientes

El consumo excesivo de grasas está asociado a la obesidad, enfermedades de corazón y vesícula biliar y algunos tipos de cáncer.”(Brusco, 1980)

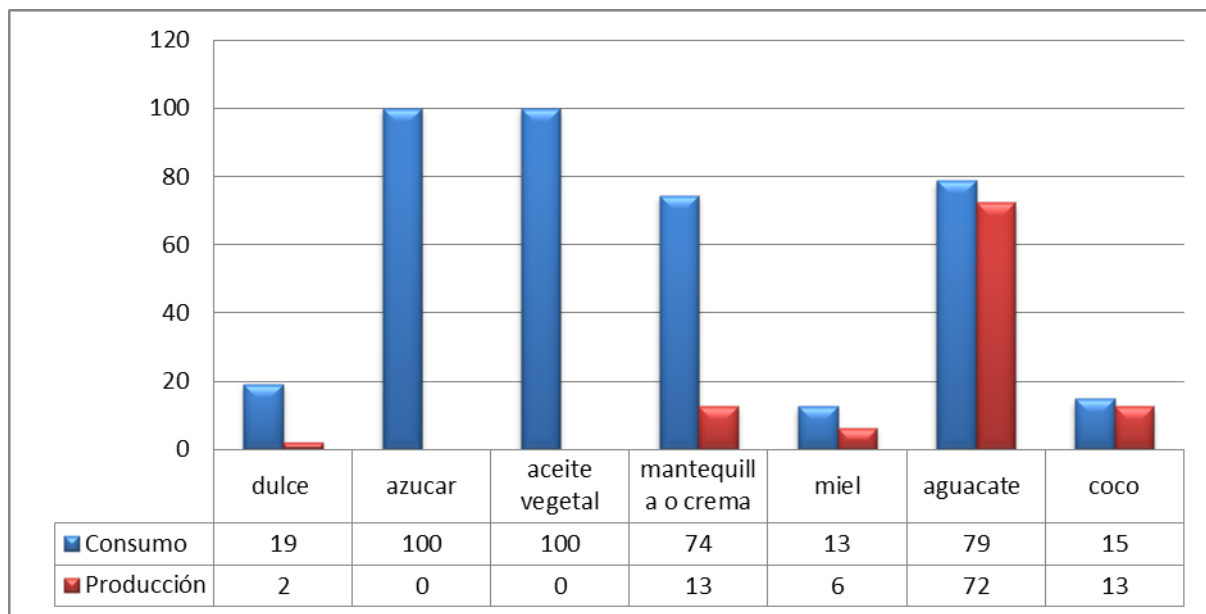


Gráfico 27

Alimentos que dan mucha energía

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en matriz nutricional)

Podemos observar que los alimentos azucarados y grasos son consumidos por la mayoría de los/as encuestados/as, los cuales son consumidos de manera adecuada, ya que manifiestan hacerlo nada más para lo necesario como para cocer o endulzar los alimentos y bebidas.

4.3.1.3. Conservación y ampliación de la tierra

Consultamos a los/as socios/a si consideraban necesario expandir la frontera productiva y en su mayoría (96%) están de acuerdo con que si se debe aumentar (Ver gráfico 28) porque consideran que existen un sinnúmero de necesidades que se lograrían cubrir con la expansión de la frontera productiva, las cuales mencionaremos en el gráfico 30, de igual manera nos encontramos con un 2% de productores/as que dijeron no saber que era la frontera productiva.

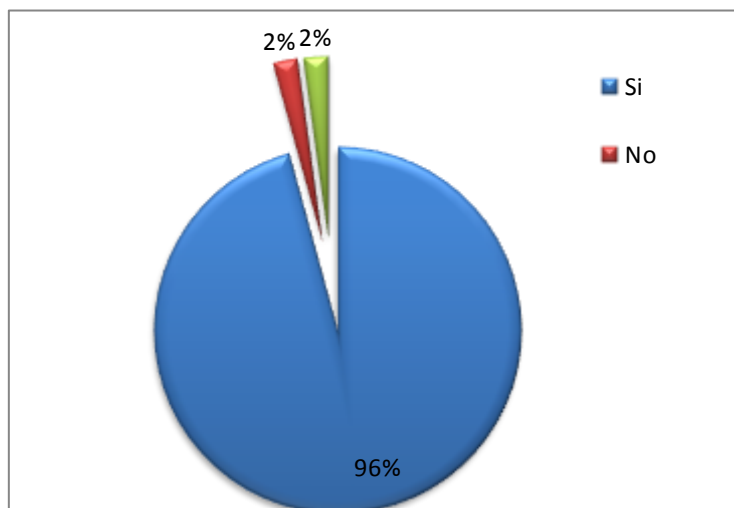


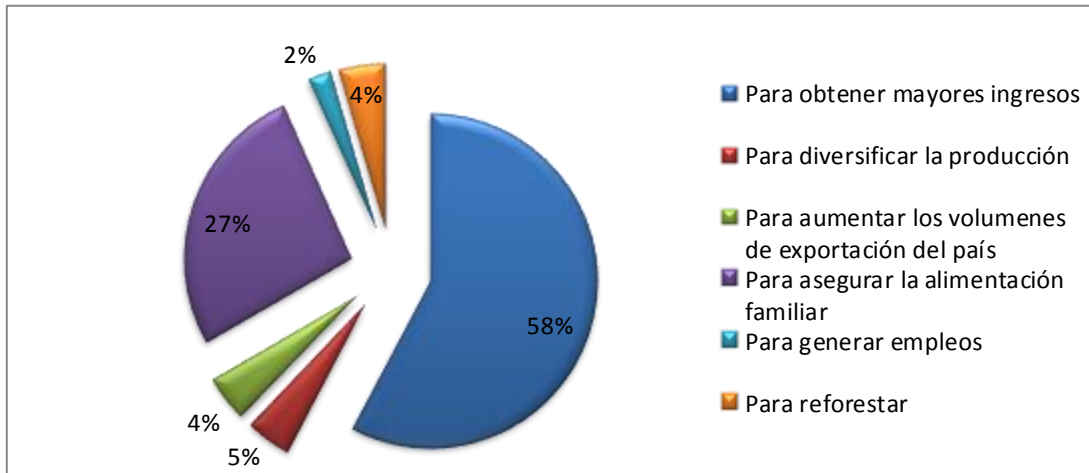
Gráfico 28

Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

Expansión de la Frontera Productiva

significativo (27%) que consideran que expandiendo la frontera productiva se asegura la alimentación familiar

Gráfico 29



Necesidad de expandir la frontera productiva

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

4.3.1.4.Salud Comunitaria.

“Hablar de salud comunitaria significa entenderla como el conjunto de estrategias, métodos y actividades orientadas a mejorar el estado de salud de una población

La práctica de la salud comunitaria la podemos encontrar en gran parte del ejercicio de la medicina de cabecera tradicional, especialmente en el medio rural” (Peray, S/F)

Se supone que si las personas están bien de salud, poseen la capacidad de realizar sus labores eficientemente lo que conlleva a que las mismas se desarrollan plenamente, por lo que consideramos que las personas deben tener acceso a atención médica de calidad y no solo para curar enfermedades si no esencialmente para prevenirlas, lo cual debe ser el principal objetivo de cualquier sistema de salud.

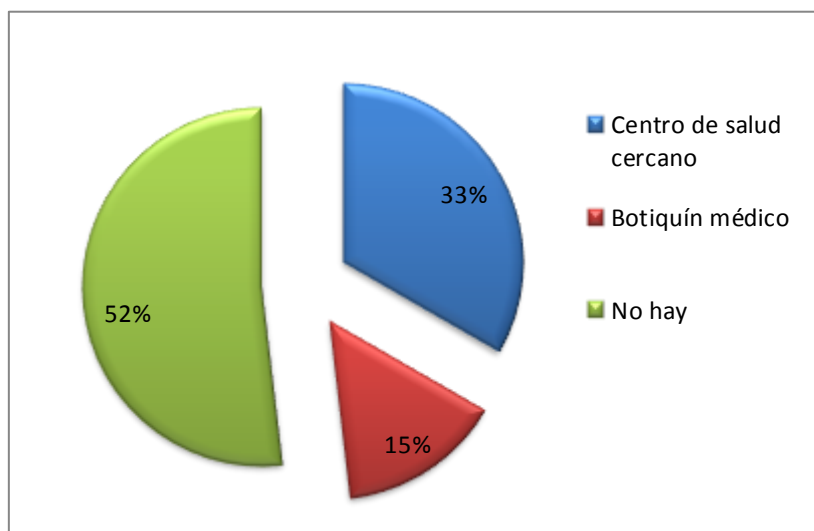


Gráfico 30

Acceso a medicinas

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

A partir de una guía de observación examinamos la situación de los productores en las comunidades del coyolar, encontrando en su mayoría (52%) no tienen acceso a ningún tipo de atención médica ya que el único centro de salud existente está ubicado en la comunidad El Coyolar #1, completamente alejado de las demás comunidades, por lo que no se cumple el derecho de las personas de tener acceso a atenciones en materia de salud, lo que impide el pleno desarrollo de las mismas.

4.3.1.5. Pérdidas Agropecuarias Ambientales

Hablar de producción agrícola, es hablar de todos los factores que permiten que la producción se desarrolle completamente, por lo que no podemos dejar atrás los eventos climáticos que muchas veces afectan la cosecha de los productos agrícolas por lo que consultamos a los/as socios/as si han tenido pérdidas a causa de evento climáticos, encontrando que la mayoría (96%) dicen si haber tenido pérdidas agrícolas, ejemplo den ello es que en el ciclo pasado perdieron todo el maíz y los frijoles que tenían sembrado.

Lo que a su vez provocó escasez en los alimentos básicos, ya que el maíz y los frijoles forman parte importante en la dieta alimenticia de éstos/as productores/as.

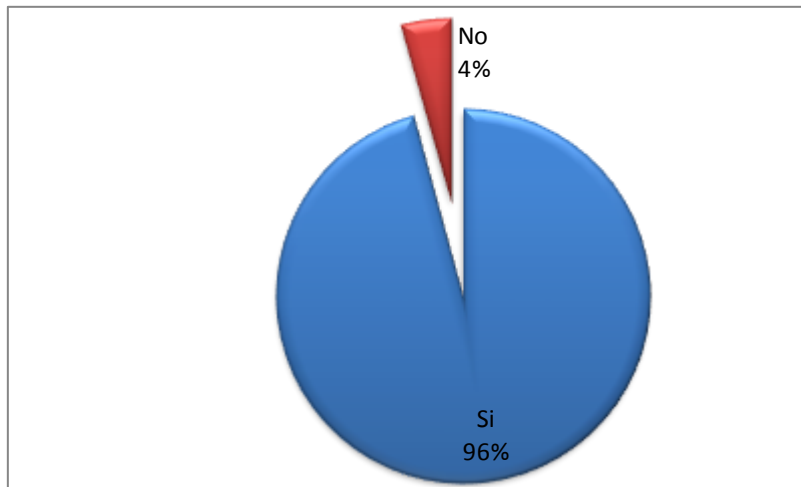
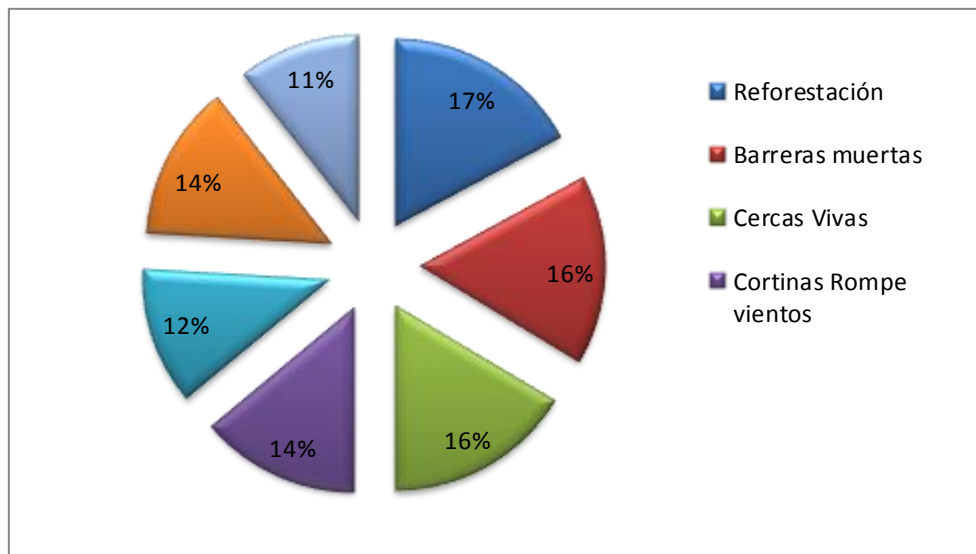


Gráfico 31

Pérdidas agrícolas a causa de eventos climáticos

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)



Protección del Medio Ambiente

Gráfico 32
Medidas para cuidar el Medio Ambiente
(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

Sabemos todos que es de gran importancia tomar medidas para proteger el medio ambiente sobre todo para evitar desastres y pérdidas como las que mencionábamos anteriormente por lo que le preguntamos a los/as productores/as que medidas tomaban ellos/as para cuidar el medio ambiente obteniendo como resultado que el 100% de los socios ponen en práctica medidas (Ver gráfico 32) como la reforestación (Ver foto 7), barreras muertas, cercas vivas, cortinas rompe vientos, reducción de incendios, control de despale y rotación de cultivos.

Los conocimientos de como para proteger el medio ambiente, los/as productores/a los han adquirido en su mayoría a través de las capacitaciones, las cuales son producto de la asistencia técnica.

Foto 7



Reforestación
Guaba



(Fotografía tomada por las autoras)

Foto 8

Cercas Vivas
Valeriana

(Fotografía tomada por las autoras)

Foto 9



Cortina Rompe Vientos

(Fotografía tomada por las autoras)

4.3.2. Adquisición de Conocimientos

El Conocimiento “Se considera como la necesidad de los seres humanos de interpretar el mundo social biológico y natural y en el cual se desenvuelve. (Neef, 1989:42) Agregan que el entendimiento provee la conciencia crítica de los seres humanos. Para (Maslow, 1977:55) esta necesidad expresa en la búsqueda de significado: por tanto dice: debemos de suponer la existencia de ese deseo de comprender sistematizar, organizar y buscar relaciones significativas, construir un sistema de valores” (Rojas Meza, 2009).

Es una de las herramientas claves del hombre, para lograr entender, comprender y sistematizar lo que ocurre a su alrededor. El conocimiento está presente en todo el entorno social, cultural, político en el que actúa el ser humano, es fundamental para el logro de sus ideales. La necesidad del conocimiento viene dada a partir de nuestro desarrollo en la vida, en dependencia de nuestras etapas y los medios en que nos desarrollemos, En el cooperativismo esta necesidad surge de una manera aún más significativa, pues se trata de brindar conocimientos informativos a los asociados de tal manera que contribuya a su desarrollo humano.

4.3.2.1. Impulso a la educación y capacitación técnica

Todas las cooperativas tiene la responsabilidad de impulsar persistentemente la capacitación integral de todos sus socios, esta formación debe contemplar todos los aspectos necesarios para lograr el desarrollo pleno de las capacidades de sus asociados, también debe contribuir al fortalecimiento de la cooperativa.

De tal forma que quisimos constatar si en la cooperativa, se estaba capacitando a sus asociados por lo que consultamos si recibían asistencia técnica, obteniendo como resultado las siguientes respuestas:

El 85% de los/as encuestados/as afirman que reciben asistencia técnica, de los cuales un 77% dicen ser brindadas por los técnicos de CECOCAFEN, abordando todo tipo de temas de interés para ellos, siendo los más comunes:

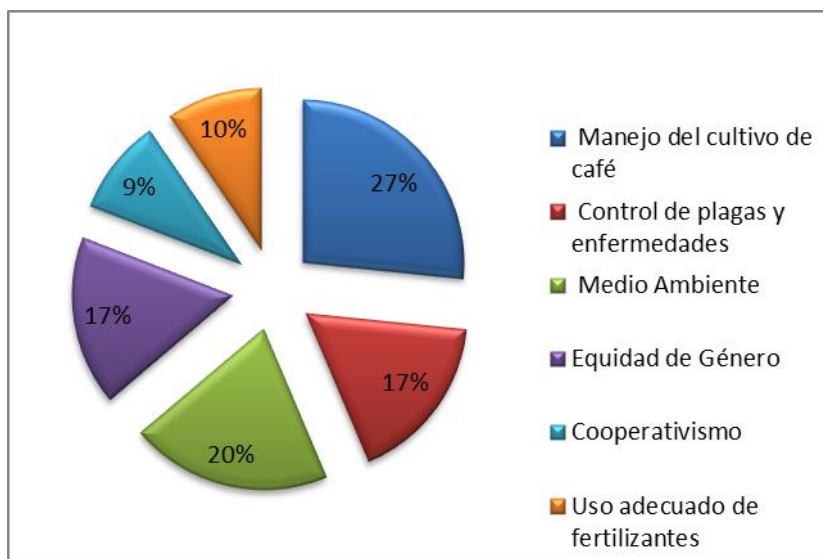


Gráfico 33

Temas que abordan en las capacitaciones

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas).

Por lo que podemos afirmar que existe un proceso de desarrollo encaminado a enriquecer los conocimientos de los asociados.

4.3.2.2. Logros en alfabetización

Al consultarle a los/las socios/as si existen programas de alfabetización para ellos y su familia nos encontramos con que la mayoría dicen si existir. De igual forma le consultamos al presidente de la Cooperativa si existen programas de alfabetización para los/as productores y su familia a lo cual respondió que “no existen”, consideramos que se da esta

contradicción entre socios/as y presidente de la cooperativa ya que como mencionamos en el epígrafe 2.6.2. los/as jóvenes becados/as de la Cooperativa realizan trabajo voluntario entre los cuales está la alfabetización lo cual puede ser interpretado ante la comunidad como un proyecto de la Cooperativa, como lo podemos apreciar en el siguiente gráfico donde se aprecia que los/as socios/as dicen que la cooperativa es la facilitadora de los programas de alfabetización, pero también existe un significativo porcentaje de personas encuestadas que dicen existen programas de alfabetización por parte del gobierno.

4.3.3. Acceso a recursos que le permitan tener un nivel de vida decente

Poseer un nivel de vida digno es una de las tres capacidades básicas que todo individuo debe tener para lograr el desarrollo que toda persona debe alcanzar. El nivel de vida digno “Se refiere a, básicamente, poder optar a cosas de mayor calidad dentro de todo tipo de aspecto o rubro en la economía actual, lo cual debería, obviamente proporcionar el Estado” (Inwent, 2009)

4.3.3.1.Privaciones

Consideramos que es de suma importancia que las personas tengan acceso a recursos que les permitan desarrollarse y alcanzar un nivel de vida digno. Por lo que creímos necesario consultarle a los/as socios/as si existen impedimentos para alcanzar el tan deseado nivel de vida digno, obteniendo como resultado que la inmensa mayoría (96%) dicen tener necesidades insatisfechas.

De igual manera le preguntamos qué tipo de necesidades son las que no han podido cubrir (Ver gráfico 34), encontrando que las principales necesidades que no han logrado cubrir son de recreación, medicamentos, letrificación, agua y energía eléctrica, pudimos constatar que existe un mínimo porcentaje (5%) que dice tener necesidad de alimentos, lo que consideramos se deba a la gran diversificación de cultivos que poseen cada uno de los socios y que describimos en el epígrafe 1.5.3.

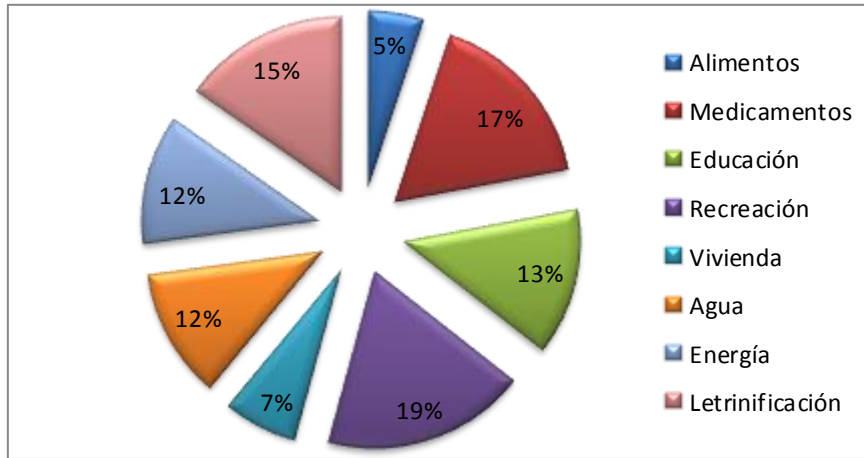


Gráfico 34
 Tipo de necesidades Insatisfechas
 (Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

Mediante la guía de observación pudimos constatar que existen un significativo porcentaje de viviendas que carecen del servicio de energía eléctrica, especialmente en la Comunidad de San Antonio.

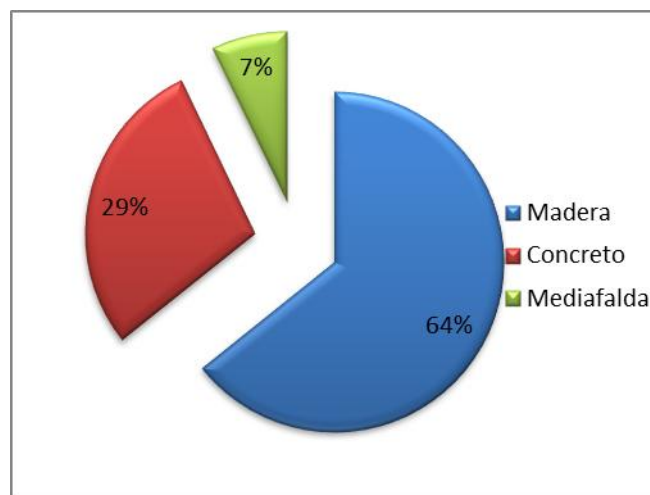
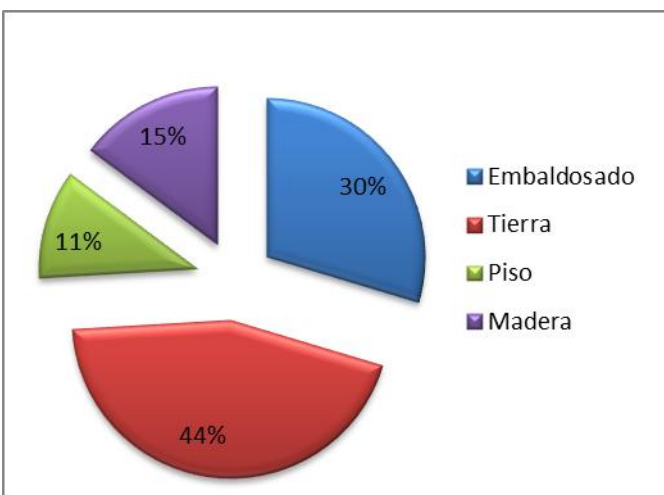
4.3.3.2. Agua y Saneamiento

La mayoría de los socios (81%) cuentan con el servicio de agua potable, de igual forma la mayoría de las viviendas poseen letrinas aunque hay un porcentaje significativo (13%) que dicen realizar sus necesidades fisiológicas al aire libre debido a que las letrinas de sus viviendas están completamente en mal estado, lo cual pudimos constatar a través de la guía de observación. Mediante este instrumento también pudimos observar que todos los socios utilizan el agua potable para uso humano y en menor medida para la agricultura.

4.3.3.3. Logros habitacionales y de vivienda social

(COPLAMAR, 1983)“, plantea que una vivienda digna debe satisfacer simultáneamente seis requisitos: a) que una vivienda esté ocupada por una familia, b) que no tenga más de dos ocupantes por cuarto habitable en el medio urbano y no más de 2.5 en el rural; c) que no esté deteriorada; d) que cuente con agua entubada en su interior; que cuente con energía eléctrica, la misma fuente señala que una vivienda para que pueda ser señalada como digna debe cubrir de forma satisfactoria las necesidades básicas, no suntuarias, en materia de protección, higiene, privacidad, comodidad, funcionalidad, ubicación y seguridad de la tenencia”. (Rojas Meza, 2009)

Una vivienda está orientada en los derechos humanos, al acceso a la seguridad, que presenten servicios básicos que pueda mejorar un nivel de vida aceptable dando así participación comunitaria. Es muy importante destacar que el Estado debe de proporcionar



un terreno en donde pueda ubicar a personas de escasos recursos que se ubican en las partes riesgosas que no son aptas para vivir como a las orillas de los ríos y cerros por que no presentan unas condiciones de vida adecuada. Dentro de los logros habitacionales pudimos verificar que la mayoría de las viviendas (64%) están construidas en madera y que también existe un significativo porcentaje de viviendas (29%) construidas en concreto (Ver gráfico 35), de igual manera pudimos corroborar que las viviendas poseen piso de tierra y embaldosado (74%), (Ver gráfico 36), lo que significa que los/as productores/as cuentan con una vivienda digna la cual les proporciona seguridad.

Gráfico 35
Logros habitacionales

Gráfico 36
Suelo de la vivienda

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuestas)

4.3.3.4. Logros en caminos y carreteras

Logramos observar la calidad en los caminos y carretera por los que transitan a diario los/as productores en la comunidad del Coyolar, por lo que podemos afirmar que en la mayoría de los casos (70%) es de un material llamado balastre o conocido también como cascajo, pero

también existe un significativo porcentaje (30%) que transita por trochas en muy mal estado.

4.3.3.5. Permanencia en finca

Consultamos a los/as productores como es la permanencia de la mano de obra en la finca, obteniendo como resultado que el 100% de los socios manifiestan que la mano de obra es familiar pero que en período de corte de café se contrata mano de obra temporal.

4.3.3.6. Facilitación a la Inversión Productiva

Consultamos a los/as socios/as la actividad a la que destinan el incentivo, ya que consideramos que es importante conocer si lo utilizan en actividades que ayuden a mejorar la calidad de vida de ellos/as y sus familias, obteniendo como resultado que la mayoría afirman que es destinado al manejo y cuidado de los cafetales, creación de viveros y su debida plantación, lo que nos indica que los/as productores/as se sienten incentivados para mejorar la calidad de su cosecha, ya consideran que es beneficioso para ellos invertir en sus cafetales, ya que esto les permite aumentar sus rendimientos y mejorar la calidad del café (menos café imperfecto) por lo que se proyectan para los siguientes ciclos un aumento en sus ingresos al recibir el incentivo. (Ver Gráfico 37)

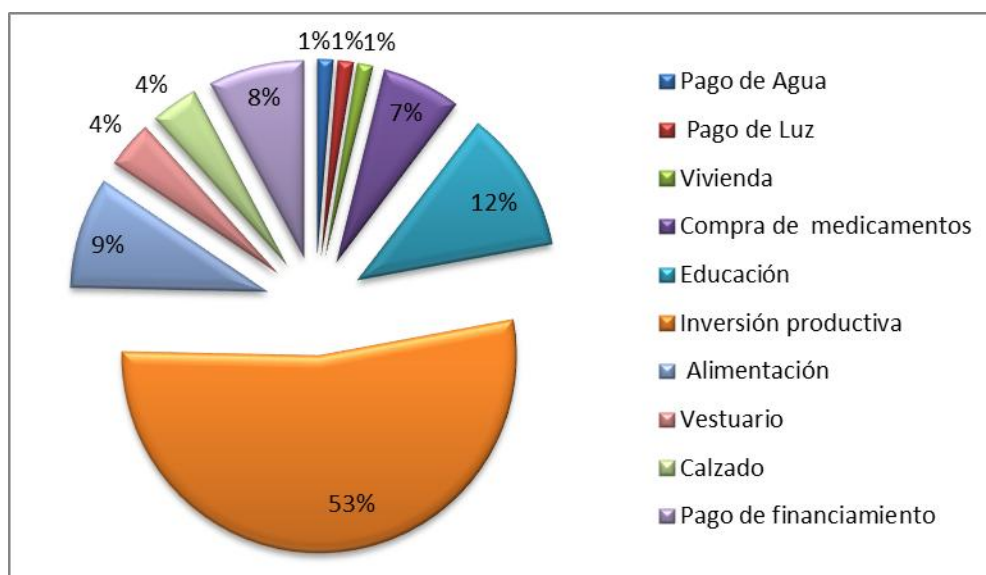


Gráfico 37

Actividad a la que destinan el incentivo.

(Elaboración propia a partir de datos obtenidos en encuesta)

Existe también un porcentaje significativo (12%) que utiliza el incentivo para la educación de sus hijos sobre todo en las familias que hay estudiantes universitarios, un 8% lo destina a la compra de los alimentos que ellos no producen, un 7% a la compra de medicamentos sobre todo aquellos que no tienen acceso a los sistemas de salud. De igual forma encontramos un segmento de productores/as que manifestó que el incentivo que les corresponde recibir es automáticamente aplicado a las deudas con la cooperativa, lo que señalan ser sus políticas.

V. Conclusiones

1. El sistema de comercio justo dentro de la Cooperativa ha sido un modelo exitoso para que sus socios tengan la opción de obtener mejores ingresos a través de relaciones comerciales justas.
2. La Cooperativa multisectorial La Esperanza realiza un excelente trabajo al impulsar el desarrollo no solo de sus asociados y sus familias, si no también trabaja en pro de las necesidades de su comunidad, con el firme propósito de lograr el bien común. Encontramos como única debilidad el hecho de que sus miembros no han recibido las cuarenta horas de educación cooperativa que exige la ley.
3. A través del sistema de comercio justo los/as productores/as asociados a la cooperativa han logrado establecer un proceso de desarrollo integral encaminado a mejorar sus condiciones de vida, mediante el uso adecuado de los ingresos que provienen de las relaciones comerciales equitativas.
4. El Comercio Justo tiene un impacto positivo en la vida de los/as socios/as y sus familias ya que se les facilita la comercialización en un mercado a través el cual

perciben mayores ingresos económicos, lo cual permite que tengan la oportunidad de suplir las principales necesidades para lograr desarrollar las capacidades humanas que los conduzcan a disfrutar de una vida larga y saludable, acceder a la educación y lograr un nivel de vida digno. De igual manera El sello de Comercio Justo dentro de la cooperativa es una herramienta que incluye todas las particularidades del cooperativismo ya que impulsa el desarrollo de obras sociales dentro de la comunidad a través de la utilización de recursos humanos y financieros provenientes de la capacidad de producción de riqueza social, logrando de esta manera el bien común de todos/as los/as habitantes de la Comunidad.

VI. Bibliografía

Arauz, F. O. (30 de agosto de 2011). (U. I. Martínez Blandón, & I. H. Pérez López, Entrevistadores)

Bertossi, R. F. (28 de julio de 2007). *Zona económica*. Recuperado el sábado de noviembre de 2011, de Educación Cooperativa: <http://www.zonaeconomica.com/bertossi/educacion-cooperativa>

Brusco, O. (1980). Compendio de nutrición normal. En O. Brusco, *Compendio de nutrición normal*. Buenos Aires: Santillana.

CECOCAFEN. (2010). *CECOCAFEN*. Recuperado el 12 de 05 de 2011, de Nuestro Origen: http://www.cecocafen.org/index.php?option=com_content&view=article&id=89&Itemid=156

Centro Cooperativo Sueco. (2008). CIPRES. *Las Cooperativas Agroindustriales en Nicaragua.*, 51, 112, 125,.

Departamento de Cooperativas. (2009). *Departamento de Cooperativas*. Recuperado el 13 de noviembre de 2011, de La administración de las cooperativas.

Enciclopedia Jurídica. (s.f.). *Enciclopedia Jurídica*. Recuperado el 13 de noviembre de 2011, de Derecho mercantil: <http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/asamblea-general-cooperativas/asamblea-general-cooperativas.htm>

Fandiño, M. (19 de junio de 2010). *Comercio Justo en Nicaragua. La opinión de las organizaciones de pequeños productores*. Recuperado el 13 de abril de 2011, de AlbaSud: www.albasud.org/infoalbasud.org

- Giorlandini, E. (2004). *Función Social del Cooperativismo*. Bahía Blanca.
- Guía del ABC de comercio justo. (s.f.). *comercio justo.org*. Recuperado el 05 de mayo de 2011, de comercio justo.org: http://www.comerciojusto.org/mm/file/El_ABC_del_CJ_1.pdf
- Inwent. (20 de Octubre de 2009). *Diálogos en educación*. Recuperado el 2011 de noviembre de 25, de El Concepto de Desarrollo Humano: <http://www.dialogos-en-educacion.org/actualidades/el-concepto-de-desarrollo-humano>
- Mencía, V. E., Martínez, F. J., & Álvarez, C. D. (Febrero de 2010). *Sistemas Empresariales de Mesoamérica*. Recuperado el 20 de Octubre de 2011, de Estudio de costos y precios del café de Comercio Justo vs. Crisis Internacional: www.infocafes.com/descargas/biblioteca/101.pdf
- Peray, J. L. (S/F). *Programa de Actividades Comunitarias en acción primaria*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2011, de La medicina (la salud) comunitaria: un reto para la atención primaria: www.pacap.net/es/publicaciones/pdf/.../3/documentos_medicina.pdf
- PRODECOOP. (11 de agosto de 2008). *Explorando el Comercio Justo*. Recuperado el 17 de abril de 2011, de PRODECOOP: <http://www.prodecoop.com/comercio-justo/explorando-el-comercio-justo.html>
- Programa Especial para la Seguridad Alimentaria. (2006). *Programa Especial para la Seguridad Alimentaria*. Recuperado el 25 de noviembre de 2011, de Seguridad Alimentaria y Nutricional. Conceptos Básicos: www.pesacentroamerica.org/biblioteca/conceptos%20pdf.pdf
- Ríos Donaire, C. D. (2010). Principios y valores cooperativos. Órganos de dirección y administración. ¿Cuáles son los derechos que tenemos como asociados de la cooperativa? ¿Cómo debemos repartir los excedentes? El consejo de administración. Junta de vigilancia. *Aprendiendo de cooperativismo con doña María*, 12,13,21,25,26,29,31.
- Rojas Meza, J. E. (2009). Definición, valores y principios del cooperativismo. Perspectivas teóricas del desarrollo humano. Definición conceptual de variables. En J. E. Rojas Meza, *Desarrollo Humano y Cooperativismo* (págs. 33,34,56,57,69,70,71,72). Matagalpa.
- Ruíz, M. (Octubre de 2011). (F. M. Miranda, Entrevistador)
- Sánchez, L. (2010). Comercio Justo. Matagalpa, Nicaragua.
- Sen, A. (2010). *Orígenes del enfoque de desarrollo humano*. Recuperado el 05 de mayo de 2011, de PNUD: <http://hdr.undp.org/es/desarrollohumano/origenes/>
- Tu mercadeo.com. (Febrero de 2009). *Tu mercadeo.com*. Recuperado el 02 de Noviembre de 2010, de Tu mercadeo.com: <http://www.tuercadeo.com/2010/02/que-es-comercializacion.html>

Anexos

Anexo 1.

Diseño Metodológico

La investigación es de tipo descriptiva, ya que se recolectaron datos medibles y datos de información para describir el estudio; de tipo explicativa porque determinamos la forma de cómo ha influido en la vida de los productores el Comercio justo y el efecto que éste ha causado, de tipo longitudinal porque analizamos algunos aspectos antes y después de formar parte de Comercio Justo y de tipo correlacional porque vamos estudiando el impacto que tiene el comercio justo en el desarrollo de los productores mediante las cooperativas.

El enfoque es cualitativo al utilizar análisis de rasgos cualitativos para comprender el impacto en el desarrollo humano y utilizaremos de alguna manera el enfoque cuantitativo para la medición de los aspectos económicos.

Para recolectar información se aplicó el método teórico en el análisis, la síntesis, inducción, deducción basado en información secundaria de fuentes bibliográficas y en el método empírico.

Las técnicas que facilitaron obtener la información primaria de tipo cualitativa y cuantitativa fueron:

TÉCNICA	DIRIGIDA A:	NUMERO
Encuesta	Los Productores de la Cooperativa La Esperanza	47
Entrevista	A la Comercializadora (Gerente) y al Presidente de la Cooperativa La Esperanza	2
Grupo Focal	A la Asamblea de la Cooperativa La Esperanza	1
Guía De Observación	Aplicada al Área de Trabajo Asignada y al Entorno de Cada Productor	47
Matriz Nutricional	Directamente al Productor de la cada Cooperativa	47

Población y Muestra:

La población sujeta de estudio está constituida por 87 productores socios de la cooperativa. La muestra fue obtenida a través de la siguiente ecuación estadística:

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1)d + p * q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Número de socios de la cooperativa

p= 0.5

q= 1-p

d= Nivel de precisión (0.10)

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{87 * 0.5 * 0.5}{(87 - 1)0.0025 + 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{21.75}{(86)0.0025 + 0.25}$$

$$n = \frac{21.75}{0.465}$$

$$n = 46.77$$

$$n = 47$$

Por lo que la muestra sujeta al estudio estará comprendida por un total de 47 socios/as.

Operacionalización de las Variables

Variable	Sub variable	Indicadores	Instrumentos	Fuente
Comercio Justo	Producción	Tipo de producto que se comercializa	Encuesta, guía de observación	Productor
		Sector económico al que pertenece	Encuesta, entrevista	Productor/comercializadora/cooperativa
		Tecnología empleada	Encuesta	Productor
		Incremento de los rendimientos	Encuesta / Entrevista	Productor /Cooperativa / Comercializadora
		Impacto de la asistencia técnica	Encuesta / Entrevista	Productor /Comercializadora
		Impacto del acceso a financiamiento	Encuesta / Entrevista	Productor /Comercializadora/cooperativa
		Impacto sobre el empleo/retención migración	Encuesta / Entrevista	Productor /Cooperativa
		Valor Agregado	Encuesta / Entrevista	Productor /Comercializadora/cooperativa
	Mecanismos de Certificación	Organismos Certificadores	Encuesta / Entrevista	Productor /Cooperativa / Comercializadora
		Estándares	Encuesta / Entrevista	Productor /Cooperativa / Comercializadora
		Principios	Encuesta / Entrevista	Productor /Cooperativa / Comercializadora
	Comercialización	Mercado de Colocación del producto	Encuesta / Entrevista	Productor /Cooperativa / Comercializadora
		Canales de Comercialización	Encuesta / Entrevista/grupo focal	Productor /Cooperativa / Comercializadora
		Técnicas utilizadas para facilitar la venta de los productos	Encuesta/Entrevista	productor/Cooperativa
	Políticas Económicas	Políticas Económicas que impulsan el comercio justo	Encuesta/Entrevista	productor/Cooperativa / Comercializadora
	Origen de otros ingresos	Turismo	Encuesta /Guía de observación	Productor
		Diversificación de cultivos	Encuesta / guía de observación	Productor

Variable	Sub Variable	Indicador	Técnicas	Fuente
Cooperativismo	Participación	Asistencia en la Asamblea	Grupo focal y entrevista	Productor y cooperativa
		Participación en la toma de decisiones	Grupo focal y entrevista	Productor
		Brindan información a los socios de la cooperativa	Encuesta y entrevista	Productor y cooperativa
	Distribución económica por excedente	Ingreso	Entrevista	Cooperativa
		Nivel de Producción	Entrevista	Cooperativa
		Incentivos / Premio	Encuesta y entrevista	Productor/Cooperativa
	Valores	Igualdad	Grupo focal	Productor
		Ayuda Mutua	Grupo focal	Productor
		Justicia	Grupo focal	Productor
		Respeto	Grupo focal	Productor
	Principios	Libre ingreso y Retiro voluntario	Grupo focal	Productor
		Voluntariedad	Grupo focal	Productor
		Control democrático	Grupo focal	Productor
		Equidad, distribución equitativa	Grupo focal	Productor
		Respeto y defensa de su autonomía	Grupo focal	Productor
		Educación cooperativa	Grupo focal	Productor
		Fomento de la cooperativa entre cooperativa	Grupo focal	Productor

		Solidaridad entre asociados	Grupo focal	Productor	
		Igualdad en derecho y oportunidad para socios de ambos sexos	Grupo focal	Productor	
	Función de la cooperativa		Asamblea	Grupo focal / entrevista	Productor
			Consejo administrativo	Grupo focal	Productor
			Junta de vigilancia	Grupo focal	Productor
			Comisión de educación y promoción del cooperativismo	Grupo focal	Productor
	Función Social		Relación con otras organizaciones	Grupo focal	Productor /Presidente
			Obras sociales (becas, textos escolares, aulas nuevas o reparadas)	Grupo focal	Productor /Presidente
			Talleres, capacitaciones	Grupo focal	Productor /Presidente
	Funciones con respecto al sello de comercio justo		Convenios adquiridos de comercio justo	Entrevista	Cooperativa
			Beneficios Obtenidos (socios)	Grupo focal, entrevista	Productor, cooperativa

Variable	Subvariable	Indicador	Instrumento	Fuente
Desarrollo Humano	Vida Larga y Saludable	Programas alimentarios	Encuesta	Productor
		Seguridad alimentaria	Matriz nutricional	Productor
		Conservación y ampliación de la tierra	Encuesta /Grupo focal	Productor /cooperativa
		Salud Comunitaria	Observación	Productor
		protección del medio ambiente	Encuesta	Productor
		Perdidas Agropecuarias ambientales	Encuesta	Productor
	Adquisición de conocimientos	Impulso a la Educación y Capacitación Técnica	Encuesta	Productor
		Logros en Alfabetización	Encuesta	Productor
		Becas	Encuesta	Productor
	Acceso a recursos que permiten tener un nivel de vida decente	Privaciones	Encuesta y observación	Productor
		Agua y Saneamiento	Encuesta y observación	Productor
		Logros Habitacionales y de vivienda Social	Encuesta y observación	Productor
		Logros en caminos y carreteras	Encuesta y observación	Productor
		Calles	Encuesta y observación	Productor
		Electrificación	Encuesta y observación	Productor
		Facilitación a la Inversión Productiva	Encuesta	Productor
		Permanencia en finca	Encuesta/entrevista	Productor /Cooperativa
		Inversión Productiva	Encuesta	Productor

Anexo No 2

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
Facultad Regional Multidisciplinaria Matagalpa
UNAN – FAREM



Guía de Grupo Focal.

Estimados productores: Somos estudiantes del V año de Economía de la UNAN – FAREM Matagalpa y estamos realizando nuestro Seminario de Graduación teniendo como tema de investigación "Impacto del comercio Justo en el Desarrollo de los Productores" por lo que solicitamos su colaboración para la realización de nuestro estudio, la información brindada por usted será usada solamente para efectos de realizar el estudio, los datos no serán revelados a personas ajenas al mismo.

De antemano le agradecemos su valiosa colaboración.

Lugar: _____

Fecha: _____

Actividades:

1. Presentación de los participantes.
2. Explicación del estudio.
3. Exposición de los tópicos.

Temas a desarrollar:

1. Participación:

- 1.1 Frecuencia y porcentaje de asistencia de los socios a la asamblea.
- 1.2 Cuáles son los comités cooperativos y cómo valoran su funcionamiento.
- 1.3 Cuando se trata de tomar decisiones importantes para la cooperativa, son consultados todos los socios? Ejemplifique.
- 1.4 Tienen cargos los socios en la asamblea? Cuáles?

2. Valores:

- 2.1 Consideran ustedes que los siguientes valores son importantes dentro de la cooperativa; IGUALDAD, AYUDA MUTUA, JUSTICIA, RESPETO. Cite algunos ejemplos del cumplimiento de los mismos.

3. Principios:

- 3.1 Consideran ustedes que cualquier persona que desee formar parte de la cooperativa puede hacerlo? Y cualquier socio puede retirarse cuando así lo desee?
- 3.2 Existe algún tipo de trabajo voluntario por parte de los miembros de la cooperativa para el fortalecimiento de la misma?
- 3.3 Existe solidaridad entre los socios de la cooperativa? De qué manera lo manifiestan?
- 3.4 Considera que existe equidad dentro de la cooperativa? Ejemplifique.
- 3.5 Se consideran los socios autónomos en la toma de decisiones de la cooperativa?
- 3.6 En caso de que los socios no sientan que existe autonomía, de qué manera hacen cumplir este derecho?
- 3.7 Reciben los socios algún tipo de educación cooperativa? Menciónelas.
- 3.8 De qué manera se fomenta su cooperativa en otras cooperativas y en su comunidad?
- 3.9 Consideran que tienen los mismos derechos los socios de ambos sexos? Ejemplifique.
- 3.10 Existe igualdad de oportunidades para hombres y mujeres? Ejemplifique.

4. Función de la cooperativa:

- 4.1 Conoce la función de la Asamblea?Cuál es y cómo la califica?
- 4.2 Conoce la función del Consejo Administrativo?Cuál es y cómo la califica?
- 4.3 Conoce la función de la comisión de educación y promoción del cooperativismo?Cuál es y cómo la califica?
- 4.4 Conoce la función de los comités de trabajo?Cuál es y cómo la califica?

5. Función Social:

- 5.1 Tiene la cooperativa relación con otras organizaciones? Cuáles y de qué tipo?
- 5.2 Se sienten los socios comprometidos a realizar obras sociales en su comunidad? De qué tipo?
- 5.3 Reciben talleres y capacitaciones? Por parte de quién?
- 5.4 Imparten ustedes talleres y capacitaciones? A quiénes?

6. Funciones con respecto al sello de Comercio Justo:

- 6.1 Existen programas establecidos para el sello de Comercio Justo? Cuáles?
- 6.2 Qué tipo de convenios han adquirido por medio del Comercio Justo? Con quiénes?
- 6.3 Conoce la cadena de comercio. Explíquela.
- 6.4 Cuáles son los productos certificados?
- 6.5 Qué beneficios han obtenido a través de Comercio Justo?

Anexo 3

Matriz de Información

La siguiente matriz tiene como propósito obtener información acerca de los conocimientos que tienen los productores sobre el funcionamiento de las cooperativas, los beneficios sociales, económicos y ambientales obtenidos al ser miembro de una cooperativa integrada al comercio justo.

1. Qué producto es el que Ud. Comercializa a través de comercio justo?

Café

Miel

Cacao

Hortalizas

Mermeladas

2. A qué Sector económico se aporta con la comercialización:

Primario

Secundario

Terciario

3. Qué tipo de tecnología emplea en su producción?

Artesanal

Semi industrial

Industrial

4. Cuál es el mercado de colocación de su producto?

Local

Nacional

Internacional

5. Considera Ud. Que desde que trabaja con comercio justo han incrementado sus rendimientos?

Sí

No

6. De cuánto ha sido el rendimiento por manzana antes y después de formar parte de comercio justo?

Antes: _____

Después: _____

7. Recibe asistencia técnica para su producción?

Sí

No

8. Si su respuesta es positiva, por parte de quién recibe la asistencia técnica?

Por cuenta propia

A través de su cooperativa

Por parte de Cecocafen

9. Qué beneficios ha traído el recibir asistencia técnica?

Aumento en la productividad

Aumento en la producción de cultivos permanentes

Mejora en los sistemas de procesamiento y comercialización del café

Uso adecuado del suelo

Uso de abonos verdes

Rotación de cultivos

10. El formar parte de Comercio justo le ha facilitado el acceso al financiamiento?

Si

No

11. Recibe Ud. Financiamiento?

Si

No

12. Si su respuesta es positiva, por parte de quién?

De la Cooperativa

De Cecocafen

Micro financieras privadas

Bancos privados

Banco Produzcamos

13. Ha sido necesario contratar más mano de obra para las cosechas de café desde que forma parte de comercio justo?

Si

No

14. Si ha contratado más mano de obra quiénes han ingresado a las labores de la cosecha de café?

Familiares suyos

Personas de la comunidad

Personas de otras comunidades

15. Al tener trabajo en las cosechas de café, considera Ud. Que los pobladores de la zona han emigrado menos hacia la ciudad o al exterior del país?

Si No

16. Cuenta su producción con valor agregado?

Si No

17. De qué tipo? _____

El productor procesa su propio producto (Elimina al procesador)

Productos con nuevas variedades que rinden productos de cosecha uniforme (Reduce costos de clasificación)

18. Cuál es el origen de sus ingresos?

Cosechas de café

Cosechas de granos básicos

Labores fuera del hogar

Remesas

Otros: _____

19. A cuál de las siguientes necesidades básicas destina mayor parte de sus ingresos?

Alimentos

Servicios básicos (agua, luz, etc.)

Medicinas

Recreación

20. El formar parte de comercio justo ha facilitado la obtención de mayores ingresos económicos?

Sí No

21. Si su respuesta es positiva, de qué manera?

Recibiendo un mayor precio por su producto

Por premios o incentivos

22. Qué organismo certifica su café?

FLO

C.A.F.E Practices

Naturland

UTZ Certified

Bio Latina

23. Conoce los estándares de comercio justo?

Si No

24. Si los conoce, Cuáles son?

Creación de oportunidades para productores en desventaja económica

Transparencia y rendición de cuentas

Construcción de capacidades

Promoción del Comercio Justo

Pago de un precio justo

Equidad de Género

Condiciones de Trabajo

Trabajo Infantil

El medio ambiente

Relaciones Comerciales

25. Conoce los principios de comercio justo?

Si No

26. Si los conoce, cuáles son?

Creación de oportunidades para los productos en desventaja para combatir la pobreza y lograr un desarrollo sustentable.

Transparencia y responsabilidad en la administración y en las relaciones comerciales.

Constitución de capacidades para desarrollar la independencia de los productos.

Promoción del comercio justo a través de la difusión de información sobre sus prácticas.

Pago de un precio justo acordado a través del diálogo y la participación, que permite una producción socialmente justa y ambientalmente amigable.

Equidad de género en la remuneración y en las oportunidades de trabajo.

Condiciones de trabajo favorables en un ambiente seguro y saludable para los productores.

Respeto por los derechos de los niños y niñas garantizados por la Convención de la ONU y por leyes y normas sociales locales.

Conservación del medio ambiente por medio de prácticas ambientales y utilización de métodos de producción responsables.

Relaciones de comercio basadas en el interés por el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores, en un marco de solidaridad, confianza y respeto mutuo

27. Cuáles son los canales de comercialización de su producto?

Productor Cooperativa Comercializadora Consumidor

Productor Comercializadora Consumidor

28. Conoce las técnicas que utiliza la comercializadora para facilitar la venta de sus productos a través de comercio justo?

Si No

29. Si las conoce, cuáles son?

Relaciones con la Comunidad

Sitio Web

Relaciones públicas

Correo Directo

Páginas Amarillas

Mercadeo por Correo Electrónico

Publicidad en Periódicos

Publicidad en revistas

Cupones impresos

Publicidad en Radio

Banner en sitio Web

30. Considera Ud. Que existen Políticas Económica a través de las cuáles el gobierno impulse el Comercio Justo en nuestro país?

Si No

27. Existen programas alimentarios para los productores y su familia?

Si No

28. Por parte de quién?

Cooperativa

Comercializadora

Otros: _____

29. Existen programas de alfabetización para los productores y su familia?

30. Por parte de quién?

Cooperativa

Comercializadora

Otros: _____

31. Promueve el cuidado del medio ambiente?

Si No

32. Si su respuesta es sí, a través de qué medidas?:

Reforestación

Barreras muertas

Cercas Vivas

Cortinas Rompe vientos

Reducción de incendios

Control de despale

Rotación de Cultivos

33. Ha tenido pérdida agrícolas a causa de eventos climáticos en los últimos ciclos?

Si No

34. Recibe información por parte de la cooperativa?

Si No

35. Si su respuesta es sí, de qué tipo?:

1. Contable:

Ingresos por:

Ventas

Incentivos

Financiamiento

Otros, Especifique: _____

2. Organizacional:

Cargos

Funciones

Toma de decisiones

Control Interno

36. Recibe algún tipo de capacitación?

Sí

No

37. Si su respuesta es positiva, Por parte de quién?

Cooperativa

Comercializadora

Otros: _____

38. Qué temas abordan en las capacitaciones?

39. Ha recibido algún tipo de incentivo por la comercialización de su producto a través de Comercio justo?

Si

No

40. De qué tipo?

Económico (monetario)

Insumos

41. De qué forma reciben el incentivo?

Individual

Colectiva

42. A qué actividad destinan el incentivo en caso de que sea económico?

➤ Servicios básicos:

Agua

Luz

Teléfono

Letrinización

➤ Infraestructura:

Carreteras

Mejoras Construcción

Puentes

Mejoras Construcción

Electrificación

Legal Construcción

➤ Vivienda

Proyectos de Mejoras

Proyectos de Construcción

➤ Salud

Proyectos de mejoras de Centros de Salud

Proyectos de Construcción de centros de Salud

Jornadas

Compra de medicamentos

➤ Educación

Becas

Primaria

Secundaria

Superior

Técnica

Construcción o reparación de aulas de clase

Compra de textos o útiles escolares

➤ Inversión productiva

43. De qué forma recibe el servicio de agua?

Agua potable (llave)

Pozos

Ojos de agua

44. Para hacer sus necesidades fisiológicas hace uso de?

Letrinas

Inodoros

Al aire libre

45. Siente usted que hay necesidades insatisfechas o que no ha podido cubrir totalmente?

Si

No

46. Cuáles?

Alimentos

Medicamentos

Educación

Recreación

Vivienda

Agua

Energía

47. Considera Ud. Que el estar organizado en cooperativas tiene mayor incidencia política?

Si

No

48. De qué manera?

Mayor oportunidad de ser atendidos en las instituciones estatales

Incremento en las respuestas positivas a las necesidades de la comunidad

Otros: _____

Anexo 4

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa

UNAN – FAREM

Entrevista a la Cooperativa

Somos estudiantes de V Año de la Carrera de Economía general de la UNAN FAREM Matagalpa, estamos realizando nuestro Seminario de graduación sobre “El Impacto del comercio justo en el desarrollo de los productores” para lo cual pedimos su colaboración en el desarrollo de la siguiente entrevista, agradeciéndole de antemano. La información obtenida será utilizada para fines de la investigación.

1. ¿Quiénes participan en la toma de decisiones?
2. ¿Pueden constatar el grado de cumplimiento de los estatutos de la asociación?
3. ¿Cuáles son las actividades económicas que impulsa la cooperativa?
4. ¿Cuáles son las actividades de tipo sociales que impulsa la cooperativa para el bienestar comunitario?
5. ¿Brindan información a los socios de la cooperativa? ¿De qué manera?
6. ¿A cuánto asciende la producción total de café en la cooperativa?

7. ¿Qué tipo de incentivo o premio se le da a los productores asociados producto de la certificación?

8. ¿Cada cuánto se entrega este incentivo a los productores?

9. ¿De qué forma se entrega el incentivo o premio a los productores? ¿Es económico (monetario) o en insumos?

10. ¿Cuál es el uso final del incentivo que se les entrega al productor?

11. ¿Se han adquirido convenios de comercio justo en qué consisten?

12. ¿Qué organismo certifica el café en su cooperativa?

13. ¿Conoce los principios de comercio justo? ¿Cuáles son los más esenciales?

14. ¿Qué programas establecidos tiene la cooperativa con respecto al comercio justo?

15. ¿Considera Ud. Que existen políticas económicas a través de las cuales el gobierno impulse el comercio justo en nuestro país? ¿Cuáles?

16. ¿Considera Ud. Que el estar organizado en cooperativas tiene mayor incidencia política? ¿De qué manera?

17. ¿De qué manera se determinan los estándares de calidad del café? ¿Quién lo hace?

18. ¿Cuáles son los canales de distribución que se utilizan para la comercialización del café?

19. ¿Cómo se realiza la venta del café? ¿Se utiliza alguna técnica?

20. ¿Cuenta su producción con valor agregado? ¿De qué tipo?

21. ¿Cuál es el origen de los ingresos de los socios de la cooperativa?

22. ¿El formar parte de comercio justo ha facilitado la obtención de mayores ingresos económicos? ¿De qué manera?

23. ¿Qué organismo certifica su café?

24. ¿Conoce las técnicas que utiliza la comercializadora para facilitar la venta de sus productos a través de comercio justo? ¿Cuáles son?

25. ¿Existen programas alimentarios para los productores y su familia? ¿Por parte de quién?

26. ¿Existen programas de alfabetización para los productores y su familia? ¿Por parte de quién?

27. ¿Promueven el cuidado del medio ambiente? ¿De qué manera?

28. ¿Han tenido los productores pérdidas agrícolas a causa de eventos climáticos en los últimos ciclos?

29. ¿Recibe los socios algún tipo de capacitación? ¿Por parte de quién?

30. ¿Qué temas abordan en las capacitaciones?

20. ¿Los socios tiene beneficios a partir de las prácticas de comercio justo? ¿En qué consisten dichos beneficios?

21. ¿A qué sector económico se aporta con la comercialización?

22. ¿Cuál es el mercado de colocación de su producto?

23. ¿Considera Ud. Que desde que trabaja con comercio justo han incrementado los rendimientos de los socios? ¿De qué manera?

24. ¿Reciben los productores asistencia técnica para su producción? ¿Por parte de quién?

25. ¿El formar parte de Comercio justo le ha facilitado el acceso a financiamiento? ¿De qué manera?

26. ¿Ha sido necesario contratar más mano de obra para las cosechas de café desde que forma parte de comercio justo?

27. ¿Si ha contratado más mano de obra quiénes han ingresado a las labores de la cosecha de café?

28. ¿Al tener trabajo en las cosechas de café, considera Ud. Que los pobladores de la zona han emigrado menos hacia la ciudad o al exterior del país?

Anexo 5

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

**Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa
UNAN – FAREM**

Entrevista a la Comercializadora

Somos estudiantes de V Año de la Carrera de Economía general de la UNAN FAREM Matagalpa, estamos realizando nuestro Seminario de graduación sobre “El Impacto del comercio justo en el desarrollo de los productores” para lo cual pedimos su colaboración en el desarrollo de la siguiente entrevista, agradeciéndole de antemano. La información obtenida será utilizada para fines de la investigación.

Nombre del entrevistado: _____

Profesión: _____

Cargo: _____

Institución: _____

I. Aspecto Organizativo

1. ¿Cuánto tiempo tiene la institución de trabajar con el sello de comercio justo?
2. ¿Qué avances presenta el movimiento cooperativo asociado a esta institución?
3. ¿Conoce los principios de comercio justo? ¿Cuáles son los más esenciales?

4. ¿Conoce los estándares de comercio justo? ¿Cuáles son los fundamentales?

4. ¿Cuáles son las acciones que establece la institución para desarrollar las funciones del sello de comercio justo?

5. ¿Cuáles son los mecanismos de certificación a los que se ajusta la institución para certificar el producto?

1. ¿Qué otras acciones deben trabajar en conjunto institución-cooperativas para desarrollar el cooperativismo?

II Aspecto social

7. ¿Todas las cooperativas asociadas a la institución trabajan con un mismo convenio de comercio justo? ¿De qué manera?

8. ¿Qué tipo de oportunidades representa el café como producto certificado para el desarrollo de las cooperativas?

9. ¿Es el comercio justo un factor clave de generación de empleos en las cooperativas asociadas a esta institución? ¿Por qué?

10. ¿Existen programas de alfabetización para los productores y su familia?

11. ¿Por parte de quién?

12. ¿Promueve el cuidado del medio ambiente? ¿A través de qué medidas?

III Aspectos Productivos

13. ¿Qué acciones se están desarrollando en la institución para alcanzar la rentabilidad en las cooperativas?

14. ¿Podría hablarnos sobre los beneficios económicos que le brinda esta institución a los productores asociados a las cooperativas?

15. ¿De qué manera el café certificado contribuye a la expansión del comercio Justo?

16. ¿A cuánto ascienden los niveles de comercialización de café certificado por ciclo?

17. ¿A partir de la práctica de Comercio justo se han registrado incrementos en los rendimientos productivos? ¿De qué manera?

18. ¿Cómo influye la política de comercio justo en la variación de precios del café en las cooperativas?

19. ¿Cuál es la asistencia técnica que reciben las cooperativas por parte de esta institución? ¿Facilita el acceso a medios de producción?

20. ¿Cuenta la producción con valor agregado? ¿De qué tipo?
21. ¿Qué organismo certifica su café?
22. ¿Cuál es el mercado en el que se ubica el producto para la venta?
23. ¿A qué sector económico se aporta con la comercialización?
24. ¿Cuáles son los canales de comercialización del producto que se implementan en la institución?
25. ¿Considera Ud. Que existen políticas económicas a través de las cuales el gobierno impulse el comercio justo en nuestro país? ¿Cuáles?
26. ¿Considera Ud. Que el estar organizado en cooperativas tiene mayor incidencia política? ¿De qué manera?

27. ¿Cuáles cree usted que son los principales retos a superar por las cooperativas asociadas a esta institución en los sig. Aspectos:

➤ Económicos

➤ Sociales

➤ Políticos

28. ¿Qué aportes considera necesario Ud. En la institución para brindar a las cooperativas un fortalecimiento en los siguientes aspectos:

➤ Capitalización y financiamiento:

➤ Estándares de Calidad:

➤ Rendimiento productivo:

➤ Equidad de género:

29. ¿Cuáles son los beneficios obtenidos a través de Comercio Justo para:

➤ Los Productores:

➤ La Cooperativa:

➤ La Comercializadora:

Anexo 6

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

UNAN- FAREM

Guía de observación

1. Origen de otros ingresos

Turismo

Sí

No

Diversificación de cultivos

- a) Frijoles
- b) Maíz
- c) Caco
- d) Hortalizas
- e) Yuca
- f) Malanga
- g) Ayote
- h) Pipián
- i) plantas
- j) otros

2. Acceso a recursos que le permitan tener un nivel de vida de decente

Medicinas

- a) Centro de salud cercano
- b) Botiquín médico
- c) Ambos

Privaciones

Agua a) Si b) No

Energía a) si b) No

Uso del agua:

- a) Humano
- b) agricultura

Suelo de la vivienda

- a) Embaldosado
- b) tierra
- c) piso
- d) cerámica

Agua y saneamiento

- a) Letrina
- b) inodoro
- a) Llave
- b) Pozo

Logros habitacionales

- a) Madera
- b) Concreto
- c) Media falda

Logros en caminos y carreteras

- a) Trocha
- b) Pavimento
- c) Adoquín
- d) Balastre

Calles

- a) Encunetado
- b) Adoquinado
- c) Asfaltado

Electrificación

- a) Planta eléctrica
- b) Suministro por empresa generadora
- c) Otros

Anexo 8.

ANEXO N° 5



Esta matriz nutricional es con el fin de determinar el impacto de la seguridad alimentaria de los productores asociados a CECOCAFEN Matagalpa en el desarrollo de los productores de la región norte, se solicita que evalúe distintos aspectos de la matriz nutricional conforme a su consumo.

Matriz Nutricional

Alimentos	Días que consume este alimento a la semana							Lo compra	Lo produce
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo		
Alimentos Básicos									
Frijoles									
Maíz									
Malanga									
Guineo									
Arroz									
Yuca									
Plátano									
Alimentos para el desarrollo									
Cuajada									
Leche									
Pollo									
Frijoles									
Ayote									
Huevos									
Pescado									
Carne									
Patos									
Soya									
Alimentos que protegen la									

Alimentos	Días que consume este alimento a la semana							Lo compra	Lo produce
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo		
salud									
Piña									
Papaya									
Mango									
Banano									
Ayote									
Marañón									
pejibaye									
Cebolla									
Chiltoma									
Pipián									
Tomate									
Chayote									
Zanahoria									
Remolacha									
Naranja									
Pitaya									
Lechuga									
Rabano									
Banano									
Alimentos que dan mucha energía									
Dulce									
Azúcar									
Aceite vegetal									
Mantequilla o crema									
Miel de abejas									
Aguacate									
Coco									

(Que rico lo que nos da el monte, guía nutricional comunitaria; 10) (Elaboración propia a partir de lo estudiado)

Anexo 9.

Certificaciones de la Cooperativa

	INSTITUTO NICARAGÜENSE DE FOMENTO COOPERATIVO INFOCOOP
El Instituto Nicaragüense de Fomento Cooperativo a través del Registro Nacional de Cooperativas, con base en la Ley 499 (Ley General de Cooperativas):	
CERTIFICA	Nº 09458
<p>Que en el Tomo IV del Libro de Resoluciones del libro de Resoluciones que lleva el Registro Nacional de Cooperativas del Instituto Nicaragüense de Fomento Cooperativo en el Folio 148, se encuentra la Resolución No. 2126-93, que integra y literalmente dice: RESOLUCION. No. 2126-93, Ministerio del Trabajo, Dirección Registro Nacional de Cooperativas Agropecuarias y Agroindustriales, Managua, veintidós de junio de mil novecientos noventa y tres, a las nueve y veinticinco minutos de la mañana, Con fecha veinticinco de Mayo de mil novecientos noventa y tres, presento solicitud de Inscripción LA COOPERATIVA AGROPECUARIA DE PRODUCCION LA ESPERANZA, R.L., constituida en la Localidad de El coyolar No.2, Municipio La Dalia, Departamento de Matagalpa, a las ocho de la mañana, del día veintidós de abril, de mil novecientos noventa y tres, se inicia con 18 asociados, con un capital suscrito de C\$ 1,800.00 y pagado de C\$ 1,800.00 córdobas. Este Registro Nacional previo estudio lo declaro procedente, por lo que fundado en la ley de Cooperativas Agropecuarias y Agroindustriales (Ley No.84), RESUELVE: apruébese la inscripción y Otórguese la Personalidad Jurídica de LA COOPERATIVA AGROPECUARIA DE PRODUCCION LA ESPERANZA, R.L. Cuyo Representante Legal será el Señor (a) Hernaldo Laríos Lago, Presidente de la Cooperativa Certifíquese la presente Resolución, razónense los documentos y devuélvanse las copias a los interesados. Publíquese en el Diario Oficial La Gaceta.-Enmendados Vale.- (F) Lic. Alba Tabora de H, Directora Del Registro Nacional de Cooperativas, Agropecuarias y Agro Industriales de la Dirección General de Cooperativas, Ministerio Del Trabajo. Es Conforme con su original con el que debidamente fue cotejado a los veintidós días del mes de Junio de mil novecientos noventa y Tres. (F) LIC. SOFIA ESPERANZA PRADO B., DIRECTORA EJECUTIVA, DEL INSTITUTO NICARAGÜENSE DE FOMENTO COOPERATIVO. Es conforme con su original con el que fue debidamente cotejado a los diecinueve días del mes de Agosto del año dos mil Diez.</p>	
 LIC. SOFIA ESPERANZA PRADO B. DIRECTORA EJECUTIVA	
S/N IGI	Rec. 31417
NOTA: ESTA CERTIFICACIÓN NO ES VÁLIDA SI TIENE MANCHONES, ENMIENDAS, BORRONES, ENTRELINEADO Y TENDIDO	
ORIGINAL	



**INSTITUTO NICARAGÜENSE DE FOMENTO COOPERATIVO
INFOCOOP**

El Instituto Nicaragüense de Fomento Cooperativo a través del Registro Nacional de Cooperativas,
con base en la Ley 499 (Ley General de Cooperativas):

CERTIFICA

Nº 09457

Que en el Registro Nacional de Cooperativa del Instituto Nicaragüense de Fomento Cooperativo (INFOCOOP) consta acta No. 16 con fecha 2 de junio del año dos mil nueve, e inscrita en los folios 082 al 089 del libro de Actas y Acuerdos de la Asamblea General Extraordinaria que lleva **LA COOPERATIVA MULTISECTORIAL LA ESPERANZA ,R.L** del municipio de El Tuma-La Dalia, departamento de Matagalpa ,donde se eligió al Consejo de Administración con vigencia de dos (2) años y Junta de Vigilancia con vigencia de tres (3) años Artos.29 y 32 de sus estatutos.

**EN DICHA ACTA APARECEN REGISTRADOS COMO MIEMBROS DEL
CONSEJO DE ADMINISTRACION:**

FERMIN OTONIEL ARAUZ
HERNALDO LARIOS.
IVETH ARAUZ
ANTONIO ALVAREZ
JUANA VALLE

PRESIDENTE
VICE-PRESIDENTE
SECRETARIA
TESORERO
VOCAL

JUNTA DE VIGILANCIA

RICHARD ARAUZ
ANASTACIO HERRERA
ANDRES PAIZ

COORDINADOR
SECRETARIO
VOCAL

Ultima Línea.....

Se extiende la presente a solicitud de parte interesada, en la ciudad de Managua, a los diecinueve días del mes de Agosto del año dos mil diez.


LIC.SOFÍA ESPERANZA PRADO
DIRECTORA EJECUTIVA



SN/JGJ

ROC.31416

ORIGINAL

NOTA: ESTA CERTIFICACIÓN NO ES VÁLIDA SI LLEVA MANCHONES, ENMIENDAS, BORRONES, ENTRELINEADO Y TESTADO



INSTITUTO NICARAGÜENSE DE FOMENTO COOPERATIVO INFOCOOP

El Instituto Nicaragüense de Fomento Cooperativo a través del Registro Nacional de Cooperativas, con base en la Ley 499 (Ley General de Cooperativas):

CERTIFICA

Nº 10261

Que en el Registro Nacional de Cooperativas del Instituto Nicaragüense de Fomento Cooperativo (INFOCOOP), consta Acta Nº 91, con fecha 27 de Agosto del año dos mil diez, e inscrita en los folios 05 al 09, del libro de actas y acuerdos del Consejo de Administración, que lleva la **COOPERATIVA MULTISECTORIAL LA ESPERANZA R.L.** del municipio de El Tuma - Dalia, departamento de Matagalpa.

EN DICHA ACTA APARECEN REGISTRADOS OCHENTA Y SIETE (87) SOCIOS (AS):

1. ERNALDO LARIOS LAGOS
2. FERMIN OTONIEL ARAUZ OTERO
3. CESAR GONZALEZ GONGORA
4. NICOLAS ANTONIO LAGUNA SEQUEIRA
5. VICTORINO ORTIZ RIVAS
6. ANDRES PAEZ MAIRENA
7. ANASTACIO HERRERA FLORES
8. SILVESTRE LOPEZ VASQUEZ
9. FLORA SEQUEIRA LOPEZ
10. ADILIA LANZAS RAMOS
11. DANIEL LOPEZ TINOCO
12. MARIA ELENA GAMEZ LEIVA
13. ENRIQUE CENTENO CENTENO
14. FERNANDO SOVALBARRO
15. MIGUEL ANGEL ALTAMIRANO
16. MERCEDES DE JESUS ZELAYA
17. LEONCIO TALAVERA
18. AGUSTIN GONZALEZ ALGUERA
19. FELIPE CHAVARRIA MARTINEZ
20. JOSE CASTRO PINEDA
21. URIEL BRIONES ARAUZ
22. APOLINAR ZELEDON GARCIA
23. RICHARD ARAUZ RIVAS
24. BENJAMIN HERRERA ESTRADA
25. ISIDORO VILLAREYNA SOBALVARRO
26. JACOBO CASANOVA FUERTES
27. FRANCISCO LAGUNA SEQUEIRA
28. LEONCIO BLANCHERD GAMEZ
29. VICTORINO GUSMAN HERNANDEZ
30. MARLON PICADO MEJIA
31. DOMINGO PICADO MEJIA
32. EVENOR JARQUIN
33. MARIA VILMA JARQUIN
34. DOMINGO SEVILLA LOPEZ
35. ORLANDO MEJIA JARQUIN
36. IVETH ARAUZ
37. MARVIN LOPEZ ARAUZ
38. ALFREDO AVILES BENAVIDEZ
39. SIXTO ORTIZ TINOCO
40. VICTOR A. RODRIGUEZ RODRIGUEZ
41. VIRGILIO HERRERA FLORES
42. SILVIA MELANIA VILLAREYNA SOBALVARRO
43. ULISES LOPEZ JARQUIN
44. JULIO OSEJO GONZALEZ
45. JULIO PICADO
46. NOEL PICADO JARQUIN
47. FRANCISCO HERRERA MAIRENA
48. JUAN A. ARAUZ ARAUZ
49. ANGELA HERRERA FLORES
50. FRANCISCO ALVAREZ TINOCO
51. JAIME ZELEDON ARAUZ
52. LEONARDO DIAZ TORRES
53. OSMAN VILLAREYNA SOBALVARRO
54. JOSE VILLAREYNA ROQUE
55. JUANA VALLES LAOS
56. ESPERANZA ORTIZ TINOCO
57. GUSTAVO ZELEDON
58. FELIX PEDRO MANZANAREZ
59. ALFREDO GUTIERREZ GONZALEZ
60. MARIA MENDOZA LAIVA


LIC. SOFIA ESPERANZA PRADO B.
DIRECTORA EJECUTIVA

S/N KRGU



ORIGINAL

NOTA: ESTA CERTIFICACIÓN NO ES VÁLIDA SI LLEVA MANCHONES, ENMIENDAS, BORRONES, ENTRELINEADO Y TESTADO