

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA**

**UNAN CUR-MATAGALPA**

**“SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TITULO DE LICENCIATURA  
EN ECONOMÍA GENERAL”**

**TEMA:**

**IMPACTO DEL COMERCIO JUSTO EN EL DESARROLLO DE LOS  
PRODUCTORES.**

**SUB TEMA:**

**IMPACTO DEL COMERCIO JUSTO EN EL DESARROLLO DE LOS PRODUCTORES  
ASOCIADOS A LA COOPERATIVA “LA PROVIDENCIA” DURANTE EL SEGUNDO  
SEMESTRE DEL AÑO 2011.**

**AUTORES:**

**Br. SKARLETH REBECA CRUZ MARTÍNEZ**

**Br. CARELIA MARIA GUTIÉRREZ**

**TUTOR:**

**LIC. JUAN IGNACIO ALFARO MARDONES**

**ENERO 2012**

## **Dedicatoria**

“Alzaré los ojos a los montes; ¿De donde vendrá mi socorro? Mi socorro viene de Jehová, que hizo los cielos y la tierra” (Salmo 121.1-2).

A Dios por haberme brindado la sabiduría, entendimiento y por haber sido el soporte en este largo camino lleno de retos y adversidades que representan este triunfo de mi vida.

A mis Padres Sr. José Javier Cruz Gutiérrez y la Sra. Maribel Martínez, a quienes les debo todo lo que soy, gracias por su apoyo incondicional por guiarme en los momentos mas importantes de mi vida siendo el pilar que me sostiene día con día, siendo una inspiración para lograr mis metas y sueños alentándome y brindándome los recursos para poder salir adelante.

A mis Hermanos por compartir momentos tan gratos como este conmigo y por ser quienes me motivan a crecer como persona y profesional.

A mi Compañera de seminario y gran amiga Carelia María Gutiérrez por su apoyo incondicional y por haber luchado juntas en todos los obstáculos que se nos presentaron en este camino para así poder concluir nuestro seminario de graduación.

**Skarleth Rebeca Cruz Martínez**

## **Dedicatoria**

Primeramente agradezco a nuestro Padre Celestial por regalarme la existencia y sabiduría para poder sobrellevar cada uno de los obstáculos que se me presentan en la vida.

A mi Madre Carmen Gutiérrez, ya que ha sido Padre y Madre a la vez desde que tengo uso de razón, le agradezco por todo el sacrificio que ha tenido que atravesar en la vida para así lograr que yo hoy en día sea una mujer con valores.

A mi abuela Máxima Gutiérrez, que ha sido una gran Madre para mí, y sé, lo orgullosa que se siente por la culminación de ésta meta.

A mis dos grandes amores fuente de mi inspiración, empeño y dedicación, como es mi marido Uriel Cruz porque siempre estuvo dándome ánimos a seguir adelante y me ha ayudado a levantarme en los momentos difíciles; y a la bebita que en estos instantes de mi vida llevo en mi vientre y durante el proceso de investigación hemos compartido juntas ésta gran experiencia.

A mi amiga, confidente y compañera de seminario Skarleth Cruz Martínez, quiero darle las gracias porque hemos sabido acoplarnos y sobre todo dar lo mejor de sí para la realización de este trabajo.

**Carelia María Gutiérrez**

## **Agradecimiento**

Agradecemos a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (Centro Universitario Regional-Matagalpa), por brindarnos la oportunidad de formarnos como profesionales y personas con valores para servirle a la sociedad.

A nuestros profesores por haber sido los que permitieron que llegáramos hasta este punto, donde un paso termina e inicia otro, en especial a Nuestro tutor de seminario Lic. Juan Alfaro por su valiosa amistad y apoyo brindado, y por guiarnos durante la realización de nuestro trabajo de investigación.

Nuestro más sincero agradecimiento a la Central de Cooperativas Cafetaleras del Norte (CECOCAFEN), por habernos permitido realizar este trabajo investigativo en sus cooperativas con enfoque al desarrollo de los productores asociados a ésta central.

A la cooperativa LA PROVIDENCIA, principalmente al Gerente Noé Montenegro Centeno, por su incondicional apoyo durante nuestra estadía en el municipio de Wiwilí, y por habernos brindado los recursos necesarios para la realización del trabajo de campo.

Agradecemos a los socios de las diferentes comunidades por su valioso tiempo y colaboración, ya que sin su aporte no hubiese sido posible la realización de nuestro trabajo de campo; sin dejar a un lado a nuestros compañeros y colaboradores Cro. Ermes Duarte Quintero y Cro. Elmer Martínez Zeledón quienes nos apoyaron en la recopilación de la información en las comunidades donde se realizó el estudio.

A todos y cada uno de nuestros compañeros de seminario porque de una u otra forma nos apoyaron en la recopilación de la información para nuestro trabajo.

**Br. Skarleth Rebeca Cruz Martínez**

**Br. Carelia María Gutiérrez**

## Valoración del Docente

Buen trabajo. Carelia y Skarleth desarrollan el subtema Impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores asociados a la cooperativa La providencia durante el año 2011 de forma amplia y a la vez profunda.

Los méritos de este trabajo colectivo en su conjunto son muchos:

- La elección de una temática como el comercio justo poco estudiada dentro del departamento de Matagalpa, pero que se presenta como una oportunidad para equilibrar las relaciones económicas internacionales que hasta ahora han empobrecido a nuestros países.
- La reflexión epistemológica que está detrás del paradigma elegido para tratar el tema del desarrollo, denotando un enfoque humanista en la formación del estudiante.
- La elección de un enfoque más cualitativo que cuantitativo, adaptado al instrumental que desde la economía se dota al estudiante.
- La elección de la investigación acción, desarrollando talleres y grupos focales, intercambiando así la recolección de información secundaria con los productores y sintiendo al productor como protagonista de la investigación y no sólo como objeto de estudio
- La capacidad de trabajo en equipo del seminario.
- La profundidad del trabajo de campo apoyado en una triangulación de información de hasta cuatro fuentes diferentes, basadas en la construcción de unos instrumentos y la utilización de unas técnicas diversas que proporcionan a las evidencias encontradas de una excelente rigurosidad científica.
- Un primer acercamiento a la necesaria interdisciplinariedad que demandan las ciencias sociales en el siglo XXI, donde el economista ha tenido que recurrir a la asesoría en materia de nutrición y agronomía.

- Un aporte para CECOCAFEN y para CECOSEMAMAC que puede reorientar o corregir aspectos económicos y organizativos.

Los méritos en el plano personal de Skarleth y Carelia resaltan por si solos en el documento. El nivel de profundidad alcanzado es grande, una búsqueda de bibliografía, apoyo y entrevistas con expertos en la temática. Por otra parte la profundidad del trabajo de campo y la relación con los técnicos de la institución, así como la relación con los miembros de la cooperativa dotan de confiabilidad y veracidad a los hallazgos y evidencias presentadas como fruto del trabajo investigativo.

El documento se valora a si mismo de forma sobrada, así que sólo queda felicitarles desde lo más profundo de mi mente y de mi corazón.

Juan Ignacio Alfaro Mardones

Tutor del Seminario

## Índice

I. Introducción	1-2
II. Justificación	3
III. Objetivos	4
a. General	4
b. Específicos	4
IV. Desarrollo	5-64
a. Reseña de CECOCAFEN	5-7
b. Reseña de Cooperativa "La Providencia"	7-8
c. Organigrama	9
<b>1. Comercio Justo</b>	<b>9-30</b>
1.1 Producción	10-19
1.2 Mecanismos de Certificación	19-23
1.3 Comercialización	24-25
1.4 Políticas Económicas	26
1.5 Origen de Otros Ingresos	27-30
<b>2. Cooperativismo</b>	<b>30-48</b>
2.1 Participación	31-35
2.2 Distribución Económica por Excedente	35-38
2.3 Valores	38-40
2.4 Principios	41-42
2.5 Función de la Cooperativa	42-45
2.6 Función Social	45-47
2.7 Funciones con respecto al sello de Comercio Justo	47-48
<b>3. Desarrollo Humano</b>	<b>48-62</b>
3.1 Vida Larga y Saludable	48-56
3.2 Adquisición de Conocimientos	56-58
3.3 Acceso a Recursos que le permitan tener un nivel de vida decente	58-62
IV. Conclusiones	63-64
V. Bibliografía	65-67
VI. Anexos	68

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
Gráfico 1	Tipo de producto que se comercializa	11
Gráfico 2	Otros productos que se comercializan	11
Gráfico 3	Tecnología Empleada	13
Gráfico 4	Beneficios obtenidos a partir de la asistencia técnica	15
Gráfico 5	El formar parte de comercio justo le ha facilitado el acceso a financiamiento	16
Gráfico 6	Facilitadores del acceso a financiamiento	16
Gráfico 7	Permanencia de la mano de obra	17
Gráfico 8	Aumento de la mano de obra	17
Gráfico 9	Participes en las cosechas de café	17
Gráfico 10	Disminución de la Emigración	17
Gráfico 11	Motivo de Emigración	18
Gráfico 12	Organismos certificadores	20
Gráfico 13	Conoce los estándares de comercio justo	21
Gráfico 14	Estándares conocidos	21
Gráfico 15	Conoce los principios de comercio justo	22

<b>Gráfico</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
Gráfico 16	Principios Conocidos	23
Gráfico 17	Conoce las técnicas para la venta del café.	24
Gráfico 18	Técnicas mas conocidas	25
Gráfico 19	Considera que existen políticas económicas impulsadas por el gobierno acerca de comercio justo en nuestro país.	26
Gráfico 20	Origen de sus ingresos	27
Gráfico 21	A partir del comercio justo ha contribuido el turismo en su comunidad	27
Gráfico 22	Tipo de Turismo	27
Gráfico 23	Diversificación de cultivos	29
Gráfico 24	Brindan información a los socios de la cooperativa	34
Gráfico 25	Información Contable	34
Gráfico 26	Información Organizacional	34
Gráfico 27	Forma de la obtención de mayores ingresos	36
Gráfico 28	Tipo de incentivo por la comercialización	37
Gráfico 29	Facilitadores de los talleres y capacitaciones	47
Gráfico 30	Temas de capacitaciones	47
Gráfico 31	Existen programas alimentarios	49

<b>Gráfico</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
Gráfico 32	Facilitadores de estos programas	49
Gráfico 33	Conservación y ampliación de la tierra	53
Gráfico 34	Frontera productiva	54
Gráfico 35	Medidas para el cuidado del medio ambiente	55
Gráfico 36	Perdidas agropecuarias	55
Gráfico 37	Programas de Alfabetización	57
Gráfico 38	Facilitadores de la Alfabetización	57
Gráfico 39	Educación	58
Gráfico 40	Necesidades insatisfechas	59
Gráfico 41	Necesidades en	59

### Índice de Tablas

<b>Tabla</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
Tabla 1	Incremento de los Rendimientos	14
Tabla 2	Estándares del Comercio Justo	21
Tabla 3	Principios del Comercio Justo	22
Tabla 4	Valores	39
Tabla 5	Principios	41

<b>Tabla</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
Tabla 6	Matriz Nutricional	49-51

### Índice de Fotos

<b>Fotos</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
Foto 1	Reserva Biológica Macizo Kilambé	28
Foto 2	Cabañas Típicas	28
Foto 3	Cafetales y Cepas de Guineo	30
Foto 4	Naranjas	30
Foto 5	Cultivos de Peras	30
Foto 6	Asamblea Extraordinaria	33
Foto 7	Entrega de Premios	37
Foto 8	Igualdad	39
Foto 9	Ayuda Mutua	39
Foto 10	Responsabilidad	40
Foto 11	Democracia	40
Foto 12	Solidaridad	40
Foto 13	Equidad	40
Foto 14	Promoción del Deporte	46
Foto 15	Apertura de Caminos	46

<b>Fotos</b>	<b>Título</b>	<b>Página</b>
Foto 16	Aulas Reparadas	46
Foto 17	Capacitación sobre uso de abonos	56
Foto 18	Asamblea Comunitaria	56
Foto 19	Agua y Saneamiento	60
Foto 20	Logros en camino y carreteras	60
Foto 21	Logros Habitacionales	61
Foto 22	Piso de la Vivienda	61
Foto 23	Agua y Saneamiento	61

## **Resumen**

Se analizó el impacto del comercio justo en el desarrollo de los productores asociados a CECOCAFEN durante el segundo semestre del 2011, este trabajo está compuesto por tres variables de acuerdo al objetivo general y a los específicos, la primera variable trata de describir el sistema de Comercio Justo, a través de la producción, de los mecanismos de certificación, de las técnicas utilizadas para la comercialización, mediante algunas políticas económicas implementadas por el gobierno y señalando también el origen de otros ingresos, dando como resultado que el producto que se comercializa está debidamente certificado a través de distintas técnicas ya sean estas artesanales o semitecnificadas, a la vez estos obtienen ingresos por la comercialización de granos básicos y ganado entre los más relevantes. La segunda variable evalúa el funcionamiento de las cooperativas, a través de la participación de los socios en las asambleas y así también en la toma de decisiones en cuanto a la distribución económica por excedente se refiere, donde se puede constatar que la asociatividad es una alternativa para el cooperativismo ya que se practican cada uno de los valores y principios dentro de esta cooperativa funcionando como un ejemplo al cooperativismo. La tercera variable identifica el impacto del comercio justo en el desarrollo de los productores, explicando así las necesidades básicas de los asociados donde de cierta forma el impacto del comercio justo tiene efectos negativos ya que este mide el crecimiento y no el desarrollo de los productores, pudiendo observar que estos cuentan con muchas necesidades insatisfechas y destinan parte del incentivo para estas necesidades pero no se pueden cubrir en su totalidad, tampoco cuentan con el apoyo de la cooperativa para dichas necesidades, quizás esto se debe a que la cooperativa no cuente con un fondo para suplir los gastos que generaría diversos proyectos para el desarrollo de los productores, pudiéndose constatar que el efecto positivo para los asociados viene siendo el incentivo recibido por la comercialización de su producto que es la fuente de ingresos y subsistencia para su familia.

## I. Introducción

En el presente trabajo cuyo tema es Impacto del comercio Justo en el desarrollo de los productores, permitirá evaluar que es posible alcanzar el desarrollo humano a través del cooperativismo en el desarrollo de los productores mediante la incidencia del comercio justo que es de gran beneficio para los pequeños productores, igualmente obtener la respectiva certificación significa un gran paso para las organizaciones vinculadas a este mercado y a este sistema ([www.cecocafen.org](http://www.cecocafen.org)).

La certificación se constituye como una herramienta poderosa para acceder a los mercados. A través de ésta, los productores desde diversas formas organizativas han integrado un sistema de gestión que contempla trazabilidad, inocuidad de alimentos y buenas prácticas agrícolas. Además, esto permite generar mejores condiciones para acceder al mercado de productos y convertir sus fincas en destinos turísticos (Sandino, 2008).

Se utilizó el método descriptivo en nuestra investigación ya que se recolectaron datos medibles y datos de información para describir el estudio, de tipo explicativa porque determinamos la forma como ha influido en la vida de los productores el comercio justo y el efecto que este 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, con enfoques cualitativos 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 para recolectar la información fue el método teórico en el análisis, la síntesis, inducción, deducción basada en la información secundaria de fuentes bibliográficas y en el método empírico la obtención de información por medio de técnicas como encuesta (Ver anexo 1) aplicada a los socios de la cooperativa de las comunidades donde se hizo el estudio. En el caso de la comercializadora se aplicó entrevista al Gerente General (Ver anexo 2), en el caso de la cooperativa se aplicó entrevista al Gerente y presidente de la misma (Ver anexo 3), con respecto al grupo focal (Ver anexo 4) fue aplicado a los socios que pertenecen a los comités de la cooperativa, se creó una matriz nutricional (Ver anexo 5) aplicada a los socios y por último se

creó una guía de observación (Ver anexo 6) para darle mayor validez a las encuestas y las entrevistas.

Nuestro universo de estudio fueron 200 soci@s de la cooperativa la Providencia del municipio de Wiwili, en relación a la muestra se tomaron a 67 soci@s la cual se obtuvo por el criterio de proporcionalidad.

Las variables que se midieron fueron: Comercio Justo, Cooperativismo y Desarrollo Humano donde se operacionalizaron y se crearon sus respectivos indicadores (Ver anexo 8).

## **II. Justificación**

El cooperativismo ha sido considerado un modelo alternativo de desarrollo a la economía de mercado y a la economía de estado (Rojas, 2009).

El significado, los cuestionamientos y alcances del cooperativismo en el desarrollo socio-económico latinoamericano, es materia de análisis de los estudiantes, profesores y de investigadores en sus aspectos económicos, sociológicos, políticos y empresariales, también es objeto de estudio y discusión entre trabajadores vinculados a este (Valladares, 1995).

Al analizar los mecanismos de distribución entre los productores y la cooperativa se estará adquiriendo la información para profundizar sobre el impacto que está generando el cooperativismo sobre la sostenibilidad ambiental, en los departamentos de Matagalpa y Jinotega, haciendo énfasis en el indicador de comercio justo. Esta información de la investigación servirá de antecedentes y de referencia a instituciones como UNAN FAREM Matagalpa (alumnos-docentes) y también como estudio para CECOCAFEN y la cooperativa de Wiwili “La Providencia” en la cual basamos nuestra investigación, porque servirá para mejorar el desarrollo de los productores ya que estos lo ven únicamente como un crecimiento económico y la ventaja de dicho estudio es que se podrá utilizar como soporte para evaluar las necesidades de los socios y a la vez darle respuesta a dichas necesidades.

### **III. Objetivos**

#### **General**

- Analizar el impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores asociados a la Cooperativa la Providencia en el municipio de Wiwili departamento de Jinotega durante el segundo semestre del año 2011.

#### **Específicos**

- Describir el sistema de Comercio Justo dentro de la cooperativa “La Providencia”.
- Evaluar el funcionamiento de la cooperativa “La Providencia”.
- Identificar el impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores asociados a la cooperativa “La Providencia” en el municipio de Wiwili departamento de Jinotega.

## **IV. Desarrollo**

### **a. Reseña de CECOCAFEN**

El comportamiento en Nicaragua tiene sus raíces en el cooperativo del General Augusto César Sandino, con las cooperativas agrícolas fundadas en 1933 por el Ejército Defensor de la Soberanía Nacional en la Cuenca del Río Coco Wiwilí la que posteriormente fue destruida por la Guardia Nacional de Somoza.

Durante la década de los años 80, a raíz del triunfo de la Revolución Popular Sandinista se desarrolla el proyecto cooperativo como estrategia de fortalecimiento al sector cooperativo agropecuario directamente vinculado al proceso de reforma agraria, llegando a registrarse más de 4,000 cooperativas agropecuarias, representando a más del 80% de las cooperativas registradas en la Dirección General de Cooperativas (DIGECOOP) del Ministerio del Trabajo.

A partir de 1990 se presenta una nueva etapa para el cooperativismo nacional, cuyos intereses y necesidades son delegadas por el gobierno de turno, dándole prioridad a otras formas de economía, predominando la promoción de las compañías transnacionales, el resurgimiento de los latifundios, privatización de las empresas de servicios públicos y la eliminación de la banca de fomento nacional.

Existía además un fuerte deterioro de la producción de café, precios muy bajos y las cooperativas se presentan con una imagen negativa, producto del desgaste al que estaban siendo por el modelo prevaleciente en el país.

Bajo este contexto CECOCAFEN el 29 de Abril de 1997 se constituye con 4 organizaciones: UCA Augusto Cesar Sandino, UCA Bernardino Díaz Ochoa, UCA Carlos Fonseca Amador y Unión Regional de Cooperativas Multisectoriales (URCOMUL) sin embargo, se amplían los servicios en igualdad de condiciones a cinco cooperativas de base que están en proceso de

legalización, tales como: Cooperativas de Café orgánico de Matagalpa, Cooperativa de Café orgánico de Waslala, Cooperativa la Providencia de Wiwili, Cooperativa Augusto Cesar Sandino de Aguas Amarillas y Cooperativa La Esperanza del Coyolar.

Desde su nacimiento CECOCAFEN se convierte en una alternativa que rescata al cooperativismo como modelo económico al cooperativismo como modelo económico viable, justo y solidario, garantizando la exportación del café de sus asociadas ubicándose en diferentes nichos de mercados:

- Desarrollando una estrategia de comercialización directa
- Desarrollando una estrategia de calidad.
- Convirtiéndose en el soporte financiero a la actividad productiva
- Construyendo una relación de confianza y transparencia ante los asociados y ante los compradores.

Actualmente CECOCAFEN está compuesta por 10 cooperativas de base y 2 Uniones de Cooperativas (UCA's), aglutinando a un total de 2,637 productores y productoras, de los cuales 709 son mujeres (27%) y 1,928 son hombres (73%).

13 años de existencia al servicio de la comunidad cooperativa, cuenta con documentación legal, acta constitutiva y estatutos que rigen jurídicamente su quehacer empresarial y gremial de la organización, construida como empresa en su forma y una organización social en su fin. Hoy en día uno de nuestros objetivos es promocionar el concepto de COMERCIO JUSTO EN EL CAMPO, Mejor calidad del producto, Servicio y Medio ambiente, por la Calidad de vida del productor.

CECOCAFEN, ha logrado el impacto local, nacional e internacional gracias a las gestiones e inversiones realizadas en el área económica y social, con la ejecución de distintos programas y proyectos. Cuenta con su propia planta industrial que contempla los cinco sub procesos del café:

Recepción, Secado al sol, almacenamiento, Trillado y Control de Calidad, que permite verificar la calidad del café que se procesa y comercializa (<http://www.cecocafen.org>).

#### **b. Reseña de La Providencia, R.L.**

Se encuentra ubicada en el municipio de Wiwilí, departamento de Jinotega; fundada en febrero de 1996. Nace como una iniciativa de buscar recursos financieros para solventar las necesidades económicas de 71 pequeños productores de ellos 3 mujeres dedicados a distintas actividades agrícolas, tales como producción de café, granos básicos y actividad ganadera, en la actualidad contamos con 200 socios productores, de los cuales 178 son Hombres y 22 Mujeres.

El sector productivo de la zona al igual que la mayor parte de los pequeños productores, necesitaban encontrar una mejor opción para darle buen manejo a sus plantaciones y buscar un canal seguro para comercializar la producción y garantizar un precio más justo para sus productos, que les llevara a superar su nivel de vida y el de sus familiares.

El 16 de Julio de ese mismo año obtiene su personería jurídica, la cual la acredita para gestionar los recursos necesarios con esto también la cooperativa quedaba facultada para asociarse a una organización superior y es en esa búsqueda que se encuentra a la CECOCAFEN en el año 1997, donde a través de una carta de intención se solicita la asociación, la cual fue aprobada sin ningún inconveniente.

Esta cooperativa cuenta con un consejo de administración que está compuesto por cinco miembros directivos que sesiona mensualmente, un comité de crédito compuesto por tres directivos que sesiona mensualmente, y una junta de vigilancia compuesta por tres directivos que sesiona cada dos meses. Esta organización cuenta con distintos aspectos tales como:

#### **✓ ASPECTOS SOCIALES**

Que incluye becas y estudio, construcción de escuelas, programas de salud, construcción de centros de salud, mejora de caminos u otras obras de infraestructura social.

Tenemos un programa de becas (24 becados) entre los niveles de secundaria y universitarios, dirigido hacia los socios, (as) e hijos (as) de estos, también pudimos realizar en conjunto con la

Alcaldía Municipal la rehabilitación de 12 Kilómetros de camino a las comunidades donde hay presencia de los socios y apertura de 1 Kilómetro de carretera, por la suma de \$ 30,000.00 (Treinta mil dólares netos) de estos la cooperativa contribuyó en un 50% o sea \$ 15,000.00 (Quince mil dólares netos) y la alcaldía el otro 50% .

Con relación a las condiciones de la fincas, éstas han mejorado en cuanto a la capacidad productiva. En infraestructura productiva: las condiciones de la vivienda son mejores. La calidad de vida, debido al mejoramiento de las vías de penetración. La calidad de medio ambiente y sobre todo una mejor calidad humana por la forma de convivencia con la sociedad y las capacitaciones impartidas tanto al personal como a los socios. El día de hoy vemos socios que han desarrollado su lenguaje se pueden expresar sin miedo, sin temor, dicen lo que sienten y lo que piensan.

#### ✓ **ASPECTOS AMBIENTALES**

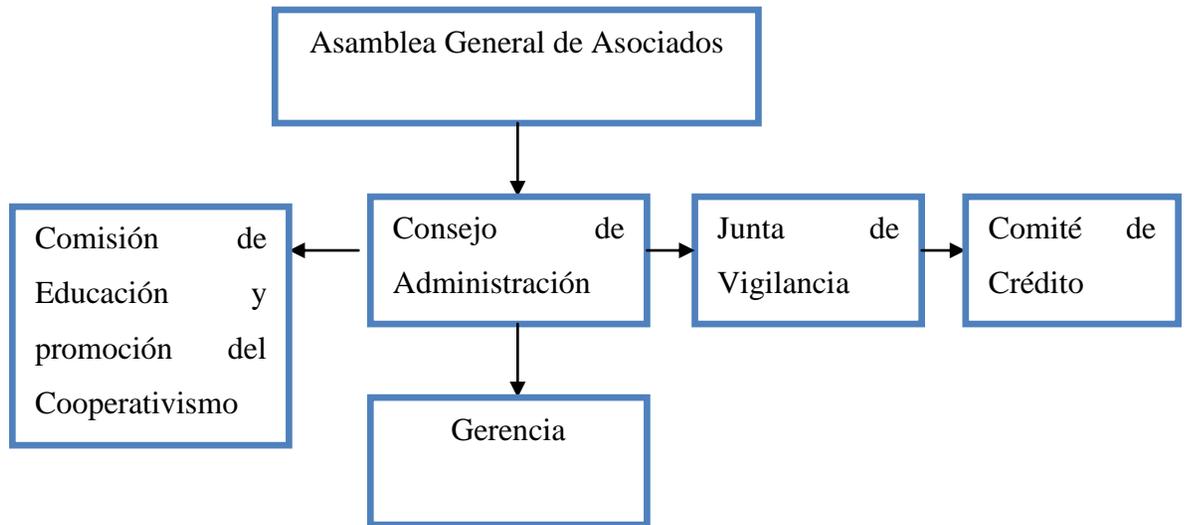
Se plantean muchas tareas y exigencias que cumplir para proteger y preservar los recursos naturales, además de la conciencia de cada ser humano de ver la necesidad que nuestro planeta necesita; hemos venido mejorando, en la no contaminación al suelo y aguas y a mantener los bosques etc.

En la erosión de la tierra en las partes de las laderas de las fincas de los socios principalmente en las áreas de café.

Todas las áreas de producción se encuentran en áreas protegidas o zonas de reserva de la Biosfera de BOSAWAS, en la cual los socios de nuestra cooperativa conservan y siembran árboles de madera preciosa de construcción, conservan la fauna prohibiendo terminantemente la cacería de animales.

Facilitada por (Ing. Mauricio Ruiz, Gerente General CECOCAFEN).

### c. Organigrama de la Cooperativa



Elaboración propia a partir de trabajo de campo a la cooperativa la Providencia

#### 1. Comercio justo.

Este tipo de comercio rinde importantes frutos en término de desarrollo invertir en este, es el mejor camino para las desigualdades, es la oportunidad de obtener mayores ingresos así como la utilización de técnicas que mejoren los rendimientos de producción en familias de bajo recurso.

"Es una actividad económica que comprende una negociación que se hace comprando o vendiendo. Surge de un intercambio entre mercancía y dinero. Al por mayor el comercio significa la compra de mercancías a un productor y venta a un productor y detallista. Al por menor es la venta de artículos directamente a los consumidores. Exterior es el comercio que una nación tiene con otra. Interior es aquel comercio que tiene lugar en un espacio económico homogéneo, regulado por unas mismas leyes" (Grupo Océano, 2004).

El comercio se desarrolla entre los individuos de una sociedad y en el cual se realiza por una necesidad propia de estos, la necesidad de adquisición de mercancías con determinados precio implica el desarrollo o la evolución de este ejercicio, la aparición de dinero estimula más la

actividad comercial y por ende la actividad productiva, para expandir la actividad económica del país, es necesario la función del comercio y de las relaciones comerciales.

"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).

### **Antecedentes del Comercio Justo**

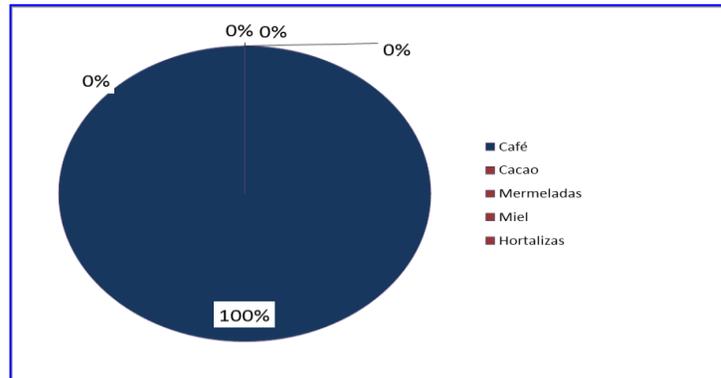
"El movimiento de comercio justo a nivel internacional ha sufrido un intenso debate, e incluso rupturas a lo largo de los últimos años. El comercio justo nació en Europa a raíz de la primera conferencia de la UNCTAD (comercio y desarrollo de las naciones) unidas celebradas en Ginebra en 1964. Luego iba surgiendo en Europa una fundación comercial de nuevo tipo más tarde llamándose comercio alternativo o comercio justo." (Tórrez Pérez, Navarro Rico, & Larrinaga Arechaga, 1999)

### **1.1 Producción**

"La teoría clásica del comercio internacional de Adam Smith plantea la interacción entre comercio y crecimiento económico, los distintos bienes deberán producirse en aquel país que sea más bajo su coste de producción y desde allí exportarse al resto de las naciones, teoría denominada "ventaja absoluta" (scribd, 2009).

Esta teoría clásica involucra aquella producción en la cual se ha utilizado menor cantidad de factores productivos, según esto puede alcanzar un crecimiento económico, mejorando la calidad del mercado y los factores y así dinamizar y reactivar la economía doméstica, pero a largo plazo puede desarrollar la especialización de mano de obra y crear una división social del trabajo.

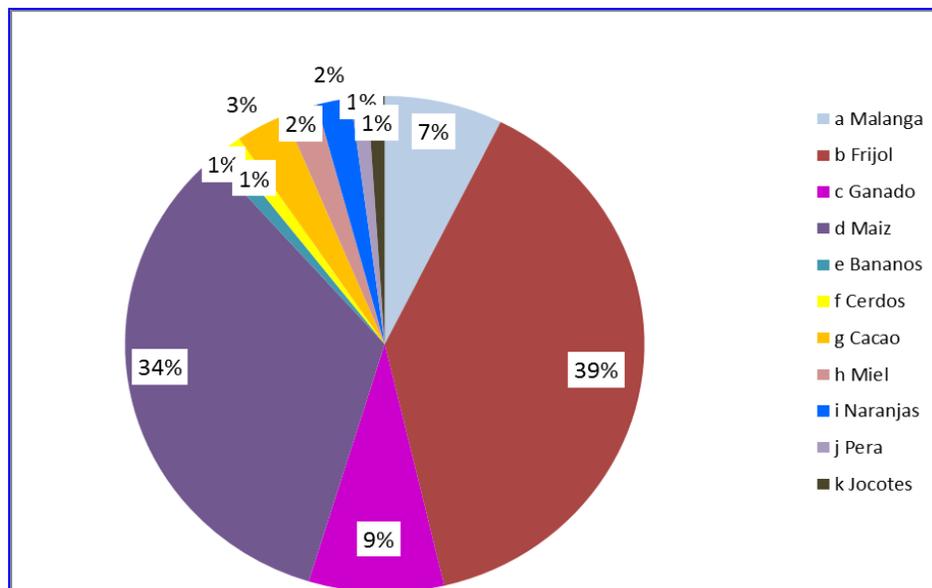
### 1.1.1 Tipo de Producto que se Comercializa



**Gráfico 1 Tipo de producto que se comercializa**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

Con respecto al indicador tipo de producto que se comercializa indagamos en la encuesta sobre ¿Qué producto es el que usted comercializa a través de comercio justo? Obtuvimos que el 100% de los productores encuestados se dedican a la comercialización del café, también los socios expresaron que no solo se dedican a la comercialización de este si no que comercializan otros productos fuera de la política de comercio justo, resaltando el frijol y el maíz como se observa en el gráfico 2.



**Gráfico 2 Otros productos que se comercializan.**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

“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:

Alimentos tales como: café, té e infusiones, frutos secos, cacao, azúcar, cereales, arroz, chocolate, galletas, bebidas, mermeladas, pastas, ron, vino, vinagre, salsas, miel, especias, dulces.

Textiles: ropa, bufandas, chales, tapices, pañuelos, delantales, manteles, toallas, colchas, mochilas, alfombras, cortinas.

Artesanía: se encuentran la bisutería, marroquinería, bolsos, cestas, carteras, jabones, inciensos, útiles de cocina, artículos para el hogar, figuras talladas, máscaras, cerámica y otros objetos decorativos.

Muebles: mesas, sillas, espejos, vitrinas, recibidores, estanterías, armarios, espejos, cómodas, revisteros

Juguetes: Balones de fútbol, móviles, juegos de mesa, muñecos, instrumentos, marioneta.

Material de papelería: lápices, bolígrafos, estuches, álbumes de fotos, cuadernos, cajas, marca páginas, pisapapeles, postales de Navidad.

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

Estos artículos se basan en el respeto por la identidad cultural de los productores.

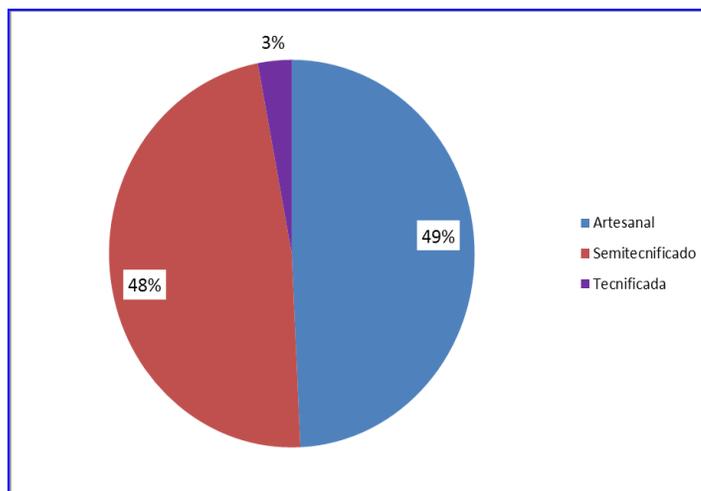
Se trata de una producción artesanal o semi-industrial, que sigue las técnicas tradicionales autóctonas.

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.)

### 1.1.2 Sector Económico al que Pertenece

En base al indicador 1.1.2 el 100% de los productores encuestados afirmaron que con la comercialización de café se está aportando al sector primario, ya que este es el sector de la producción agrícola proveniente de la naturaleza.

### 1.1.3 Tecnología Empleada



**Gráfico 3 Tecnología empleada**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

“Certificación es la garantía para el consumidor de que un producto ha sido procesado de acuerdo a las normas de producción orgánica y que este ha permanecido libre de contaminación y sin mezclarse con producto no orgánico desde el campo hasta el mercado” (Martínez y Valle , 2009).

Al referirnos a la tecnología empleada, realizamos a los socios la siguiente pregunta: ¿Qué tipo de tecnología emplea en su producción? En donde obtuvimos que los socios se dedican a la preservación de la biodiversidad y los recursos naturales, cabe señalar que los socios están

divididos en orgánicos y semi tecnificados según el **gráfico 3**, de esta manera cumplen con los estándares de calidad y hace que el producto sea ubicado en el mercado internacional abarcando EEUU y Europa.

#### 1.1.4 Incremento de los Rendimientos

Antes	1951
Después	3231
Aumento en el Rendimiento	55%

**Tabla 1 Incremento de los rendimientos**

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta

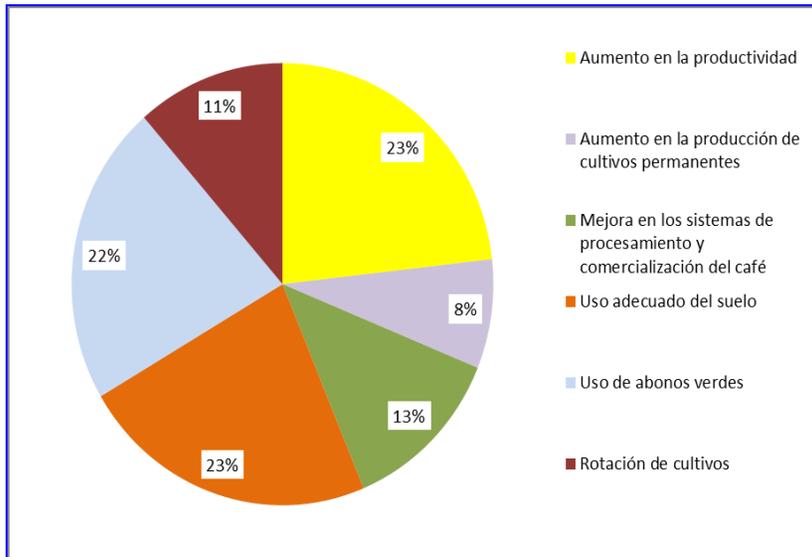
Al hablar de los rendimientos de la producción de café, logramos obtener que el 100% de los socios de las comunidades han logrado obtener rendimientos que cubren los 15 quintales por manzana de la producción de café luego de estar asociado a comercio justo, como se puede observar en la **Tabla 1** los socios han logrado aumentar su producción en un 55% lo que es significativo para ellos.

#### 1.1.5 Impacto en la Variación de los Precios

Según entrevista realizada al Ing. Mauricio Ruiz Gerente General de CECOCAFEN, con respecto al **indicador 1.1.5** expresó que la política de Comercio Justo influye en la variación de los precios garantizando su precio aun cuando estos se desplomen en el mercado internacional.

#### 1.1.6 Impacto de la Asistencia Técnica

“Estos programas forman parte de la estrategia de competitividad de las empresas cooperativas respecto a grupos asociados proveyéndoseles de atención técnica sobre todo para control de la trazabilidad y certificación orgánica y de comercio justo” (Centro Cooperativo Sueco, 2008).



**Gráfico 4 Beneficios obtenidos a partir de la asistencia técnica**

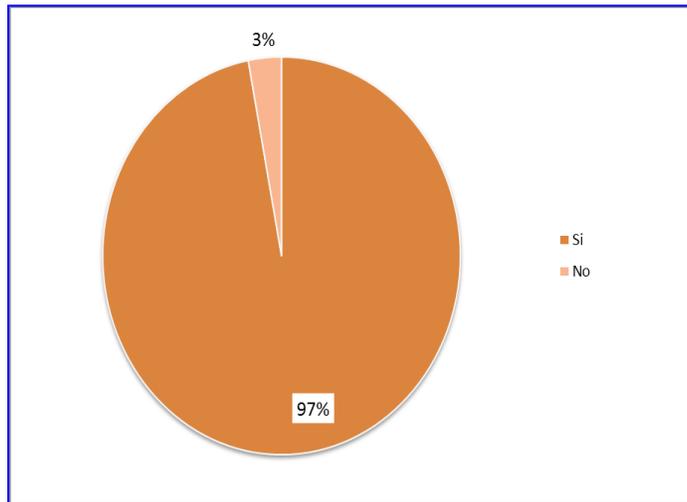
Elaboración propia a partir del estudio de campo.

Se representan los resultados en el **gráfico 4**, en el cual se ve el impacto de la asistencia técnica , ya que si vemos detenidamente nos daremos cuenta que los productores mientras más tienen acceso a asistencia técnica reciben mayores beneficios, entre ellos mejora en los sistemas de procesamiento y comercialización del café a través de un organismo certificador, para esto podemos decir que la cooperativa tiene gran incidencia sobre este indicador porque siempre están capacitando a los socios.

Al referirnos al aspecto de asistencia técnica en la entrevista realizada al Gerente General de la comercializadora, nos manifestó que efectivamente cada cooperativa tiene un técnico asignado y actualmente se está formando una red de promotores.

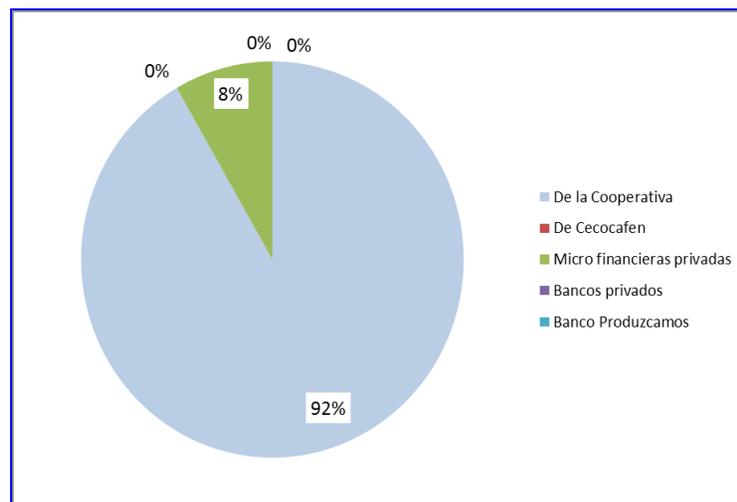
### 1.1.7 Impacto del Acceso a Financiamiento

“Las cooperativas son entidades basadas en la autonomía de la voluntad de las personas que la integran, con la finalidad de satisfacer sus necesidades económicas, así como las de naturaleza cultural y social, mediante el esfuerzo propio de la ayuda mutua”(Ríos Donaire, 2010).



**Gráfico 5 El formar parte de comercio justo ha facilitado el acceso a financiamiento.**

Elaboración propia a partir del estudio de campo



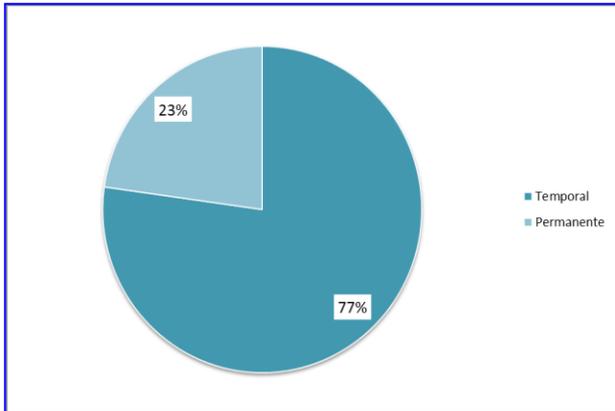
**Gráfico 6 Facilitadores del acceso a financiamiento**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

El 97% de los productores afirman que ha sido más accesible recibir financiamiento desde que forman parte de comercio justo y este en su mayoría ha sido por parte de la cooperativa como se refleja en los **gráficos 5 y 6** el cual hacen uso para la inversión productiva acercándose la temporada, pero este acarrea intereses altos según la opinión de los socios ya que es de un 18% , también se da lo que es el financiamiento de maquinaria que es de un 8%; los socios expresaron

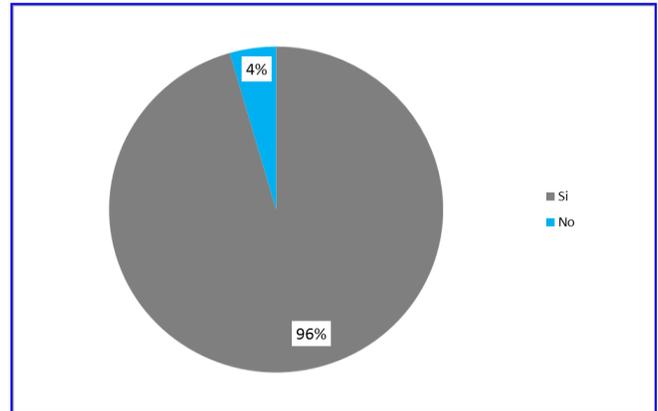
que les gustaría acceder a mayores posibilidades de crédito para mejorar sus condiciones productivas pero de acuerdo a esta opinión según la entrevista realizada al Gerente de la cooperativa obtuvimos que mientras los socios estén solventes pueden acceder a mejores oportunidades de crédito en cualquier otra institución.

### 1.1.8 Impacto sobre el Empleo/ Retención Migración



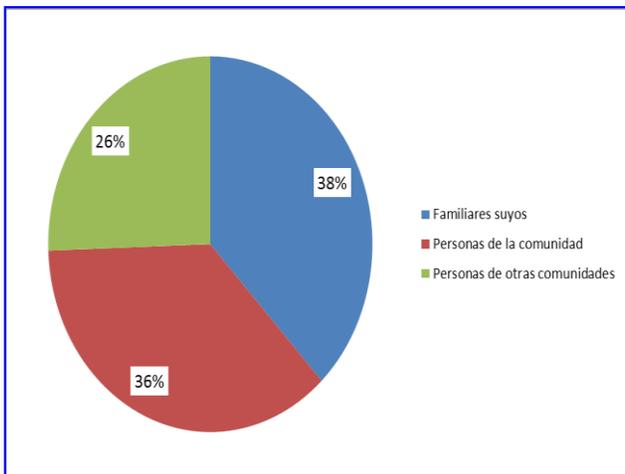
**Gráfico 7 Permanencia de la mano de obra**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.



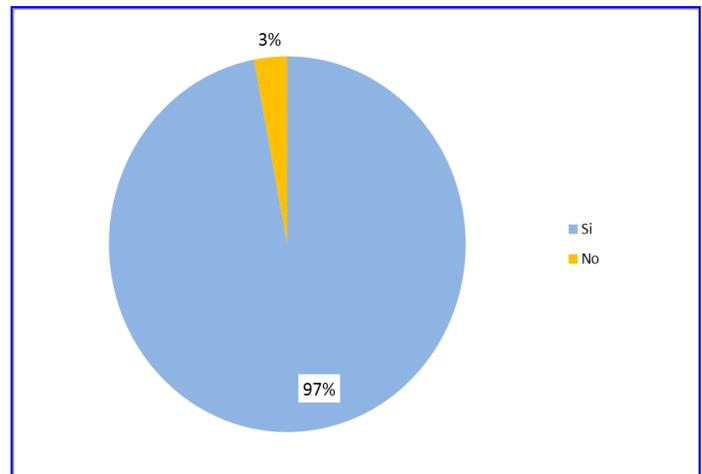
**Gráfico 8 Aumento de la mano de obra**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.



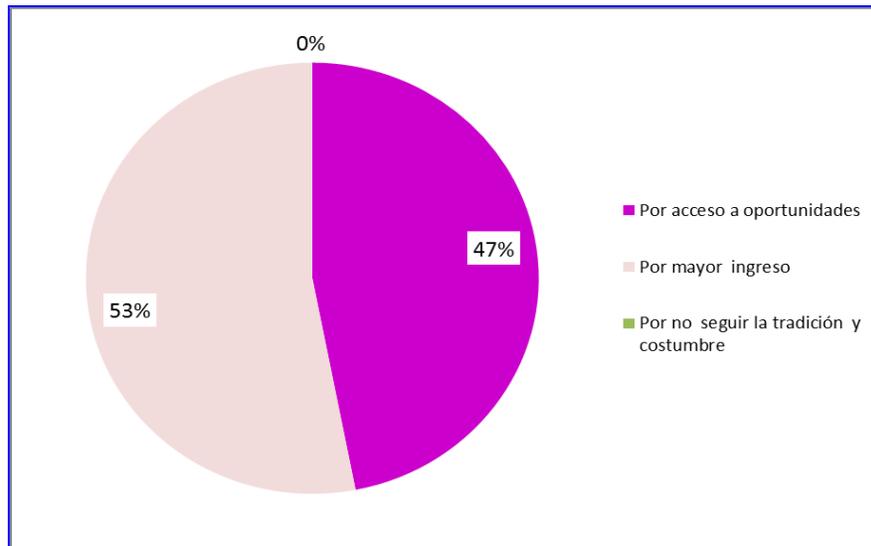
**Gráfico 9 Participes en las cosechas de café**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.



**Gráfico 10 Disminución de la emigración**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.



**Gráfico 11 Motivo de emigración**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

Queremos señalar que al referirnos al **indicador impacto sobre el empleo/ retención migración**, se abarcan varios aspectos coincidentes ya que al preguntarle a los socios como era la permanencia de la mano de obra dentro de sus fincas, ellos respondieron que era temporal por tanto desde que están asociados a comercio justo han contratado más mano de obra en tiempos de cosechas resultando el 23% personal permanente los que vienen siendo familiares o personas de la misma comunidad. La emigración del campo a la ciudad es un tema muy importante ya que tiene que ver con las condiciones precarias en las que viven muchos campesinos. Al ver los resultados nos damos cuenta que los socios expresaron que al tener trabajo en las cosechas de café los pobladores han emigrado menos hacia otras ciudades o países del exterior y que cuando se ha manifestado este fenómeno ha sido principalmente por obtener mayores ingresos y por la falta de oportunidades, tal y como se reflejan en los gráficos anteriores; según la entrevista realizada al Gerente y presidente de la cooperativa con respecto a este indicador expresaron que efectivamente se ha contratado más mano de obra para las cosechas de café desde que están asociados a Comercio Justo y por ende las personas que participan en esta labor son personas de la comunidad, de otras comunidades y en algunos casos familiares, también consideran que desde que tienen trabajos en las fincas se ha visto menos la emigración.

### 1.1.9 Valor Agregado

En la encuesta aplicada a los socios afirmaron que su producción no cuenta con valor agregado, porque ellos no procesan su producto, en cambio en la entrevista realizada al Ing. Mauricio Ruiz dijo que si cuenta con valor agregado ya que la comercializadora vende a mercados diferenciados (Comercio Justo, Orgánicos, y cuentan con el lanzamiento de una marca de café tostado y molido), según el presidente de la cooperativa José María Quintero con respecto al **indicador 1.1.9** expresó “ La producción si cuenta con valor agregado ya que debido a la calidad del café se nos entrega un premio que viene siendo valor agregado” (Quintero, 2011).

## 1.2 Mecanismos de Certificación

“La certificación se constituye como una herramienta poderosa para acceder a los mercados. A través de ésta, los productores desde diversas formas organizativas han integrado un sistema de gestión que contempla trazabilidad, inocuidad de alimentos y buenas prácticas agrícolas. Además, esto permite generar mejores condiciones para acceder al mercado de productos y convertir sus fincas en destinos turísticos” (Sandino, 2008).

### Aspectos básicos a considerar para solicitar la certificación

“Antes de solicitar la certificación el productor tiene que estar seguro de conocer las normas de producción orgánica y sentirse capaz de cumplirlas; si desde el inicio se está dando cumplimiento, para las posibilidades de conseguir dicha certificación.

Según Gómez, 2000 el proceso de certificación comprende tres pasos:

1. **Transición:** esta etapa dura tres años para productores que han cultivado con el uso de químicos y dos años para productores que no han utilizados productos químicos durante este periodo de tiempo los productores deben de llevar un control de las parcelas además deben de cumplir de las normas internas de producción orgánica con un buen nivel de aplicación de tecnología en las fincas
2. **Inspección:** Se refiere a la visita que realiza el inspector para revisar a nivel de empresa u

organización de productores, las diferentes partes del proceso productivo orgánico considerado.

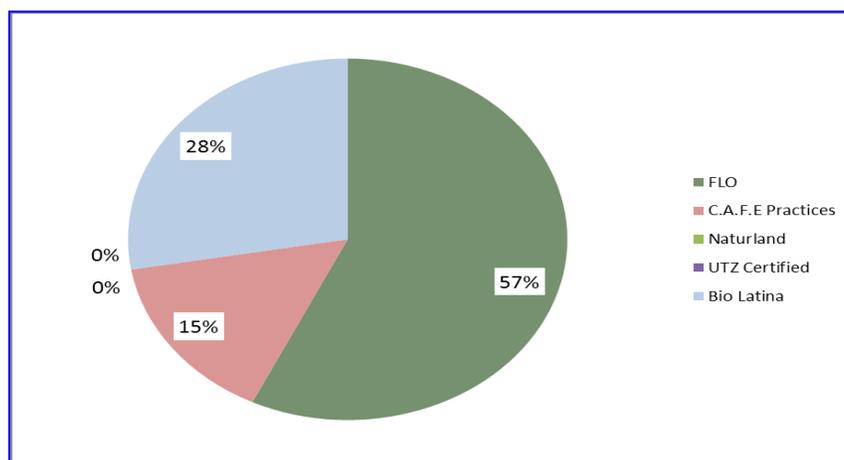
El proceso de producción para lo cual se realiza recorrido en las parcelas y en sus alrededores a efectos de verificar el cumplimiento de las técnicas orgánicas.

El acondicionamiento o procesamiento que comprende la inspección de los beneficios y los tratamientos de los post-cosecha.

El control administrativo en donde se comprueben las cifras reportadas de productos orgánicos producidos y las ventas realizadas.

3. **La certificación:** que corre a cargo del comité de certificación que analiza y evalúa el reporte entregado el inspector, este comité en la mayoría de los casos integrados de 4 a 6 personas, las resoluciones de los comité puede ser:
  - ✓ Certificación de sistema de producción.
  - ✓ Certificación acondicionada condicionada a la realización de algunos cambios en el sistema.
  - ✓ Sin certificación.

### 1.2.1 Organismos Certificadores



**Gráfico 12 Organismos certificadores**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

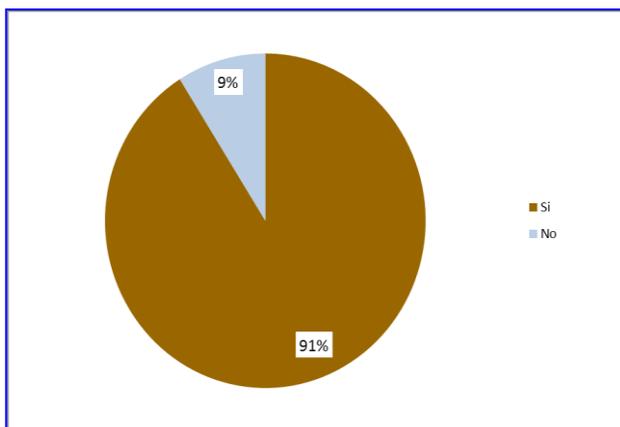
La mayoría de los socios están certificados por FLO- Organización Internacional de Certificación del Comercio Justo, como se refleja en el **gráfico 12**, aunque muchos de ellos no solo cuentan con una certificación, constatando sus afirmaciones por medio de las entrevistas realizadas al Gerente de la Cooperativa, Presidente de la cooperativa y Gerente General de la comercializadora.

### 1.2.2 Estándares

1	Creación de oportunidades para productores en desventaja económica
2	Transparencia y rendición de cuentas
3	Construcción de capacidades
4	Promoción del Comercio Justo
5	Pago de un precio justo
6	Equidad de Género
7	Condiciones de Trabajo
8	Trabajo Infantil
9	El medio ambiente
10	Relaciones Comerciales

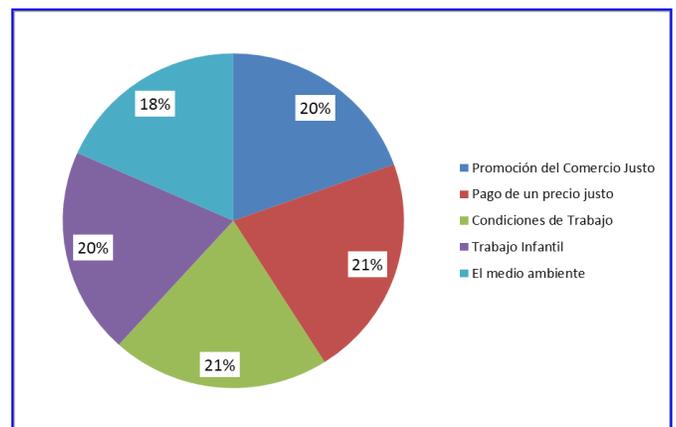
**Tabla 2 Estándares del Comercio Justo**

Fuente: (Sánchez , 2010)



**Gráfico 13 Conoce los estándares del Comercio Justo**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.



**Gráfico 14 Estándares conocidos**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

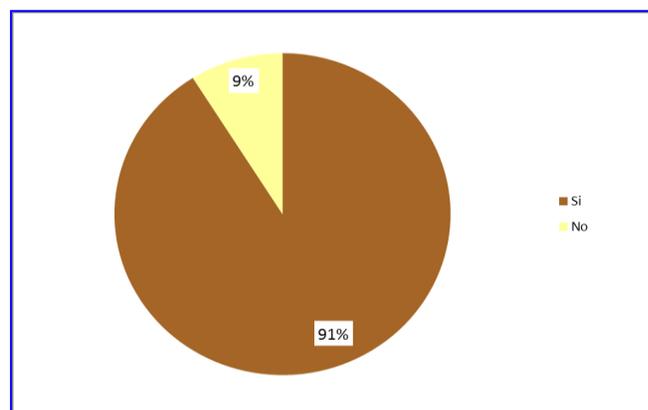
En el **gráfico 13** el 91% de los productores afirman conocer los estándares del Comercio Justo, apreciándose en el **gráfico 14** los cinco más conocidos o practicados por los socios, con respecto a este indicador el Gerente General de la comercializadora en la entrevista que se le realizó respondió que los estándares son criterios fundamentales democráticos comprometidos con el medio ambiente y con la niñez.

### 1.2.3 Principios

1	Creación de oportunidades para los productos en desventaja para combatir la pobreza y lograr un desarrollo sustentable.
2	Transparencia y responsabilidad en la administración y en las relaciones comerciales.
3	Construcción de capacidades para desarrollar la independencia de los productos.
4	Promoción del comercio justo a través de la difusión de información sobre sus prácticas.
5	Pago de un precio justo acordado a través del diálogo y la participación, que permite una producción socialmente justa y ambientalmente amigable.
6	Equidad de género en la remuneración y en las oportunidades de trabajo.
7	Condiciones de trabajo favorables en un ambiente seguro y saludable para los productores.
8	Respeto por los derechos de los niños y niñas garantizados por la Convención de la ONU y por leyes y normas sociales locales.
9	Conservación del medio ambiente por medio de prácticas ambientales y utilización de métodos de producción responsables.
10	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.

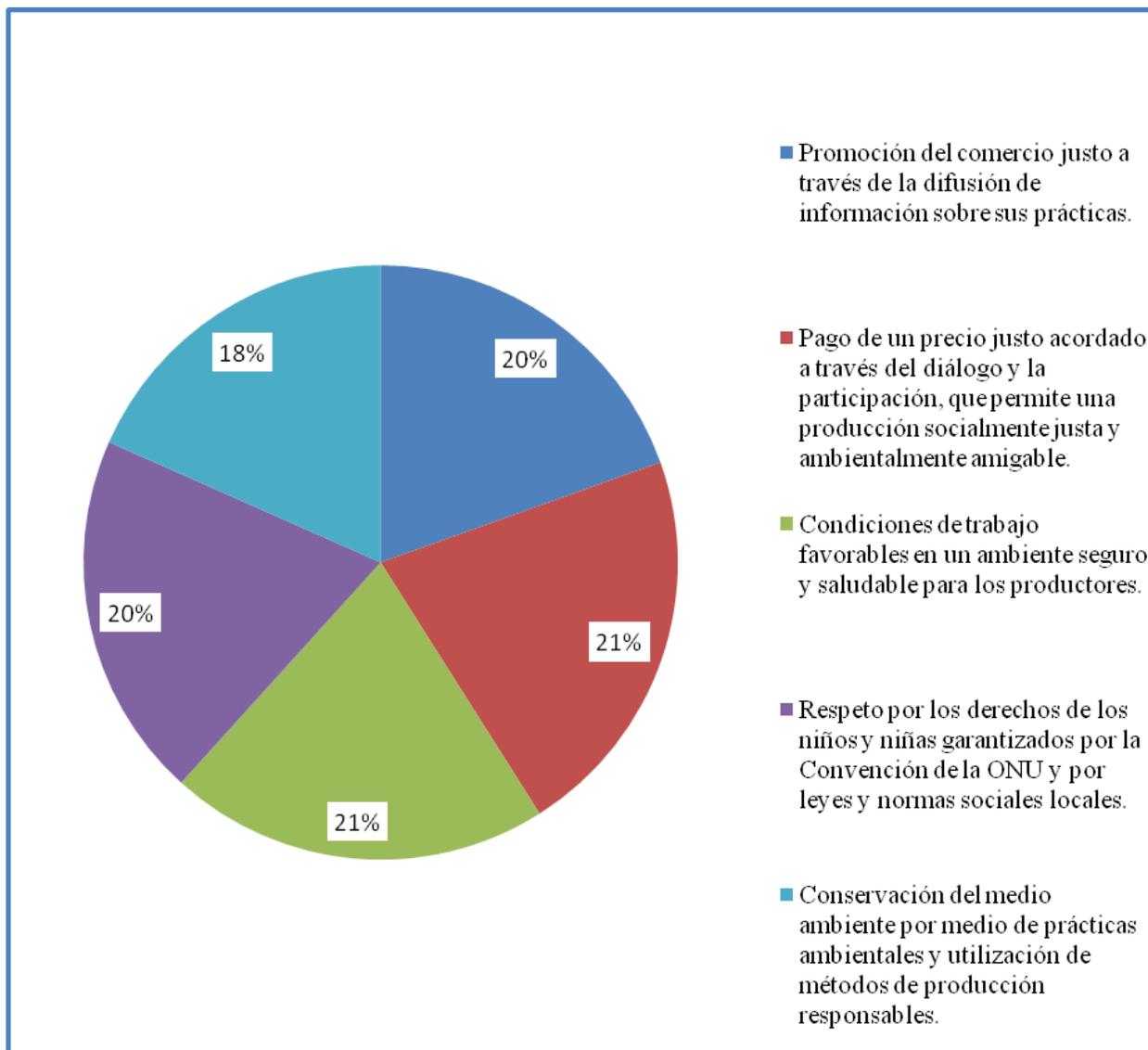
**Tabla 3 Principios del Comercio Justo**

Fuente: (Sánchez , 2010)



**Gráfico 15 Conoce los principios del Comercio Justo**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.



**Gráfico 16 Principios conocidos**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

En el **gráfico 15** el 91% de los productores afirman conocer los principios del Comercio Justo, apreciándose en el **gráfico 16** los cinco más conocidos o practicados por los socios, coincidiendo con los estándares que se encuentran en el **gráfico 14**, con respecto al **indicador 1.2.3** en la entrevista realizada al Gerente de la cooperativa expresó conocer los principios resaltando la parte ambiental ya que es uno de los requisitos para poder estar dentro del Comercio Justo; y también hizo énfasis en las condiciones laborales; de la misma manera al entrevistar al presidente de la cooperativa dijo conocer los principios refiriéndose a lo social y solidario.

### 1.3 Comercialización

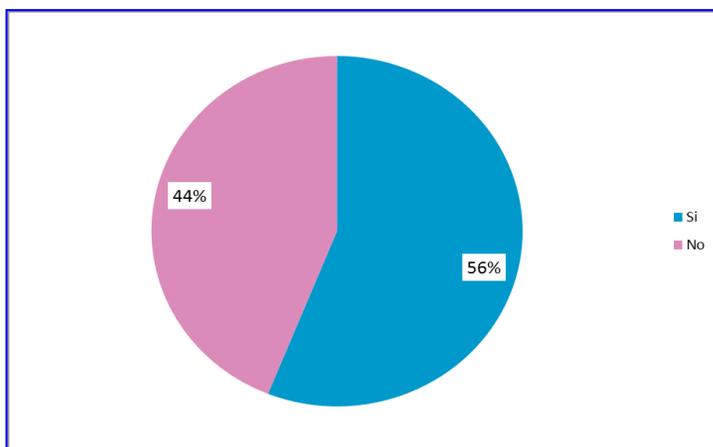
#### 1.3.1 Mercado de Colocación del Producto

Con respecto a este indicador los productores encuestados respondieron que el mercado de colocación de su producto es internacional de la misma manera fue confirmado por el Gerente General de la comercializadora, Gerente de la cooperativa y presidente de la misma.

#### 1.3.2 Canales de Comercialización

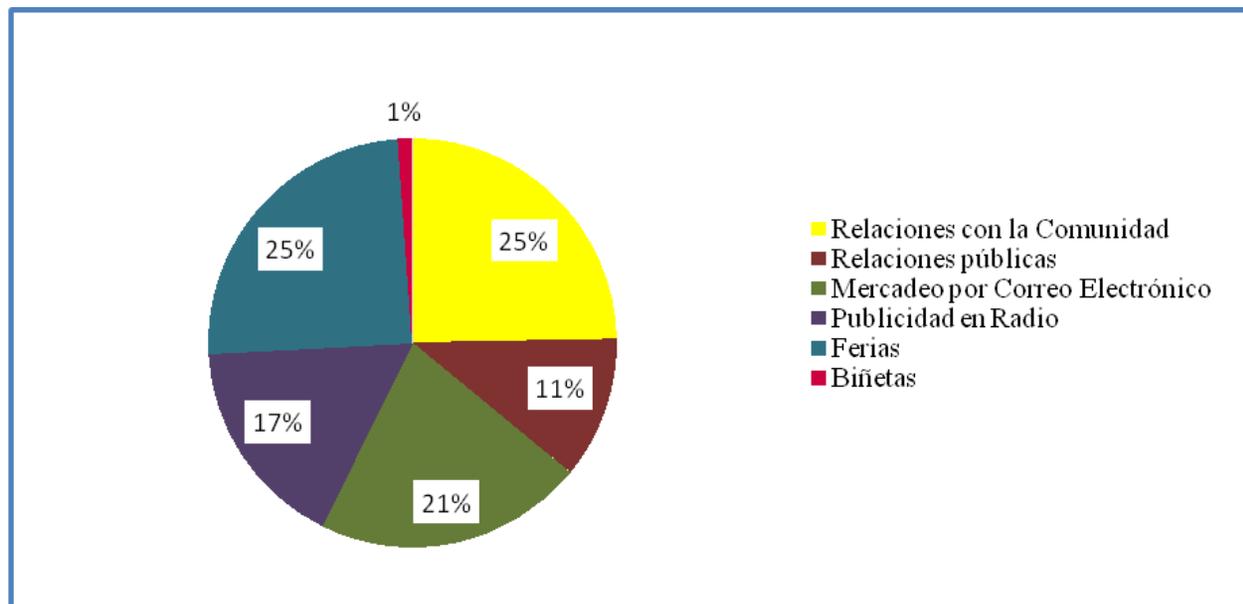
En base al **indicador 1.3.2** realizamos a los socios la siguiente pregunta ¿Cuáles son los canales de comercialización de su producto?, en donde el 100% expresaron que su producto se realiza siguiendo la cadena a través de: productor- cooperativa-comercializadora-consumidor , en base a la misma pregunta el Ing. Mauricio Ruiz expresó que los canales son: entrega directa a los compradores y en algunos casos el comprador firma el contrato directo con la institución, y con respecto a la entrevista realizada al Gerente y Presidente de la cooperativa nos respondieron que el canal para comercializar su producto es a través de la Central del Cooperativas Cafetaleras del Norte.

#### 1.3.3 Técnicas Utilizadas para Facilitar la Venta de los productos



**Gráfico 17 Conoce las técnicas para la venta del café**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.



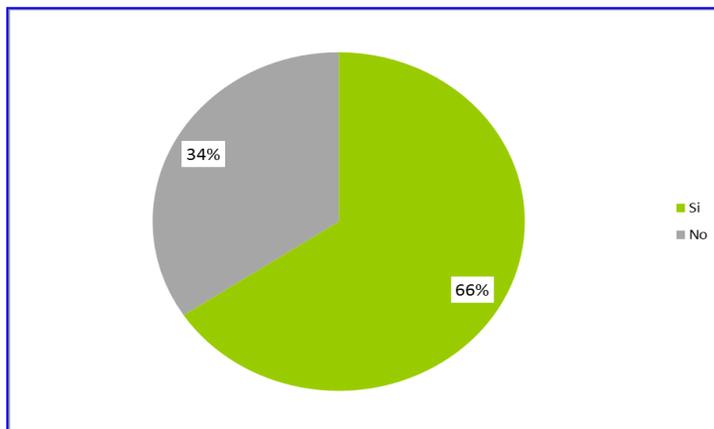
**Gráfico 18 Técnicas más conocidas**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

En el **indicador 1.3.3** “Técnicas utilizadas para facilitar la venta de sus productos”, se presentan los resultados tomando como referencia que el 56% de los encuestados conocen acerca de dichas técnicas; siendo las más notorias o conocidas por ellos las reflejadas en el **gráfico 18**; siempre con este indicador el Gerente de la cooperativa Ing. Noé Montenegro respondió “La venta de café se realiza a través de contactos directos y CECOCAFEN a través de la bolsa de New York” (Montenegro, 2011). Y el presidente de la misma se refirió a que la técnica es monitorear el mercado a través de la central de cooperativas cafetaleras del Norte.

## 1.4 Políticas Económicas

### 1.4.1 Políticas Económicas que impulsan el Comercio Justo

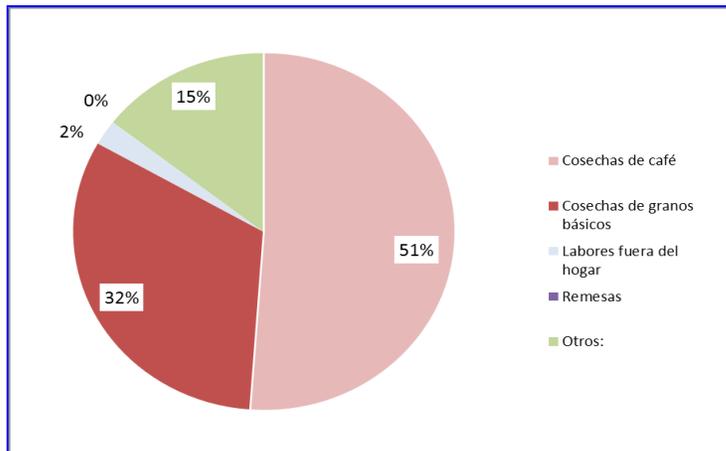


**Gráfico 19** Considera que existen políticas económicas impulsadas por el gobierno acerca del Comercio Justo en nuestro país.

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

Al hablar del **indicador políticas económicas que impulsa el comercio justo**, un 66% de los socios consideran que si existen políticas económicas implementadas por el gobierno en nuestro país como se refleja en el **gráfico 19**, de igual manera en la entrevista realizada al Ing. Mauricio Ruiz coincidió con que si existen políticas de apoyo a la comercialización con Venezuela y apoyo al movimiento cooperativo; de igual forma en la entrevista realizada al Gerente y presidente de la cooperativa con respecto a este mismo indicador nos respondieron que efectivamente existen políticas económicas que vienen siendo los contratos que se realizan con Venezuela para la venta de café y estos son mejores pagados con respecto a la bolsa.

## 1.5 Origen de Otros Ingresos

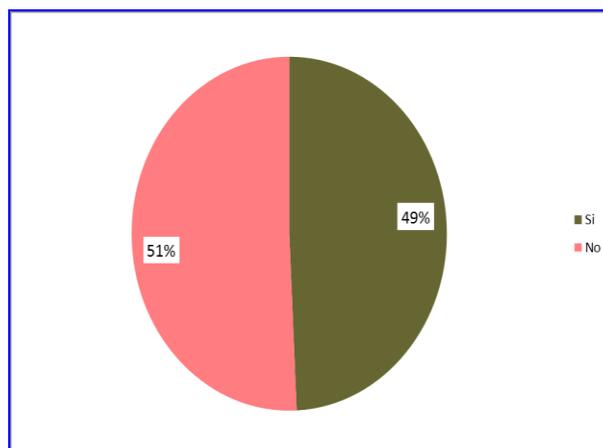


**Gráfico 20 Origen de sus ingresos**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

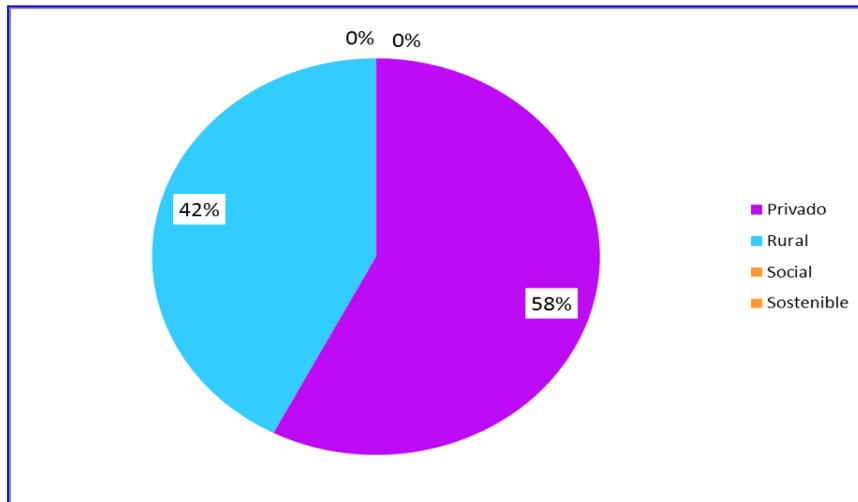
Los socios obtienen la mayor parte de ingresos de las cosechas de café con un 51% y la diferencia es adquirida de otras fuentes según lo reflejado en el **gráfico 20**. Cabe mencionar que también fuera de la política de comercio justo los socios comercializan diversos productos, lo cual también es utilizado para el autoconsumo beneficiando así a los habitantes de las comunidades cercanas.

### 1.5.1 Turismo



**Gráfico 21 A partir del Comercio Justo ha contribuido el turismo en su comunidad**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.



### Gráfico 22 Tipo de turismo

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

El 51% de los encuestados opinan de que el comercio justo no ha contribuido al sector del turismo en su comunidad, pero el turismo que existe no es precisamente a que ellos estén asociados a comercio justo o que este contribuya a él; según los productores encuestados el turismo más relevante en sus comunidades es el turismo privado como se observa en el **gráfico 22**.



**Foto 1 Reserva Biológica Macizo Kilambé**

Fuente: Fotos Captadas por las autoras

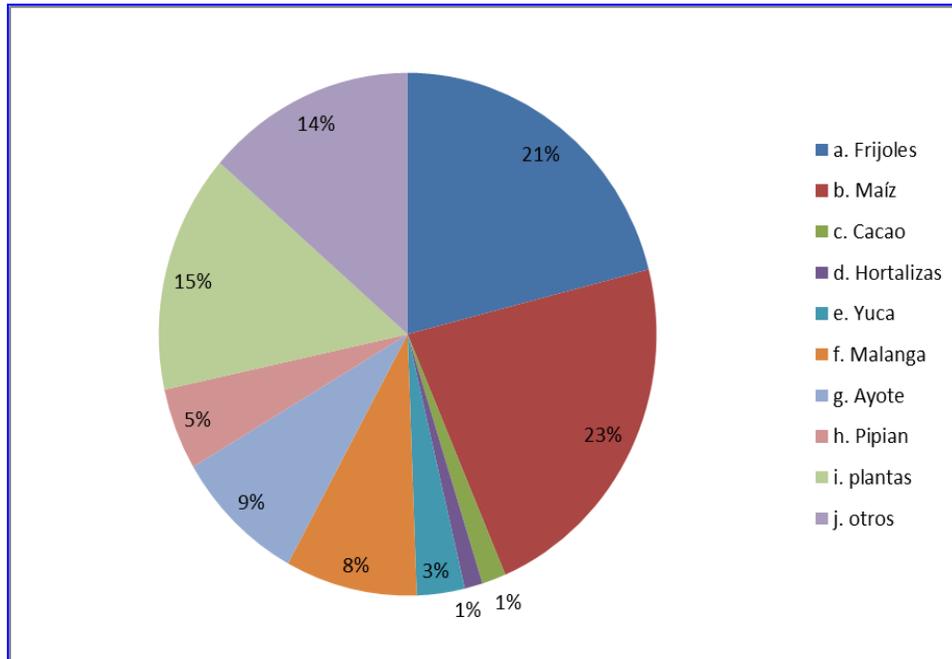


**Foto 2 Cabañas Típicas**

Fuente: Fotos Captadas por las autoras

En cuanto a la guía de observación que realizamos en las comunidades pudimos constatar que se dá el turismo en algunas de las comunidades, aunque no todos los socios obtienen ingresos a partir de esta actividad económica, pero cabe señalar que si existe el turismo como se pueden observar en las **Fotos 1 y 2**.

### 1.5.2 Diversificación de Cultivos



**Gráfico 23 Diversificación de cultivos**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

A partir de la guía de observación constatamos que los socios tienen diversificadas plantaciones en sus fincas, dicha diversificación es utilizada para su consumo y el de su familia; apreciándose estas en el **gráfico 23** y en las **fotos 3, 4 y 5**. Ellos comentaron que están satisfechos con la decisión de trabajar en su actividad productiva, pero también dijeron que les gustaría trabajar la tierra para aumentar ingresos sin omitir su propio consumo ya que nuestro país es netamente agropecuario y su desarrollo depende de eso, además que representaría una fuente de ingresos extra, un aspecto muy importante es que esto elimina la dependencia de cultivos tradicionales que pueden generar mayores volúmenes de producción y contribuirá a no desgastar la fertilidad de esos terrenos.



**Foto 3 Cafetales y cepas de guineo**

Fuente: Fotos Captadas por las autoras



**Foto 4 Naranjas**

Fuente: Fotos Captadas por las autoras

**Naranjas**



**Foto N° 2**

**Foto 5 Cultivos de peras**

Fuente: Fotos Captadas por las autoras

## **2. Cooperativismo**

Este sujeto productivo es una buena forma de organización de trabajo que impulsa solidaridad y cooperación entre la asociación voluntaria de pequeños y medianos productores que deciden asociarse para distribuir colectivamente sus excedentes y contar con asistencia técnica así como recursos financieros y abastecimiento de insumos lo cual surge como una asociación para el bien común de un grupo.

## **Orígenes del Cooperativismo**

El cooperativismo nace por la necesidad de cooperación entre hombres de las comunidades primitivas. Para garantizar la subsistencia, realizando actividades en común (Caza, pesca, recolección de alimentos etc), era necesaria la unidad para vencer los obstáculos.

La idea y la práctica de la cooperación aplicada a la solución de problemas económicos aparecen en las primeras etapas de la civilización. Muy pronto los hombres se dan cuenta de la necesidad de unirse con el fin de obtener los bienes y servicios indispensables.

El desarrollo de los sistemas de producción, especialmente el desarrollo industrial introdujo nuevas formas de relaciones de producción entre los dueños de los medios de producción y los trabajadores, que obligo a estos a organizarse en cooperativas para luchar por hacer valer sus derechos. De esta manera los trabajadores pensaron que uniendo sus fuerzas podrían convertirse en sus propios proveedores, originando así la idea de las cooperativas de consumo (Ríos, 2010).

“Las cooperativas desde el punto de vista sociológico son constructos sociales, esto, es, organizaciones inventadas y creadas por actores sociales como soluciones específicas para resolver problemas que generan en el desarrollo del capitalismo industrial. Para ello, los actores usan todos los recursos y capacidades y donde no los hay los inventan, recurren a la asociación con miras a lograr fines comunes. 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, 2009).

"Una cooperativa es una empresa en donde la propiedad y control reside en todas las cooperativas, la administran ellos mismos para beneficio individual y colectivo con rendimientos razonables. Los miembros de las cooperativas unen recursos para ayudarse mutuamente a mejorar sus condiciones de vida." (Programa Nacional de Apoyo a la Microempresa, Dirección de Gestión Financiera)

### **2.1 Participación**

“Participar activamente en los actos de toma de decisiones y elecciones en la Asamblea General y demás órganos de dirección y control haciendo uso del derecho de voz y voto.

Proponer y ser propuesto para desempeñar cargos en el consejo de administración y otras comisiones o comité que podrán ser creados.

Utilizar los servicios de la cooperativa y gozar de los beneficios económicos.

Ser informado y solicitar información de la gestión de la cooperativa.

Fiscalizar la gestión de la cooperativa

Retirarse voluntariamente de la cooperativa

Recibir educación sobre la cooperativa

Los socios tienen cargo en la asamblea ¿Quién es la máxima autoridad de la cooperativa? La máxima autoridad de la cooperativa es la asamblea general de asociados.

¿Quiénes integran la asamblea general de asociados? Arto 58. Todos los socios activos, que son todos aquellos inscritos en el libro de asociados de la cooperativa debidamente inscrito en el registro nacional de cooperativa que no tengan suspendidos sus derechos y se encuentren al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones, de acuerdo al estatuto y reglamento. Brindan información a los socios de la cooperativa? Las sesiones de la asamblea general de asociados son de dos tipos ordinarios y extraordinarios. Las primeras se reunirán como mínimo una vez al año dentro de los tres meses siguientes al corte del ejercicio económico” (Ríos, 2010).

Tal y como se explica en las citas todos los socios deben participar en la asamblea; dar su opinión en cuanto a gestiones o decisiones que tomen, estar informado sobre el estudio cooperativista asistiendo a las reuniones que se les convoque, para que no sean excluidos y su participación sea de utilidad en la asamblea general.

La participación es un elemento muy importante dentro del desarrollo cooperativista, ya que es la base de un proceso democrático, ésta se logra cuando todos los socios alcanzan el derecho a la participación, como observamos en la **Foto 6** en una asamblea con los socios de la cooperativa La Providencia donde se goza de este derecho.



**Foto 6 Asamblea extraordinaria**

Fuente: Foto Captada por las autoras el día 02 de septiembre de 2011

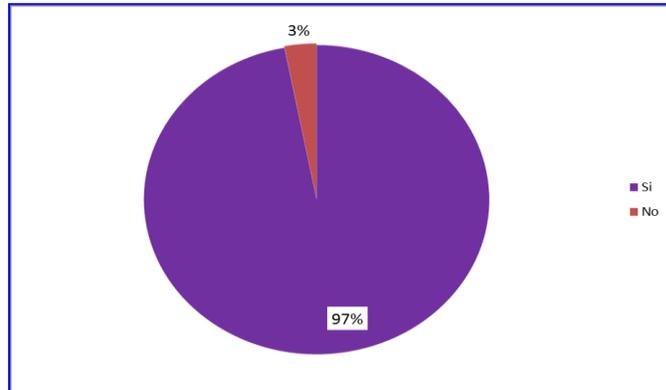
### **2.1.1 Asistencia en la Asamblea**

Según los resultados del Grupo focal efectivamente asisten todos los socios cuando se les convoca a las asambleas, cuando es extraordinaria solo invitan a los delegados, y cuando es Ordinaria es necesaria la presencia de todos los soci@s .

### **2.1.2 Participación en la Toma de Decisiones**

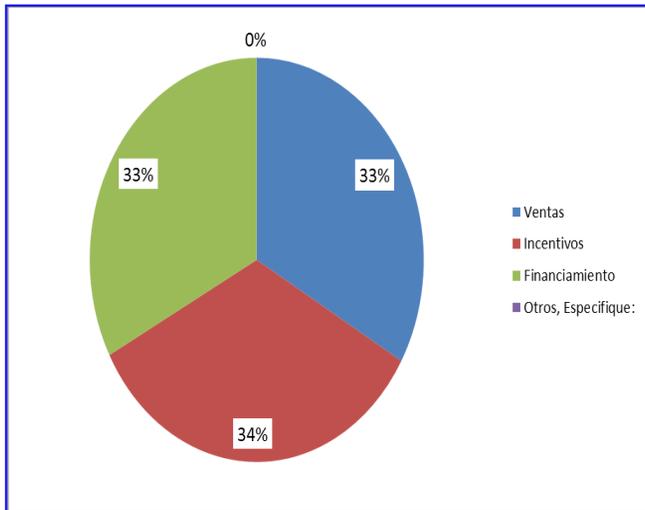
En el grupo focal realizado a los socios estos nos comentaron que dentro de la cooperativa si se les toma en cuenta a todos, ya que son una cooperativa muy unida y es por un mismo fin. Ejemplo de ello la reunión del día 02 de septiembre **Foto 6** que el tema a tratar era capitalización de la cooperativa, y según expresaron en las entrevistas realizadas al gerente de la cooperativa y al presidente de la misma que en la toma de decisiones participan el comité de crédito, de administración y el gerente general.

### 2.1.3 Brindan información a los socios de la cooperativa



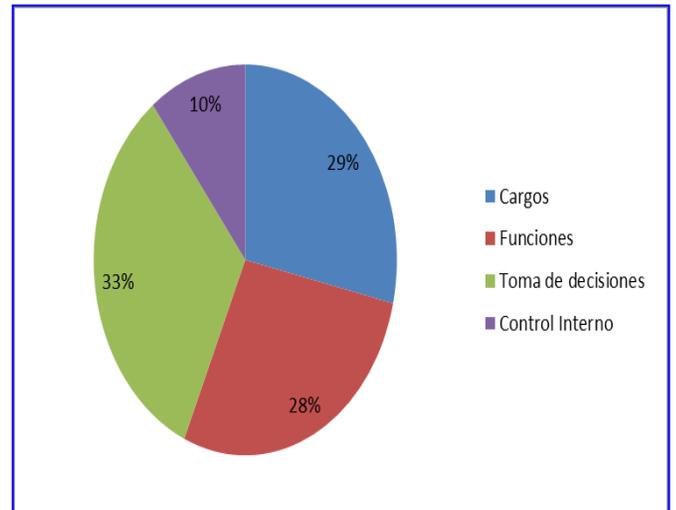
**Gráfico 24 Brindan información a los socios de la cooperativa**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.



**Gráfico 25 Información contable**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.



**Gráfico 26 Información organizacional**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

Con respecto al **indicador brindan información a los socios de la cooperativa**, en la encuesta realizada a los socios pudimos constatar que efectivamente se les brinda información con respecto a la información contable y organizacional de la cooperativa como se reflejan en los **gráficos anteriores**, así mismo en las entrevistas realizadas al Gerente y presidente de la cooperativa obtuvimos que si se les brinda información a los socios a través de las asambleas extraordinarias, ordinarias, comunitarias y personalmente cuando ellos se acercan.

## **2.2 Distribución Económica por Excedente**

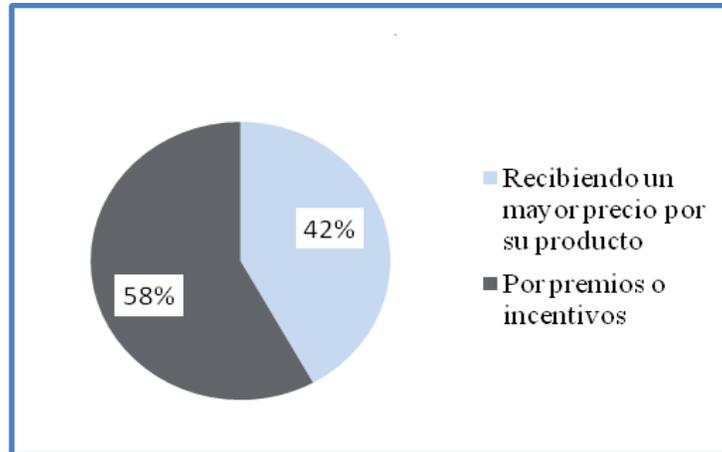
### **2.2.1 Ingreso/Egresos**

#### **Las formas de redistribución y el valor agregado**

“Una de las particularidades en la empresa cooperativa y la empresa capitalista, está en el ejercicio del vínculo o medio sobre el cual recae la asociatividad que provee de excedentes para los primeros y de ganancias para otros. Según nuestros estudios, la redistribución del ingreso a nivel de ambos tipos de empresas puede darse de distintas maneras mediante la captura o transferencia de precios de mercado y mediante la apropiación de los medios patrimoniales o activos asociados” (Centro Cooperativo Sueco, 2008).

“El excedente se redistribuirá de una manera equitativa garantizando que la distribución de este será como en base a las aportaciones y así maximizar cuanto sean los beneficios.

Según el artículo 51. Si del ejercicio resultaren excedentes estos se aplicaran para las siguientes preservas 10% mínimo para la creación o incremento de la reserva legal, 10% mínimo para la creación e incremento fondo de educación, 10% mínimo para el fondo de reinversión de la cooperativa, 2% como aportación de las cooperativas” (Ríos, 2010).



**Gráfico 27 Forma de la obtención de mayores ingresos**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

En la encuesta aplicada a los socios realizamos la siguiente pregunta: ¿El formar parte de comercio justo ha facilitado la obtención de mayores ingresos económicos? En donde obtuvimos que el 100% de los socios afirmaron obtener mayores ingresos desde que están asociados a comercio justo de la misma manera indagamos sobre la forma en que han obtenido dichos ingresos donde el 58% de los encuestados respondieron que es a través de premios o incentivos como se plasma en el **gráfico 27**.

### 2.2.2 Nivel de Producción

En la entrevista realizada tanto al Gerente General de la cooperativa como al presidente de la misma, se les preguntó ¿A cuánto asciende la producción total de café en la cooperativa? En donde obtuvimos que la producción del año pasado fue de 15 mil qq mientras que este año ascendió a 30 mil qq, donde 20 mil qq son de los socios y 10 mil qq de los no socios o clientes.

### 2.2.3 Incentivos/Premios

#### Servicios de certificación orgánica y Comercio Justo

“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, sometándose periódicamente a proceso de inspección para llenar los

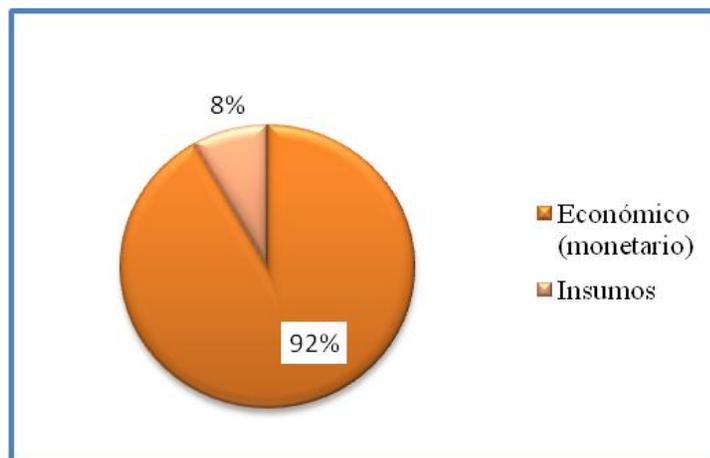
requisitos necesarios para la certificación de las operaciones, principalmente en café y ajonjolí, lo que trae consigo ciertos beneficios o premios hacia los productos incluidos dentro de los programas.

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).



**Foto 7 Entrega de Premio**

Fuente: Fotografía facilitada por la Gerencia de la Cooperativa



**Gráfico 28 Tipo de incentivo por la comercialización**

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

Al hablar sobre el **indicador Incentivos/Premios** logramos obtener que el 100% de los socios dicen que han recibido premios o incentivos por la comercialización de su producto apreciándose así en la **Foto 7** un ejemplo de ello, siendo el tipo económico el más relevante y este es otorgado de forma individual según lo expresado por el 100% de los productores.

De la misma manera se les preguntó tanto al Gerente de la cooperativa como al presidente sobre los premios o incentivos, donde reflejaron que por cada quintal oro que comercialice cada socio a través de la cooperativa este recibirá diez dólares por cada quintal, y también se da el premio en insumos.

### **2.3 Valores**

“Los principios y los valores son los elementos distintivos de las organizaciones y empresas cooperativas. Ya en 1844 los pioneros Rochdale fundadores de la primera cooperativa de la historia, habían formulado un sistema de principios simple claro y contundente, que les aseguro la conducción de la organización en beneficio de sus miembros” (Alianza Cooperativa Internacional para las Americas s.f).

“Los valores son actitudes y comportamientos que todas y todos debemos practicar siempre, por el bienestar de la cooperativa y de nosotros mismos.

El cooperativismo como propuesta que busca el bien común de un grupo de personas que se asocian y organizan en una empresa para el alcance de un objetivo, se orienta por diferentes valores.

Las cooperativas son entidades basadas en la autonomía de la voluntad de las personas que la integran, con finalidad de satisfacer sus necesidades económicas, así como las de naturaleza cultural y social, mediante el esfuerzo propio de la ayuda mutua”(Ríos , 2010).

1	Igualdad
2	Ayuda Mutua
3	Justicia
4	Respeto

**Tabla 4 Valores**

Fuente: Elaboración propia a partir del Grupo Focal

Según información obtenida durante la realización del grupo focal los socios comentaron que dentro de las cooperativas y en sus comunidades todos los valores reflejados en la **Tabla 4** son el pilar fundamental para el desarrollo cooperativista y para el desarrollo humano, ya que les permite tener mejores relaciones interpersonales entre todos los socios, sin omitir que para ellos también son de gran importancia los valores tales como responsabilidad, democracia, solidaridad y la equidad de género anexas en las **fotos 8, 9, 10, 11, 12 y 13**.



**Foto 8**

Fuente: Fotografía facilitada por la Gerencia de la Cooperativa.



**Foto 9**

Fuente: Fotografía facilitada por la Gerencia de la cooperativa



**Foto 10**

Fuente: Fotografía facilitada por la Gerencia de la Cooperativa



**Foto 11**

Fuente: Fotografía facilitada por la Gerencia de la Cooperativa



**Foto 12**

Fuente: Fotografías facilitadas por la Gerencia de la Cooperativa



**Foto 13**

Fuente: Fotografía facilitada por la Gerencia de la Cooperativa

## 2.4 Principios

“Son reglas que rigen el funcionamiento de la cooperativa y que todas y todos debemos cumplir siempre, por el bienestar de la cooperativa y de nosotros mismos.

Otros principios se derivan de la filosofía y de la doctrina y que están contenidos en la ley 499 publicada en la Gaceta N° 17 el 25 de Enero del 2005 y su reglamento fue publicado el 17 de Marzo de este mismo año” (Ríos, 2010).

1	Libre ingreso y retiro voluntario
2	Voluntariedad Solidaridad
3	Control Democrático
4	Equidad, Distribución Equitativa
5	Respeto y defensa de su autonomía
6	Educación Cooperativa
7	Fomento de la cooperativa entre Cooperativa
8	Solidariedad entre asociados
9	Igualdad en derecho y oportunidad para socios de ambos sexos

**Tabla 5 Principios**

Fuente: (Ríos, 2010).

Haciendo referencia al grupo focal que se realizó con los socios, se les dieron a conocer todos los principios detallados en la **Tabla 5** de los cuales ellos hacen énfasis en los siguientes principios: Educación Cooperativa, Fomento de Cooperativa entre cooperativas e Igualdad en derecho y oportunidad para socios de ambos sexos, donde ellos comentaron que en la educación cooperativa se les instruye acerca de aspectos ambientales, sociales y económicos aparte de cómo conservar el Medio Ambiente y temas en si sobre el cooperativismo; con respecto al indicador Fomento de la cooperativa entre cooperativa opinan que es importante la participación de la cooperativa en eventos municipales así como también su aportación en ferias, aportes económicos y obras sociales los cuales tienen que ver con escuelas, caminos, centros de salud y el deporte y en cuanto al indicador Igualdad en derecho de oportunidad estos comentaron que

dentro de la cooperativa se ha promovido la igualdad entre hombres y mujeres, de la misma manera tienen las mismas oportunidades ya sea un productor grande o pequeño.

## **2.5 Función de la Cooperativa**

### **2.5.1 Asamblea**

“La asamblea general de asociados es la máxima autoridad de la cooperativa y sus acuerdos obligan a todos los asociados presentes o ausentes y que todos los órganos de dirección y control de la cooperativa, siempre que hubiere tomado de conformidad con la presente ley, su reglamento y el estatuto de la cooperativa, sus funciones son:

- Aprobar y modificar el estatuto y su reglamento.
- Aprobar políticas generales de la cooperativa y autorizar el presupuesto general.
- Tomar resoluciones sobre el informe de gestión y los estatutos contables.
- Elegir y remover a los miembros del consejo de administración y de la junta de vigilancia.
- Decidir sobre la distribución de los excedentes en base a propuestas presentadas por el consejo de administración.
- Resolver sobre la venta y traspaso de los activos.
- Decidir sobre el incremento del capital social de la cooperativa.
- Decidir acción de responsabilidad contra los miembros del consejo de administración y junta de vigilancia.

Resolver sobre la integración, fusión, incorporación o disolución y liquidación de la cooperativa (Ríos, 2010).

La asamblea es la máxima autoridad y como tal es la encargada de aprobar, elegir y decidir sobre las políticas y gestiones de la cooperativa también es quien decide sobre la distribución del excedente.

La asamblea que es el conjunto de todos los socios activos de la cooperativa, en cargada de aprobar, elegir y decidir sobre las diferentes acciones que deben tomarse en la organización para que esta funcione, se encarga de distribuir el excedente.

### **2.5.2 Consejo Administrativo**

- “Tendrá a su cargo la dirección y administración de la cooperativa
- Deberá reunirse por lo menos una vez cada mes y levantara acta de dicha reunión, suscrita por los miembros presentes
- Formar quórum con la mitad más uno de sus miembros y tomara sus acuerdos por mayoría simple de los presentes.

Estará integrado por un número impar de miembros, no menor de (5), ni mayor de (9), electos por la asamblea general de asociados por un periodo no mayor de 3 años ni menor de 1 podrán ser electos, dependiendo de voluntad de los asociados , sus atribuciones y funciones se fijaran en el estatuto.

El consejo de administración es el representante legal de la cooperativa, la representación se delegara en el presidente del mismo. En caso de ausencia temporal del presidente se delegara en el vicepresidente y en ausencia de ambos en el miembro que el consejo de administración designe.

El consejo de administración y la junta de vigilancia no podrán estar integrados por familiares dentro del cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad. Se exceptúan aquellas cooperativas en las que más del 60% de los asociados sean familiares dentro de los grados antes señalados” (Ríos, 2010).

El consejo administrativo son quienes manejan la dirección de las cooperativas, estos se reúnen con los miembros de la comisión para de esta forma plantear las necesidades que enfrenta la cooperativa y dar solución.

### **2.5.3 Junta de Vigilancia**

- “Este órgano tiene a su cargo la supervisión de las actividades económicas y sociales de las cooperativas.
- Finaliza los actos del consejo de administración y de los demás órganos de las cooperativas.
- Responde únicamente ante la asamblea general de asociados.
- Sus atribuciones serán indicadas en el estatuto de cada cooperativa y son indelegables, solamente podrán ser derogados previa reforma del estatuto.
- Los miembros de la junta de vigilancia serán electos por la asamblea general de asociados en número impar, no menor de tres (3) ni mayor de cinco (5) por periodos no menor de un año (1). Los miembros pueden ser reelectos, lo que dependerá de la voluntad de los asociados” (Ríos, 2010).

Ha como se indica la junta tiene como fin velar sobre las actividades económicas y sociales de las cooperativas y estos son asignados por la asamblea.

### **2.5.4 Comisión de educación y promoción del cooperativismo**

- “El coordinador de esta comisión deberá ser un miembro del consejo de administración.
- Planifica y ejecuta mediante el fondo de educación, políticas, planes de educación y promoción del movimiento cooperativo.
- Elabora y presenta al consejo de administración, para su aprobación y ejecución, un plan anual de capacitación con presupuesto respectivo de acuerdo a las necesidades e interés de la cooperativa.

“Los miembros de esta comisión serán electos de conformidad a lo establecido para el estatuto por un periodo no menor de un año (1) ni mayor de tres (3). Los miembros pueden ser reelectos de acuerdo a la voluntad de los asociados” (Ríos, 2010).

Esta comisión es quien plantea las necesidades de la cooperativa y busca como dar respuesta a ellas mediante planes y ejecuciones luego el consejo administrativo se encargara de aprobar o no para su ejecución” (Ríos, 2010).

Tomando como referencia los conocimientos de los socios participantes en el grupo focal al hablar de las funciones de la cooperativa, en cuanto a la asamblea estos opinaron que es la máxima autoridad dentro de la cooperativa porque es la que establece los reglamentos, de igual manera la califican buena porque dicta el mandato donde surgen las mejores ideas para el consenso de la cooperativa.

En cuanto al Consejo administrativo se refiere, expresaron siempre en el grupo focal que este es quien tiene la autoridad de hacer cumplir lo que mandata la asamblea, y este tiene que ser informativo, rentable y transparente para los socios y así mismo dirigir la cooperativa de acuerdo a lo que la asamblea ordena y es quien escoge al gerente de la cooperativa y se califica excelente porque hay buena comunicación.

## **2.6 Función Social**

“Para el cooperativismo, el crecimiento económico tiene un propósito principal: cumplir su papel de promotor del mejoramiento de las condiciones de vida de los asociados y la comunidad pues desarrollan importantes programas de gestión social, mediante la utilización de recursos humanos y financieros provenientes de la capacidad de producción de riqueza social” (Confecoop , 2009).

Dentro de las cooperativas existentes se hace el esfuerzo programas de ayuda mutua todo ello con el objetivo de responder a servicio de previsión o colaborar en algún caso de crisis financiera, además de corresponder a las necesidades de una comunidad pues la mayoría de las cooperativas están fundadas sobre la base de una responsabilidad social y productiva, ya sea para el avance o productividad de la economía de una región.

### **2.6.1 Relaciones con otras organizaciones**

Según el **indicador 2.6.1** en el grupo focal que se les realizó a los socios, dieron a conocer que la cooperativa cuenta con relaciones económicas, a la vez tiene vínculos con la alcaldía que estos vienen siendo amistosos ya que ésta apoya a la cooperativa cuando lo necesita.

## 2.6.2 Obras sociales

Las obras sociales que realiza la cooperativa son de tipo económicas ya que éstas apoyan al deporte, la salud, la educación y apertura de nuevos caminos como se pueden observar en las **Fotos 14, 15 y 16.**



**Foto 14 Promoción del Deporte**

Fuente: Fotografías facilitadas por la Gerencia de la Cooperativa



**Foto 15 Apertura de caminos**

Fuente: Fotografías facilitadas por la Gerencia de la Cooperativa



**Foto 16 Aulas reparadas**

Fuente: Foto Captada por las autoras.

### 2.6.3 Talleres y Capacitaciones

Las capacitaciones se brindan con el propósito de mejorar las actividades técnicas en cuanto a los medios de los cuales se dispone para la producción; así también como uso y manejo de insumos.

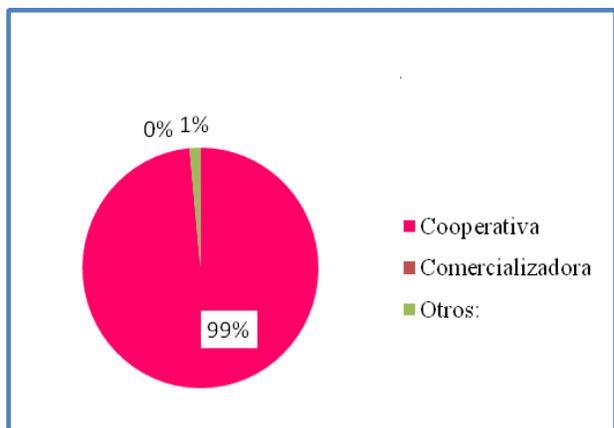


Gráfico 29 Facilitadores de los talleres y capacitaciones

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

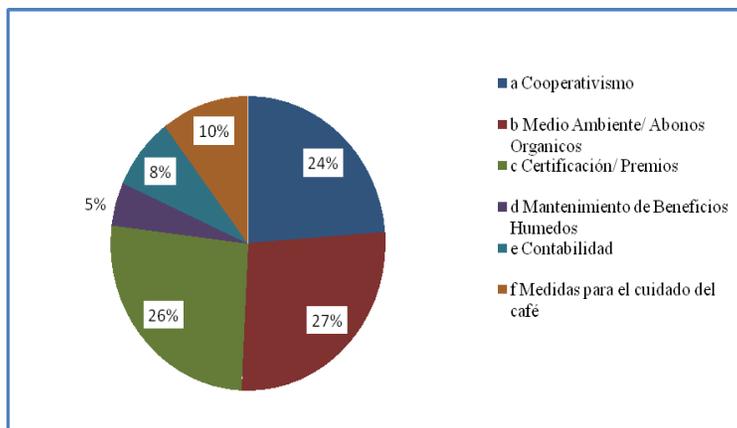


Gráfico 30 Temas de capacitaciones

Elaboración propia a partir del estudio de campo.

En el grupo focal en relación al **indicador talleres y capacitaciones** los socios expresaron que efectivamente reciben capacitaciones y éstas son a través de la cooperativa como se detalla en el **gráfico 29**, de la misma manera se les brindan temas que son importantes para el desarrollo cooperativista como son las cuarenta horas de cooperativismo y los temas expuestos en el **gráfico 30**.

## 2.7 Funciones con respecto al sello de Comercio Justo

### 2.7.1 Convenios adquiridos de Comercio Justo

El sello de comercio justo es una oportunidad para los productores Nicarguenses ya que les permite vender su producción a un precio justo y al mismo tiempo les permite mejorar sus ingresos y mejorar la calidad de su producción.

Según el **indicador 2.7.1** en la entrevista realizada al Gerente de la cooperativa nos respondió

que si se han adquirido convenios en años anteriores con la alcaldía (esto con el fin de realizar inversiones sociales, caminos y equipamientos para escuelas) y el presidente de la misma nos respondió que evidentemente se han adquirido convenios que consisten en el fondo del premio, y el mercado es quien regula este incentivo.

### **2.7.2 Beneficios Obtenidos**

Tomando como referencia el conocimiento de los participantes en cuánto a la pregunta realizada en el grupo focal, con respecto al **indicador 2.7.2** los socios respondieron que los beneficios obtenidos desde que están asociados a comercio justo: son mejoramiento de las fincas, las capacitaciones que se les brindan, las asistencias técnicas que les ayuda de mucho para su producción entre otros; con respecto a este mismo indicador en la entrevista realizada al Gerente de la cooperativa nos respondió que el beneficio que obtienen los socios es recibir directamente el premio en cambio la respuesta obtenida por el presidente de la cooperativa es que dentro de los beneficios que obtienen los socios están las becas, aperturas de caminos y beneficios directos con apoyo a la producción.

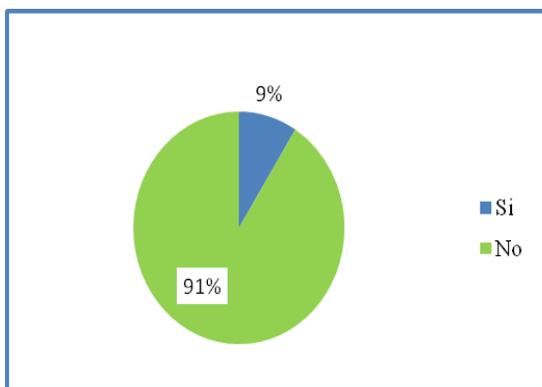
## **3. Desarrollo Humano**

Resulta muy importante el estudio del Desarrollo Humano porque tiene como objetivo fundamental mejorar las condiciones de vida de la población preservando los recursos que el medio nos ofrece, ya que prioriza lo que es la naturaleza y la actividad económica.

“El desarrollo humano, como enfoque, se ocupa de lo que yo considero la idea básica de desarrollo: concretamente, el aumento de la riqueza de la vida humana en lugar de la riqueza de la economía en la que los seres humanos viven, que es sólo una parte de la vida misma” (Sen, 2010).

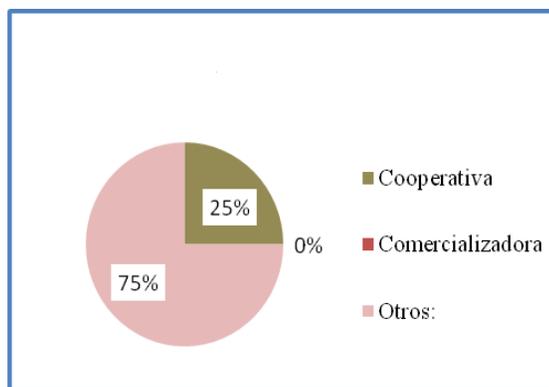
### **3.1 Vida Larga y Saludable**

#### **3.1.1 Programas Alimentarios**



**Gráfico 31 Existen programas alimentarios**

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo.



**Gráfico 32 Facilitadores de estos programas**

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo.

De acuerdo a la encuesta aplicada a los socios preguntamos ¿existen programas alimentarios para los productores y su familia?, de la misma manera preguntamos ¿por parte de quién?, donde obtuvimos que el 91% de los encuestados afirman no recibir programas alimentarios y el resto de los productores que dicen si recibirlo es por parte de otros organismos según se puede reflejar en los **gráficos anteriores**.

### 3.1.2 Seguridad Alimentaria

Alimento	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Todos los días	No lo consume	Lo compra	Lo Produce
Frijoles								66		16	60
Maíz								66		14	60
Malanga	9	11	13	9	10	6	8			18	48
Arroz								66		66	
Yuca	1	7	5	7	3	4	10		29	12	25
Plátano	6	12	18	3	5	9	13			16	50
Cuajada								66		28	38

Alimento	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Todos los días	No lo consume	Lo compra	Lo Produce
Leche	3	14	7	13	10	10	9			19	47
Pollo		15		7		25	13		6	18	42
Ayote	5	9	10	11	7	15	9			24	42
Huevo								66		6	60
Pescado			1	2	3	2	2		56	10	
Carne	2	2	1	4	7	18	32			53	13
Pato	1	1	2	3	2	1	2		54		6
Soya									66		
Piña	1	3	2	3	6	2	5		44	6	16
Papaya	2	5	2	2	4	4	4		43	2	21
Mango								66			66
Marañón									66		
Pejibaye									66		
Pipián	13	9	5	7	1	11	9		11	8	47
Cebolla								66		63	3
Chiltomas								66		48	18
Tomate	9	7	3	12	15	6	3		11	52	3
Chayote			10		6		15		35	2	29
Zanahoria	5	5	3	6	6	6	5		30	31	5
Remolacha									66		

Alimento	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Todos los días	No lo consume	Lo compra	Lo Produce
Naranja								66			66
Pitahaya									66		
Lechuga									66		
Rábano									66		
Banano	12	8	7	3	14	13	9			4	62
Dulce	4	4	4	5	4	5	6		34	5	27
Azúcar								66		66	
Aceite Vegetal								66		66	
Mantequilla o Crema	12	2	6	11	9	3	8		15	30	21
Miel de abeja	4	6	6	3	4	9	7		27	8	31
Aguacate								66			66
Coco	3	2	3	1	2	1	3		51	2	13

**Tabla 6 Matriz Nutricional**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Matriz Nutricional

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 de alimentos adecuado.

De los 39 alimentos presentados en la **Tabla 6** y que fueron preguntados a los 66 socios en la

matriz nutricional, donde se incluyen:

**Carbohidratos:** Los carbohidratos son compuestos que contienen carbono, hidrógeno y oxígeno en las proporciones 6:12:6. Durante el metabolismo se queman para producir energía, y liberan dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) y agua (H<sub>2</sub>O). Los carbohidratos en la dieta humana están sobre todo en forma de almidones y diversos azúcares. Los carbohidratos se pueden dividir en tres grupos:

Monosacáridos: ejemplo, glucosa, fructosa, galactosa.

Disacáridos: ejemplo, sacarosa (azúcar de mesa), lactosa, maltosa.

Polisacáridos: ejemplo, almidón, glicógeno (almidón animal), celulosa.

**Proteínas:** como los carbohidratos y las grasas, contienen carbono, hidrógeno y oxígeno, pero también contienen nitrógeno y a menudo azufre. Son muy importantes como sustancias nitrogenadas necesarias para el crecimiento y la reparación de los tejidos corporales. Las proteínas son el principal componente estructural de las células y los tejidos, y constituyen la mayor porción de sustancia de los músculos y órganos (aparte del agua). Las proteínas no son exactamente iguales en los diferentes tejidos corporales. Las proteínas en el hígado, en la sangre y en ciertas hormonas específicas, por ejemplo, son todas distintas.

**Vitaminas:** son compuestos heterogéneos que no pueden ser sintetizados por el organismo, por lo que éste no puede obtenerlos más que a través de la ingestión directa. Las vitaminas son nutrientes esenciales, imprescindibles para la vida.

**Minerales:** son importantes para el cuerpo y para mantenerse sano. El organismo los aprovecha para muchas funciones distintas, incluyendo la formación de huesos, la producción de hormonas y la regulación de los latidos cardíacos.

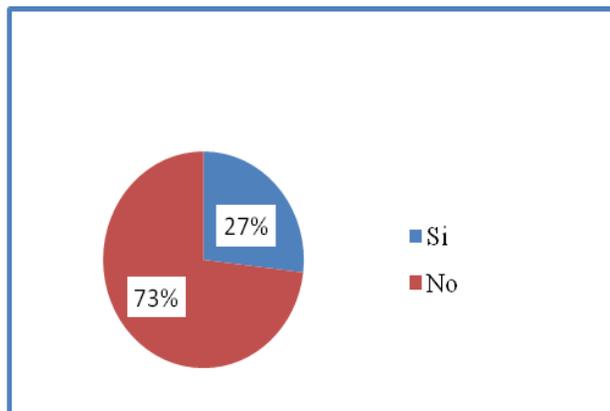
Existen dos tipos de minerales: macro minerales y oligoelementos. Los macro minerales son minerales que el cuerpo necesita en cantidades más grandes. Incluyen calcio, fósforo, magnesio, sodio, potasio, cloro y azufre. El cuerpo necesita solamente pequeñas cantidades de oligoelementos. Los mismos incluyen hierro, manganeso, cobre, yodo, cinc, cobalto, flúor y selenio.

7 de estos productos no son consumidos en un 100% tales como: Soya, Marañón, Pejibaye, Remolacha, Pitahaya, Lechuga, Rábano, .se da por tres razones: disponibilidad, acceso y porque no son un hábito de consumo y los que son consumidos en su totalidad son el maíz, frijoles, arroz, aceites, azúcar. Que los producen y los consumen a diario en excepción el arroz, azúcar, aceite que los compran.

Estos productos que no son consumidos por los productores tienen consecuencias en el desarrollo general de las personas tal como: pérdida prematura de la dentadura, resequedad en la piel, menor rendimiento físico, etc.

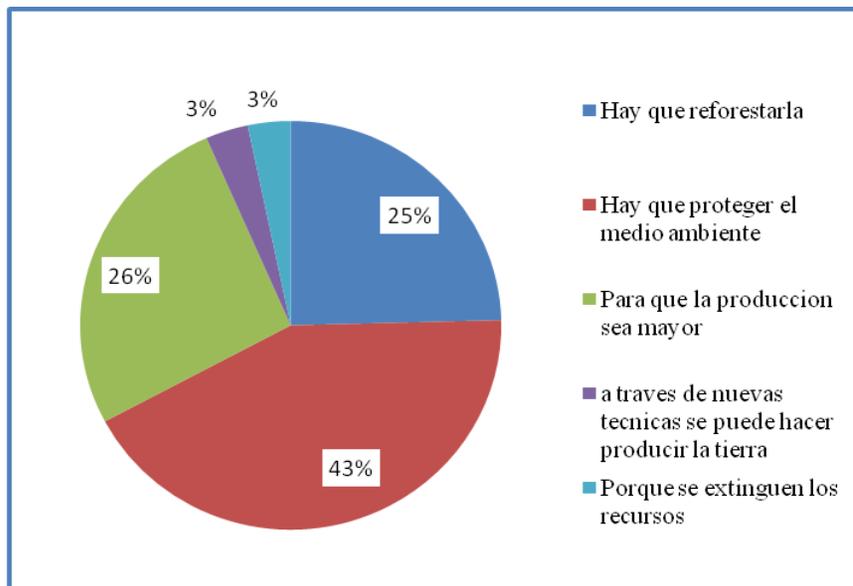
Se puede decir que estos productores tienen desconocimiento de la capacidad de sus tierras para diversificar la producción y producir más alimentos en su fincas, ya que cuentan con los recursos necesarios para producir diversidad de frutas, verduras y hortalizas que contienen diferentes proteínas, vitaminas y minerales esenciales para el desarrollo humano y el desempeño en las diferentes actividades que realizan (FAO, 1998).

### 3.1.3 Conservación y Ampliación de la Tierra



**Gráfico 33 Conservación y ampliación de la tierra**

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo.



### Gráfico 34 Frontera productiva

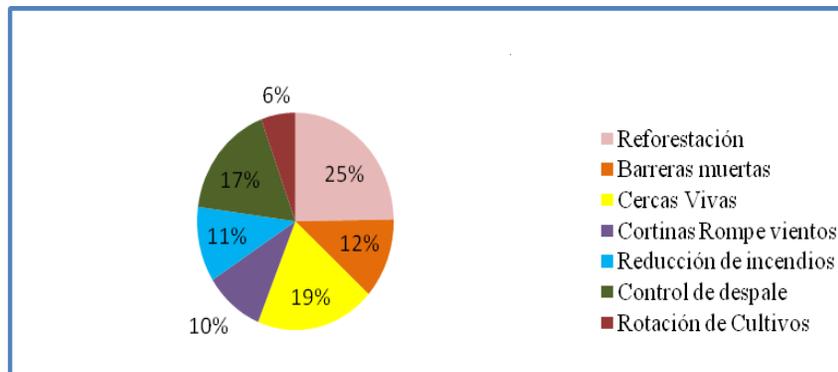
Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo.

Con respecto al **indicador 3.1.3** en la encuesta aplicada a los socios se les preguntó ¿Cree usted que es necesario expandir la frontera productiva? Y ¿por qué? En donde el 73% opinaron que no es necesario sino más bien buscan las medidas necesarias para proteger el medio ambiente como se aprecian en los **gráficos 33 y 34**.

#### 3.1.4 Salud Comunitaria

Con respecto al **indicador Salud Comunitaria** en cuanto a la guía de observación que realizamos obtuvimos que en las comunidades donde habitan los socios carecen del servicio de un centro de salud cercano por lo cual tienen que viajar a largas distancias para ser atendidos, lo que incide en que los socios y sus familiares no acudan al centro de salud primeramente por la distancia seguido del medicamento que se les proporciona siendo el más común Acetaminofén.

### 3.1.5 Protección del Medio Ambiente

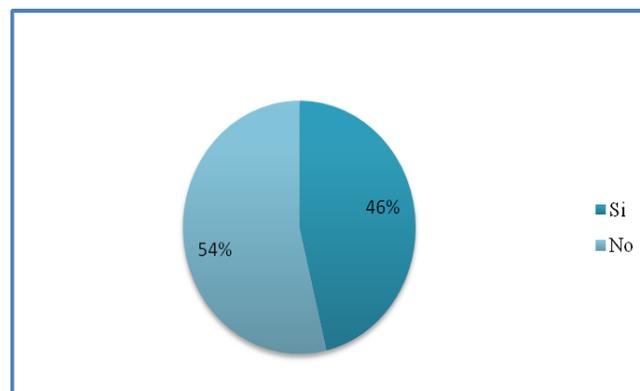


**Gráfico 35 Medidas para el cuidado del medio ambiente**

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo.

En cuanto al **indicador 3.1.5** los socios expresaron que el cuidado del medio ambiente es un requisito fundamental dentro de lo que es comercio justo y en esta cooperativa es algo que se toma muy en cuenta, ya que el 100% de los socios practican el cuidado al medio ambiente debido a que la producción cafetalera depende de un clima fresco y de sombra por lo tanto hacen énfasis en la medida de reforestación con un 25% respectivamente.

### 3.1.6 Pérdidas Agropecuarias Ambientales



**Gráfico 36 Pérdidas agropecuarias**

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo.

De acuerdo al **gráfico 36**, el 46% de los encuestados expresaron haber tenido pérdidas agropecuarias a causa de los eventos climáticos ocasionados en los últimos ciclos, de la misma manera indagamos en la entrevista realizada al Gerente de la Cooperativa en donde respondió que efectivamente algunos productores si han sido afectados por este fenómeno creando así lo que son las bajas en su producción.

### 3.2 Adquisición de Conocimientos

“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). Agregan que el entendimiento provee la conciencia crítica de los seres humanos. Para (Maslow, 1977) 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”.

#### 3.2.1 Impulso a la Educación y capacitación técnica

En base a este **indicador** podemos recalcar que la cooperativa tiene gran incidencia en cuanto al mismo, ya que como reflejamos anteriormente en el **indicador 1.1.6** los socios expresaron que si se les brinda capacitaciones y asistencia técnica, de la misma manera ellos dicen estar satisfechos con la labor que realiza la cooperativa en cuanto al entorno productivo se refiere como podemos apreciar en las **Fotos 17 y 18**.



**Foto 17 Capacitación sobre uso de abonos**

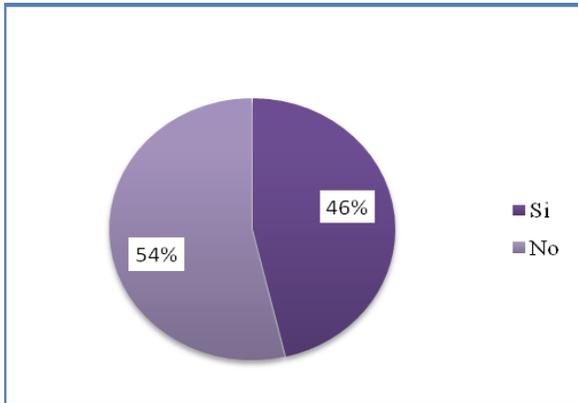
Fuente: Fotografía facilitada por la Gerencia de la Cooperativa



**Foto 18 Asamblea comunitaria**

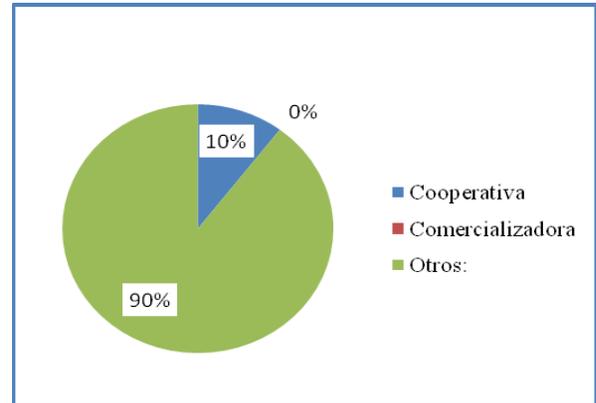
Fuente: Fotografía facilitada por la Gerencia de la Cooperativa

### 3.2.2 Logros en Alfabetización



**Gráfico 37 Programas de alfabetización**

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo.

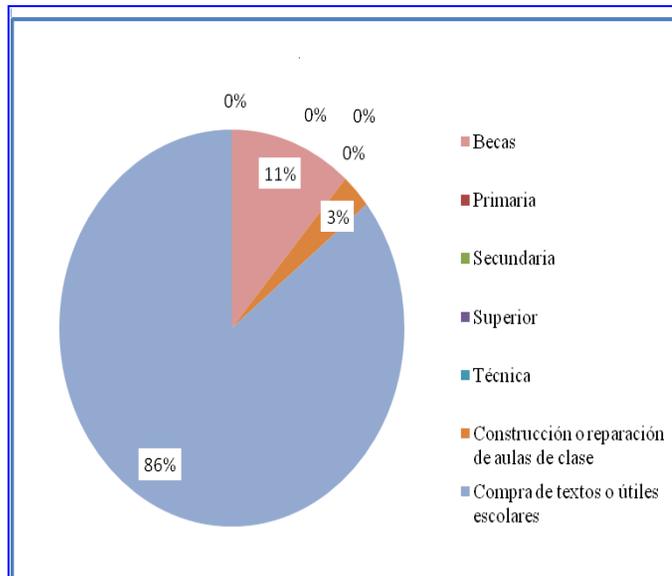


**Gráfico 38 Facilitadores de la alfabetización**

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo.

En los **gráficos 37 y 38 “Logros en Alfabetización”** se presentan los resultados tomando como referencia el conocimiento de los encuestados acerca de ¿Existen Programas de Alfabetización para los productores y su familia? ¿Por parte de quién? y en este caso un 46% de los socios dieron a conocer que si se dan programas de alfabetización en su mayoría por parte de otras instituciones que vienen siendo gubernamentales, con respecto al mismo indicador en las entrevistas realizadas al gerente de la cooperativa y al gerente de la comercializadora expresaron que si existen estos programas a través del gobierno pero también a través de los becados por parte de la cooperativa que estos mismos alfabetizan a algunas personas de la comunidad y viene siendo como el aporte a las cien horas que ellos le tienen que regresar a la cooperativa por dicho beneficio.

### 3.2.3 Becas/ Textos o Útiles Escolares/Aulas Nuevas y Reparadas



**Gráfico 39 Educación**

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo

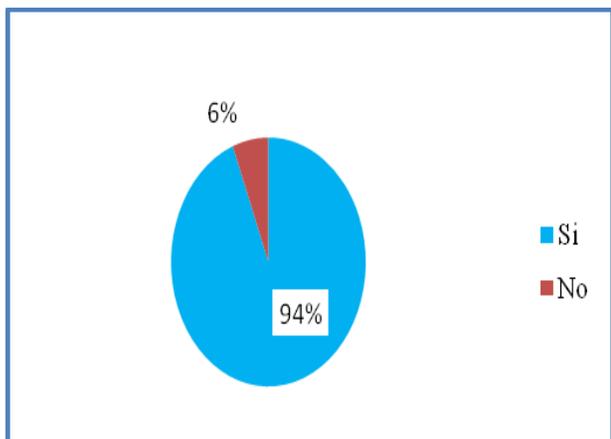
Como se puede apreciar en el **gráfico 39** se presentan los resultados sobre la actividad económica a la cual destinan el incentivo en caso de que sea económico, donde los socios expresaron que en su mayoría lo destinan a la compra de textos o útiles escolares siendo esto el 86%, cabe señalar que la inversión del incentivo va en dependencia de las necesidades de la comunidad, es decir que del 10% que los socios aportan a la cooperativa se identifican las necesidades de cada comunidad y se contribuye a la satisfacción de estas apreciándose así en la **Foto 16** .

### 3.3 Acceso a Recursos que le permitan tener un nivel de vida decente

**3.3.1 Privaciones, 3.3.2 Agua y Saneamiento, 3.3.3 Logros habitacionales y de vivienda social, 3.3.4 Logros en caminos y carreteras, 3.3.5 Calles y 3.3.6 Electrificación.**

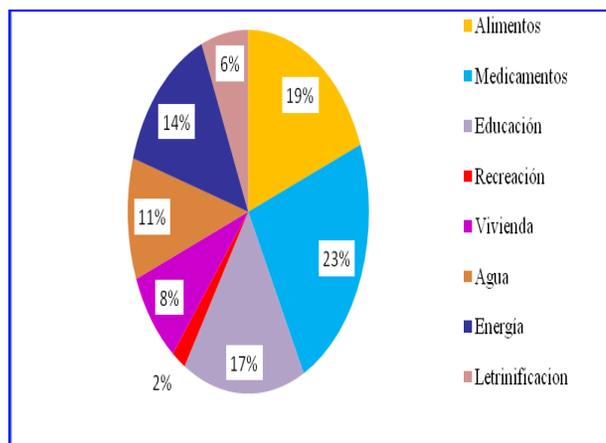
Con respecto a **la sub variable acceso a recursos que le permitan tener un nivel de vida decente** y tomando como referencia los **indicadores** arriba detallados, realizamos para los mismos las técnicas como encuesta y guía de observación; en la encuesta que les aplicamos a los

socios se les pregunto si ellos tenían algunas necesidades que no podían cubrir totalmente, en donde obtuvimos que el 94% afirmaron presenciar necesidades insatisfechas, como se aprecian en los **gráficos 40 y 41**. Cabe destacar que sus ingresos lo destinan a diferentes actividades lo que indica que no es que no se destine a estas necesidades insatisfechas sino que no se pueden cubrir en su totalidad.



**Gráfico 40 Necesidades insatisfechas**

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo



**Gráfico 41 Necesidades en**

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo

En cuanto al **indicador 3.3.2** observamos que los socios no cuentan con el servicio de agua potable ya que en la mayoría de las comunidades se carece del mismo y el acceso a este es proveniente de pozos, caños y quebradas que es para uso humano y agrícola observada en la **Foto 23**; a la vez pudimos observar que el acceso a energía no existe por parte de ninguna empresa generadora que le suministre este servicio sino que los productores hacen uso de paneles solares, candiles, energía hidráulica y plantas eléctricas para la satisfacción de sus propias necesidades. En base al mismo **indicador 3.3.2** pudimos observar que los productores poseen letrinas en sus hogares, algunas de ellas fueron facilitadas por proyectos desde hace aproximadamente cinco años pero en su mayoría ya son letrinas viejas y en mal estado como se observa en la **Foto 19**.

(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; e) que cuente con energía eléctrica,

la misma fuente señala que una vivienda para que pueda ser considerada como digna debe cubrir de forma satisfactoria las necesidades básicas, no suntuarias, en materia de protección, higiene, privacidad, comodidad, funcionalidad, ubicación y seguridad en la tenencia” (Rojas, 2009).

En la guía de observación se indagó acerca del indicador **logros habitacionales y de vivienda social**, pudiendo detectar que en su mayoría las viviendas de los socios son de madera muestra de ello **Fotos 21 y 22**. Como se puede observar en la **Foto 22** en su mayoría el piso de las viviendas de los socios es de tierra, pocos cuentan con un embaldosado o cerámica.

Al observar sobre los **indicadores 3.3.4 y 3.3.5** anexa en la **Foto 20**, es notoria la inversión que los socios y la cooperativa han realizado para facilitar la comercialización de su producto desde sus fincas hasta la cooperativa, cabe señalar que estos logros se han obtenido a través de un cierto porcentaje que los socios destinan para ciertas inversiones con la idea de beneficiarlos a ellos mismos.

En cuanto al **indicador Electrificación**, según lo planteado por (COPLAMAR, 1983) dice que para que una vivienda pueda ser considerada como digna debe contar con energía eléctrica y lo que nosotros pudimos observar es que los socios carecen de este servicio por parte de una empresa y ellos utilizan diferentes alternativas para la satisfacción de este servicio.



**Foto 19 Agua y Saneamiento**

Fuente: Fotografía captada por las autoras



**Foto 20 Logros en Caminos y Carreteras**

Fuente: Fotografía captada por las autoras



**Foto 21 Logros habitacionales**

Fuente: Fotografía captada por las autoras



**Foto 22 Piso de la Vivienda**

Fuente: Fotografía captada por las autoras



**Foto 23 Agua y Saneamiento**

Fuente: Fotografía captada por las autoras

### **3.3.7 Facilitación a la Inversión Productiva**

En la encuesta realizada a los socios con respecto a este **indicador** obtuvimos que el 100% de los mismos destinan parte del incentivo a la inversión productiva, cabe señalar que una vez recibido el incentivo lo distribuyen para distintas actividades dándole prioridad a esta ya que es la fuente de generación de sus ingresos.

### **3.3.8 Permanencia en Fincas**

Como se reflejó anteriormente en el **indicador 1.1.8** con su respectivo **gráfico 7** la permanencia de la mano de obra dentro de las fincas es temporal ya que solo en tiempos de cosechas es necesario contratar mano de obra para esta labor productiva.

## V. Conclusiones

De lo anterior expuesto hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- El Comercio Justo surge como una alternativa de solución a problemas socioeconómicos, ya que se asocian en búsqueda de financiamiento y mejorar las oportunidades para la comercialización de su producto y así lograr el bienestar familiar y comunal.
- El funcionamiento de la cooperativa está sustentado bajo los lineamientos de cooperativismo, haciendo mérito y honor a este ya que en esta cooperativa se toma en cuenta la participación de los asociados a la hora de tomar cualquier decisión importante para la misma, a la vez esta está enfatizada al cuidado ambiental brindándoles talleres y capacitaciones a los socios para la obtención de beneficios al comercializar su producto. Pero a la vez esta falla como ente intermediario entre la comercializadora y sus asociados, ya que debería de exponer las necesidades ante CECOCAFEN y así mismo darle solución a los mismos y no enfatizarse nada más en los propios beneficios obtenidos del comercio justo.
- El comercio justo no ha presentado un impacto positivo en las comunidades donde habitan los socios ya que se carece de acceso a recursos que le permitan tener un nivel de vida decente, cabe destacar que en las comunidades se dan lo que son logros en caminos y carreteras por parte de la cooperativa pero con el único fin de que la producción llegue en tiempo y forma para poder ser comercializada y no porque esta vele por el bienestar de sus asociados ya que si así fuere esta invertiría en nuevos proyectos aparte de la comercialización.
- siendo este una alternativa pero no favorece al desarrollo campesino en su totalidad ya que en cada una de las comunidades donde habitan los socios se carece de servicios

Como conclusión general de ésta investigación a partir de percepciones de los productores, el Comercio Justo ha contribuido a la obtención de mayores ingresos económicos, puesto que reciben incentivos por la comercialización de su producto básicos y cuentan con necesidades insatisfechas.

## VI. Bibliografía

Alianza Cooperativa Internacional para las Americas. (s.f.). *aciamericas.coop*. Recuperado el 18 de abril de 2011, de *aciamericas.coop*: <http://www.aciamericas.coop/-Principios-y-valores->

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

Confecoop Antioquía. (2009). Recuperado el 09 de mayo de 2011, de Confecoop Antioquía: [www.confecoopantioquia.coop/noticias-y-boletines/noticias/la-funcion-social-del-cooperativismo.html](http://www.confecoopantioquia.coop/noticias-y-boletines/noticias/la-funcion-social-del-cooperativismo.html)

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](http://www.comerciojusto.org/mm/file/El_ABC_del_CJ_1.pdf)

Grupo Océano. (2004). En G. Océano, *Diccionario juvenil interactivo* (pág. 233). Barcelona, España: Océano.

José María Quintero (Presidente de la cooperativa “La Providencia”).

Martínez Flores, G. A., & Valle Castro, Y. E. (2009). La certificación en la agricultura orgánica. Aspectos básicos a considerar para solicitar la certificación. En G. A. Martínez Flores, & Y. E. Valle Castro, *Limitaciones socioeconómicas en la agricultura orgánica como alternativa de desarrollo rural sostenible caso particular del cultivo del cacao, comunidad "La Nueva" municipio de Rancho Grande de Matagalpa segundo semestre de 2008* (págs. 38, 39). Matagalpa.

Mauricio Ruiz (Gerente General de CECOCAFEN).

Noé Montenegro (Gerente General de la cooperativa “La Providencia”).

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 Nacional de Apoyo a la Microempresa, Dirección de Gestión Financiera. (s.f.). *aciamericas.coop*. Recuperado el 18 de mayo de 2011, de *aciamericas.coop*: [http://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/El\\_cooperativismo\\_Nicaragua.pdf](http://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/El_cooperativismo_Nicaragua.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. (s.f.). Definición, valores y principios del cooperativismo. Perspectivas teóricas del desarrollo humano. Definición conceptual de variables. En J. Rojas Meza.

Sandino, A. (18 de agosto de 2008). *Explorando el Comercio Justo*. Recuperado el 17 de abril de 2011, de El Observador Económico: <http://www.elobservadoreconomico.com/articulo/629>.

Sánchez V., P. (17 de diciembre de 2010). *Los diez principios del Comercio Justo*. Recuperado el 04 de abril de 2011, de Guioteca: <http://www.guioteca.com/rse/los-diez-principios-del-comercio-justo/>

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/>

scribd. (22 de enero de 2009). *scribd.com*. Recuperado el 10 de 04 de 2011, de *scribd.com*: <http://es.scribd.com/doc/11058408/Teorias-Clasicas-Del-Comercio-Internacional>

Tórrez Pérez, J., Navarro Rico, P., & Larrinaga Arechaga, A. (23 de agosto de 1999). *Para entender el Comercio Justo*. Recuperado el 07 de abril de 2011, de Ciudades para un futuro más sostenible: <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n13/aalar.html>

## **Web grafía**

[http://www.cecocafen.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=89&Itemid=156](http://www.cecocafen.org/index.php?option=com_content&view=article&id=89&Itemid=156)

FAO, 1998 septiemb.human vitamin and mineral requerement-report of a joint fao/who expert consultation held in bangkok thailand.www.fao.org.docrep/06/w0073s/w00730d.htm 03.12.2011

# ANEXOS



## Anexo N°1

### 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. ¿Fuera de la política de comercio justo que otro producto comercializa?

3. ¿A qué Sector económico se aporta con la comercialización de producto de comercio justo?

Primario

Secundario

Terciario

4. ¿Qué tipo de tecnología emplea en su producción?

Artesanal

Semi industrial

Industrial

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

Local

Nacional

Internacional

6. ¿Cree Usted que es necesario expandir la frontera productiva

Si  No  por que

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

Sí  No

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

Antes: \_\_\_\_\_

Después: \_\_\_\_\_

9. ¿Recibe asistencia técnica para su producción?

Sí  No

10. 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

11. ¿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

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

Si  No

13. ¿Recibe Ud. Financiamiento?

Sí  No

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

De la Cooperativa

De Cecocafen

Micro financieras privadas

Bancos privados

Banco Produzcamos

15. ¿Cómo es la permanencia de la mano de obra dentro de la finca?

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

Sí  No

17. ¿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

18. ¿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?

Sí  No

19. ¿Cuál ha sido el motivo por el cual han emigrado sus familiares?

a) Por acceso a oportunidades

b) Por mayor ingreso

c) Por no seguir la tradición y costumbre

20. ¿Cuenta su producción con valor agregado?

Sí  No

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)

21. ¿Cuál es el origen de sus ingresos?

Cosechas de café

Cosechas de granos básicos

Labores fuera del hogar

Remesas

Otros: \_\_\_\_\_

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

Alimentos

Servicios básicos (agua, luz, etc.)

Medicinas

Recreación

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

Sí  No

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

Recibiendo un mayor precio por su producto

Por premios o incentivos

25. ¿Qué organismo certifica su café?

FLO

C.A.F.E Practices

Naturland

UTZ Certified

Bio Latina

26. ¿Conoce los estándares de comercio justo?

Sí  No

27. 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

28. ¿Conoce los principios de comercio justo?

Sí  No

29. 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.

30. ¿A partir de la práctica del Comercio Justo ha contribuido al sector del turismo en su comunidad?

Sí  No

Qué tipo de turismo

Privado  Rural  Social  Sostenible

31. ¿Cuáles son los canales de comercialización de su producto?

Productor  Cooperativa  Comercializadora  Consumidor

Productor  Comercializadora  Consumidor

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

Sí  No

33. ¿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

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

Sí

No

35. ¿Existen programas alimentarios para los productores y su familia?

Sí

No

36. ¿Por parte de quién?

Cooperativa

Comercializadora

Otros: \_\_\_\_\_

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

Sí

No

38. ¿Por parte de quién?

Cooperativa

Comercializadora

Otros: \_\_\_\_\_

39. ¿Promueve el cuidado del medio ambiente ?

Sí  No

40. 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

41. ¿Ha tenido pérdidas agrícolas a causa de eventos climáticos en los últimos ciclos?

Sí  No

42. ¿Recibe información por parte de la cooperativa?

Sí  No

43. 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

44. Recibe algún tipo de capacitación?

Sí

No

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

Cooperativa

Comercializadora

Otros: \_\_\_\_\_

46. ¿Qué temas abordan en las capacitaciones?

---

---

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

Sí

No

48. De qué tipo?

Económico (monetario)

Insumos

49. ¿De qué forma reciben el incentivo?

Individual

Colectiva

50. ¿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

51. ¿De qué forma recibe el servicio de agua?

Agua potable (llave)

Pozos

Ojos de agua

52. ¿Para hacer sus necesidades fisiológicas hace uso de?

Letrinas

Inodoros

Al aire libre

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

Sí

No

54. ¿Cuáles?

Alimentos

Medicamentos

Educación

Recreación

Vivienda

Agua

Energía

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

Sí

No

56. 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 N°2

**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?
  
5. ¿Cuáles son las acciones que establece la institución para desarrollar las funciones del sello de comercio justo?
  
6. ¿Cuáles son los mecanismos de certificación a los que se ajusta la institución para certificar el producto?
  
7. ¿Qué otras acciones deben trabajar en conjunto institución-cooperativas (jóvenes – adultos) para desarrollar el cooperativismo tomando en cuenta la equidad de género?

## **II Aspecto social**

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

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

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

11. ¿Tiene conocimientos si algunas de las cooperativas dentro de Comercio Justo tiene permanencia en fincas?

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

13. ¿Por parte de quién?

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

### **III Aspectos Productivos**

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

16. ¿Tanto hombre como mujeres asociados a las cooperativas reciben los mismos beneficios económicos por parte de esta institución?

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

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

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

20. ¿A partir de esta misma práctica de Comercio Justo se dan aumentos o disminuciones en los precios del café, de qué manera?

21. ¿Cuál es la diferencia entre el precio de compra con la venta en el mercado Internacional, este tiende a aumentar o disminuir, de qué manera?

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

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

24. ¿Cuenta la producción con valor agregado? ¿De qué tipo?

25. ¿Qué organismo certifica su café?

26. ¿Cuáles el mercado en el que se ubica el producto para la venta?

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

28. ¿Cuáles son los canales de comercialización del producto que se implementan en la institución?

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

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

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

➤ Económicos

➤ Sociales

➤ Políticos

32. ¿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:

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

➤ Los Productores:

➤ La Cooperativa:

➤ La Comercializadora:



### **Anexo N°3**

**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. ¿De qué forma se incluye la participación de los jóvenes y adultos (socios) en la toma de decisiones?
3. ¿Se lleva un control de la participación de los jóvenes cuando se convoca la toma de decisiones?
4. ¿Cuáles son las actividades económicas que impulsa la cooperativa?

5. ¿Promueve la participación activa de los jóvenes y las mujeres en las actividades que realiza la cooperativa?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
6. ¿Dentro de las actividades de tipo sociales que impulsa la cooperativa para el bienestar comunitario, de qué forma se incluye a los jóvenes?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
7. ¿Brindan información a los socios de la cooperativa? ¿De qué manera?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
8. ¿A cuánto asciende la producción total de café en la cooperativa?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
9. ¿Qué tipo de incentivo o premio se le da a los productores asociados producto de la certificación?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
10. ¿Cada cuánto se entrega este incentivo a los productores?

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

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

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

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

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

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

17. ¿Considera Ud. Que existen políticas económicas a través de las cuales el gobierno impulse el comercio justo en nuestro país? ¿Cuáles?
18. ¿Considera Ud. Que el estar organizado en cooperativas tiene mayor incidencia política?  
¿De qué manera?
19. ¿De qué manera se determinan los estándares de calidad del café? ¿Quién lo hace?
20. ¿Cuáles son los canales de distribución que se utilizan para la comercialización del café?
21. ¿Cómo se realiza la venta del café? ¿Se utiliza alguna técnica?
22. ¿Cuenta su producción con valor agregado? ¿De qué tipo?

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

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

25. ¿Qué organismo certifica su café?

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

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

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

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

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

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

32. ¿Qué temas abordan en las capacitaciones?

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

34. ¿A qué sector económico se aporta con la comercialización?
35. ¿Considera usted que para satisfacer la demanda de mercados especiales debe estar sujeto a aumentos o disminuciones en los precios del café, porque?
36. ¿Cuál es el mercado de colocación de su producto?
37. ¿Considera Ud. Que desde que trabaja con comercio justo han incrementado los rendimientos de los socios? ¿De qué manera?
38. ¿Reciben los productores asistencia técnica para su producción? ¿Por parte de quién?
39. ¿El formar parte de Comercio justo le ha facilitado el acceso a financiamiento? ¿De qué manera?
40. ¿Ha sido necesario contratar más mano de obra para las cosechas de café desde que forma parte de comercio justo?

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

42. ¿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?

43. ¿En tiempos de cosecha su familia contribuye a la actividad económica?

44. ¿Usted o algún miembro de su familia se encarga de trabajar y vigilar sus tierras o contrata los servicios de personas exteriores?

**Anexo N°4**  
**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 o socias de la asamblea.
- 1.2 Cuáles son los comités cooperativos cómo valoran su funcionamiento en.
- 1.3 Cuando se trata de tomar decisiones importantes para la cooperativa, son consultados todos los socios o socias? Ejemplifique.

1.4 Tienen cargos los socios y socias 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 otra 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 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 evalué 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		
<b>Alimentos Básicos</b>									
Frijoles									
Maíz									
Malanga									
Guineo									
Arroz									
Yuca									
Plátano									
<b>Alimentos para el desarrollo</b>									
Cuajada									
Leche									
Pollo									
Ayote									
Huevos									
Pescado									
Carne									

Alimentos	Días que consume este alimento a la semana							Lo compra	Lo produce
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo		
Patos									
Soya									
<b>Alimentos que protegen la salud</b>									
Piña									
Papaya									
Mango									
Banano									
Marañón									
pejibaye									
Cebolla									
Chiltoma									
Pipián									
Tomate									
Chayote									
Zanahoria									
Remolacha									
Naranja									
Pitaya									
Lechuga									
Rabano									
Banano									
<b>Alimentos que dan mucha</b>									

Alimentos	Días que consume este alimento a la semana							Lo compra	Lo produce
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo		
<b>energía</b>									
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 N° 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) Cacao
- 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 Sí  No

Energía sí  No

### Uso del agua:

Humano

Agricultura

### Suelo de la vivienda

Embaldosado

Tierra

Piso

Cerámica

### Agua y saneamiento

Letrina

Inodoro

Llave

Pozo

### Logros habitacionales

Madera

Concreto

Mediafalda

### Logros en caminos y carreteras

Trocha

Pavimento

Adoquín

Balastre

## Calles

- Encunetado
- Adoquinado
- Asfaltado

## Electrificación

- Planta eléctrica
- Suministro por empresa generadora
- Otros

## **Anexo 7**

### **Diseño Metodológico**

#### **Hipótesis**

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.

#### **Tipo de Investigación**

Se utilizó el método descriptivo en nuestra investigación ya que se recolectaron datos medibles y datos de información para describir el estudio, de tipo explicativa porque determinamos la forma como ha influido en la vida de los productores el comercio justo y el efecto que este 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, con enfoques cualitativos 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.

#### **Población y Muestra**

Nuestro universo de estudio fueron 200 soci@s de la cooperativa la Providencia del municipio de Wiwili, en relación a la muestra se tomaron a 67 soci@s la cual se obtuvo por el criterio de proporcionalidad.

#### **Instrumentos**

Las técnicas utilizadas para recolectar la información fue el método teórico en el análisis, la síntesis, inducción, deducción basada en la información secundaria de fuentes bibliográficas y en el método empírico la obtención de información por medio de técnicas como encuesta (Ver anexo N° 1) aplicada a los socios de la cooperativa de las comunidades donde se hizo el estudio. En el caso de la comercializadora se aplicó entrevista al Gerente General (Ver anexo N° 2), en el caso de la cooperativa se aplicó entrevista al Gerente y presidente de la misma (Ver anexo N° 3), con

respecto al grupo focal (Ver anexo N° 4) fue aplicado a los socios que pertenecen a los comités de la cooperativa, se creó una matriz nutricional (Ver anexo N° 5) aplicada a los socios y por último se creó una guía de observación (Ver anexo N° 6) para darle mayor validez a las encuestas y las entrevistas.

### **Operacionalización de Variables**

Las variables que se midieron fueron: Comercio Justo, Cooperativismo y Desarrollo Humano donde se operacionalizaron y se crearon sus respectivos indicadores (Ver anexo N° 8).

### **Tabla de Porcentajes**

<b>Comunidades</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Las Vueltas</b>	11	16.67%
<b>El Diamante</b>	18	27.28%
<b>Aguas Frías</b>	8	12.12%
<b>La Naranja</b>	5	7.58%
<b>La Esperanza de Kilambé</b>	10	15.15%
<b>San José de Kilambé</b>	1	1.51%
<b>San Felipe</b>	3	4.54%
<b>Las Quebraditas de Yakalguas</b>	2	3.03%
<b>Plan de Grama, Flor de Caña</b>	2	3.03%
<b>Las Mercedes, Plan de Grama</b>	2	3.03%
<b>Los Milagros</b>	1	1.51%
<b>Los Pedernales</b>	1	1.51%

<b>Comunidades</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Laguna Verde N 2</b>	1	1.51%
<b>Aguas Rojas</b>	1	1.51%
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia

## ANEXO N° 8

### Operacionalización de Variables

Variable	Subvariable	Indicadores	Instrumentos	Fuente
<b>Comercio Justo</b>	<b>Producción</b>	Tipo de producto que se comercializa	Encuesta, guía de observación	Productor
		Sector económico al que pertenece	Encuesta, entrevista2	Productor/comercializadora/cooperativa
		Tecnología empleada	Encuesta	Productor
		Incremento de los rendimientos	Encuesta / Entrevista2	Productor /Cooperativa / Comercializadora
		Impacto en la variación de los precios	Entrevista	Comercializadora
		Impacto de la asistencia técnica	Encuesta / Entrevista	Productor /Comercializadora
		Impacto del acceso a financiamiento	Encuesta / Entrevista2	Productor /Comercializadora/cooperativa
		Impacto sobre el empleo/retención migración	Encuesta / Entrevista	Productor /Cooperativa
		Valor Agregado	Encuesta / Entrevista2	Productor /Comercializadora/cooperativa
	<b>Mecanismos de Certificación</b>	Organismos Certificadores	Encuesta / Entrevista 2	Productor /Cooperativa / Comercializadora
		Estándares	Encuesta / Entrevista2	Productor /Cooperativa / Comercializadora
		Principios	Encuesta / Entrevista2	Productor /Cooperativa / Comercializadora

<b>Variable</b>	<b>Subvariable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Fuente</b>
	<b>Comercialización</b>	Mercado de Colocación del producto	Encuesta / Entrevista2	Productor /Cooperativa / Comercializadora
		Canales de Comercialización	Encuesta / Entrevista2/grupo focal	Productor /Cooperativa / Comercializadora
		Técnicas utilizadas para facilitar la venta de los productos	Encuesta/Entrevista	productor/Cooperativa
	<b>Políticas Económicas</b>	Políticas Económicas que impulsan el comercio justo	Encuesta/Entrevista2	productor/Cooperativa / Comercializadora
	<b>Origen de otros ingresos</b>	Turismo	Encuesta /guía de observación	Productor
		Diversificación de cultivos	Encuesta / guía de observación	Productor

Variable	Sub Variable	Indicadores				Instrumentos	Fuente
Cooperativismo	Participación		H	M	J		
		Asistencia en la Asamblea				Grupo focal y entrevista	Productor y cooperativa
		Participación en la toma de decisiones				Grupo focal y entrevista	Productor y cooperativa
		Brindan información a los socios de la cooperativa				Encuesta y entrevista	Productor y cooperativa
	Distribución económica por excedente	Ingreso/egreso				Entrevista	Cooperativa
		Nivel de Producción				Entrevista	cooperativa
		Incentivos / Premio				Encuesta y entrevista	Productor y 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
		Solidariedad entre asociados				Grupo focal	Productor
		Igualdad en derecho y oportunidad para socios de ambos sexos				Grupo focal	Productor

<b>Variable</b>	<b>Sub Variable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Fuente</b>
	<b>Función de la cooperativa</b>	Asamblea	Grupo focal / entrevista	Productor y asamblea
		Consejo administrativo	Grupo focal	Productor y consejo
		Junta de vigilancia	Grupo focal	Productor y junta
		Comisión de educación y promoción del cooperativismo	Grupo focal	Productor y comisión
	<b>Función Social</b>	Relación con otras organizaciones	Grupo focal	Productor y Presidente
		Obras sociales (becas, textos escolares, aulas nuevas o reparadas)	Grupo focal	Productor y Presidente
		Talleres, capacitaciones	Grupo focal	Productor y Presidente
	<b>Funciones con respecto al sello de comercio justo</b>	Convenios adquiridos de comercio justo	Entrevista	cooperativa
		Beneficios Obtenidos (socios)	Grupo focal, entrevista 2	Productor, cooperativa

<b>Variable</b>	<b>Subvariable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Fuente</b>
<b>Desarrollo Humano en Nicaragua</b>	<b>Vida Larga y Saludable</b>	Programas alimentarios	Encuesta	Productor
		Seguridad alimentaria	Matriz nutricional	Productor
		Conservación y ampliación de la tierra	Encuesta	Productor
		Salud Comunitaria	Guía de Observación	Productor
		Protección del medio ambiente	Encuesta	Productor
		Pérdidas Agropecuarias ambientales	Encuesta/entrevista	Productor/Cooperativa
	<b>Adquisición de conocimientos</b>	Impulso a la Educación y Capacitación Técnica	Encuesta	Productor
		Logros en Alfabetización	Encuesta/entrevista	Productor/Cooperativa/comercializadora
		Becas/textos o útiles escolares/aulas nuevas y reparadas	Encuesta	Productor
	<b>Acceso a recursos que le permitan tener un nivel de vida decente</b>	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
		Relevo Generacional	Encuesta /Grupo focal	Productor /cooperativa
		Permanencia en finca	Encuesta	Productor

Anexo 9. Triangulación de la Información

Variable	Subvariable	Indicadores	Encuesta	Grupo Foco	Guía de Observación	Entrevista al Gerente Noe Montero	Entrevista al presidente Jose Maria Quintero	Entrevista al Gerente de Cecocafen Ing. Mauricio Ruiz
Comercio Justo	Producción	Tecnología Empleada	Ver grafico # 4					
		Incremento de los rendimientos	Ver grafico # 6			Si, al establecer un programa por esfuerzo propio, para las plantaciones e inversiones del		si se han registrado incrementos en la inversion de las plantaciones, produccion y calidad del café
		Impacto de la asistencia técnica	Ver graficos #7,8 y 9			si, por parte de la cooperativa	si, por parte de la cooperativa	la asistencia tecnica que reciben las cooperativas por parte de la comercializadora es que a cada cooperativa se asigna un tecnico, y red de promotores que se estan formando.
		Impacto de el acceso a financiamiento	Ver graficos # 10, 11 y 12			si, porque al estar solventes en cualquier institucion a parte de la cooperativa pueden tener acceso a un credito.	si, por la parte organizativa	
	Mecanismos de Certificación	Organismos Certificadores	Ver grafico # 19			Comercio Justo Flo, Certificaciones de café organico con Biolatina, el café practico con	Flo, Practico y Biolatina	Flo Cert, UT2 ( segmento de mercado)
		Estándares	Ver graficos # 20 y 21					si los conocemos y son los criterios democraticos, compromiso con el Medio Ambiente y niñez.
		Principios	Ver graficos # 22 y 23			Si, parte ambiental requisitos de comercio justo son los que se aplican a la realidad de las fincas, la parte social materia prima(premios) y condiciones	si, principios sociales y solidarios	si los conocemos
	Comercialización	Técnicas utilizadas para facilitar la venta de los productos	Ver graficos # 25 y 26			a través de contacto directo y cecocafen a través de la bolsa de New York	es monitoreando en el medio a través de cecocafen	
	Origen de otros ingresos	Diversificación de cultivos			Ver Foto # 5,6,7 y 8			

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de instrumentos aplicados

**Triangulación de la Información**

Variable	Sub Variable	Indicador	Encuesta	Grupo Focal	Guía de Observación	revierte el gerente Hna Mentes	revierte el presidente Jura Maria Quinto
Cooperativismo	Participación	Asistencia en la Asamblea		Si asisten, cuando es extraordinaria solo asisten los delegados. Y cuando es Ordinaria es necesaria la			
		Funcionamiento de los comites cooperativos		se le valora de una excelente manera, ya que son transparentes con los			
		Participación en la toma de decisiones		si se nos toma en cuenta a todos, ya que somos una cooperativa muy unida y es por un mismo fin. Ejemplo de ello la reunion de hoy, que es		participan asamble, consejo y ge	participan el comité de administración, comité de credito y el gerente general
		Brindan información a los socios de la cooperativa	Ver graficos # 30,31 y 32			si se les brinda información a través de las asambleas y personalmente cuando ellos se	si se les brinda información a través de asambleas comunitarias, asambleas extraordinarias y asambleas ordinarias.
	Distribución económica por excedente	Ingreso	Ver graficos # 33 y 34			las producciones de café, ganado y granos basicos	produccion de café.
		Incentivos / Premio	Ver graficos # 35, 36 y 37			se les da diez dolares por cada quintal oro que comercialice cada socio a través de la	se les dan premios economicos e insumos.
	Valores	Igualdad, Ayuda Mutua, Justicia y Respeto	Ver Tabla # 4 y fotos # 11,12,13,14,15	Claro que todos estos valores son el pilar fundamental dentro de la cooperativa, ya que nos permite tener mejores relaciones interpersonales con todos los socios, sin omitir que para nosotros tambien son de gran importancia los			
	Principios	Educación Cooperativa		se nos enseña acerca de aspectos ambientales, sociales, economicos como conservar el Medio Ambiente, tambien lo que es en si			
		Fomento de la cooperativa entre cod		A través de la participación en eventos municipales, la aportación en ferias, y también la cooperativa participa en propagandas de eventos dando aportes economicos, obras sociales como: caminos, escuelas, educación, apoyo en			
		Igualdad en derechos y oportunidades para socios de ambos sexos	Ver Tabla # 5	si se da lo que la igualdad tanto para hombres como para mujeres, tienen las mismas oportunidades ya sea un productor grande o un			
	Función social	Relaciones con otras organizaciones		Son relaciones economicas, vinculos con la alcaldia que vienen siendo amistosos, ya que esta apoya a la			
		Obras Sociales	Ver Fotos # 17, 18 y 19	Son de tipo economicas, ya que se apoya a lo que es el deporte, la salud, educación y apertura de nuevos caminos.			
		Talleres, capacitaciones	Ver graficos # 38, 39 y 40	Si se reciben por parte de la cooperativa, está lo que es las cuarenta horas de			

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de instrumentar aplicador

### Triangulación de la Información

Variable	Subvariable	Indicador	Encuesta	Grupo Focal	Guía de Observación	Entrevista al Gerente Noe Montenegro	Entrevista al presidente Jose Maria Quintero
Desarrollo Humano	Vida larga y Saludable	Programas alimentarios	Ver graficos # 41 y 42				
		Salud Comunitaria					
	Adquisición de conocimientos	Educación Gratuita					
		Logros en Alfabetización	Ver graficos # 48 y 49				
		Textos o útiles escolares	Ver grafico # 50				
		Becas	Ver grafico # 50				
	Acceso a Recursos que le permitan tener un nivel de vida decente	Medicinas					
		Agua y Saneamiento				Ver fotos # 22 y 27	
		Logros Habitacionales y de vivienda Social				Ver fotos # 24 y 26	
		Logros en caminos y carreteras				Ver foto # 23	
		Electrificación					
		Facilitación a la inversión productiva				Ver foto # 53	

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de instrumentos aplicados

## ANEXO 10

### Lista de Socios Encuestados

Nº	Nombres y Apellidos	Comunidad	Años de ser Socios
1	Cristóbal Gutiérrez Valdivia	Las Vueltas	4
2	Abelino Rodríguez Zamoran	Las Vueltas	8
3	José Acuña Casco	Las Vueltas	14
4	Isabel Cruz Casco	Las Vueltas	7
5	Dennis Reyes Castro	Las Vueltas	3
6	Eulalio García González	Las Vueltas	5
7	Julio Casco Cruz	Las Vueltas	10
8	Francisco Javier Rugama	Las Vueltas	10
9	Emilio Vanegas Reyes	Las Vueltas	10
10	Marcos García	Las Vueltas	11
11	Cristóbal Gutiérrez Valdivia	Las Vueltas	4
12	Manuel Dávila Salmerón	El Diamante	14

<b>Nº</b>	<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Comunidad</b>	<b>Años de ser Socios</b>
13	Walter José Tinoco Moreno	El Diamante	13
14	Silvio Antonio Castro Gutiérrez	El Diamante	14
15	Luis Reyes Tórrez	El Diamante	10
16	Alfredo Eduardo Castro Peralta	El Diamante	10
17	Carlos Castro Gutiérrez	El Diamante	3
18	Gregorio Chavarría Cano	El Diamante	10
19	José María Quintero Rivera	El Diamante	14
20	Luis Alfonso Montenegro	El Diamante	8
21	Victorino Peralta Blandón	El Diamante	14
22	Pedro Porfirio Peralta Blandón	El Diamante	14
23	Virgilio Sevilla Peralta	El Diamante	10
24	Jesús Miranda Calero	El Diamante	8
25	José Saturnino Castro	El Diamante	14
26	Gregorio Rivera	El Diamante	14

<b>Nº</b>	<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Comunidad</b>	<b>Años de ser Socios</b>
27	José Hernández Pastran	El Diamante	11
28	José Ramón Rivera González	El Diamante	11
29	Amado Luis Gómez	El Diamante	
30	María Francisca Duarte Real	Aguas Frías	5
31	Teófilo Duarte	Aguas Frías	14
32	Santos Oswaldo Pérez Espinoza	Aguas Frías	8
33	Pablo Montenegro Rivera	Aguas Frías	8
34	Pedro Rubén Castro Picado	Aguas Frías	5
35	Reynaldo Manzanares Tórrez	Aguas Frías	2
36	Gregorio del Socorro Cruz Castellón	Aguas Frías	12
37	Heberto Velázquez Rivera	Aguas Frías	10
38	Martin Wolmar López Montenegro	La Naranja	12
39	Erick Giovanni Herrera González	La Naranja	10
40	Benjamín Acuña	La Naranja	4

<b>Nº</b>	<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Comunidad</b>	<b>Años de ser Socios</b>
<b>41</b>	José Ángel Peralta Montenegro	La Naranja	10
<b>42</b>	Ivania Peralta	La Naranja	9
<b>43</b>	Edwin José López	La Esperanza de Kilambé	6
<b>44</b>	Dennis Boanerges López Chavarría	La Esperanza de Kilambé	4
<b>45</b>	Noé Montenegro	La Esperanza de Kilambé	5
<b>46</b>	Candelario Rivera	La Esperanza de Kilambé	5
<b>47</b>	Juan Evangelista Herrera Rivera	La Esperanza de Kilambé	13
<b>48</b>	Viviano Montenegro Herrera	La Esperanza de Kilambé	13
<b>49</b>	Bernardo López Lanzas	La Esperanza de Kilambé	6
<b>50</b>	Vicente de Jesús Rivera Monzón	La Esperanza de Kilambé	10
<b>51</b>	Florenso Rivera Herrera	La Esperanza de Kilambé	4
<b>52</b>	Alejandro Rivera Herrera	La Esperanza de Kilambé	
<b>53</b>	Octavio Alberto Chavarría Hernández	San José de Kilambé	8
<b>54</b>	Rosa Aminta Casco Moran	San Felipe	5

<b>Nº</b>	<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Comunidad</b>	<b>Años de ser Socios</b>
55	Manuel Antonio Chavarría Herrera	San Felipe	5
56	Rafael Tórrez Tinoco	San Felipe	10
57	Sirio Mairena Centeno	Las quebraditas de Yakalguas	4
58	Ignacia de Jesús Centeno González	Las quebraditas de Yakalguas	10
59	Herme Meza Rivera	Plan de Grama Flor de Caña	10
60	Miguel Ángel Moreno Flores	Plan de Grama Flor de Caña	10
61	José Montenegro Herrera	Las Mercedes, Plan de Grama	8
62	Maximino Centeno Centeno	Las Mercedes, Plan de Grama	3
63	Julián González Lira	Los Milagros	10
64	Santos Alcides Castro Rivera	Los Pedernales	3
65	Antonio Castillo Espinoza	Laguna Verde N°2	5
66	Valentín Centeno	Aguas Rojas	7

Fuente: Elaboración Propia a partir del trabajo de campo.