

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Finanzas y

Banca

TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIATURA
EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN FINANZAS Y
BANCA

**El modelo de Comercio Justo en Costa Rica, un análisis
riesgos e impacto: el caso de Coopecañera, R.L., en el
periodo 2010-2016**

Presentado por:
Gabriela Palma Vargas

Tutor: Jaime Mora Hernández

Heredia, Costa Rica

Abril, 2017

DECLARACIÓN JURADA

Yo Gabriela María Palma Vargas, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 112170530 egresado de la carrera de Administración de Negocios con énfasis en Finanzas y Banca de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciatura, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: **“El modelo de Comercio Justo en Costa Rica, un análisis riesgos e impacto: el caso de Coopecañera R.L, en el periodo 2010-2016 ”** es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. en fe de lo anterior, firmo en la ciudad de Heredia, a los veintisiete días del mes de abril del año dos mil diecisiete.



Firma del estudiante

Cédula 112170530

CARTA DEL TUTOR

Heredia, 13 de febrero de 2017

Sres
Universidad Hispanoamericana
Carrera de Administración de Negocios

Estimado señor:

La estudiante Gabriela María Palma Vargas, cédula de identidad número 112170530, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "El modelo de Comercio Justo en Costa Rica, un análisis riesgos e impacto: el caso de Coopecañera R.L, en el periodo 2010-2016" el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas y Banca.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
C)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL		100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,


Jaime Mora Hernández
Cédula identidad N 107850971
Carné Colegio Profesional N.

CARTA DE LECTOR

San José, 12 de abril del 2017

Universidad Hispanoamericana
Facultad de Ciencias Económicas

Atención: Oficina de Registro, Recinto Llorente

Estimado señor

La estudiante Gabriela Palma Vargas, número 1-1217-0530 me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“El Modelo de Comercio Justo en Costa Rica, un análisis riesgos e impacto: el caso de Coopecañera R. L., en el periodo 2010-2016”**, el cual ha elaborado para obtener su grado de Licenciada en Administración de Negocios.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atentamente,



MSc. Ronald Ortiz Ramírez
Cédula 105910178

CARTA DE REVISIÓN DEL FILÓLOGO

San José, 26 de abril del 2017.

**SEÑORES
UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**

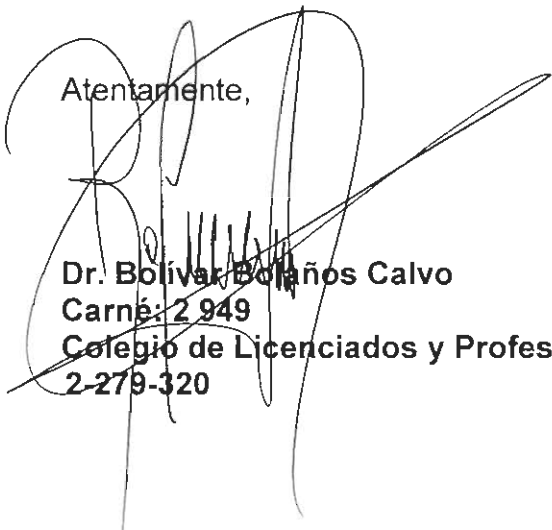
Estimados señores:

Hago constar que he revisado el trabajo de **TESIS** de la estudiante **GABRIELA PALMA VARGAS**, denominado **EL MODELO DE COMERCIO JUSTO EN COSTA RICA, UN ANÁLISIS DE RIESGOS E IMPACTO: EL CASO DE COOPECAÑERA, R.L., EN EL PERIODO 2010-2016**, para optar por el grado académico de **LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN FINANZAS Y BANCA**.

He revisado errores gramaticales, de puntuación, ortográficos y de estilo que se manifiestan en el documento escrito, y verificado que estos fueron corregidos por la autora.

Con base en lo anterior, se considera que dicho trabajo cumple con los requisitos establecidos por la **UNIVERSIDAD** para ser presentado como requerimiento final de graduación.

Atentamente,



Dr. Bolívar Bolaños Calvo
Carné: 2 949
Colegio de Licenciados y Profesores
2-279-320

Agradecimiento

Expreso gratitud a mi tutor el Lic. Jaime Mora Hernández, que es un modelo por seguir, su gran amor a la docencia y su calidad humana me sirvieron de impulso para querer superarme. Agradezco su paciencia y guía en el desarrollo de esta investigación, el haber compartido sus conocimientos conmigo y estar siempre dispuesto a atenderme de la mejor manera posible.

Además, integro en el agradecimiento a todos aquellos amigos que en algún momento externaron palabras de motivación para continuar con los estudios y a mi jefa que estuvo siempre dispuesta a darme vacaciones en el momento que las necesité para poder desarrollar esta investigación.

¡Muchas gracias!

Gabriela Palma

Dedicatoria

Dedico mi investigación a Dios, que me ha guiado durante todo este proceso, que me dio revelación para hacer las cosas y que me ha bendecido para lograr alcanzar mis sueños.

A mi familia, que me brindó un apoyo incondicional durante todo este tiempo, que no les importó tener que sacrificar nuestro tiempo juntos para que yo pudiera avanzar en mis estudios. Especialmente, a mi esposo, Randall Serrano Campos, por impulsarme y apoyarme en mí propósito de superarme profesionalmente, le agradezco el haberme cuidado, siempre atento a todo lo que yo necesitaba y hacerse cargo de nuestros hijos, cuando yo tenía que asistir a clases. Eso siempre estará en mi corazón.

A mi madre, Guiselle Vargas Salas, por apoyarme en cada momento, cuidar que siempre tuviera algo que comer cuando llegara de la Universidad y sus palabras de aliento cuando sentí que ya no podía más.

Gabriela Palma.

INTRODUCCION

La presente investigación tiene como objetivo evaluar como ha sido la aplicación del modelo de Comercio Justo en Costa Rica, estudiando el caso específico de Coopecañera, R.L., basado en datos históricos y actuales del 2010 al 2016, para generar una serie de indicadores que revelen la situación de la cooperativa, así como el impacto y el riesgo de trabajar bajo este modelo de comercio.

El Comercio Justo es un modelo de comercio alternativo con conciencia social y ambiental, lo que pretende es que la producción se lleve a cabo, respetando una serie de principios que buscan un desarrollo sostenible con el medio ambiente y el respeto a los derechos de los trabajadores, entre otras cosas.

Este tipo de comercio es aplicado a nivel internacional; no obstante, en nuestro país es escaso el conocimiento que se tiene al respecto, son muy pocas las organizaciones que lo practican y conocen sus beneficios.

De acuerdo con la naturaleza y actividad de Coopecañera es importante evaluar cuál ha sido el impacto del Comercio Justo en la vida de sus asociados, así como abarcar los riesgos financieros mediante índices de Liquidez y Rentabilidad.

Con la finalidad de lograr una mejor comprensión para el lector la presente investigación se estructura de la siguiente forma:

Capítulo I: Marco Contextual, presenta el planteamiento del problema, indicando los límites de su desarrollo dentro del marco de referencia específico mega, macro y micro; se enunciarán los objetivos que se persigue con la presente investigación y la justificación que expresa la necesidad de esta.

Capítulo II: Marco Teórico contiene conceptos y enfoques investigativos de diferentes autores que proporcionan amplitud al tema en estudio.

Se menciona, a su vez, una pequeña reseña histórica necesaria para situar al lector en el origen de Coopecañera, R.L.

Capítulo III: Marco Metodológico, se expone la forma como se realiza el estudio, los pasos para llevarlo a cabo y su método, se define el tipo de investigación y la técnica de recolección de información

Capítulo IV: Análisis e interpretación de resultados presenta los cuadros y gráficos de los efectos de la aplicación del estudio a cada variable con los indicadores propuestos en riesgos e impacto tanto para la parte cualitativa como cuantitativa.

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones.

Tabla de contenidos

1. CAPÍTULO I: MARCO CONTEXUAL	12
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1.1 Tema de investigación	13
1.1.2 Antecedentes	14
1.2 DELIMITACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2.1 Descripción del problema	15
1.2.2 Aporte del investigador	15
1.2.3 Delimitación espacial	16
1.2.4 Delimitación temporal	16
1.3 OBJETO DE ESTUDIO	16
1.3.1 Formulación del problema	16
1.3.2 Sistematización del problema.....	17
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES	18
1.4.1 Alcances.....	18
1.4.2 Limitaciones.....	18
1.5 OBJETIVOS	19
1.5.1 Objetivo general.....	19
1.5.2 Objetivos específicos	19
1.6 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.6.1 Justificación práctica	19
1.6.2 Justificación metodológica.....	20
1.6.3 Justificación teórica	21
2. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	22
2.1 MARCO TEÓRICO SITUACIONAL	23
2.1.1 Definición de Comercio Internacional.....	23
2.1.2 Primeras teorías del Comercio Internacional	23
2.1.3 Comercio Justo.....	30

2.1.4	Orígenes del Comercio Justo	30
2.1.5	La creación de redes internacionales	34
2.1.6	Principios del Comercio Justo.....	37
2.1.7	Principales actores del Comercio Justo	41
2.1.8	El “precio justo”	43
2.1.9	Prima de Comercio Justo.....	44
2.1.10	Azúcar de comercio justo.	46
2.1.11	Estándares de Comercio Justo y el Azúcar	47
2.1.12	El azúcar y la Prima de Comercio Justo	48
2.2	MARCO INSTITUCIONAL.....	49
2.2.1	Historia de Coopecañera, R.L.	49
2.2.2	Misión y objetivos de la cooperativa	50
2.2.3	Servicios que presta la cooperativa	51
2.2.4	Experiencia de Coopecañera en Comercio Justo.	54
2.3	MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	58
2.3.1	Definición de Riesgo	58
2.3.2	Tipos de riesgos	59
2.3.3	El proceso de administración de riesgos	64
2.3.4	Indicadores de medición del riesgo	65
2.3.5	Razones financieras	65
2.3.6	Análisis Horizontal y Vertical.....	68
2.3.7	Definición de impacto.....	69
2.3.8	Indicadores de impacto social y financiero	72
3.	CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	75
3.1	METODOLOGÍA.....	76
3.2	TIPO DE ESTUDIO.....	76
3.2.1	Enfoque Cuantitativo.....	77
3.2.2	Enfoque Cualitativo	77
3.3	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	77
3.3.1	Descriptiva	77
3.3.2	Exploratoria.....	78
3.3.3	Causal.....	79

3.4	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	79
3.4.1	Análisis.....	79
3.4.2	Investigación documental.....	80
3.5	SUJETOS Y FUENTES	81
3.5.1	Sujetos.....	81
3.5.2	Fuentes de información.....	81
3.6	POBLACIÓN Y MUESTRA	83
3.6.1	Población.....	83
3.6.2	Muestra.....	84
3.6.3	Cálculo de la muestra.....	84
3.7	DEFINICIÓN DE TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	85
3.7.1	Método de Observación Directa.....	86
3.7.2	Encuesta.....	86
3.8	TRATAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN	87
3.8.1	Tabulación, ordenamiento y procesamiento.....	87
3.8.2	Presentación de la información.....	87
3.9	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	87
3.9.1	Variables.....	88
3.9.2	Variables dependientes e independientes.....	88
3.9.3	Cuadro de variables.....	90
4.	CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	91
4.1	COMERCIO JUSTO EN COSTA RICA	92
4.1.1	Opinión del consumidor sobre el Comercio Justo.....	101
4.2	ANÁLISIS HORIZONTAL Y VERTICAL	104
4.2.1	Riesgo de liquidez (Análisis Vertical).....	104
4.2.2	Riesgo de Crédito (Análisis Vertical).....	106
4.2.3	Riesgo de liquidez (Análisis Horizontal).....	109
4.2.4	Riesgo de Crédito (Análisis Horizontal).....	111
4.2.5	Riesgo por diferencial cambiario.....	114
4.3	INDICADORES FINANCIEROS	115

4.3.1	Ratio de liquidez inmediata.....	115
4.3.2	Rentabilidad (ROE).....	116
4.3.3	Razón Corriente.....	117
4.3.4	Prueba ácida.....	118
4.3.5	Capital de trabajo.....	119
4.3.6	Razón de endeudamiento.....	120
4.3.7	Razón de autonomía.....	121
4.4	IMPACTO SOCIAL Y FINANCIERO.....	122
4.4.1	Apertura cooperativa.....	122
4.4.2	Salida voluntaria.....	124
4.4.3	No discriminación.....	125
4.4.4	Cantidad de hectáreas.....	126
4.4.5	Generación de empleo.....	127
4.4.6	Participación de los miembros.....	129
4.4.7	Educación, entrenamiento e información.....	130
4.4.8	Premio Comercio Justo.....	131
4.4.9	Ventas de Comercio Justo.....	134
4.5	PROPUESTA TÉCNICA POR IMPLEMENTAR.....	136
5.	CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	140
5.1	CONCLUSIONES.....	141
5.2	RECOMENDACIONES:.....	144
6.	ANEXOS.....	145
	BIBLIOGRAFÍA.....	151

Tabla de Cuadros

Cuadro 1: Cálculo de muestra para una población desconocida.....	85
Cuadro 2 Organizaciones certificadas en Costa Rica.....	93
Cuadro 3 Composición del pasivo corriente	107
Cuadro 4 Composición del Pasivo No Corriente.....	107
Cuadro 5 Composición del Patrimonio	108
Cuadro 6: Cálculo de la razón corriente	117
Cuadro 7: Cálculo de prueba ácida, periodo 2010-2016	118
Cuadro 8 Comportamiento de la razón de endeudamiento.....	120
Cuadro 9: Porcentaje de participación en asambleas.....	129
Cuadro 10. CRMFT.....	138

Tabla de Gráficos

Gráfico 1: Conocimiento sobre el modelo de Comercio Justo por parte del consumidor.....	101
Gráfico 2: Percepción de los encuestados respecto al pago de un precio justo.....	102
Gráfico 3: Disposición de los encuestados de pagar un sobre precio.....	102
Gráfico 4: Percepción de los encuestados respecto del desarrollo sostenible.	103
Gráfico 5: Estructura del Activo Total.....	104
Gráfico 6: Estructura del pasivo + patrimonio.....	106
Gráfico 7: Tendencia de crecimiento o disminución de los activos.....	109
Gráfico 8: Tendencia de crecimiento o disminución de los pasivos.....	111
Gráfico 9: Tendencia de crecimiento o disminución del patrimonio.....	112
Gráfico 14: Ingresos o pérdidas por diferencial cambiario.	114
Gráfico 10: Índice de Liquidez Inmediata	115
Gráfico 11: ROE versus Ventas de Comercio Justo.....	116
Gráfico 12: Prueba ácida	118
Gráfico 13: Capital de trabajo 2010-2016	119
Gráfico 15: Razón de Autonomía más endeudamiento	121
Gráfico 16: Cantidad de asociados, periodo 2010-2016.....	122
Gráfico 17: Correlación entre cantidad de asociados y ventas de Comercio Justo.	123
Gráfico 18: Asociados por género 2010-2016.....	125
Gráfico 19. Área de terreno sembrado	126
Gráfico 20: Contratación de mano de obra por periodo.....	127
Gráfico 21: Distribución del premio de Comercio Justo.....	131
Gráfico 22: Ventas de Comercio Justo	134
Gráfico 23: Destino de las exportaciones de Comercio Justo.	135

1. CAPÍTULO I: MARCO CONTEXUAL

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Tema de investigación

El modelo de Comercio Justo en Costa Rica, un análisis riesgos e impacto: el caso de Coopecañera, R.L., en el periodo 2010-2016.

Mega

La investigación se llevará a cabo en la Cooperativa Coopecañera, R.L., ubicada en San Ramón de Alajuela, Costa Rica.

Macro

El estudio se abordará con la información que se obtenga por parte de la Gerencia general de Coopecañera, R.L., así como los diferentes datos suministrados por la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Costa Rica y Panamá.

Micro

Revisión de los datos estadísticos y estados financieros de Coopecañera, R.L., para el periodo 2010-2016, así como toda la información importante vinculada con la investigación.

1.1.2 Antecedentes

En el año 1999 Coopecañera inició su experiencia en Comercio Justo, este modelo ha permitido la subsistencia de la cooperativa hasta ahora; sin embargo, han tenido que afrontar múltiples dificultades financieras.

Durante el periodo 2010-2013, aproximadamente el 95% de la producción se vendió bajo el sello de Comercio Justo, en esa época el precio internacional del azúcar estaba estable, y no existían muchas organizaciones certificadas a nivel mundial.

No obstante, el panorama actual es otro, ahora existen muchas más organizaciones certificadas que cuentan con mejores condiciones de producción y aranceles más bajos, por lo que la venta de Coopecañera se ha reducido considerablemente.

Si bien es cierto la cooperativa ha logrado subsistir en el mercado, surge la necesidad de realizar un estudio, en el cual se evalúe el impacto económico y social, así como los riesgos operativos y financieros de Coopecañera, R.L., al trabajar bajo el modelo de Comercio Justo, tomando en consideración aspectos fundamentales, tales como volumen de importaciones, costes de producción, margen de utilidad, ingresos de los productores, cantidad de empleos que se generan, entre otras cosas, para luego generar un análisis y una propuesta de mejoramiento en caso de que se considere necesaria.

1.2 DELIMITACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Descripción del problema

El Comercio Justo es una modalidad alternativa de comercio que va más allá de un simple intercambio comercial, toma en cuenta aspectos éticos, sociales y ambientales, pretende disminuir la brecha comercial entre los países del norte y del sur, brindando apoyo a los pequeños productores que se organizan en cooperativas o asociaciones de carácter social o religioso, para aportarle las herramientas necesarias para facilitar su acceso al mercado internacional.

El modelo es poco conocido a nivel nacional, por lo tanto, nace la necesidad de analizar cómo ha sido su aplicación en Costa Rica, lo que pretende es darse a conocer la fenomenología que se presenta alrededor del movimiento, estudiando el caso específico de Coopecañera, R.L., para identificar cuáles son los riesgos a los que se expone la cooperativa, así como determinar cuál ha sido el impacto de este modelo en la vida de los productores asociados.

1.2.2 Aporte del investigador

Con la presente investigación pretende realizarse un análisis y evaluación de los riesgos e impacto asociados a la aplicación del modelo de Comercio Justo en Costa

Rica, esto para dar a conocer este sistema para el caso de organizaciones sociales cooperativas, y así mostrar sus beneficios a otros sectores productivos del país.

1.2.3 Delimitación espacial

La investigación se desarrollará en Coopecañera, R.L., ubicada carretera a Piedades Norte en San Ramón de Alajuela.

1.2.4 Delimitación temporal

La evaluación va a realizarse en el 2016 situación actual, sin embargo se fundamentará con datos desde el 2010 al 2016 para analizar el comportamiento de la cooperativa durante el periodo de estudio.

1.3 OBJETO DE ESTUDIO

Pretende analizarse la fenomenología presente alrededor de la aplicación del Comercio Justo en Costa Rica, así como identificar y evaluar el impacto y los riesgos asociados a este modelo, tomando como base para la investigación el caso específico de Coopecañera, R.L.

1.3.1 Formulación del problema

¿Cómo ha sido la aplicación del modelo de Comercio Justo en Costa Rica, sus riesgos e impacto en el caso de Coopecañera, R.L., durante el periodo 2010-2016?

1.3.2 Sistematización del problema

Este proyecto busca dar a conocer el impacto económico y social, así como los riesgos asociados a la aplicación del modelo de Comercio Justo en nuestro país.

A continuación se presenta un detalle de las pautas que darán pie a esta investigación:

¿Cómo funciona el modelo de Comercio Justo?

¿Cuáles son los criterios para considerar el comercio como justo?

¿Está siendo rentable para la Cooperativa trabajar bajo este modelo alternativo de comercio?

¿Cuáles son las ventajas y desventajas de trabajar bajo este modelo?

¿Cuánto porcentaje de la producción se exporta bajo el sello de Comercio Justo?

¿Cuál es el impacto del Comercio Justo en la vida de los productores asociados a Coopecañera, R.L.?

¿Cuál es la eficiencia financiera de la Cooperativa?

¿Cómo es la estructura de costos asociada a este modelo de comercio?

¿Cuáles son los riesgos a los que se expone la cooperativa?

1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES

De seguido, se detallará los alcances y limitaciones para llevar a cabo esta investigación.

1.4.1 Alcances

La información que servirá como base para realizar esta investigación se obtendrá por medio de la cooperativa y reflejará su situación actual, podrá identificarse los riesgos y el grado a la exposición que tiene la empresa, así como medir el impacto de la aplicación del modelo de Comercio Justo.

A partir del análisis de los resultados obtenidos podrá conocerse cuál ha sido el comportamiento de este modelo en Costa Rica, y darlo a conocer para el caso de organizaciones sociales cooperativas y así mostrar sus beneficios a otros sectores productivos del país.

1.4.2 Limitaciones

- a) La información con la que se debe trabajar es de carácter confidencial por tratarse de datos financieros de la cooperativa, por lo que en algún momento puede limitarse el acceso.
- b) Para la recopilación de datos durante el proceso de la investigación debe ajustarse a la disponibilidad de las personas requeridas, las cuales por las labores que realizan se mantienen muy ocupadas.
- c) Poca información estadística disponible a nivel nacional.

1.5 OBJETIVOS

En esta sección se conocerá el objetivo general y los objetivos específicos, respectivamente, así como la justificación del problema.

1.5.1 Objetivo general

Analizar la aplicación del modelo de Comercio Justo en Costa Rica, sus riesgos e impacto en el caso de Coopecañera, R.L., periodo 2010-2016.

1.5.2 Objetivos específicos

- a) Evaluar la aplicación del modelo de Comercio Justo en Costa Rica.
- b) Distinguir los riesgos financieros y operativos a los que se expone Coopecañera R.L., al utilizar el modelo de Comercio Justo.
- c) Determinar el impacto social y financiero del modelo de Comercio Justo en el caso de Coopecañera, R.L.

1.6 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1.6.1 Justificación práctica

Muchos de los pequeños productores de nuestro país quedan excluidos de los mercados de gran consumo, debido a que no cuentan con los recursos o capacidades necesarias para incursionar en los mercados internacionales.

El principal objetivo del Comercio Justo es ayudar a esos pequeños productores a través del desarrollo de estrategias de acceso al mercado internacional, actividades para fortalecer las capacidades agro empresariales y asociativas, promoción de los productos por medio de campañas de sensibilización con los clientes, y de esta forma le permite a los compradores realizar negociaciones comerciales con productores que de otra manera quedarían excluidos del sistema de comercio convencional, colaborando con un desarrollo progresivo e inclusivo y, sobre todo, sostenible para los sectores productivos más desfavorecidos de nuestro país.

La utilización del modelo de Comercio Justo puede generar ventajas competitivas para los pequeños productores y ayudarles a mejorar su situación actual.

1.6.2 Justificación metodológica

Para recabar la información necesaria para llevar a cabo la investigación, se procederá a realizar dos métodos de recolección de datos:

- Por observación directa: Consiste en una investigación documental por medio de la inspección de registros de información que posee la cooperativa, también se recurrirá a fuentes bibliográficas, electrónicas y documentales referentes al tema del Comercio Convencional y el Comercio Justo.
- Método de entrevista: Se realizarán entrevistas a la gerencia y asociados de Coopecañera, R.L., así como a personal de la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Costa Rica y Panamá.

Es importante destacar que al tratarse de una investigación mixta, el plan de recolección de información es emergente y puede cambiar en función de los hallazgos durante el avance de la investigación.

1.6.3 Justificación teórica

Los resultados de esta investigación beneficiarán a los asociados de Coopecañera, R.L., identificando los riesgos actuales los mismos pueden combatirse, asegurándoles un sano crecimiento y retorno de la inversión.

Al conocer más sobre el impacto y el funcionamiento del modelo de Comercio Justo, podría trasladarse ese conocimiento a otras asociaciones cooperativas y sectores productivos del país, ayudándoles a fortalecer sus capacidades para incursionar en nuevos mercados y mejorar su situación actual.

2. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 MARCO TEÓRICO SITUACIONAL

2.1.1 Definición de Comercio Internacional

El Comercio internacional es tan antiguo como cualquier otra actividad económica, es una actividad sumamente amplia y dinámica, por lo que puede partir de un concepto básico para definirlo:

“El Comercio exterior es aquella actividad económica basada en los intercambios de bienes, capitales y servicios que lleva a cabo un determinado país con el resto de los países del mundo, regulado por normas internacionales o acuerdos bilaterales.” (Ballesteros, 1998, p.11)

2.1.2 Primeras teorías del Comercio Internacional

Es importante remontarse a los orígenes de las principales teorías del comercio para conocer un poco cuál ha sido el panorama del desarrollo histórico de estas teorías, algunas de las primeras nociones acerca de la importancia del comercio internacional tienen sus bases en el pensamiento mercantilista, luego surgieron varios autores que se identificaron con las primeras propuestas de la economía clásica. A continuación se presenta un breve resumen de estas teorías:

El mercantilismo

El mercantilismo se refiere al conjunto de ideas económicas que nacieron entre 1500 y 1750. (...) Algunos de los factores que contribuyeron al avance del pensamiento mercantilista fueron los descubrimientos de nuevas regiones geográficas, el crecimiento demográfico, el impacto del Renacimiento en la cultura y el descubrimiento de fuentes de metales preciosos en el Nuevo Mundo. (Appleyard & Field, 1995, pp. 21-22)

(...) Una premisa básica del mercantilismo era que la cantidad de metales preciosos que tenía un país reflejaba su riqueza nacional. Los mercantilistas utilizaron la teoría del valor trabajo, determinando un valor relativo de las mercancías en términos de su contenido relativo de trabajo y subrayaron la importancia de mantener una balanza comercial positiva. (Appleyard & Field, 1995, p. 22)

Las tesis mercantilistas enfatizaron que para obtener riqueza era necesario un superávit de exportaciones. Sin embargo, con el tiempo autores como David Hume y Adam Smith cuestionaron estas propuestas poniendo en tela de juicio todo el pensamiento económico mercantilista.

David Hume: el mercantilismo de flujos especie-precio

Hume desafió la tesis mercantilista al indicar que la acumulación de oro mediante un superávit comercial provocaría un aumento en la oferta de dinero y por ende un aumento de los precios y los salarios, reduciendo la

competitividad del país con superávit. Según esta premisa, los cambios en la oferta monetaria influyen en los precios y no en la producción y el empleo. (Appleyard & Field, 1995, p. 26)

Esta teoría se basa en varios supuestos

- a) Tiene que haber una vinculación formal entre el dinero y los precios, como la que da la teoría cuantitativa del dinero con la condición de pleno empleo, entonces cualquier cambio en la oferta del dinero se acompaña de cambios similares en el nivel de precios. (Appleyard & Field, 1995, p. 26)
- b) La demanda de bienes comerciales es elástica en el precio, esto garantiza que un aumento en el precio provoque un descenso del gasto total para los bienes comerciales y un descenso del precio tenga el efecto contrario. (Appleyard & Field, 1995, p. 27)
- c) Se supone la existencia de competencia perfecta tanto en los mercados de productos como en los de factores, para establecer la vinculación necesaria entre las fluctuaciones de los precios y de los salarios. (Appleyard & Field, 1995, p. 27)
- d) Finalmente, se supone que existe un patrón oro, todas las monedas están fijadas al oro y, por tanto, entre sí. Además, existe la libre conversión de todas las monedas en oro y los gobiernos no pretenden influir sobre la oferta de dinero contrarrestando el impacto de los flujos de oro. (Appleyard & Field, 1995, p. 27)

Adam Smith y la mano invisible

Smith decía que la riqueza de una nación se reflejaba en su capacidad productiva, y no en la cantidad de metales preciosos que tenía, (...) creía que la mejor manera de fomentar el crecimiento de la capacidad productiva era contar con un ambiente en el que cada quien tuviera la libertad de trabajar en aras de sus propios intereses.(...) Smith vio el interés propio como un catalizador y en la competencia un mecanismo regulador automático; sostuvo que era poco necesaria la intervención gubernamental de la economía y subrayó que una política *laissez faire* crearía el mejor ambiente para aumentar la riqueza de la nación. (Appleyard & Field, 1995, p. 28)

“Esta teoría parte de la premisa de que el hombre por antonomasia es egoísta y por lo tanto se le debe dar libertad en los procesos productivos y sociales para así generar mayor eficiencia y producción.” (Mora & López, 2015, p. 20)

Las teorías descritas anteriormente recibieron un mayor impulso por parte de David Ricardo (1817), quien explica que los beneficios del comercio internacional no se limitan a la situación de la ventaja absoluta.

David Ricardo y la ventaja competitiva

Según Appleyard & Field (1995) “La esencia de la argumentación de Ricardo fue que el comercio internacional no requiere diferentes ventajas absolutas y que es posible y deseable participar en el comercio cuando hay ventajas comparativas.” (p.41).

De acuerdo con la ley de la ventaja comparativa, incluso si un país es menos eficiente que el otro (tiene una desventaja absoluta con respecto a dicho país) en la producción de ambos bienes, todavía existe una base para desarrollar actividades de intercambio comercial de beneficio mutuo. El primer país debería de especializarse en la producción y en la exportación del bien en el cual su desventaja absoluta sea menor (se trata del bien de su ventaja comparativa) e importar el bien en el cual su desventaja comparativa sea mayor (se trata del bien de su desventaja comparativa). (Salvatore, 1995, p.30)

Los supuestos del modelo básico de Ricardo:

- a) Cada país tiene una dotación fija de recursos y todas las unidades de cada recurso particular son idénticas.
- b) Dentro de un país, los factores de producción tiene completa movilidad entre usos alternativos internos. Este supuesto implica que los precios de los factores deben ser iguales entre estos usos alternativos.
- c) Los factores de la producción son perfectamente inmóviles hacia el exterior, es decir, no se mueven de un país a otro. Partiendo de este

supuesto, es posible que antes de iniciarse el comercio, los precios de los factores varíen de un país a otro.

- d) El modelo utiliza una teoría del valor trabajo y, por eso, el valor relativo de una mercancía se basa únicamente en su contenido relativo de trabajo. Desde el punto de vista de la producción, esto implica que (a) el proceso de la producción no utiliza otros insumos; (b) los otros insumos se miden en función del trabajo que su producción incorpora; o (c) la otra razón insumos/trabajos es igual en todas las industrias. En otras palabras, este supuesto significa que un bien que incorpora dos horas de trabajo vale el doble de un bien que implica solo una hora de trabajo.
- e) Los dos países tienen un nivel de tecnología fijo, aunque la tecnología varíe de un país a otro.
- f) Los costos de la producción son constantes y, por ello, independientemente de la cantidad que se produzca, las horas de trabajo por unidad de producción de un bien no cambian. Dicho de otro modo, la curva de oferta de cualquier bien es horizontal.
- g) Hay pleno empleo.
- h) La competencia perfecta es característica de la economía. Ningún consumidor o productor es lo suficientemente grande como para afectar el mercado y, por ende, todos son aceptantes de precio. Todos los participantes tienen libre acceso a la información del mercado y pueden entrar en una industria o salir libremente de ella, y todos los precios son iguales al costo marginal de producción.
- i) No hay barreras internas ni externas a la actividad económica, en forma de aranceles o cuotas.

j) Los costos de transporte interno y externo son cero. (Appleyard & Field, 1995, pp. 34-35)

En las teorías del comercio internacional destacan dos fases de análisis:

Primera fase (Competencia perfecta): Esta fase corresponde a la de un capitalismo poco desarrollado en términos tecnológicos vía rendimientos decrecientes o a costos crecientes. La especialización estaba determinada por la tecnología y las condiciones particulares de cada país, los países desarrollados exportan productos manufacturados, mientras que los países subdesarrollados exportan materias primas. (Palafox, Espejel & Ochoa, 2014, p.3)

Segunda fase (Competencia imperfecta): se desarrolla un proceso de integración económica soportada por las economías a escala vía rendimientos crecientes o costos decrecientes, se crea un nuevo patrón de comercio internacional denominado comercio intraempresarial que se desplegó tanto en países industrializados como en vías de desarrollo, generando estructuras oligopólicas y de competencias monopolísticas. (Palafox *et al.*, 2014, p.3)

2.1.3 Comercio Justo

Existen múltiples definiciones y criterios respecto al movimiento, por tanto encontrar una definición universal no es fácil; sin embargo, las organizaciones de Comercio Justo a nivel internacional han consensuado en la siguiente definición:

El Comercio Justo es una relación de intercambio comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible, ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente los del sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional. World Fair Trade Organization (2016). Definición de Comercio Justo. Recuperado el 15 de setiembre del 2016 de <http://wfto.com>

2.1.4 Orígenes del Comercio Justo

Es importante remontarse al nacimiento del modelo de Comercio Justo, para conocer sus orígenes y forma de trabajar:

Los orígenes del movimiento de comercio justo podrían situarse en el periodo de 1918 a 1939 en donde existieron varios acuerdos de control de mercancías desarrollados por los poderes coloniales, los cuales se

concentraban en productos básicos como estaño, café, caucho, cobre, azúcar, trigo y algodón. Su objetivo era atacar la caída de los precios, restringiendo la producción con el fin de contraer la oferta para forzar la subida de los precios. (Fridell, 2005, p.45)

“La Segunda Guerra Mundial (1939-1944), provocó, por otro lado, un incremento temporal de los precios de productos básicos agrícolas, lo que condujo a la suspensión de la mayoría de estos acuerdos iniciales.” (Fridell, 2005, p.45)

Luego de la guerra, las fuerzas aliadas firmaron una serie de acuerdos que formaron la base para el comercio internacional y el régimen del desarrollo de la posguerra, el cual se concentró en atender dos objetivos claves: un sistema monetario internacional estable dominado por los Estados Unidos (que involucraba un sistema de cambio anclado al dólar americano, una convertibilidad dólar-oro fija y la cooperación internacional para controlar flujos financieros de corto plazo) y un régimen de apertura comercial. (Fridell, 2005, p.45)

Con el fin de supervisar el sistema y proveer financiamiento a los estados participantes, se crearon las siguientes instituciones:

Fondo Monetario Internacional: “La idea de crear el Fondo Monetario Internacional, también conocido como el “FMI” o “el Fondo”, se planteó en julio de 1944 en una conferencia de las Naciones Unidas celebrada en Bretton Woods, Nuevo Hampshire (Estados Unidos), cuando los representantes de 44 países acordaron establecer un

marco de cooperación económica destinado a evitar que se repitieran las devaluaciones competitivas que contribuyeron a provocar la Gran Depresión de los años treinta.”Fondo Monetario Internacional (2016). Recuperado el 15 de setiembre del 2016, de <http://www.imf.org>

Banco Internacional para la Reconstrucción y el Desarrollo (Banco Mundial): “El Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF) se fundó en 1944 con el objetivo de ayudar a la reconstrucción de Europa después de la Segunda Guerra Mundial. En la actualidad, el BIRF ofrece préstamos y otro tipo de asistencia principalmente a países de ingreso mediano.

El BIRF es la institución original del Banco Mundial y trabaja en estrecha colaboración con el resto del Grupo Banco Mundial para ayudar a los países en desarrollo a reducir la pobreza, promover el crecimiento económico y generar prosperidad.” Banco Mundial (2016). BIRF Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento. Recuperado el 15 de setiembre del 2016 de <http://www.bancomundial.org>

Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio GATT: “Es un tratado internacional extinto anterior al Acuerdo sobre la OMC. Inicialmente, el GATT de 1947 debía formar parte de la Carta de La Habana para una Organización Internacional de Comercio negociada durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Empleo celebrada en Cuba del 21 de noviembre de 1947 al 24 de marzo de 1948. A partir del 1° de enero de 1948, el GATT de 1947 se aplicó mediante un Protocolo de Aplicación Provisional. Como la Carta de La Habana nunca entró en vigor, el GATT de 1947 permaneció en vigor provisionalmente hasta que sus disposiciones pasaron a formar

parte del GATT de 1994, que, a su vez, es uno de los componentes del Acuerdo sobre la OMC.” Organización Mundial de Comercio (2016). El GATT y el Consejo del Comercio de Mercancías. Recuperado el 15 de setiembre del 2016, de <https://www.wto.org>

Según Coscione (2015) “Las opiniones de los pioneros del comercio justo coinciden en que este tipo de relaciones comerciales solidarias comenzaron concretamente en 1946 en Estados Unidos, donde el *Mennonite Central Committee*, con el programa *Self-Helps Crafts* (ahora *Ten Thousand Villages*), empezó a importar bordados desde Puerto Rico y donde, siempre a finales de los años cuarenta, *SERRV International* (*Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation*) empezó a tejer relaciones comerciales con varias comunidades del Sur.” (p.13)

Dos décadas después, en 1964, se celebró en Ginebra el inicio de los trabajos de la *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), al interior de la cual los llamados países no alineados defendieron una visión de desarrollo alternativa. En los trabajos de la UNCTAD, se difundieron las ideas claves de su fundador y primer secretario general, Raúl Prebisch, quien consideraba el subdesarrollo un claro legado del colonialismo y la consecuencia de los intercambios desiguales entre el norte y el sur. (Coscione, 2015, p.13)

En la conferencia, varias resoluciones se aprobaron a favor de una transferencia de riqueza del norte al sur, por medio de ayudas, compensaciones y, lo más importante, de un “comercio más justo”. Para que se cumpla este objetivo, las naciones del sur demandaron a los

estados del norte que debiliten sus políticas proteccionistas hacia los productos agrícolas procedentes del sur y reemplacen la provisión de ayudas financieras por un sistema de subsidios para productores del sur, apoyándose en la concepción de “Comercio, No Ayuda”. (Fridell, 2005, p.46)

En las décadas de los 60 y 70 comienzan a establecerse organizaciones de productores de Comercio Justo en África, América Latina y Asia, 1973 es un año clave en la historia del Comercio Justo, ya que se comenzó a distribuir café, el primer artículo de alimentación. Se trataba de café producido por cooperativas de agricultores de Guatemala bajo el nombre “Indio Solidarity Coffee”. Esto supuso un importante crecimiento del Comercio Justo. CECJ (2016). Historia Internacional del Comercio Justo. Recuperado el 15 de setiembre del 2016, de <http://comerciojusto.org>

“En los años 70 y 80, el aumento de las actividades favoreció el desarrollo de muchos productores. Además, comenzaron a incorporarse otros productos de alimentación (té, miel, azúcar, cacao, frutos secos, etc.) y artesanías.” CECJ (2016). Historia Internacional del Comercio Justo. Recuperado el 15 de setiembre de 2016, de <http://comerciojusto.org>

2.1.5 La creación de redes internacionales

Según Fridell (2005): “La categoría de red se usa para referirse a una red formal de organizaciones no gubernamentales (ONG) que conecta campesinos, artesanos y

trabajadores del sur con socios del norte por medio de un sistema de reglas de comercio justo.” (p.44)

“En 1987, 11 importadoras europeas constituyen la Asociación Europea de Comercio Justo, y dos años más tarde se crea IFAT (hoy WFTO, Organización Mundial de Comercio Justo) que, actualmente, agrupa a 400 organizaciones de todo el mundo.” CECJ (2016) Historia Internacional del Comercio Justo. Recuperado el 15 de setiembre del 2016, de <http://comerciojusto.org>

En 1984, se celebró la primera reunión de tiendas, un hecho que sentó las bases de lo que sería la red News de Tiendas del Mundo en Europa, establecida formalmente en 1994. Actualmente, integra a unos 3 000 establecimientos en casi 20 países. En 1996, la red celebró el Día de las Tiendas del Mundo Europeas, iniciativa que fue acogida por IFAT, y que supuso el primer paso para el establecimiento del Día Mundial del Comercio Justo. Esta celebración comenzó el 4 de mayo del 2002 y, en la actualidad, tiene lugar el segundo sábado de mayo. CECJ (2016) Historia Internacional del Comercio Justo. Recuperado de <http://comerciojusto.org>

En 1997 mse crea Fairtrade Labelling Organizations Internacional. Cinco años más tarde lanzó un nuevo Sello de Certificación Internacional de Comercio Justo llamado Fairtrade (Internacional Fairtrade Certification Mark).

En 2004, la Asociación Internacional de Comercio Justo (IFAT) desarrolla un sistema de evaluación de las organizaciones y formaliza la marca Organización de Comercio Justo de IFAT, para las entidades que cumplen con los requisitos. Al año

siguiente comienza a funcionar el sistema de gestión de la calidad con el fin de mejorar y unificar las normas, definiciones y procedimientos actuales del Comercio Justo. CECJ (2016). Historia Internacional del Comercio Justo. Recuperado de <http://comerciojusto.org>

En relación con aspectos de incidencia política común, a partir de 1999 el movimiento del Comercio Justo envía representantes a las reuniones ministeriales de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Además, se constituyó la Oficina de Promoción y Defensa Pública, para influir en decisiones políticas de Europa. CECJ (2016). Historia Internacional del Comercio Justo. Recuperado de <http://comerciojusto.org>

A lo largo de estos años, el movimiento ha logrado varios éxitos en este sentido. Entre los más importantes destacan la Resolución del Parlamento Europeo sobre Comercio Justo y Desarrollo en 2006, y la solicitud que dicha institución hizo en 2010 a la Comisión Europea para que esta apoye la compra pública de productos de Comercio Justo. En 2011, el Parlamento ha ratificado su apoyo por medio de la petición de medidas que favorezcan esta forma alternativa de comercio. En 2014, el Parlamento Europeo aprobó una Directiva sobre contratación pública que facilita la incorporación de productos de Comercio Justo y otros criterios sociales y medioambientales en los concursos y pliegos de contratación públicos. CECJ (2016). Historia Internacional del Comercio Justo. Recuperado el 15 de setiembre del 2016 de <http://comerciojusto.org>

Hoy el Comercio Justo es, además, de un sistema comercial solidario y alternativo, un movimiento global. Se calcula que existen más de 2,5 millones de

productores en más de 70 países del sur, más de 500 organizaciones importadoras y más de 4 000 tiendas especializadas. CECJ (2016). Historia Internacional del Comercio Justo. Recuperado el 15 de setiembre del 2016 de <http://comerciojusto.org>

2.1.6 Principios del Comercio Justo

El modelo de Comercio Justo está basado en una serie de principios que se citan a continuación:

Crear oportunidades para los productores de escasos recursos económicos La reducción de la pobreza por medio del comercio constituye una parte fundamental de los objetivos de la organización. La organización apoya a los pequeños productores marginados, si se trata de empresas familiares independientes o agrupados en asociaciones o cooperativas. Se busca que les permita pasar de la inseguridad de los ingresos y la pobreza a la autosuficiencia económica y la propiedad. WFTO (2016), Principios de Comercio Justo, recuperado el 16 de setiembre del 2016 de <http://wfto.com/>

Transparencia y rendición de cuentas La organización es transparente en su gestión y las relaciones comerciales. Es responsable ante todos sus grupos de interés y respeta la sensibilidad y confidencialidad de la información comercial suministrada. WFTO (2016), Principios de Comercio Justo, recuperado el 16 de setiembre del 2016 de <http://wfto.com/>

Prácticas comerciales justas La organización negocia con la preocupación por el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores

marginados y no maximiza los beneficios a su costa. Es responsable y profesional en el cumplimiento de sus compromisos de manera oportuna. Proveedores respetan los contratos y entregar productos a tiempo y con la calidad y las especificaciones que desee. WFTO (2016), Principios de Comercio Justo, recuperado el 16 de setiembre del 2016 de <http://wfto.com/>

El pago de un precio justo Un precio justo es aquel que ha sido acordado mutuamente por todos a través del diálogo y la participación, que proporciona un pago justo a los productores y también puede ser sostenido por el mercado. Donde existen estructuras de precios de comercio justo, estos se utilizan como mínimo. Significa un pago justo fijación de una remuneración socialmente aceptable (en el contexto local) considerado por los propios productores para ser justos y que tiene en cuenta el principio de igual remuneración por igual trabajo entre mujeres y hombres. WFTO (2016), Principios de Comercio Justo, recuperado el 16 de setiembre del 2016 de <http://wfto.com/>

No al trabajo infantil y al trabajo forzoso La organización se adhiere a la Convención de la ONU sobre los Derechos del Niño, y la legislación nacional / local en el empleo de los niños. La organización asegura que no existe trabajo forzado en su mano de obra y / o miembros o trabajadores a domicilio. WFTO (2016), Principios de Comercio Justo, recuperado el 16 de setiembre del 2016 de <http://wfto.com/>

Compromiso con la no discriminación, la equidad de género y el empoderamiento de la mujer y la libertad sindical La organización no discrimina en la contratación, remuneración, acceso a la formación, promoción, despido o jubilación por motivos de raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, afiliación sindical, afiliación política, estado de VIH / SIDA o la edad. WFTO (2016). Principios de Comercio Justo, recuperado el 16 de setiembre del 2016 de <http://wfto.com/>

Asegurar buenas condiciones de trabajo La organización proporciona un entorno de trabajo seguro y saludable para los empleados y / o miembros Se cumple, como mínimo, con las leyes nacionales y locales y las convenciones de la OIT sobre salud y seguridad, horarios y condiciones para los empleados y / o miembros (y cualquier domicilio) de trabajo cumplen las condiciones establecidas por las legislaciones nacionales y locales y las convenciones de la OIT. WFTO (2016). Principios de Comercio Justo, recuperado el 16 de setiembre del 2016 de <http://wfto.com/>

Proporcionar Desarrollo de Capacidades La organización busca aumentar los impactos positivos en el desarrollo para los productores pequeños y marginados a través del comercio justo.

La organización desarrolla las habilidades y capacidades de sus propios empleados o miembros. Las organizaciones que trabajan directamente con los

pequeños productores desarrollan actividades específicas para ayudar a estos productores a mejorar su capacidad de gestión, capacidad de producción y el acceso a los mercados - Comercio local / regional / internacional / Feria y corriente, según proceda. Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo por medio de intermediarios del comercio justo en el Sur ayudan a estas organizaciones para desarrollar su capacidad para apoyar a los grupos de productores marginados con los que trabajan. WFTO (2016), Principios de Comercio Justo, recuperado el 16 de setiembre del 2016 de <http://wfto.com/>

Promoción del comercio justo La organización crea conciencia sobre el objetivo del comercio justo y de la necesidad de una mayor justicia en el comercio mundial por medio del comercio justo. Se aboga por los objetivos y las actividades de comercio justo de acuerdo con el alcance de la organización. La organización ofrece a sus clientes información sobre sí misma, los productos que comercializa, y las organizaciones de productores o los miembros que componen la cosecha o los productos. Siempre se utilizan técnicas de publicidad y de marketing honesto. WFTO (2016), Principios de Comercio Justo, recuperado el 16 de setiembre del 2016 de <http://wfto.com/>

El respeto por el Medio Ambiente Las organizaciones que producen productos de Comercio Justo a maximizar el uso de materias primas de fuentes gestionadas de forma sostenible en sus áreas de distribución, la compra a nivel local, cuando sea posible. Utilizan tecnologías de producción que buscan reducir

el consumo de energía y en lo posible el uso de tecnologías de energía renovable que reduzcan al mínimo las emisiones de gases de efecto invernadero. Tratan de minimizar el impacto de su flujo de residuos en el medio ambiente. Productores de productos básicos agrícolas de comercio justo minimizan su impacto ambiental, mediante el uso de métodos orgánicos o de producción bajos de uso de pesticidas siempre que sea posible.

Los compradores y los importadores de productos de comercio justo dan prioridad a la compra de productos elaborados a partir de materias primas que se originan a partir de fuentes gestionados de manera sostenible, y tienen el menor impacto global sobre el medio ambiente.

Todas las organizaciones utilizan materiales reciclados o fácilmente biodegradables para el embalaje en la medida de lo posible, y de enviar las mercancías por mar siempre que sea posible. WFTO (2016), Principios de Comercio Justo, recuperado el 16 de setiembre del 2016 de <http://wfto.com/>

2.1.7 Principales actores del Comercio Justo

A continuación se cita cuales son los actores de la cadena de suministro del Comercio Justo, entre los cuales podemos citar:

Productores

“Los productores son grupos de campesinos, artesanos, etc. de zonas desfavorecidas, especialmente de Asia, América Latina o África. Estos se organizan en cooperativas, asociaciones o empresas de carácter social, para elaborar productos que les permitan vivir de manera digna.” CECJ (2016). La Producción. Recuperado el 16 de setiembre del 2016 de <http://comerciojusto.org>

Importadoras

“Son las organizaciones que compran directamente a los productores y suministran a las tiendas y puntos de venta. Las condiciones de comercio son acordadas directamente entre ellas y el productor en una relación de igualdad y respeto mutuo.” Fundación Proclade (2016). Cuaderno-Comercio-Justo. Recuperado el 17 de setiembre del 2016 de <http://www.fundacionproclade.org>

Tiendas y puntos de venta

“Son los lugares donde se encuentra los productos, la información y las que vinculan a los compradores, directamente con los productores y sus situaciones. Están especializadas en el comercio justo.” Fundación Proclade (2016). Cuaderno-Comercio-Justo. Recuperado el 17 de setiembre del 2016 de <http://www.fundacionproclade.org>

Consumidores

“Son imprescindibles para conseguir que se establezca esta forma de comercio y está inseparablemente unido con aprender a mantener un consumo responsable.”

Fundación Proclade (2016).Cuaderno-Comercio-Justo. Recuperado el 17 de setiembre del 2016 de <http://www.fundacionproclade.org>

2.1.8 El “precio justo”

“Un precio justo no es definido por el mercado, sino por la situación económica de los productores. Por eso, el precio de un producto no puede ser único en el mundo, en cada país, en cada región, sino más bien definido según cada situación. El único caso en el cual puede definirse el precio, según precio del mercado, se da cuando los precios del mercado son artificialmente altos de acuerdo con la Bolsa (cacao y café, entre otros).” (Asociación Coordinadora Nacional de Pequeños Productores de Comercio Justo – Costa Rica – Panamá, 2016).

Los productos de comercio justo son de un 10% a un 15% más caro que sus equivalentes convencionales. ¿Por qué?

- a) El comercio justo, como toda actividad comercial, tiene que cubrir los gastos de transporte, aduanas, impuestos, distribución, almacenaje, etc. El número aún reducido de consumidores encarece el precio final de cada producto. Fundación Proclade (2016). Cuaderno-Comercio-Justo. Recuperado el 17 de setiembre del 2016 de <http://www.fundacionproclade.org>
- b) Si la importadora comprara al productor al mismo precio que rige en el mercado mundial, seguiría sin ser justo, aunque cumpliera con todos los demás criterios. En el caso de las materias primas, como el café, el cacao, la azúcar, el banano, el

algodón, el arroz y las especias, cuando se compra el producto no se retribuye el valor añadido del trabajo invertido en la producción.

Un aspecto esencial del Comercio Justo es, pues, que se paga al productor un sobreprecio que puede oscilar entre un 15-40% por encima del mercado mundial.

Si se habla de materias primas puede llegar a ser de un 60-70% más que en el comercio internacional. Fundación Proclade (2016). Cuaderno-Comercio-Justo.

Recuperado el 17 de setiembre del 2016 de <http://www.fundacionproclade.org>

- c) Porque solemos regirnos por el criterio “cantidad-precio”, en vez de “calidad-precio”, no se habla únicamente de precio económico del producto, sino del “precio social”. Si utilizásemos este criterio, los productos convencionales nos parecerían exageradamente caros, pues es incalculable el daño humano que conllevan muchos de ellos. Fundación Proclade (2016). Cuaderno-Comercio-Justo. Recuperado el 17 de setiembre del 2016 de <http://www.fundacionproclade.org>

2.1.9 Prima de Comercio Justo

La prima de comercio justo, se puede definir como:

Adición al pago: La prima de comercio justo Fairtrade es una cantidad que se le paga a la organización de productores además del pago por sus productos (ya sea el precio mínimo de FLO o el precio de mercado relevante, el que sea más alto). Se trata de un pago adicional que una organización de productos recibe de manera automática cuando vende un producto de comercio justo certificado por FLO. Los niveles de los

pagos de la Prima de Comercio Justo son establecidos por FLO y la cantidad a pagar no será negociable. La Prima de Comercio Justo Fairtrade nunca deberá ser incluida en las negociaciones sobre las ventas o los precios de comercio justo. Fairtrade (2016). Documento explicativo para la Prima de Comercio Justo para las Organizaciones de pequeños productores, p. 4, recuperado el 18 de setiembre del 2016 de <http://www.fairtrade.net/>

Monto: la Prima de Comercio Justo Fairtrade por lo general se establece en algún punto entre 5 y 30% del precio mínimo de Comercio Justo Fairtrade, y se paga por unidad de producto de Comercio Justo Fairtrade vendido. Es establecida por la Unidad de Criterios (SU) para cada producto específico y se publica en la base de datos online (inglés solamente) en la Tabla de Precios y Primas de Comercio Justo Fairtrade.

El monto total de la Prima de Comercio Justo Fairtrade que reciba una organización de productos dependerá de la cantidad de productos de Comercio Justo Fairtrade que haya vendido. Fairtrade (2016). Documento explicativo para la Prima de Comercio Justo para las Organizaciones de pequeños productores, p. 4, recuperado el 18 de setiembre de 2016 de <http://www.fairtrade.net/>

Pago: La Prima de Comercio Justo Fairtrade se le paga a la organización de productores (no a los miembros individuales) por medio del pagador de Comercio Justo Fairtrade (generalmente el exportador o el importador). El monto de la Prima de Comercio Justo Fairtrade que se le pagará a la Organización de Productores deberá corresponder a los volúmenes de los productos de Comercio Justo Fairtrade vendidos.

El pagador de Comercio Justo Fairtrade tiene la obligación de pagar la prima completa sin ningún descuento, y de acuerdo con los términos y los calendarios de pago según se define en los Criterios Genéricos de Comercio y en los criterios del producto. Fairtrade (2016). Documento explicativo para la Prima de Comercio Justo para las Organizaciones de pequeños productores, p. 4, recuperado el 18 de setiembre del 2016 de <http://www.fairtrade.net/>

2.1.10 Azúcar de comercio justo.

“La certificación de azúcar de Comercio Justo solo se otorga cuando no menos del 50% de la caña entregada al ingenio es de pequeños productores. En otras palabras, el azúcar producido por una industria de la caña verticalmente integrada, en la que los empleados del ingenio se hacen cargo de las cosechas (...)” (International Sugar Organization, 2015, p.23)

“El sello de certificación internacional Fairtrade aparece en los productos como garantía independiente de que el producto ha sido producido de acuerdo con los estándares de Comercio Justo. Para que un producto lleve el sello Fairtrade debe tener su origen en organizaciones productoras certificadas auditadas por FLO-CERT¹. Los cultivos deben comercializarse de acuerdo con los estándares internacionales de Comercio Justo establecidos por Fairtrade International. (...)” (ISO, 2015, p.23)

¹ FLO-CERT: garantiza que productores y comercializadores cumplan con los estándares de Comercio Justo de FLO y que los productores inviertan los beneficios recibidos por medio del Comercio Justo en su desarrollo. (http://www.fairtrade.net/benefits_of_fairtrade/)

2.1.11 Estándares de Comercio Justo y el Azúcar

Las principales disposiciones y objetivos del Comercio Justo del azúcar son los siguientes:

- a) La certificación de caña de azúcar de Comercio Justo está abierta a pequeñas organizaciones de productores que pertenezcan a y sean gobernadas por sus miembros.
- b) Debe existir un proceso democrático de toma de decisiones, en el que todos los miembros tengan el mismo derecho a votar sobre las cuestiones principales.
- c) Las organizaciones de productores reciben una prima de Comercio Justo de 60 dólares la tonelada (80 dólares la tonelada para el azúcar orgánico certificado) para invertir en proyectos comunitarios, empresariales y medioambientales.
- d) Las organizaciones de productores pueden solicitar prefinanciación de hasta el 60% del valor de contratación negociado. Esto es importante para organizaciones de productores de pequeña escala, ya que les garantiza la liquidez para poder proporcionar los servicios acordados con sus miembros.
- e) Los estándares medioambientales fomentan las buenas prácticas agrícolas, concentrándose en su uso mínimo y seguro de productos químicos agrarios, una gestión correcta y segura de los residuos, el mantenimiento de la fertilidad de los suelos y de los recursos hídricos, y la no utilización de organismos genéticamente modificados.
- f) Se prohíbe el trabajo forzado y el trabajo infantil.

- g) Los estándares comerciales persiguen fomentar unas negociaciones más justas, establecer de la mejor manera de acordar los precios de los contratos y reducir la especulación. (ISO, 2015, p.24)

2.1.12 El azúcar y la Prima de Comercio Justo

En el caso del azúcar no hay un precio mínimo de Comercio Justo, ya que por las condiciones del sector azucarero es muy complejo establecer un precio para un sector caracterizado por diferencias estructurales en las cadenas de abastecimiento del azúcar, precios regulados por los comercios y distorsiones provocadas por los tratados de comercio internacional. Por lo tanto, se concluyó que sería más efectivo que los precios del azúcar se negociarán entre productores y comercializadores. (ISO, 2015)

La principal disposición económica de los estándares de Comercio Justo para el azúcar es la prima de Comercio Justo de 60 dólares por tonelada de azúcar (80 dólares en el caso del azúcar orgánico certificado) que se suman al precio negociado. (ISO, 2015, p.25)

2.2 MARCO INSTITUCIONAL

2.2.1 Historia de Coopecañera, R.L.

“Coopecañera, R.L., fue fundada en el año 1972, como resultado de la iniciativa de un grupo de 115 productores de caña de azúcar del cantón. En 1974 se adquirió un equipo usado de procesamiento de azúcar, y cuatro años después en 1978 se realizó la primera Zafra. Sin embargo, el ingenio adquirido resultó obsoleto y de escasa capacidad para la producción de caña de azúcar que se daba en la zona. Inició entonces un proceso de muchos años en el cual se realizaron constantes inversiones en el Ingenio, a fin de darle mejores condiciones y capacidad.” (2016). Nuestra historia. Recuperado el 01 de octubre de 2016 de <http://coopecanera.com/>

“Estas inversiones resultaban muy costosas y además fueron financiadas. En algunos casos se emplearon financiamientos en dólares, por ejemplo en 1982 la deuda se multiplicó, ya que el tipo de cambio pasó de ¢8,60 a ¢45 por dólar. También, en otros años se solicitaba financiamiento previendo una cierta cantidad de caña, la cual por factores como competencia desleal, no ingresaba, impidiendo la atención total de la deuda. Estos factores, entre otros, fueron creando un endeudamiento con diversos entes y condiciones que resultaba inmanejables para la cooperativa. Finalmente, en el año 2009 logró refundir los diversos créditos en una sola deuda con el Instituto Nacional de Fomento Cooperativo, en condiciones de tasa de interés y plazo favorables para la Cooperativa.”Coopecañera, R.L. (2016). Nuestra historia. Recuperado 01 de octubre de 2016 de <http://coopecanera.com>

“Adicionalmente, a este proceso de inversión y endeudamiento, se fue presentando otra situación: la producción de caña de la zona fue decayendo año tras año, de modo que cuando se tuvo un Ingenio en condiciones apropiadas no había un volumen de caña suficiente para hacer su operación rentable.”Coopecañera R.L (2016). Nuestra historia. Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com>

“Considerando lo anterior en el año 2011 Coopecañera, R.L., en su afán por continuar sirviéndole al pequeño productor y sobrevivir en el mundo empresarial; tomó la difícil decisión de no procesar más azúcar en su Ingenio y realizó una alianza con el Ingenio Costa Rica, ubicado en Tacaes de Grecia. La misma se asienta en que dicho ingenio maquila la caña producida por nuestros asociados y Coopecañera continúa realizando las labores de acopio de caña, servicios a los asociados y la comercialización del azúcar en mercados de comercio justo.”Coopecañera, R.L. (2016). Nuestra historia. Recuperado 01 de octubre de 2016 de <http://coopecanera.com>

2.2.2 Misión y objetivos de la cooperativa

Misión

“Somos una empresa cooperativa eficiente, creativa e innovadora que está en constante aprendizaje, fomenta el bienestar social con el Comercio Justo. Creemos en la calidad, el servicio al cliente, el trabajo de equipo, la investigación dirigida y el desarrollo sostenible. Actuamos con respeto, optimismo, transparencia, solidarios y amigables.” Coopecañera R.L (2016). Misión y objetivos. Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com/>

Objetivos

- a) Impulsar en todo momento la vivencia de los valores y principios cooperativos como base de una cultura sana.
 - b) Producir bajo normas estrictas de calidad en beneficio de nuestros clientes.
 - c) Atender a nuestros clientes mediante un servicio de excelencia.
 - d) Fomentar en todo lo que hacemos el trabajo de equipo
 - e) Acceder a investigaciones relativas a sus procesos de trabajo y ponerlas en práctica.
 - f) Promover en desarrollo económico, social y medioambiental de sus asociados y asociadas.
 - g) Desarrollar y promover la agricultura orgánica en beneficio de la salud.
 - h) Fomentar que en la Cooperativa no exista discriminación alguna y que además sean respetadas las opiniones y acciones tanto de hombres como de mujeres.
- Coopecañera, R.L. (2016). Misión y objetivos. Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com/>

2.2.3 Servicios que presta la cooperativa

Dentro de los servicios que presta la cooperativa, podemos mencionar:

Asesoría técnica: Coopecañera, R.L., cuenta con un Departamento Agrícola. Se encarga de las labores agrícolas propias de la cooperativa, como son el mantenimiento de áreas cultivadas de caña de azúcar, para el abastecimiento propio, así como de dar asesoría técnica a los productores que lo soliciten en temas como establecimiento y

renovación de cultivos de caña de azúcar, estudio de suelos para lograr mejores cosechas, aplicación de fertilizantes y herbicidas, variedades de caña más aptas según terrenos y clima de la zona, control de plagas relacionadas a la caña de azúcar. Coopecañera, R.L. (2016). Recuperado 1º. de octubre de 2016 de <http://coopecanera.com/>

Corta de caña a productores: Coopecañera, R.L., ofrece el servicio de corta de caña durante el periodo de zafra, a los productores que les resulta difícil conseguir trabajadores agrícolas y que solicitan el servicio con anticipación. Coopecañera, R.L. (2016). Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com/>

Transporte de caña: Coopecañera, R.L., brinda el transporte de la caña de azúcar hasta sus centros de acopio. Este transporte se realiza mediante camiones con capacidades de 20 a 35 toneladas y con tractores agrícolas que acarrearán carretas cargadas manualmente. Coopecañera, R.L. (2016). Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com/>

Preparación de terreno: Consiste en apoyar a los productores que desean cultivar o renovar sembradíos de caña, dicha preparación del terreno se divide en tres partes:

- a) Arada: que consiste en remover el terreno, mediante unos discos llamado arado, y que sirven para sacar el suelo más fértil y suavizar el terreno.
- b) Rastrea: reside en eliminar todas las cepas del cultivo anterior.

c) Surquea: en la cual el tractor hace las zanjas o surcos donde la semilla de caña es sembrada. Coopecañera, R.L. (2016). Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com/>

Financiamiento a productores: con la finalidad de apoyar las necesidades de nuestros pequeños productores cada año se establece un presupuesto para otorgar financiamientos en condiciones favorables para los asociados. Estos financiamientos incluyen semilla de caña de azúcar, insumos agrícolas como fertilizantes y herbicidas, mano de obra y labores de mecanización en la preparación de terrenos. El productor realiza una solicitud de financiamiento por escrito, la cual es revisada y aprobada por el Consejo de Administración y luego se le da un rápido trámite a nivel administrativo. Los financiamientos son cancelados por los productores en la siguiente zafra, mediante rebajos a sus entregas de caña, en el caso de los créditos menores a ¢200 000 no se cobran intereses. Coopecañera, R.L. (2016). Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com/>

Sistema de caña computarizado de pago de caña: Coopecañera, R.L., posee un sistema informático de pago de caña, el cual le garantiza al productor una mayor eficacia y seguridad a la hora de cobrar el valor de su caña. Este sistema genera reportes sobre los datos de cada productor, sus entregas por zafra, los resultados de los análisis de laboratorio que determinan el rendimiento de la caña de azúcar, etc. Además, imprime los cheques con el monto por pagar, procurando que el asociado sea

atendido eficazmente. Coopecañera, R.L. (2016). Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com/>

Alquiler de maquinaria especial: Coopecañera, R.L., ofrece servicios de maquinaria industrial como cargadores, grúas, montacargas, además ofrece a los asociados el préstamo gratuito de carretas y cadenas cañeras durante el periodo de zafra. Coopecañera, R.L. (2016). Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com/>

2.2.4 Experiencia de Coopecañera en Comercio Justo.

En el año 1999, Coopecañera inició su experiencia en comercio justo. Gracias a la visita imprevista del señor Hugo Valdés, funcionario de FLO. Don Hugo se encontraba en el país para visitar otra organización, pero tuvo que modificar su gira por cuestiones climáticas y terminó visitando Coopecañera, la cual le pareció se ajustaba muy bien al modelo de comercio justo, por lo cual instó a certificarnos. Coopecañera, R.L. (2016). Comercio Justo. Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com/>

Inició entonces el proceso de certificación, en un período de 2 años y después de realizar exportaciones anuales, que no superaron las 60 toneladas de azúcar, se obtuvo la certificación de Comercio Justo. Actualmente se tiene un volumen de ventas anual de 1600 toneladas de azúcar, con clientes en Bélgica, Italia, Alemania, Suiza,

Holanda y Estados Unidos. Coopecañera R.L (2016). Comercio Justo. Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com/>

El Comercio Justo ha permitido la subsistencia de Coopecañera. Ha sido la forma de permanecer, conservar y mantener la vida de la Cooperativa, que ha tenido que afrontar múltiples dificultades financieras a lo largo de su existencia. El comercio justo ha generado recursos económicos y ha impuesto exigencias de la certificación que implican fortalecer la relación con los asociados, los servicios que se les brinda, la función administrativa – financiera, el trabajo en equipo, y comprometerse con un mejoramiento continuo de la Cooperativa. Coopecañera, R.L. (2016). Comercio Justo. Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com/>

Algunos logros que nos ha permitido el Comercio Justo son los siguientes:

- Desarrollo capacidad de exportación
- Reconocimiento de Coopecañera a nivel internacional
- Representación e incidencia en entes relacionados a Comercio Justo como Coordinadora Latinoamericana de Comercio Justo (CLAC), Red de Azúcar de Comercio Justo, Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Costa Rica y Panamá.
- Participación en la Cooperativa Agrícola Internacional Sin Fronteras (CSF).
- Certificación del Símbolo de Pequeño productor por parte de la Coordinadora Latinoamericana de Comercio Justo.
- Desarrollo proyectos ambientales, para minimizar el impacto proceso productivo.

- Aportes a causas sociales (Escuela – Iglesia -comunidad).
- Patrocinio a la fundación “Limpiemos nuestros Campos”. Dedicada al reciclaje de materiales de empaque de químicos para uso agrícola.
- Campaña recolección de envases de agroquímicos a nivel cantonal, en coordinación con el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y otras organizaciones de la zona.
- En el 2013 obtener una auditoría de FLO Cert con cero no conformidades.
- En los últimos tres años vender el 100% de la producción en mercados de Comercio Justo en Europa y Estados Unidos.
- Reconocimiento de un precio adicional a los pequeños productores.
- Fortalecimiento de su capital social.
- Subsidio de fletes y gastos de operación de los centros de acopio
- Capacitaciones en temas de comercio justo, prácticas agrícolas, temas ambientales
- Financiamiento en condiciones favorables para siembra, asistencia y mantenimiento.
- Desarrollo de semilleros de caña para suministro a los asociados. Coopecañera, R.L. (2016). Comercio Justo. Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com/>

Plan de desarrollo de Comercio Justo

El principal objetivo del Plan, es lograr un beneficio mutuo, tanto social, económico y ambiental, entre Coopecañera, productores asociados, trabajadores y comunidades donde pertenecen, mediante acciones que estén dirigidas a solventar necesidades existentes y que puedan ayudar a mejorar sus condiciones de vida. Coopecañera, R.L. (2016). Comercio Justo. Recuperado 1º. de octubre de 2016 de <http://coopecanera.com/>

Algunas Actividades que se han venido desarrollando son:

- Cada año se entrega un reconocimiento en efectivo, extra al pago de la caña de azúcar, a los asociados de acuerdo con sus entregas de caña, con lo cual Los productores obtienen un pago extra por la entrega de su producción.
- Con el dinero extra recibido puedan ayudarse a darle mantenimiento a sus plantaciones o a solventar alguna necesidad económica.
- Incentivar a los productores a aumentar su producción al tener una mejor rentabilidad económica.
- La Cooperativa cuenta con un programa de recolección de envases de productos químicos, no solo para los asociados, sino también para otras personas de las comunidades, luego estos envases recibidos con el triple lavado, se llevan a un centro de acopio para que les den el adecuado tratamiento y ya no sean un peligro de contaminación ambiental.

- También como hay varias comunidades cercanas, se colabora con proyectos comunales de Escuelas, Iglesias, Caminos, etc. Con alguna ayuda económica o con préstamo de maquinaria (Grúas, Cargador, Vehículos, Etc.). Igualmente si alguna comunidad realiza algún evento para recaudar fondos, les colaboramos de alguna manera. Coopecañera, R.L. (2016). Comercio Justo. Recuperado 1º. de octubre del 2016 de <http://coopecanera.com/>

2.3 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

El riesgo, el manejo y medición del mismo ha sido abordado en investigaciones desde la antigüedad, según cuenta la literatura:

2.3.1 Definición de Riesgo

En la presente investigación se realizará un estudio de los riesgos a los que se expone la cooperativa, por lo que es indispensable definir en primera instancia el concepto de lo que es un riesgo:

La palabra riesgo proviene del latín *risicare*, que significa atreverse o transitar por un sendero peligroso. En realidad tiene un significado negativo, relacionado con peligro, daño, siniestro o pérdida. Sin embargo, el riesgo es parte inevitable de los procesos de toma de decisiones en general y los procesos de inversión en particular. (De Lara Haro, 2008, p.13)

2.3.2 Tipos de riesgos

Por su naturaleza, los riesgos se pueden clasificar en las siguientes categorías:

Riesgo Sistemático

Es aquel que se deriva de la incertidumbre global del mercado que afecta en mayor o menor grado a todos los activos existentes en la economía. Es importante tener en cuenta que, dada la incertidumbre asociada con la economía en agregado, este riesgo no puede eliminarse mediante la diversificación; de ahí que también se le denomine como riesgo no diversificable o riesgo de mercado. Unidad Editorial Información Económica, (2016), recuperado el 29 de setiembre del 2016 de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/>

Riesgo No Sistemático

A diferencia del riesgo sistemático, este se refiere a los factores de riesgo interno de la empresa:

Es exclusivo de una compañía o industria en particular e independientemente de los factores económicos, políticos, etc. Que afectan a todos los activos de manera sistemática. Tal vez, una huelga afecte solamente a una empresa; un nuevo competidor puede comenzar a fabricar esencialmente el mismo producto. (Van Horne & Vactehowicz, 2002, pág.106).

“(...) No obstante, con la diversificación eficiente es posible reducir, hasta eliminar, este tipo de riesgo.” (Van Horne & Vactehowicz, 2002, pág.106).

Los riesgos se diversifican en varios orígenes o riesgos identificados que se utilizarán en la investigación:

Riesgo de Mercado

Es un riesgo especulativo, lo que quiere decir que puede generar ganancias o pérdidas a la empresa, se puede definir como:

Es la pérdida que puede sufrir un inversionista debido a la diferencia en los precios que se registran en el mercado o en movimientos de los llamados factores de riesgo (tasas de interés, tipos de cambio, etc). También se puede definir más formalmente como la posibilidad de que el valor presente neto de un portafolio se mueva adversamente ante cambios en las variables macroeconómicas que determinan el precio de los instrumentos que componen una cartera de valores. (De Lara Haro, 2008, p.16)

Riesgo de Crédito

Según Philippe Jorion (1999) “El riesgo de crédito cuando las contrapartes están indispuestas o son totalmente incapaces de cumplir sus obligaciones contractuales. El riesgo de crédito abarca tanto el riesgo de incumplimiento, que es la valuación objetiva de la probabilidad de que una contraparte incumpla, como el riesgo de mercado que

pide la pérdida financiera que será experimentada si el cliente incumple” (Elizondo & Altman, 2004 p.47)

“Se puede definir como la pérdida potencial producto del incumplimiento de la contraparte en una operación que incluye un compromiso de pago.” (De Lara Haro, 2008, p.16)

Riesgo de Liquidez

Se refiere a las pérdidas que puede sufrir una institución al requerir una mayor cantidad de recursos para financiar sus activos a un costo posiblemente inaceptable. (...) El riesgo de liquidez se refiere también a la imposibilidad de transformar en efectivo un activo o portafolios (imposibilidad de vender un activo en el mercado) Este riesgo se presenta en situaciones de crisis, cuando en los mercados hay únicamente vendedores. (De Lara Haro, 2008, pp.16-17)

El riesgo de liquidez se presenta por los descalces que se generan en el proceso de transformación de plazos que tienen las entidades en desarrollo de su actividad, dado que los vencimientos de los activos no coinciden siempre con los vencimientos de los pasivos generando desfases en tiempo y cantidad. (Escobar Gallo & Cuartas Mejía, 2006, p.414)

Este riesgo constituye uno de los más críticos en las entidades.

En orden de prioridades el riesgo de liquidez constituye un factor clave en el éxito de las organizaciones, por cuanto la liquidez, sin duda, es el elemento que permite a sostenibilidad y perpetuidad de la empresa, cualquiera sea su tamaño, sector, o naturaleza. (Escobar Gallo & Cuartas Mejía, 2006, p.414)

Para medir la liquidez se utilizan instrumentos financieros como el Calce de plazos:

“Calce de plazos: Instrumento financiero que brinda un panorama respecto de la planificación que ejerce el intermediario en la obtención y canalización de los recursos.”

Sugef, Normativa Glosario, Recuperado de: <http://www.sugef.fi.cr/>

Riesgo Legal

Se refiere a la pérdida que se sufre en caso de que exista incumplimiento de una contraparte y no se pueda exigir, por la vía jurídica, cumplir con los compromisos de pago. Se refiere a operaciones que tengan algún error de interpretación jurídica o alguna omisión en la documentación. (De Lara Haro, 2008, pp.16-17)

Riesgo Operativo

Es un concepto muy amplio y se asocia con fallas en los sistemas, procedimientos, en los modelos o en las personas que manejan dichos sistemas. También se relaciona con pérdidas o fraudes o por falta de capacitación de algún empleado en la organización. Así mismo, este tipo

de riesgo se atribuye a las pérdidas en que pueda incurrir una empresa o institución por la eventual renuncia de algún empleado o funcionario, quien durante el periodo que laboró en dicha empresa concentró todo el conocimiento especializado en algún proceso clave. (De Lara Haro A, 2008, pp.16-17)

“Ejemplos de eventos de riesgo operativo son: fallas en “hardware”, “software” y telecomunicaciones; errores de captura, ejecución y mantenimiento de transacciones; fallas en sistemas de seguridad; pérdida parcial o total de bases de datos sobre operaciones con clientes; fraudes internos.” (Venegas Martínez, 2008, p. 861)

Existen tres aspectos relevantes en la administración de riesgos operativos. El primero consiste en la asignación de capital para hacer frente a eventos relacionados con fallas operativas. El segundo toma en cuenta la supervisión y control para evitar que se presenten dichas fallas. El tercero considera los modelos y métodos utilizados para cuantificar el riesgo operativo... (Venegas Martínez, 2008, p. 861)

Riesgo de Reputación

Es el relativo a las pérdidas que podrían resultar como consecuencia de no concretar oportunidades de negocio atribuibles a un desprestigio de una institución por falta de capacitación del personal clave, fraude o errores en la ejecución de alguna operación. Si el mercado percibe que la institución comete errores en algún proceso clave de la operación, es lógico que los

clientes consideraran eventualmente cambiar de institución. (De Lara Haro, 2008, pp.16-17)

2.3.3 El proceso de administración de riesgos

La administración de riesgos es el conjunto de acciones llevadas a cabo en forma estructurada e integral, que permite a las organizaciones identificar y evaluar los riesgos que pueden afectar el cumplimiento de sus objetivos, con el fin de emprender en forma efectiva las medidas necesarias para responder ante ellos. (Mejía, 2006, p.41)

El proceso de administración de riesgos implica, en primer lugar, la identificación de riesgos, en segundo su cuantificación y control mediante el establecimiento de límites de tolerancia al riesgo y, finalmente, la modificación o nulificación de dichos riesgos a través de disminuir la exposición al riesgo o de instrumentar una cobertura. (De Lara Haro, 2008, p.17)

Dentro de los objetivos de la administración de riesgos puede citarse:

- Asegurarse de que una institución o inversionista no sufra pérdidas económicas inaceptables (no tolerables).
- Mejorar el desempeño de dicho agente económico, tomando en cuenta el rendimiento ajustado por riesgo. (De Lara Haro, 2008, p.17)

2.3.4 Indicadores de medición del riesgo

Una vez que se haya realizado un análisis y se identifiquen los riesgos a los que se expone la empresa, los mismos se deben medir y para ello se utilizan fórmulas o indicadores que logren cuantificar el riesgo.

2.3.5 Razones financieras

“Razón financiera se define como la relación numérica entre dos cuentas o grupos de cuentas del balance general o del estado de resultados, dando como resultado un cociente o producto absoluto.” (Martínez, 2007, p.192)

Liquidez inmediata

“Los ratios de liquidez comprenden un conjunto de indicadores y medidas cuya finalidad es diagnosticar si una entidad es capaz de generar tesorería, o lo que es lo mismo, convertir sus activos en liquidez por medio de su ciclo de explotación.” (Unidad Editorial Información Económica, S.L.U, 2016)

Fórmula: Caja y Bancos / Pasivo Corriente

Rentabilidad

“La Rentabilidad Financiera (Return on Equity) o rentabilidad del capital propio, es el beneficio neto obtenido por los propietarios por cada unidad monetaria de capital invertida en la empresa. Es la rentabilidad de los socios o propietarios de la empresa.” (Unidad Editorial Información Económica, S.L.U, 2016)

Fórmula: Utilidad Acumulada / Patrimonio

Fuente: (Proyecto Normativa Prudencial para las Cooperativas de Ahorro y Crédito Supervisadas por el Infocoop, (2016) Anexo 3, p.93).

Razón corriente

“Es un indicador que permite determinar el nivel de liquidez, por medio de él puede medirse la capacidad que tiene una empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo.” (Nieves Nieves & Vásquez Illescas, 2014, p.26)

Fórmula: Activo corriente / Pasivo corriente

Fuente: Nieves Nieves & Vásquez Illescas, 2014, p.26

Prueba ácida:

“Ayuda a determinar la capacidad que tiene la empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo, es similar al ratio de razón corriente a excepción que se excluye a los inventarios.” (Nieves Nieves & Vásquez Illescas, 2014, p.27)

Fórmula: Activo corriente - Inventarios / Pasivo corriente

Fuente: Nieves Nieves & Vásquez Illescas, 2014, p.27

Capital de trabajo:

Corresponde a “El exceso de los Activos Corrientes sobre los Pasivos Corrientes”. (Nieves Nieves & Vásquez Illescas, 2014, p.27)

Fórmula: Activo corriente – Pasivo corriente

Fuente: Nieves Nieves & Vásquez Illescas, 2014, p.27

Razón de endeudamiento:

“Las razones de endeudamiento permiten establecer el nivel de endeudamiento de la empresa, representan el porcentaje de participación de los acreedores sobre los activos de la empresa.”(Nieves Nieves & Vásquez Illescas, 2014, p.36)

Fórmula: Pasivo total/ activo total x 100=%

Fuente: Nieves Nieves & Vásquez Illescas, 2014, p.27

Razón de autonomía:

“Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los propietarios. Es complementaria a la de endeudamiento, por lo que la suma de las dos debe ser igual a 1.” UNET Virtual, Razones e Índices Financieros, recuperado el 28 de enero de 2017 de <https://uvirtual.unet.edu.ve>

Fórmula: Patrimonio total/ activo total

Fuente: Inocencio Sánchez, 2006, Razones e Índices Financieros.

2.3.6 Análisis Horizontal y Vertical

Análisis Vertical

“El análisis de estructura vertical consiste en determinar qué porcentaje representa cada cuenta con respecto a un total. Se procede a dividir cada rubro o cuenta para un total, luego se multiplica por 100.

El análisis vertical muestra los siguientes resultados:

- Permite identificar con claridad la estructura financiera.
- Muestra las cuentas que son relevantes dentro de un estado financiero.
- Controla la estructura, conservando la misma dinámica en todos los períodos.
- Evalúa los motivos por los que se dio las variaciones más significativas.
- Permite tomar decisiones que sirva como medio de control para obtener mejores rendimientos el siguiente período.” (Nieves Nieves & Vásquez Illescas, 2014,p.22)

Análisis Horizontal

“El análisis de estructura horizontal consiste en determinar las variaciones en términos absolutos o relativos que ha sufrido cada cuenta o un grupo de cuentas de un período a otro; permite ver si una cuenta ha crecido o decrecido en un período determinado, lo que refleja si la empresa presenta un comportamiento bueno, regular o malo.

Crecimiento en valores absolutos: este análisis es expresado en números y resulta de la diferencia de la cantidad reflejada en el período 1 menos el período 2. La fórmula sería $P1 - P2$

Crecimiento en valores relativos: para este cálculo se debe aplicar una regla de tres. Se divide el período 2 por el período 1, se le resta 1, y ese resultado se multiplica por 100 para convertirlo a porcentaje, quedando la fórmula de la siguiente manera:

$[(P2 / P1) - 1] * 100$ (Nieves Nieves & Vásquez Illescas, 2014, p.23)

2.3.7 Definición de impacto

El impacto se puede definir como:

“Efecto producido en la opinión pública por un acontecimiento, una disposición de la autoridad, una noticia, una catástrofe.” Real Academia Española (2016), recuperado el 28 de enero del 2016 de <http://dle.rae.es/?id=L1TjrM9>

Según sus consecuencias, el impacto se puede clasificar en:

Impacto Social

Los Principios internacionales de la evaluación del impacto social consideran que los impactos sociales incluyen todos los aspectos asociados con una intervención planeada (esto es, un proyecto) que afectan o involucran a las personas, ya sea directa o indirectamente. Específicamente, un impacto social es algo que se experimenta o se

siente, en el sentido perceptual (cognitivo) o corporal (físico) a todos los niveles, por ejemplo, a nivel de la persona como individuo, de unidad económica (familia/hogar), de grupo social (círculo de amigos), de lugar de trabajo (una empresa o entidad de gobierno), o más generalmente de comunidad/sociedad. Estos diferentes niveles se ven afectados de diferentes maneras por un impacto o por una acción que causa impacto. (Vanclay, Esteves, Aucamp & Franks, 2015, p. 2)

Los impactos sociales son cambios en uno o más de los siguientes ámbitos:

- La forma de vida de las personas; es decir, cómo viven, trabajan, juegan e interactúan unas con otras en el quehacer cotidiano;
- Su cultura; esto es, sus creencias, costumbres, valores e idioma o dialecto;
- Su comunidad; su cohesión, estabilidad, carácter, servicios e instalaciones;
- Sus sistemas políticos; el grado al que las personas pueden participar en las decisiones que afectan sus vidas, el nivel de democratización que está teniendo lugar y los recursos suministrados para ese fin;
- Su entorno; la calidad del aire y el agua que utiliza la población, la disponibilidad y calidad de los alimentos que consume, el nivel de peligro o riesgo, polvo y ruido al que está expuesta, la idoneidad del saneamiento, su seguridad física y su acceso a y control sobre los recursos;
- Su salud y bienestar; la salud es un estado de bienestar total desde el punto de vista físico, mental, social y espiritual, y no solamente la ausencia de enfermedad;

- Sus derechos tanto personales como a la propiedad; especialmente si las personas se ven económicamente afectadas o si sufren desventajas personales que pueden incluir la violación de sus libertades civiles;
- Sus temores y aspiraciones; sus percepciones acerca de su propia seguridad, sus temores acerca del futuro de su comunidad y sus aspiraciones tanto en lo que respecta a su propio futuro como al de sus hijos. (Vanclay *et al.*, 2015, p.2)

Impacto ambiental

“Conjunto de posibles efectos sobre el medio ambiente de una modificación del entorno natural, como consecuencia de obras u otras actividades.” REA (2016) recuperado el 28 de enero dl 2017 de <http://dle.rae.es/?id=L1TjrM9>

Impacto económico

Un impacto financiero es un gasto que tiene un efecto financiero que no puede ser controlado. Los tipos de eventos que crean este tipo de impacto son los desastres económicos, cambios inesperados en las condiciones del mercado, fallos catastróficos de productos y cualquier cosa que interrumpa un negocio y sobre los que la gestión empresarial no tiene control.

El impacto económico o financiero, puede dividirse en:

Impacto directo: Se corresponde con la producción (valor añadido bruto) y el empleo generados en aquellos sectores que son receptores directos de las inversiones. También, se refiere al gasto que atrae la organización del evento o el despliegue de la

nueva infraestructura, así como los que se ven afectados por la reforma normativa o regulatoria. (PricewaterhouseCoopers S.L., 2012)

Impacto indirecto: Se corresponde con la producción y el empleo generados en los sectores que se benefician indirectamente de las inversiones y del gasto, es decir, aquellos que suministran a los sectores directamente afectados los bienes y servicios necesarios para su actividad. (PricewaterhouseCoopers S.L., 2012).

Impacto inducido: Se corresponde con la producción y el empleo que se genera gracias al consumo de bienes y servicios que realizan los empleados de los sectores que se benefician, directa o indirectamente, de las inversiones y gastos. (PricewaterhouseCoopers S.L., 2012).

2.3.8 Indicadores de impacto social y financiero

Asociados: “Las cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membresía, sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa”.

La medición de este indicador se analiza a través de:

- Apertura cooperativa.
- Salida voluntaria.
- No discriminación.

Fuente: Coopevictoria, R.L. (2014), Balance Social Cooperativo, recuperado el 12 de octubre del 2016 de <http://www.coopevictoria.com/>

Generación de empleo: “La relación entre comercio y empleo es compleja. Es cierto de que el comercio puede generar puestos de trabajo, pero también lo es que la competencia de las importaciones puede ser un factor de presión para los productores y obligarles a despedir trabajadores.” OMC (2017), recuperado el 12 de octubre del 2016 de <https://www.wto.org>

Participación de los miembros: “Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros, quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa responden ante los miembros. En las cooperativas de base los miembros tienen igual derecho de voto (1 miembro = 1 voto), mientras en las cooperativas de otros niveles también se organizan con procedimientos democráticos”. La medición de este indicador se analiza por medio de la participación de los asociados en:

- Participación en asambleas.
- Accesibilidad a cargos sociales.
- Dedicación de los dirigentes
- Democracia en el trabajo.

Fuente: Coopevictoria, R.L. (2014), Balance Social Cooperativo, recuperado el 12 de octubre del 2016 de <http://www.coopevictoria.com/>

Autonomía e independencia: “Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus miembros. Si entran en acuerdo con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la cooperativa”

La medición se analiza a través de:

- Independencia financiera y económica.
- Prevención del lavado de activos.

Fuente: Coopevictoria, R.L. (2014), Balance Social Cooperativo, recuperado el 12 de octubre del 2016 de <http://www.coopevictoria.com/>

Educación, entrenamiento e información: “Las cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados de tal manera que contribuyan eficazmente al desarrollo de su cooperativa. Las cooperativas informan al público en general - particularmente a jóvenes creadores de opinión - acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo”

La medición se analiza por medio de:

- Inversión en educación.
- Canales de comunicación utilizados para la información.

Fuente: Coopevictoria, R.L. (2014), Balance Social Cooperativo, recuperado el 12 de octubre de <http://www.coopevictoria.com/>

3. CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 METODOLOGÍA

La metodología “Es un procedimiento riguroso formulado de una manera lógica que el investigador debe seguir en la adquisición del conocimiento” (Méndez, 1994, pág. 45.)

Esta sección del marco metodológico se dirigirá al paradigma que caracteriza la investigación y el tipo de enfoque.

3.2 TIPO DE ESTUDIO

Podemos citar que toda investigación se sustenta en dos enfoques principales: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo, ambos enfoques conllevan una serie de procedimientos que buscan generar algún tipo de conocimiento. Al utilizar los dos enfoques citados, se forma un tercer enfoque, denominado enfoque mixto.

Así las cosas, podría decirse que la presente investigación se desarrollará bajo un enfoque mixto, debido a que es necesario recolectar datos que posteriormente serán trasladados a valores numéricos y analizados por medio de métodos estadísticos, no obstante, también se desarrollará trabajo de campo y se pretende describir las características y fenomenología presentes alrededor del modelo de Comercio Justo.

3.2.1 Enfoque Cuantitativo

Un enfoque cuantitativo se basa en la recolección de datos numéricos y su posterior análisis mediante procedimientos estadísticos.

Este enfoque “Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.” (Hernández y otros, 2006, p. 5).

3.2.2 Enfoque Cualitativo

El enfoque cualitativo “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.” (Hernández *et al.*, 2006, p.8)

3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Generalmente, los tipos de investigación se combinan entre sí y acatan metódicamente la aplicación de la investigación.

En esta sección se describirán los tipos de investigación por utilizar para cumplir con los objetivos del tema de estudio:

3.3.1 Descriptiva

“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis”. (Hernández *et al.*, 2006, p.102)

En esta investigación se describen los diferentes tipos de riesgo a los que se expone Coopecañera, R.L., lo cual puede verificarse por medio de las características presentes en el problema planteado, y así poder elaborar las técnicas adecuadas para la recolección de datos e identificar las fuentes apropiadas.

Puede denotarse que este tipo de investigación describe los diferentes procedimientos que se llevan a cabo en los procesos financieros y operativos de la cooperativa y pretende identificar los riesgos que pueden afectarla enfocándose en estos con la debida escogencia de datos para una correcta interpretación.

3.3.2 Exploratoria

“En los estudios exploratorios se abordan campos poco conocidos donde el problema, que sólo se vislumbra, necesita ser aclarado y delimitado. Esto último constituye precisamente el objetivo de una investigación de tipo exploratorio...” (Jiménez y Paneque, 1998, p.21)

Con esta investigación pretende analizarse la fenomenología presente alrededor del movimiento de Comercio Justo, un modelo alternativo de negocios que es poco conocido en nuestro país.

3.3.3 Causal

Este tipo de estudio “tiene como propósito conocer la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular”. (Hernández et al, 2006, p.105)

Con este estudio se podrá conocer el impacto y los riesgos asociados a la aplicación del Comercio Justo.

3.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

“La investigación científica es un proceso que tiene como finalidad lograr un conocimiento objetivo, es decir, verdadero, sobre determinados aspectos de la realidad, para utilizarlo para guiar la práctica transformadora de los hombres.” (Rojas, 1992, p. 11)

“En la práctica investigativa los lineamientos metodológicos resultan insuficientes para alcanzar la verdad científica. Hay que recurrir a ciertos métodos específicos, a técnicas e instrumentos adecuados y precisos para recopilar y analizar aquella información empírica que la teoría utilizada y las hipótesis planteadas señalan como relevante para formular el conocimiento científico.” (Rojas, 1992, p. 12)

3.4.1 Análisis

“Una vez concluidas las etapas de colección y procesamiento de datos se inicia con una de las más importantes fases de una investigación: el análisis de datos. En esta etapa se determina como analizar los datos y que herramientas de análisis estadístico

son adecuadas para este propósito. El tipo de análisis de los datos depende al menos de los siguientes factores.” (Avila, 2006)

El análisis es uno de los métodos de investigación y puede ser definido como: “Analizar significa establecer categorías, ordenar, manipular y resumir los datos” (Kerlinger, 1982, p. 96).

Este método permitirá analizar la situación actual de la cooperativa y, a su vez, identificar los riesgos a los que se expone según las variables presentes. De esta forma se logrará comprobar si existen o no riesgos asociados al modelo de Comercio Justo que afecten la parte financiera.

3.4.2 Investigación documental

Para apoyar el método mencionado anteriormente, es necesario llevar a cabo una investigación documental.

Se procederá a clasificar toda la información proveniente de la bibliografía consultada y que aporte información relevante para el desarrollo de la investigación. Así mismo, se valoran los aportes provenientes de entrevistas, artículos o Internet que sean afines a la investigación.

3.5 SUJETOS Y FUENTES

El investigador debe determinar dónde y cómo obtendrá la información de acuerdo con el esquema planteado en la investigación, adicionalmente, debe seleccionar las fuentes de dicha información.

3.5.1 Sujetos

“La teoría se refiere a las unidades de análisis como “personas, organizaciones, periódicos, comunidades, situaciones, eventos, etc.” (Hernández *et al.*, 2006, p.236)

Por lo tanto, será entonces sujeto de la investigación todos aquellos individuos que proporcionen datos particulares del tema que se investiga entre ellos: presidente del Consejo de Administración, además de la información brindada por parte de la Administración de la Cooperativa. También, se considera entrevistar personas de la Coordinadora de Comercio Justo para Costa Rica-Panamá.

3.5.2 Fuentes de información

Las fuentes son todos aquellos individuos que proporcionen datos particulares del tema que se investigará entre ellos: Consejo de Administración, Comités, Cuerpo Administrativo, además de la información recolectada en la oficina, así como brindada de archivos contables o documentos a los cuales acudirán los investigadores para poder obtener la información necesaria.

Acorde con lo antes citado, se procederá a delimitar las fuentes que se utilizarán en la presente investigación para la recolección de la información pertinente.

Primarias

Las fuentes primarias “Proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que contienen los resultados de estudios, como libros, antologías, artículos, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, documentales, videocintas en diferentes formatos, foros y páginas en internet, entre otros.” (Hernández *et al.*, 2006, p.66)

Según lo citado anteriormente se tomaran como fuentes primarias el censo aplicado al personal administrativo ligado a la operativa diaria de la cooperativa y los datos numéricos que pueden obtener de la observación directa, del sistema contable suministrado de primera mano por la cooperativa.

Secundarias

Este tipo de fuentes “Son listas, compilaciones y resúmenes de referencias de fuentes primarias publicadas en un área de conocimiento en particular, las cuales comentan artículos, libros, tesis, disertaciones y otros documentos especializados.” (Hernández *et al.*, 2006, p.66)

Según Sampieri (2006), las fuentes secundarias "...son listas, compilaciones y resúmenes de referencias o fuentes primarias publicadas en un área del conocimiento en particular".

La investigación tendrá como fuentes secundarias toda aquella información que ya existe, es decir que ya ha sido recopilada por otros; como por ejemplo revistas, comentarios, enciclopedias, bibliografías, crítica literal, documentales, es decir todo lo que sirva de apoyo al investigador, así como la utilización del internet.

En este caso, las fuentes secundarias a utilizar son libros, leyes y regulaciones existentes en el marco internacional para la medición, normalización y seguimiento de riesgos financieros y operativos.

También se considera fuente secundaria toda la información electrónica y literatura que se encuentre relacionada con el movimiento del Comercio Justo, sus estándares, principios y organizaciones que lo regulan.

3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.6.1 Población

Según Arias (2006), la población puede definirse como el "...conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación." (p.81)

En este caso, la población está constituida por todos los departamentos, personas y asociados a Coopecañera, R.L., que tienen relación y que se involucran con

los procesos y la exposición al riesgo. Así como todos los datos existentes relacionados con estos sujetos.

3.6.2 Muestra

Puede definir muestra como "...un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población existente." (Arias, 2006, p.83)

"Una muestra representativa es aquella que por su tamaño y características similares a las del conjunto, permite hacer inferencias o generalizar los resultados al resto de la población con un margen de error conocido." (Arias, 2006, p.83)

Se considerará que para el estudio la muestra por utilizar será un Censo con todos los Datos.

3.6.3 Cálculo de la muestra.

Dado que nos encontramos frente a una población desconocida, se utilizó la siguiente fórmula para calcular la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1-p)}{e^2}$$

Donde:

n = tamaño muestral.

Z² = valor correspondiente a la distribución de Gauss.

P= Prevalencia esperada del parámetro por evaluar.

e^2 = margen de error

Fuente: Recuperado el 10 de febrero del 2016 de www.ugr.es/~ecordon/master/docus/calculotamañomuestra.xls

De la aplicación de la muestra se extrae que debe entrevistarse a 96 personas.

Cuadro 1: Cálculo de muestra para una población desconocida.

Z =	1,96
Z ² =	3,8416
p =	0,5
1-p	0,5
e =	0,1
e ² =	0,01
Z ² p (1-p) =	0,9604
n =	96,04

Fuente: www.ugr.es/~ecordon/master/docus/calculotamañomuestra.xls

3.7 DEFINICIÓN DE TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recabar la información pertinente a la investigación se emplearan diferentes técnicas de recolección de datos.

“Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la investigación. Son ejemplos de técnicas: la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades: oral o escrita (cuestionario), la entrevista, el análisis documental, análisis de contenido, etc.” (Arias, 2006, p.111)

A continuación se presenta un detalle de las técnicas por utilizar en la presente investigación:

3.7.1 Método de Observación Directa

La observación es “una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos.” (Arias, 2006, p.69)

En este caso se utilizará la observación, para propiciar el contacto directo con el campo de acción, para que se obtengan datos relevantes del problema en estudio, al igual podrá tomarse información para su posterior análisis.

Se observarán los procesos que se realizan en la cooperativa y el comportamiento histórico de los datos relevantes para relacionarlos con la exposición a los diferentes tipos de riesgo aplicables a esta.

3.7.2 Encuesta

“Se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular.” (Arias, 2006, p.72)

Dado que se utiliza un muestreo intencional o de conveniencia, las encuestas se llevarán a cabo con el personal de la cooperativa, sus asociados y con cualquier otra persona que tenga relación o conocimiento del tema del Comercio Justo, como ejemplo de este último punto puede citarse al personal de la Coordinadora de Comercio Justo

para Costa Rica y Panamá o a personal de otras cooperativas que laboren bajo esa modalidad de comercio alternativo.

3.8 TRATAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

En esta sección se definirán los procedimientos que serán empleados para compilar la información y su debida presentación:

3.8.1 Tabulación, ordenamiento y procesamiento

Una vez que se ha recopilado la información necesaria, mediante la aplicación de las entrevistas y el método de observación directa, se procederá a la tabulación y ordenamiento de la misma, con el fin de poder analizar los datos a la luz de las variables y objetivos planteados.

3.8.2 Presentación de la información

Una vez que la información haya sido tabulada, la misma será presentada por medio de tablas, gráficos, diagramas o cuadros, también se incluirá información presentada en prosa.

3.9 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Hempel (1952), citado por Ávila Baray (2006, p. 32) menciona que “...la definición operacional de un concepto consiste en definir las operaciones que permiten medir ese concepto o los indicadores observables por medio de los cuales se manifiesta ese concepto.”

Por lo tanto, podría decirse que la operacionalización de las variables es un proceso que se inicia con la definición de las variables en función de factores estrictamente medibles a los que se llama indicadores.

3.9.1 Variables

En este punto es importante definir el concepto de variable:

Según Sampieri (2006) “Una variable es una propiedad que puede variar (adquirir diversos valores) y cuya variación es susceptible de medirse.” (p.123)

Según el uso que se les da, las variables se pueden clasificar en dos tipos de variables:

3.9.2 Variables dependientes e independientes

“La variable dependiente es la característica que se investiga y que siempre debe ser evaluada, mientras que la variable independiente es la característica que se puede medir por separado y que puede ser causa de la variable dependiente.” (Ávila, 2006, p.32)

Las variables dependientes en la presente investigación serán los procesos de la cooperativa y la cantidad de documentaciones que estos tengan reglamentos, políticas, informes. Como variables independientes se consideran los tipos de riesgos que están definidos por el sistema financiero las normativas existentes para

este sector. Por otro lado, cuando la investigación tiene relación con aspectos cuantitativos típicos, se debe proporcionar para cada variable tres clases de información las cuales se mencionan a continuación:

Definición Conceptual

Hace referencia a una definición de términos que puede ser similar a la que se hayan en un diccionario.

Definición Instrumental

En la definición instrumental se plantean las herramientas y métodos necesarios para el análisis de las variables que se establecieron y se definieron conceptualmente.

Definición Operacional

En la sección de la definición operacional se establecen los criterios de evaluación y medición de las variables al igual que de la información recolectada los cuales facilitarán la solución al problema.

En la siguiente sección se identificarán y presentarán las variables sujetas a análisis en el desarrollo del estudio, las cuales toman un valor de medición y se relacionan para determinar las causas y efectos.

3.9.3 Cuadro de variables

OBJETIVO	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DEFINICIÓN INSTRUMENTAL	INDICADOR
Evaluar la aplicación del modelo de Comercio Justo en Costa Rica.	Comercio Justo	Relación de intercambio comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional	Analizar la aplicación del modelo de Comercio Justo, sus ventajas y desventajas.	Entrevistas y trabajo de campo	Cantidad y tipo de organizaciones certificadas. Percepción de los entrevistados respecto al modelo de Comercio Justo.
Distinguir los riesgos financieros y operativos a los que se expone Coopecañera, R.L., al utilizar el modelo de Comercio Justo.	Riesgos existentes	Riesgo es la posibilidad de que ocurra un evento	Identificar los riesgos asociados a la aplicación del modelo de Comercio Justo	Ficha Técnica	Análisis horizontal/ vertical, indicadores de liquidez, indicadores de eficiencia, indicadores de rentabilidad, indicadores de endeudamiento.
Determinar el impacto social y financiero del modelo de Comercio Justo en el caso de Coopecañera, R.L.	Impacto	Efecto producido en la opinión pública por un acontecimiento, una disposición de la autoridad, una noticia, una catástrofe	Analizar el impacto social y financiero en la vida de los asociados a la Cooperativa	Ficha Técnica/ Encuesta	Generación de empleo, pluses de Comercio Justo, proyectos de educación y desarrollo social, exportaciones bajo el sello de Comercio Justo.

Fuente: Elaboración propia.

4. CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se procede con el análisis de los datos de acuerdo con el orden de los objetivos establecidos:

4.1 COMERCIO JUSTO EN COSTA RICA

En Costa Rica, las organizaciones certificadas en Comercio Justo están inscritas ante la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Costa Rica y Panamá.

En la actualidad, se cuenta con 16 Organizaciones de Pequeños Productores; en su mayoría certificadas de Comercio Justo Fairtrade Internacional, entre ellas Coopecañera, R.L., algunas de estas organizaciones tienen uno o más productos certificados.

En el Cuadro N° 2 se muestra el detalle de los productos y organizaciones certificadas:

Cuadro 2 Organizaciones certificadas en Costa Rica

<p>Consortio AGROATIRRO, R.L</p>	<p>El Ingenio Atirro, se ubica en Turrialba, inició en la década de los sesentas. En el año 2003 se constituyó el Consorcio Cooperativo, mediante un esquema de deuda, democratizando la propiedad de la agroindustria de la caña de azúcar. A finales del 2012 se certificó para azúcar de caña bajo los criterios Fairtrade y los criterios de conformidad de FLO-CERT, su propósito con esta certificación es mejorar la calidad de sus cultivos, proteger el ambiente y ofrecer las mejores condiciones comerciales a sus productores.</p>
<p>AGRONORTE</p>	<p>Agronorte es una asociación de pequeños productores de piña localizados en los cantones de Los Chiles, Upala, Guatuso, Pital y Sarapiquí; fundada en el 2001 con el apoyo de un programa de desarrollo agro-industrial, apunta a la producción de piña de alta calidad para la exportación con el fin de mejorar el nivel de vida en su comunidad. Se convirtió en la primera Organización del país certificada Comercio Justo por FLOCERT en el 2003, comercializa el 50% de su producción bajo el sello Fairtrade.</p>
<p>ALIANZA-AFAORCA</p>	<p>Esta asociación nació en 1996 a partir de la necesidad de varias familias productoras de café y banano de encontrar soluciones para producir orgánicamente, su producción contempla los cantones de Aserri, Acosta, León Cortes, Tarrazu y Dota.</p>
<p>A.P.O.Y.A</p>	<p>La Asociación de Productores Orgánicos y Agro-Sostenibles (APOYA) se fundó en junio de 2013, tiene una estructura particular dado que cuenta con: Un área administrativa y comercial en la figura de una sociedad anónima, llamada GRUPO NATURALBA, S.A., quien vela por los derechos de los agricultores y un área productiva en la figura asociativa, A.P.O.Y.A, integrada por los productores y que se constituye en el accionista mayoritario de la sociedad. La asociación productora de café y azúcar orgánico fue certificada en el año 2013.</p>
<p>APPTA</p>	<p>Fundada en 1987, APPTA es una asociación de pequeños productores de los cuales el 80% son indígenas Bribri o Cabécar. Sus productos certificados son: Cacao Seco (orgánico y convencional), Pulpa de Banano, Guayaba, Carambola y Arazá (orgánicas).</p>
<p>ASOFRUL</p>	<p>Fundada en 1994, Asofrul es una organización dedicada a la producción de frutas y vegetales frescos, se ubica en el distrito de Lepanto en la provincia de Puntarenas. Cuenta con la certificación Fairtrade para el cultivo y comercialización del mango, realiza exportaciones a los mercados más exigentes de la Unión Europea y Canadá.</p>
<p>Consortio COOCAFÉ</p>	<p>Coocafé fue fundado en 1988, funciona como cooperativa de segundo grado ya que está formado por nueve cooperativas cafetaleras, se trata de microempresarios de Guanacaste, Puntarenas, Heredia, Alajuela y San José.</p>

R.L.	Cuenta con experiencia de más de 20 años en el Comercio Justo, alrededor del 80% del café que produce se comercializa bajo el sello Fairtrade.
COOPEAGRI, R.L	Brinda sus servicios desde hace más de cincuenta años en el beneficiado de café, industrialización de la caña de azúcar y la comercialización de productos y servicios mediante una cadena comercial desarrollada en el cantón de Pérez Zeledón. Cuenta con la certificación fairtrade para el café y el azúcar. Esta cooperativa realiza una gran labor social en Pérez Zeledón, brindando ayuda a la población más vulnerable de la zona.
COOPELIBERTAD, R.L	Fue fundada en el año 1961, como consecuencia de la unión de los pequeños productores cafetaleros de la zona de Heredia, que necesitaban ayuda para comercializar su producto y acceder a condiciones de financiamiento más favorables. Actualmente continúa dando apoyo a los caficultores del Gran Área Metropolitana y además ha extendido su alcance a comunidades de Orosí y Turrialba.
COOPEPIÑA, R.L.	Es una cooperativa de pequeños y medianos productores ubicados en Pital de San Carlos, dedicados a la producción y comercialización de piña, fue fundada en febrero del 2006. Durante el periodo del 2010 al 2012 el sector piñero enfrentó una crisis socio productiva cuando los precios y el consumo de la fruta cayeron. La cooperativa al incorporarse a los sistemas de comercialización diferenciados (Comercio Justo) abrió puertas a los productores por medio de la industrialización de la fruta en jugos y pulpas en diferentes presentaciones, de alto valor agregado.
COOPETRABASUR, R.L.	La empresa fue fundada en Grecia en 1943, es la primera cooperativa en la historia de Costa Rica, posee socios productores de caña de azúcar en las tierras bajas y de café en las tierras altas. Se certificó bajo el sello de Comercio Justo en octubre del 2010 para pequeños productores del ingenio y el beneficio de la cooperativa, lo cual le facilitó el acceso a mercados de Europa y Estados Unidos.
COOPEVICTORIA, R.L.	Es una empresa agrícola-industrial y comercial de economía solidaria dedicada a la producción, acopio, industrialización y comercialización de café en grano y molido, fue fundada en 1965. Exporta café a Europa y Estados Unidos principalmente mediante alianzas de Comercio Justo, lo cual abrió las puertas para un convenio con la firma Starbucks. En setiembre 2016 obtuvo autorización del PROCOMER para utilizar en sus productos la Marca País “Esencial Costa Rica”, lo que le permite tener una plataforma de comunicación nacional e internacional, una gestión de cambio y mejora continua, así como un fortalecimiento de imagen corporativa, entre otros.

COOPROSANVITO, R.L.	<p>Es una empresa agrícola-industrial y comercial de economía solidaria dedicada a la producción, acopio, industrialización y comercialización de café en grano y molido, fue fundada en 1965. Exporta café a Europa y Estados Unidos principalmente mediante alianzas de Comercio Justo, lo cual abrió las puertas para un convenio con la firma Starbucks.</p> <p>En setiembre 2016 obtuvo autorización del Procomer para utilizar en sus productos la Marca País “Esencial Costa Rica”, lo que le permite tener una plataforma de comunicación nacional e internacional, una gestión de cambio y mejora continua, así como un fortalecimiento de imagen corporativa, entre otros.</p>
COOPEASSA, R.L.	<p>Nace en el año de 1984, por la unión de un grupo de 20 pequeños productores que tenían muchos problemas para comercializar los productos. En el año 2009 se completa con los equipos necesarios para alistar el café en grano oro y poder exportarlo directamente desde el Beneficio Coopeassa, proceso que se logra concretar en el año 2010.</p> <p>La actividad principal de la cooperativa es el procesamiento del café mismo que se envía a destinos como Francia, Inglaterra, Alemania, Marruecos e Israel, adicionalmente cuenta con un área comercial compuesta por ferretería, supermercado, agro insumos y bodega de fertilizantes.</p>
COOPECAÑERA, R.L.	<p>Fue fundada en el año 1972, como resultado de la iniciativa de un grupo de 115 productores de caña de azúcar del cantón de San Ramón. En el año 1999 Coopecañera inició su experiencia en comercio justo y fue certificada dos años después.</p>

Fuente: Página web de las empresas y entrevistas aplicadas por la investigadora.

Puede decirse que en nuestro país son muy pocas las organizaciones certificadas, y la mayoría de ellas cuenta con actividades diversificadas que le generan ingresos adicionales a las ventas de productos de Comercio Justo.

Para conocer un poco más sobre cómo ha sido la aplicación del modelo de Comercio Justo, en nuestro país, se realizaron varias entrevistas en profundidad con personas relacionadas con las organizaciones certificadas, se adjunta un resumen de los aspectos más relevantes:

✓ **Karen Rodríguez, gerente de Coopecañera.**

Manifiesta que en 1972 los productores se pusieron de acuerdo para formar la cooperativa, empezaron de cero, pero fueron adquiriendo un endeudamiento creciente en dólares que les generó grandes problemas financieros y por este motivo consideraron viable la incursión en un modelo de comercio alternativo. Considera que de no ser por la adopción del Comercio Justo, la cooperativa se habría cerrado, debido a que la deuda era insostenible.

Durante el periodo comprendido del 2010 al 2013 aproximadamente un 95% de la producción se vendía bajo el sello de Comercio Justo, el precio internacional del azúcar se encontraba bastante bien y no existían muchas organizaciones certificadas a nivel mundial, lo que les permitió un repunte en las finanzas.

Actualmente la situación es otra, ya que los precios han decrecido y la producción de caña ha disminuido, además, los productores no tienen exclusividad con la cooperativa y existen muchos trapiches en la zona que están ofreciendo un precio mayor. En el 2011 se decidió dejar de procesar la caña y adquirir un convenio con el Ingenio Costa Rica, lo anterior con la finalidad de reducir costos dado que el ingenio de Coopecañera tiene capacidad para procesar 60.000 toneladas pero solamente se estaban produciendo 10 000, no obstante, el costo de mantener el ingenio operando es exactamente el mismo independientemente de los volúmenes que se procesen.

Gracias a las ventas de Comercio Justo, la cooperativa recibe un sobreprecio (prima) la cual era utilizada en el mantenimiento del ingenio, no obstante, a partir del 2011 con la reducción de costos, la prima se reparte entre los productores. Sin embargo, el precio nacional está por encima del internacional, lo cual está beneficiando al productor, pero no al modelo ya que no se está percibiendo el sobreprecio.

A pesar de lo mencionado anteriormente, el 100% de las exportaciones de la cooperativa se realiza bajo la certificación de Comercio Justo, el producto se comercializa en sacos de 50 kilos para consumo de la industria alimentaria.

La cooperativa se encuentra valorando ampliar su oferta de productos, e incursionar en la producción de panela, alimento concentrado para ganado y fertilizantes, lo cual generaría un valor agregado sin incrementar los costos de certificación, lo anterior debido a que la caña de azúcar ya está certificada y esta sería la base para la elaboración de los productos propuestos.

✓ Entrevistado 1

Exterioriza que en su experiencia, al obtener la certificación de Comercio Justo los que más han resultado beneficiados han sido los productores, ya que han percibido un aumento en sus ingresos al recibir un precio justo, lo anterior debido a que se reducen los intermediarios, además, gracias al premio se ha podido brindar aportes a la comunidad en instituciones como escuelas y colegios, lo cual beneficia indirectamente a los productores.

Han tenido que realizar cambios para mejorar las prácticas agrícolas y lograr que se desarrollen en armonía con el medio ambiente.

Indica que han sido pioneros en su zona, incentivando a otras organizaciones a obtener la certificación y disfrutar de sus beneficios.

✓ Entrevistado 2

Opina que la certificación de Comercio Justo ha representado una luz de esperanza en un camino arduo, han percibido grandes beneficios que han sido trasladados a los productores. Un aspecto importante a considerar es que la volatilidad de los precios ha afectado al sector y por medio de este modelo han logrado obtener mayor seguridad por medio de los precios mínimos, considera que muchos de sus productores habrían dejado esta actividad por la baja rentabilidad que obtenían.

Ve el Comercio Justo como una forma de negociar con conciencia social, ambiental y humanitaria, que además les ha brindado grandes oportunidades de

crecimiento en todos los ámbitos, pero que especialmente les ha permitido permanecer en el mercado.

Indica que actualmente los retos que enfrentan se han incrementado, debido al ingreso de grandes competidores que acaparan el mercado mundial, haciendo la competencia más difícil de sostener. Por lo anterior, considera que es importante que cada vez más consumidores conozcan cómo funciona el Comercio Justo, sus principios y la importancia del mismo. Ve en el mercado costarricense una gran oportunidad de crecimiento que podría brindar un impulso a la organización y mejorar las condiciones de los productores y en consecuencia mejorar la economía del país.

✓ **Entrevistado 3**

Es muy difícil lograr que todos los miembros de la cooperativa cumplan con los requisitos que se piden, siempre hay muchos que no lo hacen, pero al final de cuentas quien se encarga de eso es la cooperativa. Normalmente, la gente no se preocupa mucho por esas cosas, entonces no opinan.

✓ **Entrevistado 4**

Es necesario publicitar más el modelo, en Costa Rica los consumidores no conocen que es el Comercio Justo y por la situación económica actual probablemente no estén dispuestos a pagar un precio más alto por un mismo producto.

Se debe también educar a los productores, informarles respecto de los aspectos legales y normas de certificación para que puedan conocer las bondades de este modelo

y se motiven a participar, de esta forma se promueve un desarrollo económico y ambiental más sostenible.

Un aspecto por considerar es que la responsabilidad de la certificación, de velar por el cumplimiento de los estándares recae sobre la cooperativa, entonces los productores no conocen las sanciones que pueden darse producto del incumplimiento de requisitos.

Como resultado del trabajo de campo realizado, se determina que en la mayoría de casos de las organizaciones certificadas la incursión en este modelo fue la única opción para mantenerse activos en el mercado, ya que los pequeños productores habían reducido su capacidad de vincularse de forma rentable a los mercados externos, lo cual ha generado desempleo y marginación social en las zonas rurales del país

El Comercio Justo, les ha permitido abrirse puertas para seguir comerciando sus productos y mejorar sus ingresos. Además, han logrado capacitarse y cambiar sus prácticas agrícolas promoviendo un desarrollo sostenible con el medio ambiente.

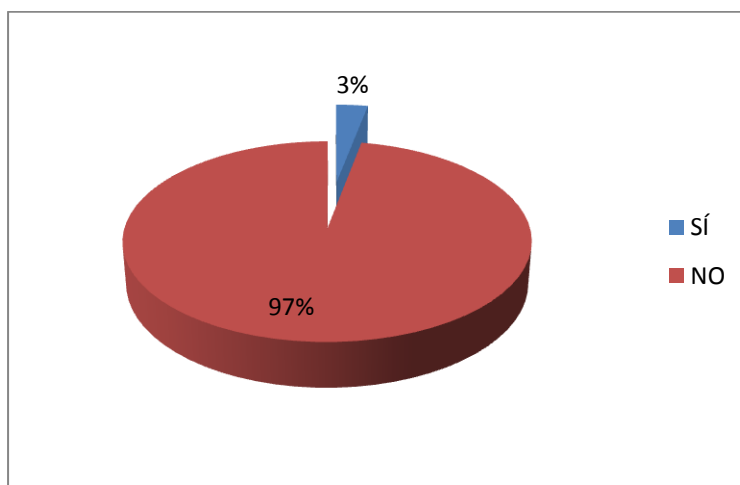
Algunos podrían decir que el Comercio Justo es solo un nicho de mercado, la falta de conocimiento por parte de los consumidores o simplemente la situación económica de estos, produce que las ventas no sean tan exitosas como se deseara, ya que son pocos los clientes que están dispuestos a pagar un sobreprecio para colaborar con los productores y el ambiente. A esto hay que sumarle la aplicación por parte de

algunos países de barreras arancelarias o cuotas para proteger a sus productores locales.

Actualmente existe una amenaza latente, ya que cada vez aparecen grandes compañías que ofrecen sus productos a un precio inferior, sin importar la calidad del mismo o si las prácticas de producción son las más adecuadas, lo que ha generado que algunas de las organizaciones certificadas vayan perdiendo cuota de mercado.

4.1.1 Opinión del consumidor sobre el Comercio Justo

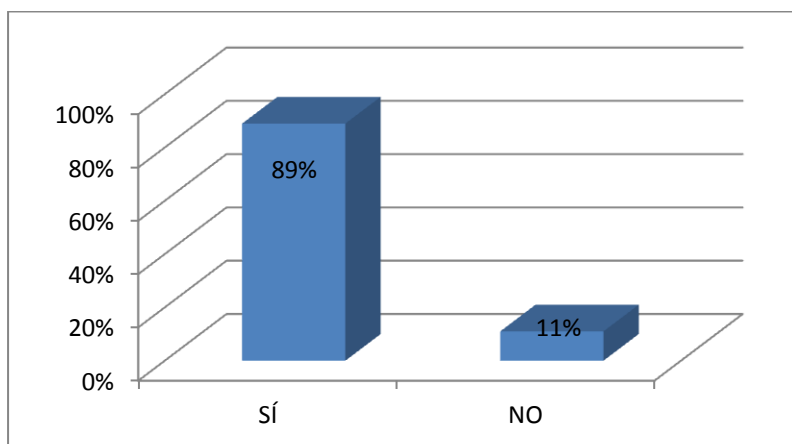
Gráfico 1: Conocimiento sobre el modelo de Comercio Justo por parte del consumidor.



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta aplicada.

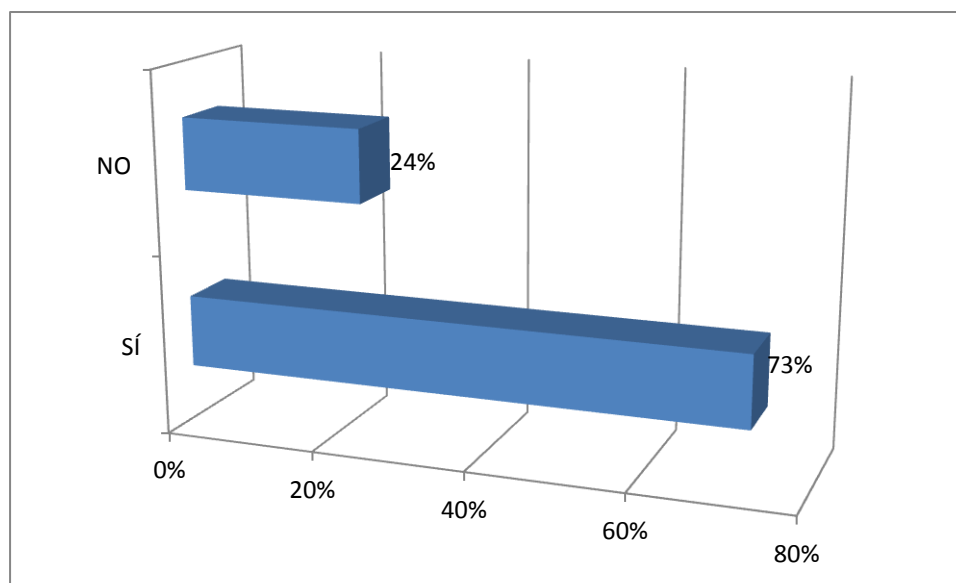
Tal como se ha indicado en la teoría la muestra se calculó para una población desconocida, arrojando una cantidad de 96 personas a encuestar.

Según los resultados de la encuesta, el 97% de los encuestados no conoce el modelo de Comercio Justo.

Gráfico 2: Percepción de los encuestados respecto al pago de un precio justo

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta aplicada.

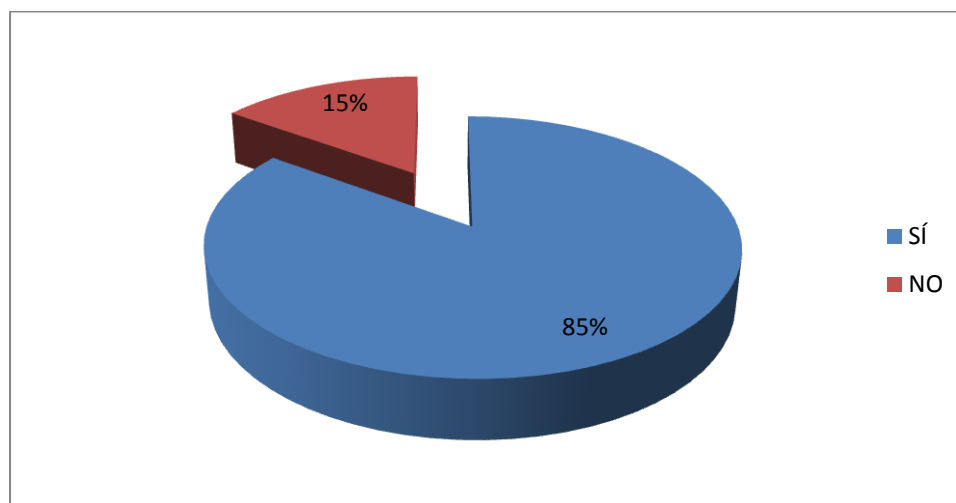
Al consultar a los entrevistados si consideraban que era importante que los productores agrícolas recibieran un precio justo por sus productos el 89% indicó que sí, mientras el 11% restante piensa que no tiene importancia.

Gráfico 3: Disposición de los encuestados de pagar un sobre precio.

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta aplicada.

La gráfica muestra que a pesar de que existe un alto porcentaje de personas que consideran importante que los productores reciban un pago justo, solamente un 73% estaría dispuesto a pagar un sobre precio por esos productos.

Gráfico 4: Percepción de los encuestados respecto del desarrollo sostenible.



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta aplicada.

El 85% de los encuestados afirma que es importante que el desarrollo del sector agrícola sea sostenible, mientras que un 15% no le da importancia a este aspecto.

Es necesario aceptar que es creciente la conciencia sobre la importancia de cuidar el medio ambiente, y debe procurarse el uso sostenible de la tierra.

4.2 ANÁLISIS HORIZONTAL Y VERTICAL

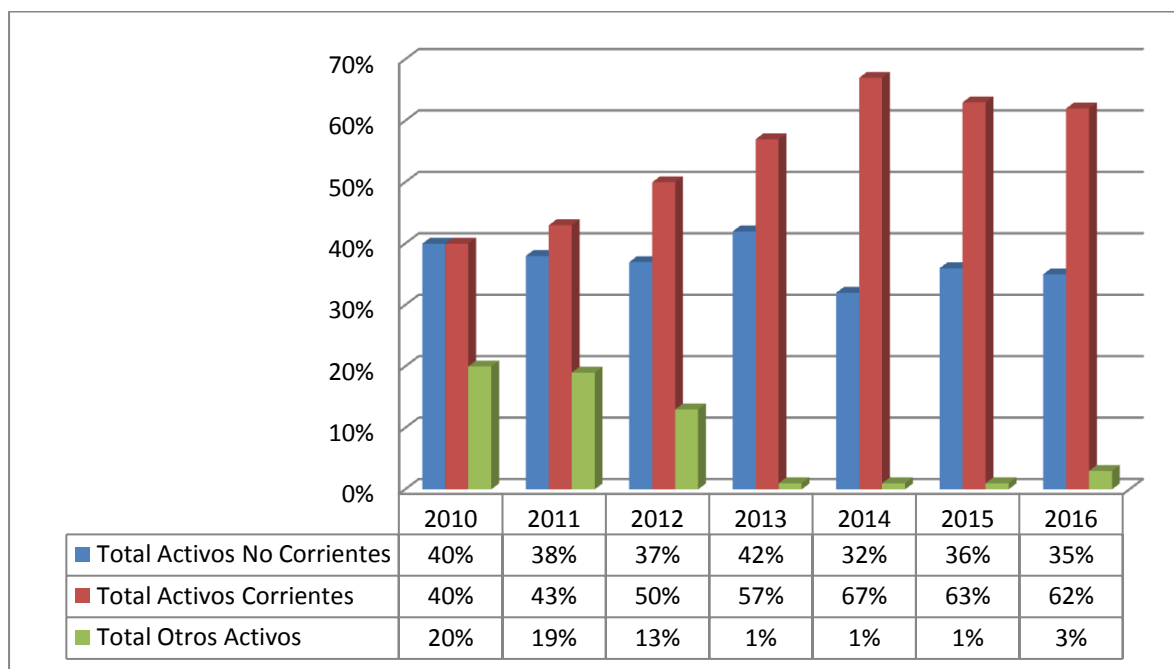
Para el análisis de la estructura vertical y horizontal se examinan las cuentas del Balance General de Coopecañera, R.L., del periodo comprendido del 2010 al 2016.

4.2.1 Riesgo de liquidez (Análisis Vertical)

Estructura del activo

La estructura del activo se divide en activo corriente, activo no corriente y otros activos para su análisis.

Gráfico 5: Estructura del Activo Total



Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera, R.L.

El gráfico anterior muestra la estructura del activo total de la cooperativa, como puede observarse los activos no corrientes muestran una tendencia decreciente, para el periodo en estudio, la cuenta más representativa es la de Maquinaria y Equipo, la cual para el periodo 2010 al 2013 representó más del 50% del total de activos no corrientes, en el 2014 al 2016 presentó una disminución del 5%, lo anterior se justifica por la naturaleza de la cooperativa, la cual es de producción.

En cuanto a los activos corrientes, el dato histórico muestra que la tendencia durante el periodo 2010-2014 fue una creciente positiva, y su punto más alto se localiza en el 2014, en razón de un incremento de la cuenta Depósitos a favor, para el periodo 2015-2016 la variación interanual de esta cuenta fue de un 1%. La cuenta Varios deudores, posee el segundo rubro más alto dentro del Activo total y la misma tuvo un comportamiento estable durante el periodo analizado.

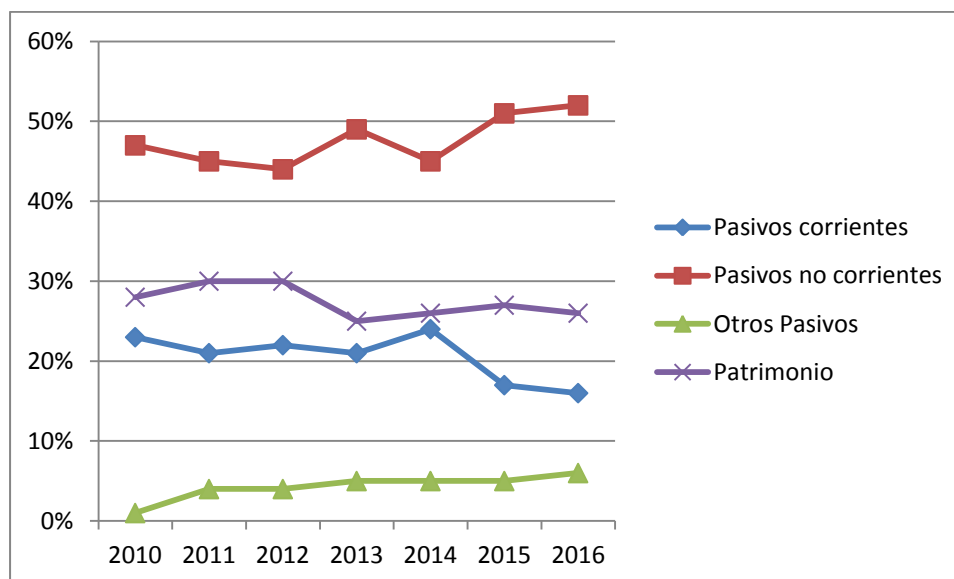
Para el periodo 2013 al 2016 los activos denominados “otros activos” presentan una disminución, debido a que las cuentas de Suscripción de Capital por cobrar, Obras en construcción y Préstamos sobre la caña no reflejan movimientos para este periodo.

4.2.2 Riesgo de Crédito (Análisis Vertical)

Estructura del pasivo y patrimonio

La estructura del pasivo y patrimonio analiza las siguientes cuentas:

Gráfico 6: Estructura del pasivo + patrimonio



Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera, R.L.

Como se puede observar en el gráfico, el mayor valor es representado por los pasivos no corrientes, alcanzando un valor de hasta un 52% en el año 2016, frente al Patrimonio el cual tuvo un valor máximo del 30% para los años 2011 y 2012.

Pasivo Corriente

El pasivo corriente está integrado por las cuentas de acreedores, efectos a pagar a corto plazo, cargas sociales por pagar, provisiones y retenciones a empleados por pagar, en

donde las cuentas de acreedores y efectos por pagar a corto plazo son las que tienen mayor peso dentro de la estructura.

Cuadro 3 Composición del pasivo corriente

Pasivos corrientes	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Varios Acreedores	48%	23%	36%	43%	32%	39%	37%
Efectos a pagar a corto plazo	30%	53%	64%	42%	16%	26%	61%
Cargas sociales por pagar	1%	-	-	-	-	1%	-
Provisiones	21%	24%	-	15%	52%	34%	-
Retenciones a empleados por pagar	-	-	-	-	-	-	2%

Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por Coopecañera R.L

Se destaca de la composición de los pasivos corrientes, que el elemento de más peso son los Efectos a pagar a corto plazo, el cuál presentó un incremento en los periodos 2012 y 2013, para luego descender hasta alcanzar en el 2014 un 16% del valor total de la estructura para ese periodo, posteriormente presenta un nuevo incremento hasta ubicarse en un 61% a la última fecha.

Pasivo No corriente

Está conformado por la cuenta efectos por pagar a largo plazo, misma que durante todo el periodo en estudio se ha mantenido por encima del 61% de la composición total de los pasivos más el patrimonio.

Cuadro 4 Composición del Pasivo No Corriente

Período	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Valor	363.373.409,90	377.147.914,98	349.269.328,34	330.850.874,60	310.958.944,36	293.071.023,52	291.579.076,33
%	66%	65%	62%	66%	61%	70%	71%

Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por Coopecañera, R.L.

Patrimonio

El patrimonio está integrado por las cuentas de Capital Social Cooperativo, suscripción capital social, donaciones especiales de capital, utilidad o pérdida acumulada, reserva legal, reserva de bienestar social, reserva educación cooperativa, excedente o pérdida acumulada y excedente del período.

Cuadro 5 Composición del Patrimonio

Patrimonio	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Capital Social Cooperativo	32%	39%	38%	60%	80%	90%	94%
Donaciones especiales capital	53%	41%	37%				
Utilidad o pérdida acumulada	6%	6%	6%	9%	8%	9%	10%
Reserva Legal	3%	5%	9%	17%	4%	5%	
Reserva Bienestar Social	2%	2%	2%	4%	3%	4%	4%
Reserva Educación Cooperativa	2%	2%	2%	3%	3%	3%	3%
Excedente o pérdida acumulada	1%	1%	2%	3%		3%	
Excedente del período	3%	4%	3%	4%	2%	-14%	-11%

Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por Coopecañera R.L.

El Capital Social es la cuenta más representativa de la estructura vertical del Patrimonio, ha mostrado una tendencia creciente, se ubicó en un valor superior a los ¢140 000 0000 (90%) para el 2015, presentando una disminución en su valor absoluto en el 2016; no obstante, para este periodo representó el 94% del total de la estructura.

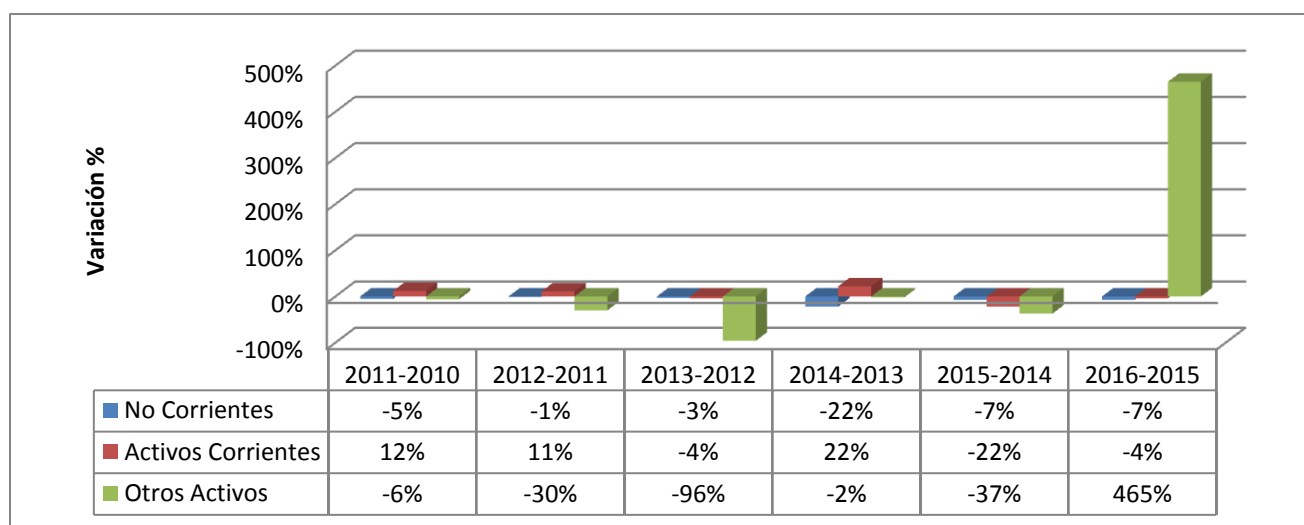
La cuenta Excedentes del periodo presentó disminuciones considerables en el 2015 (-14%) y 2016 (-11%), lo cual obedece a la baja en las exportaciones de la cooperativa.

4.2.3 Riesgo de liquidez (Análisis Horizontal)

El análisis de estructura horizontal se aplicará a los balances generales de Coopecañera, R.L., del periodo 2010 al 2016.

Activos

Gráfico 7: Tendencia de crecimiento o disminución de los activos



Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por Coopecañera R.L

Activos No Corrientes

Como se puede observar en el gráfico anterior, los Activos No Corrientes muestran una tendencia a la baja, la disminución más representativa corresponde al periodo 2014 dado que la cuenta de maquinaria presentó una disminución de ¢108 122 493,82 respecto al año 2013.

Activos Corrientes

Durante los periodos 2011 y 2012 la tendencia fue creciente, en el 2013 se reflejó una reducción del 4% respecto del 2012, lo cual obedece a una disminución de ¢6 493 026,36 del disponible en bancos y de ¢21 289 785,47 de las cuentas por cobrar.

Para el período 2014 se refleja un aumento del 22%, por el incremento de ¢116 000 000,00 en las inversiones respecto al 2013, adicionalmente el inventario se contabilizó en ¢8 940 873,15. Para el 2015 las inversiones disminuyeron, así como las cuentas por cobrar.

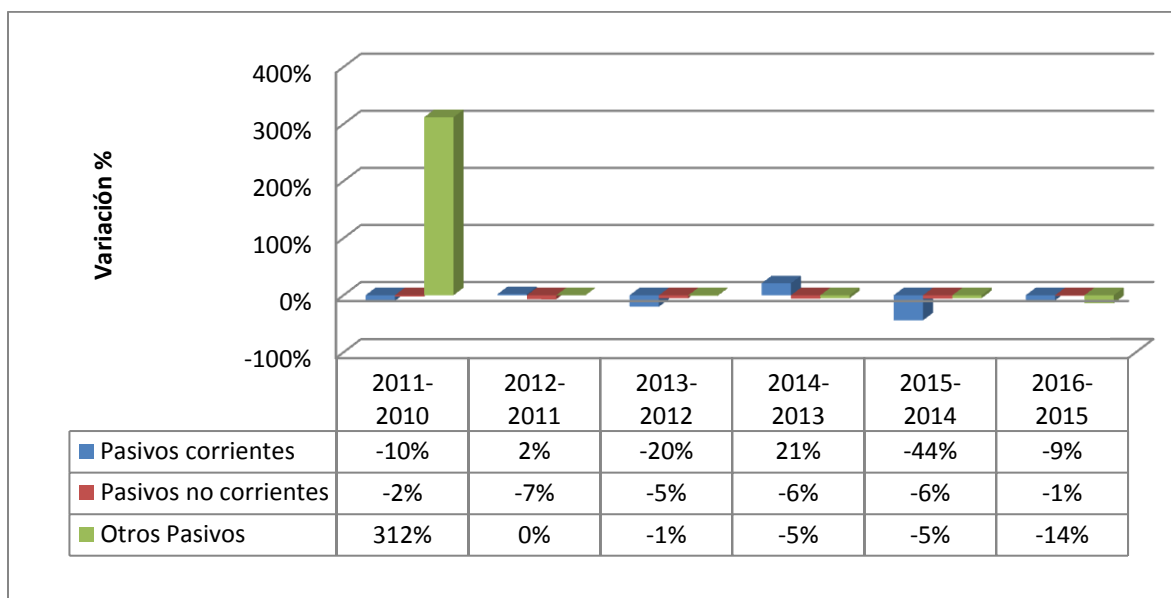
Otros activos

Como se observa en el gráfico, la partica Otros Activos presenta una tendencia decreciente, debido a disminuciones en las cuentas de Suscripción de capital por cobrar, cargos diferidos y préstamos sobre la caña. No obstante lo anterior, en el 2016 se presentó un incremento significativo debido a que la cuenta cargos diferidos aumentó ¢15 018 960,05 respecto al período 2015.

4.2.4 Riesgo de Crédito (Análisis Horizontal)

Pasivos

Gráfico 8: Tendencia de crecimiento o disminución de los pasivos



Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por Coopecañera R.L

Pasivos corrientes

La cuenta Efectos por pagar a corto plazo presentó una disminución de ₡53 857 215,15 para el periodo 2013, lo que representa un 48% menos que en el 2012. Para el 2014 y 2015 presenta disminuciones del 54 y 9%, respectivamente, pero para el 2016 presenta un incremento del 116%, lo cual llama la atención dado que las exportaciones disminuyeron considerablemente para ese periodo.

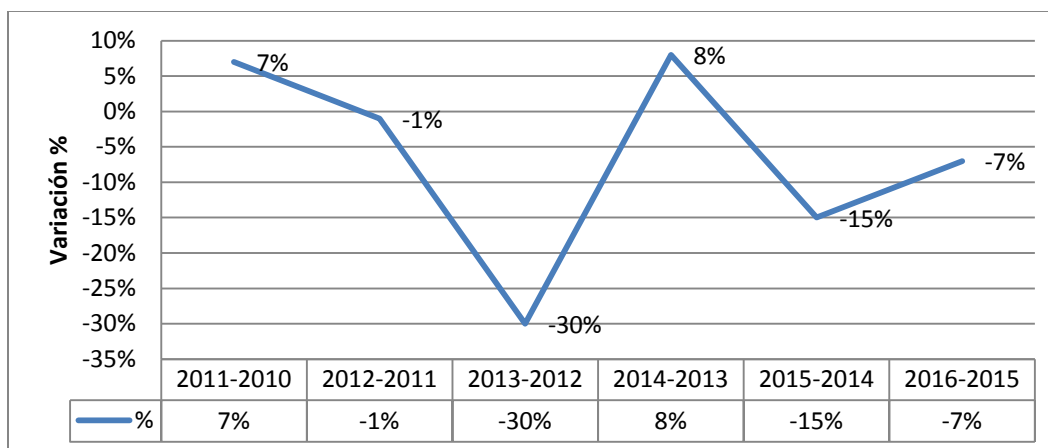
Por su parte, las Provisiones presentaron un incremento en el periodo 2014 de ¢67 000 000,00, para el 2015 disminuyó un 63% y en el 2016 esta cuenta se contabilizó en cero.

Pasivos no corrientes

Los pasivos no corrientes corresponden a la cuenta Efectos por pagar a largo plazo, la misma está conformada por un Fideicomiso con Infocoop y Capital Social por pagar, presenta una tendencia decreciente durante todo el periodo en estudio, lo cual indica que la cooperativa no está incrementando su endeudamiento a largo plazo.

Patrimonio

Gráfico 9: Tendencia de crecimiento o disminución del patrimonio



Fuente: Elaboración propia con base en la información suministrada por Coopecañera, R.L.

Para el año 2011 se refleja un incremento de ¢23 648 611,65 en el Capital Social frente al 2010, correspondiente a aporte de asociados sobre entregas de caña y capitalización sobre las ventas de Comercio Justo.

La variación del 2012 fue de un 1% respecto al 2011, presentando una disminución de ¢ 18 880 220,19 correspondiente a la aplicación de pérdidas de periodos anteriores.

En el 2013, se presenta una reducción del 30% del patrimonio, por un retiro en la suscripción de capital por ¢90 900 000,00. Para el 2014 se refleja un incremento el 8% correspondiente a la aplicación de excedentes de periodos anteriores.

Para el año 2015 varios asociados renunciaron, lo cual se tradujo en una disminución de ¢15 875 635,51 del Capital Social Cooperativo, adicionalmente se registra una disminución de las utilidades producto de la baja en las ventas de Comercio Justo, generando una reducción del 15% del patrimonio frente al año 2014.

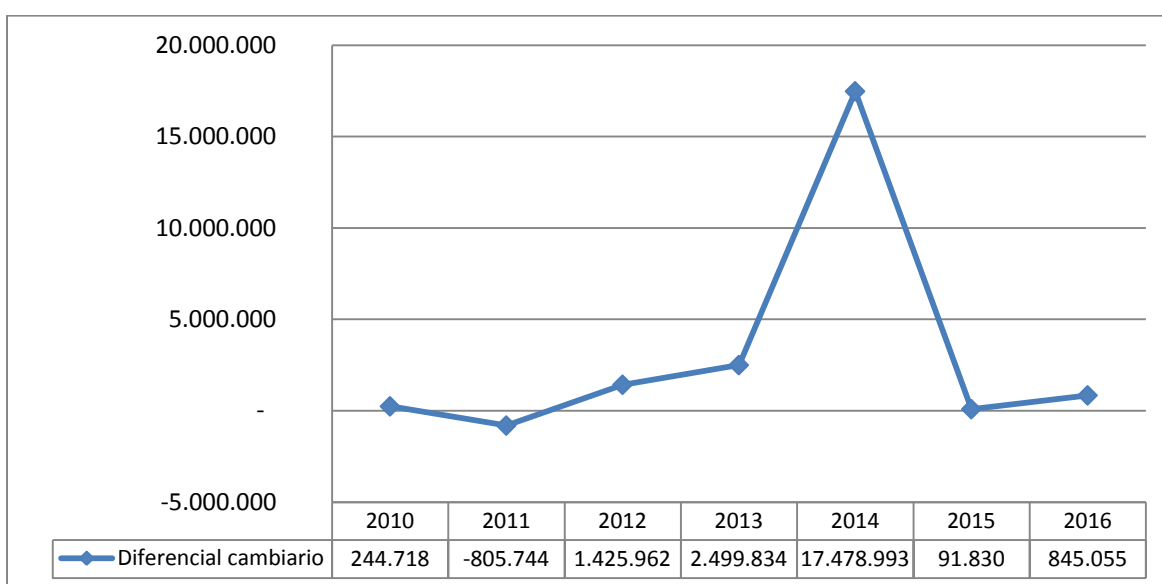
En el 2016 las ventas de Comercio Justo se incrementaron en casi ¢98 000 000, por tanto, las utilidades generadas permitieron que la disminución del patrimonio no fuera tan notoria como en el año 2015.

4.2.5 Riesgo por diferencial cambiario

Las ganancias o pérdidas por diferencial cambiario son meramente contables, en este sentido no se pueden valorar por si solas para medir la solidez de una organización.

En el caso de Coopecañera, recibe divisas por concepto de las exportaciones que realiza, por tanto, un cambio abrupto en el tipo de cambio del dólar podría afectar sus ingresos.

Gráfico 10: Ingresos o pérdidas por diferencial cambiario.



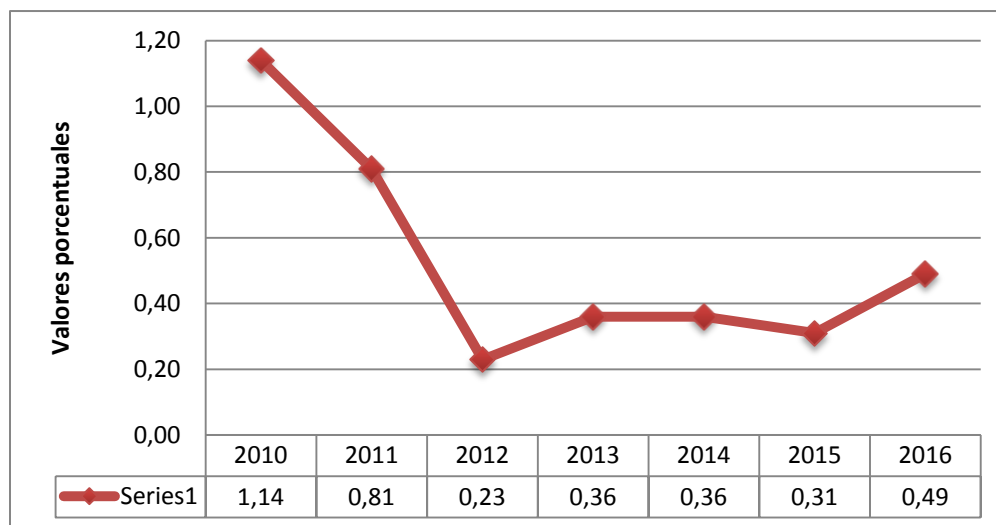
Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera R.L

En el 2014 se presenta un incremento considerable en los ingresos por diferencial cambiario, no obstante, la rentabilidad que obtuvo la cooperativa en ese mismo periodo disminuyó un 50% respecto al año 2013. Para el 2015 y 2016 no tuvo pérdidas por el tipo de cambio, pero si reportó efectos negativos en la rentabilidad.

4.3 INDICADORES FINANCIEROS

4.3.1 Ratio de liquidez inmediata

Gráfico 11: Índice de Liquidez Inmediata



Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera R.L.

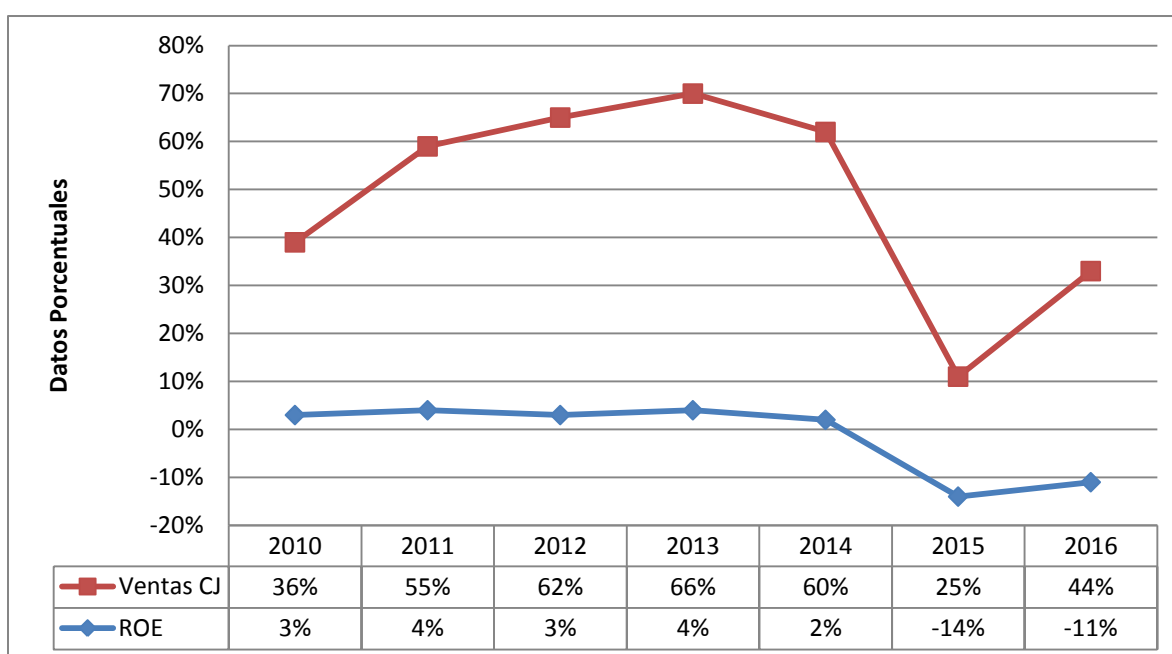
El ratio de liquidez inmediata lo que refleja es la capacidad de la cooperativa para hacer frente a las deudas a corto plazo con los activos líquidos que posee. Según la literatura el valor medio óptimo para este ratio es de 0,3. Como puede observarse en la gráfica Coopecañera, R.L., muestra un índice histórico de liquidez por encima de lo requerido, excepto en el año 2012, el cual fue de 0,23.

En el año 2010 se presenta el índice más alto, existiendo un disponible de ¢172 859 839,87 en la cuenta de bancos, lo que refleja un exceso de activos líquidos, que podrían haberse invertido para obtener mayor rentabilidad. A partir del 2011 el índice decrece para experimentar de nuevo un alza en el 2016, cerrando el periodo de estudio en 0,49.

4.3.2 Rentabilidad (ROE)

Con el fin de analizar el aporte de las ventas realizadas por la cooperativa bajo el sello de Comercio Justo a la rentabilidad, se correlacionaron estos dos indicadores, obteniendo los siguientes resultados:

Gráfico 12: ROE versus Ventas de Comercio Justo



Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera, R.L.

La gráfica muestra el histórico de rentabilidad que ha obtenido la cooperativa desde el año 2010 al 2016, se muestra una tendencia casi estática hasta el año 2013, luego decrece en un 50% para el 2014, cerrando con pérdidas para los periodos 2015-2016, lo cual está directamente relacionado con la disminución en las ventas de Comercio Justo.

4.3.3 Razón Corriente

Cuadro 6: Cálculo de la razón corriente

Periodo	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Activo corrientes	322.499.958	359.770.368	398.415.789	383.440.447	466.656.505	362.322.612	348.258.667
Pasivos corrientes	150.984.194	132.712.714	176.741.838	120.926.941	82.458.495	95.555.829	87.382.721
Razón corriente	2,14	2,71	2,25	3,17	5,66	3,79	3,99

Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera R.L

Con base en la información de los estados financieros se ha determinado que la razón corriente se ha mantenido por encima de lo recomendado (relación 1:1 respecto de los pasivos).

Durante el año 2014 el índice de razón corriente fue de 5,66, lo cual obedece a los ingresos por diferencial cambiario en ese periodo; sin embargo, la rentabilidad se redujo producto de la disminución en las ventas.

4.3.4 Prueba ácida

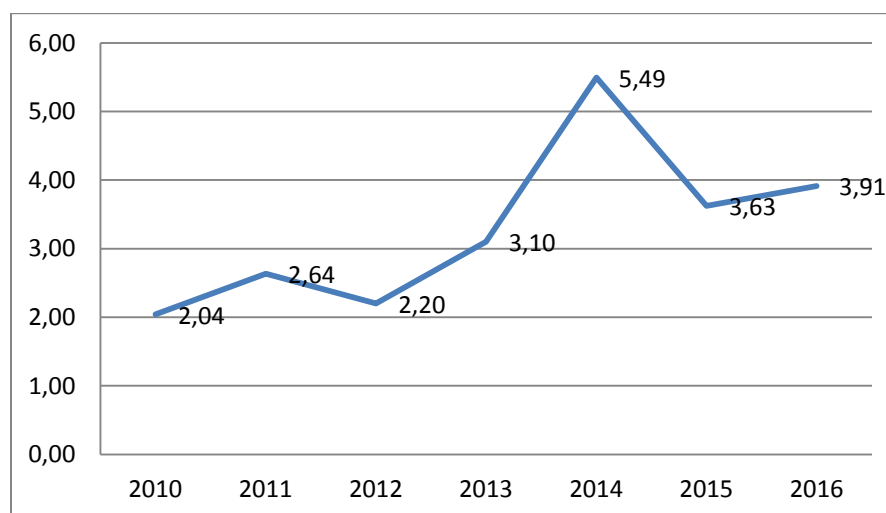
Cuadro 7: Cálculo de prueba ácida, periodo 2010-2016

Periodo	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Activo corrientes	322.499.958	359.770.368	398.415.789	383.440.447	466.656.505	362.322.612	348.258.667
Inventarios	14.346.225	10.005.190	9.273.262	8.202.030	13.735.053	15.887.412	6.449.335
Pasivos corrientes	150.984.194	132.712.714	176.741.838	120.926.941	82.458.495	95.555.829	87.382.721
Razón corriente	2,04	2,64	2,20	3,10	5,49	3,63	3,91

Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera, R.L.

La prueba ácida muestra una tendencia creciente durante el periodo estudiado, alcanzando su mayor valor en el 2014, en el 2015 se presenta un deterioro en el índice producto de la disminución de las exportaciones. En el Gráfico N° 8 se muestra el detalle de los resultados obtenidos:

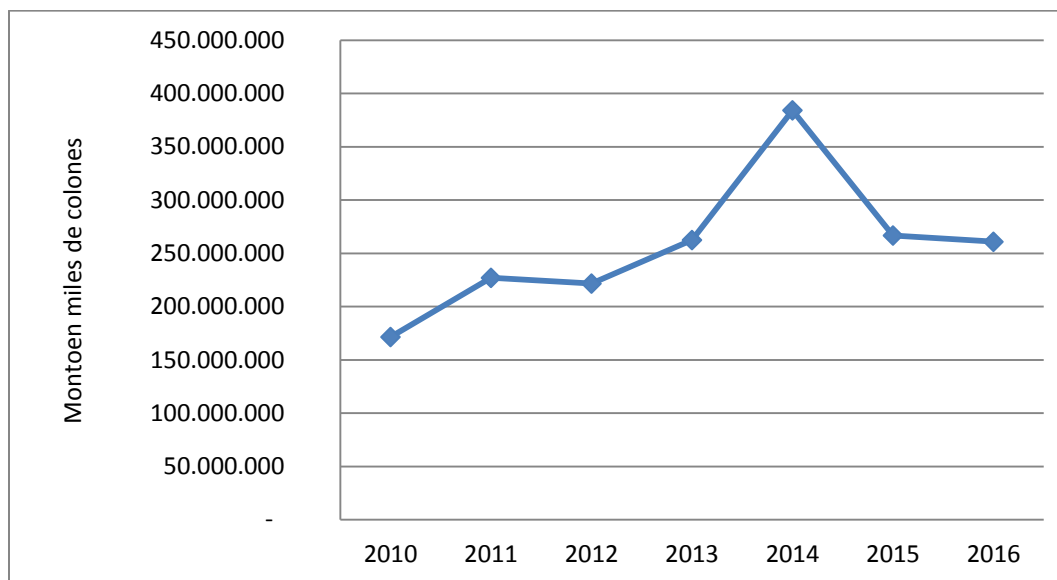
Gráfico 13: Prueba ácida



Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera R.L.

4.3.5 Capital de trabajo

Gráfico 14: Capital de trabajo 2010-2016



Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera R.L

El capital de trabajo positivo indica que la cooperativa tiene la capacidad para cubrir sus obligaciones corrientes con sus activos corrientes, quedando aún con liquidez para afrontar erogaciones imprevistas. El capital de trabajo presenta una tendencia creciente del 2010 al 2014, en el 2015 disminuye en ¢ 117 431 227,00 con respecto al anterior debido a la disminución en las exportaciones de Comercio Justo.

Si se mantiene un buen capital de trabajo, esto permite cumplir con todas las obligaciones a corto plazo, disminuyendo el riesgo de iliquidez.

4.3.6 Razón de endeudamiento.

Cuadro 8 Comportamiento de la razón de endeudamiento

Periodo	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Activo total	816.206.130	829.183.518	802.824.838	674.173.362	695.207.619	573.421.794	557.579.679
Pasivo total	585.466.379	583.307.989	559.292.491	505.062.422	512.169.592	418.352.311	412.544.404
Razón de endeudamiento	0,72	0,70	0,70	0,75	0,74	0,73	0,74

Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera, R.L.

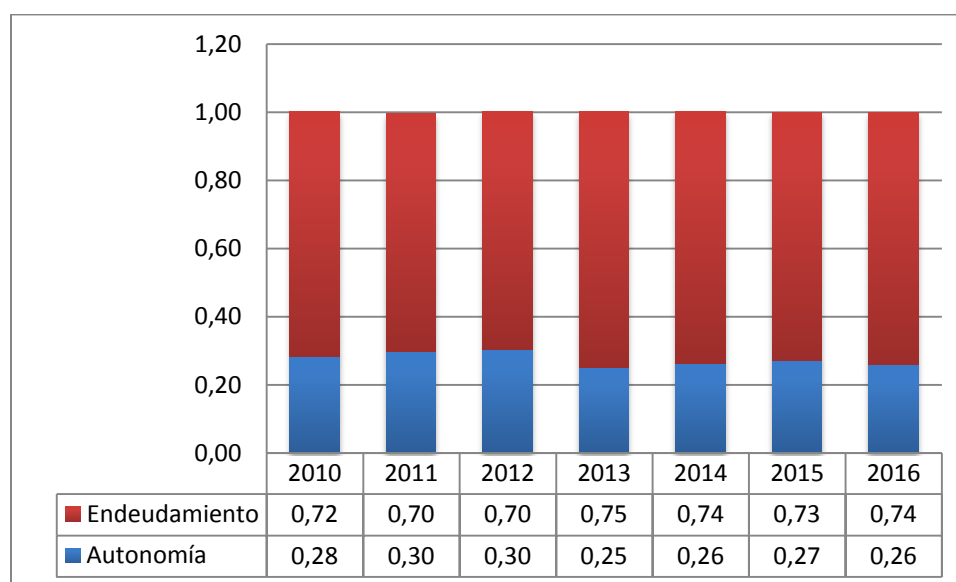
La razón de endeudamiento no presenta cambios significativos durante el periodo de estudio, no obstante, se considera que la misma es bastante alta, lo cual quiere decir que la cooperativa se desarrolla mayormente con capital ajeno y que posee un alto grado de dependencia financiera con acreedores.

Sus activos totales han sido financiados en un 72% como promedio del periodo analizado. Este resultado podría significar para la cooperativa dificultades en la consecución de más financiamiento o problemas de liquidez, sobre todo, tomando en consideración que su principal ingreso son las ventas de Comercio Justo, mismas que se han visto mermadas en los últimos años.

4.3.7 Razón de autonomía

Tal como se indicó en la teoría, esta razón es complementaria al ratio de endeudamiento y juntas deben sumar 1, en el siguiente gráfico se muestran los valores obtenidos:

Gráfico 15: Razón de Autonomía más endeudamiento



Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera R.L

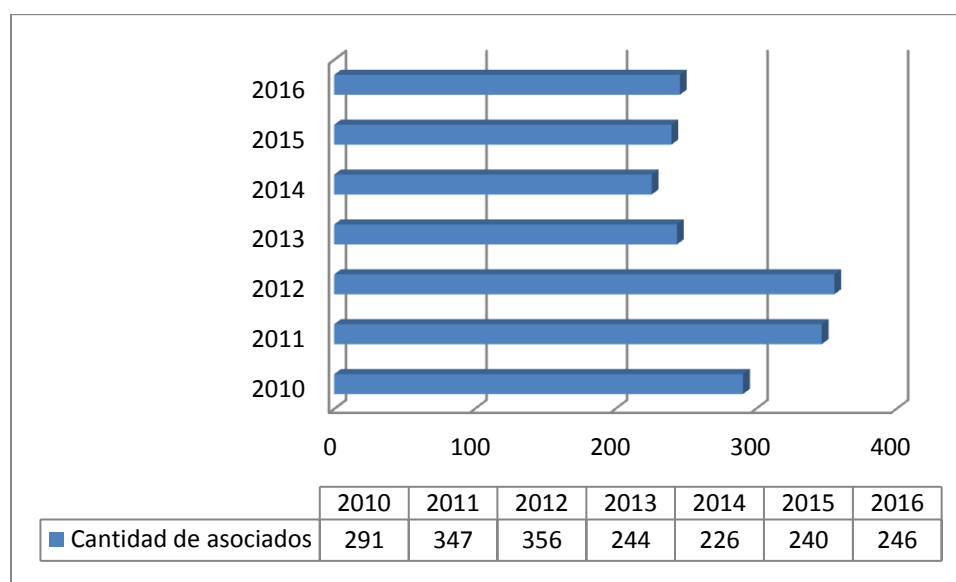
La posibilidad de la cooperativa de financiarse con capital propio muestra una tendencia a la baja, en los años 2011 y 2012 presenta los índices más altos (30%), sin embargo, a partir del 2013 comienza a disminuir, lo cual obedece a una disminución del Patrimonio producto del retiro de la suscripción de capital por un monto superior a los €90.000.000,00 y para el 2016 la capacidad de autofinanciamiento se reduce al 26%.

4.4 IMPACTO SOCIAL Y FINANCIERO

4.4.1 Apertura cooperativa

Los productores se asocian a la cooperativa de forma voluntaria, son personas dispuestas a utilizar sus servicios y a aceptar las responsabilidades que conlleva estar bajo la certificación de Comercio Justo. En el siguiente gráfico se muestra la distribución de asociados por año:

Gráfico 16: Cantidad de asociados, periodo 2010-2016

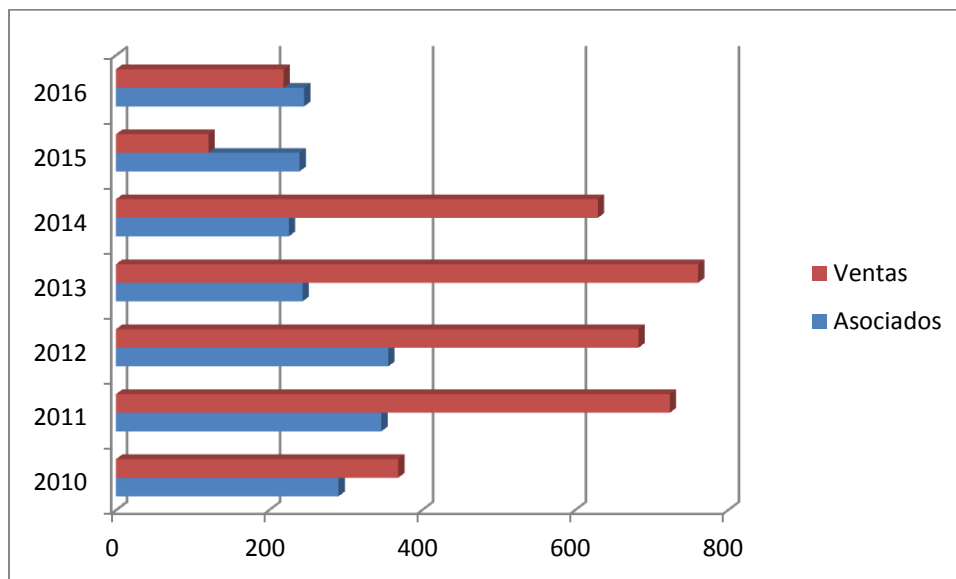


Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera, R.L.

Es fácilmente observable como durante el periodo de estudio, los años 2011 y 2012 representan la mayor cantidad de asociados, no obstante, la cooperativa sufrió una disminución de su base asociada a partir del 2013, para mostrar un reapeunte en el 2016, aumentando levemente la cantidad de asociados.

Al realizar una correlación entre la cantidad de asociados y las ventas de Comercio Justo por cada periodo, se determina que existe cierta influencia entre ambas variables, tal como se muestra a continuación:

Gráfico 17: Correlación entre cantidad de asociados y ventas de Comercio Justo.



Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera, R.L.

Como se observa en la gráfica, en el 2012 se presentó una disminución en las ventas que repercutió en una merma de la base asociada para el año siguiente, sin embargo, en el 2013 se incrementaron los ingresos por Comercio Justo y la cantidad de asociados se mantuvo similar respecto al año 2012.

Durante el 2015 y 2016 se presenta un comportamiento atípico respecto al periodo estudiado, ya que las ventas descendieron, pero la cantidad de asociados se mantuvo estable, esto podría estar relacionado directamente con que en el 2014 se percibieron ingresos por concepto de ganancias por diferencial cambiario.

4.4.2 Salida voluntaria

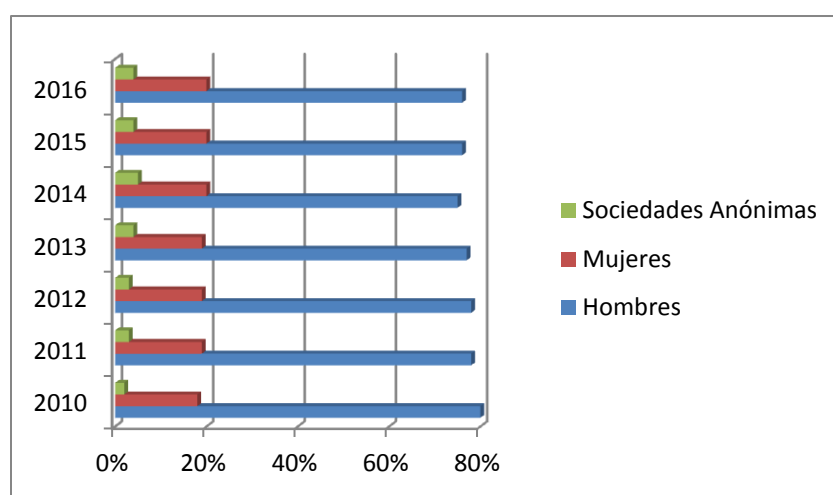
En el momento que los productores así lo consideren pueden darse de baja. Dentro de los motivos o las causas de las bajas, pueden citarse:

1. Muerte de los asociados.
2. Edad avanzada del asociado que no le permite continuar realizando las labores de campo y poco interés de sus generaciones en continuar con esta actividad.
3. Existen muchos trapiches en la zona que les pagan de contado y no exigen los estándares de calidad que requiere el Comercio Justo.
4. Disminución en las utilidades producto de la baja en las ventas de Comercio Justo.

4.4.3 No discriminación

Este es uno de los principios del Comercio Justo, se pretende la equidad sin hacer distinciones por género, actualmente en la cooperativa en promedio el 19% de los productores son mujeres.

Gráfico 18: Asociados por género 2010-2016

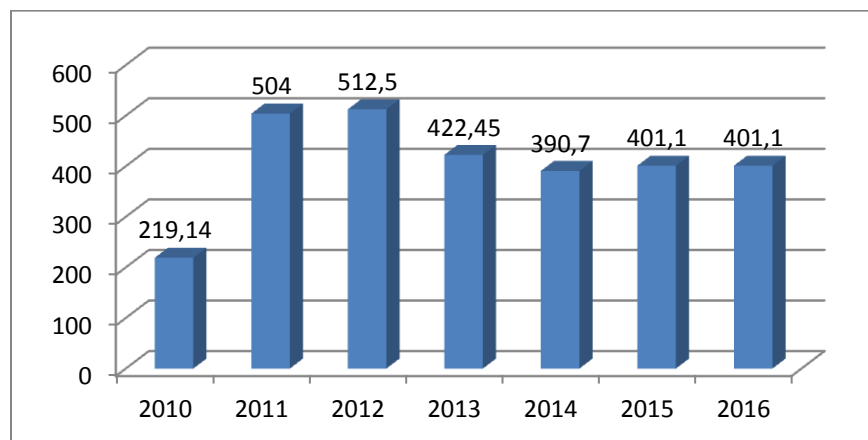


Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera, R.L.

Se observa que el porcentaje de participación de las mujeres es visiblemente bajo y está prácticamente estancado desde el año 2010, aspecto relacionado con que el trabajo agrícola generalmente demanda mucho esfuerzo físico, por lo que habitualmente es realizado por varones. Además, por la estructura productiva, la mayor cantidad de propietarios de las tierras destinadas para la siembra son varones.

4.4.4 Cantidad de hectáreas

Gráfico 19. Área de terreno sembrado



Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera R.L.

Durante el 2011 y 2012 se contaba con más de 500 hectáreas para la siembra de caña, a partir del 2013 se denota una disminución de la cantidad de terreno disponible, cerrando el 2016 con 401,1 hectáreas en total para todos los asociados.

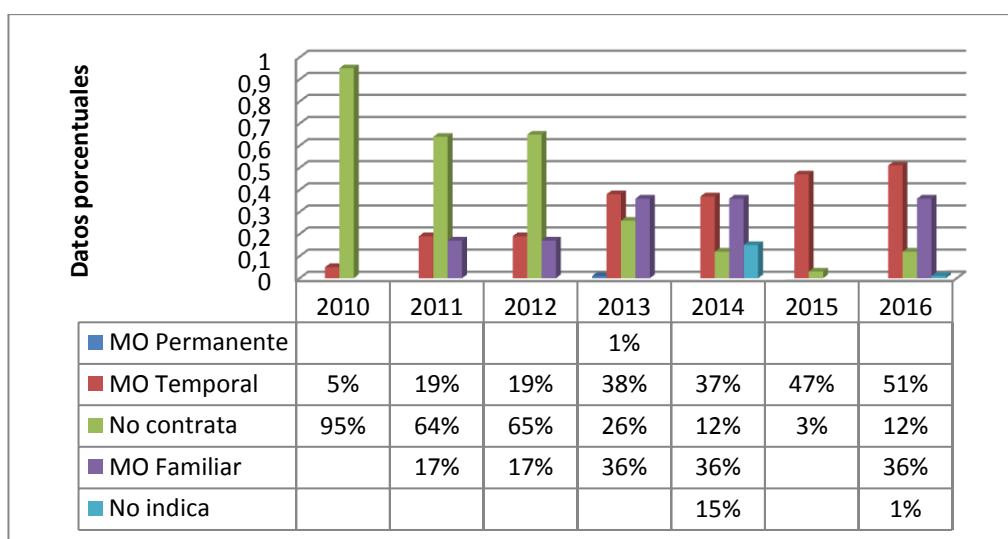
4.4.5 Generación de empleo

La generación de empleo en una economía como la de Costa Rica es una necesidad de primer orden, el desempleo abierto tiene que resolverse por medio del impulso al sector productivo agrícola e industrial, prioritariamente. Esto es así, porque los grupos menos calificados son los que actualmente no encuentran oportunidades de inserción en la dinámica del mercado de trabajo.

De la información obtenida de la cooperativa, se determina que un 47% de los productores producen menos de 100 toneladas al año, un 5% menos de 200 toneladas y un 6% más de esa cantidad, estos datos permiten ponderar que Coopecañera, R.L., es una cooperativa de pequeños productores, los cuales pueden ubicarse dentro de la población vulnerable en nuestro país.

En el Gráfico N°11 se muestra la distribución del tipo de mano de obra utilizada por periodo:

Gráfico 20: Contratación de mano de obra por periodo



Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera, R.L.

Del 2013 al 2016 el 36% de los productores realizaron su actividad agrícola utilizando mano de obra familiar, se puede observar que en los últimos 4 años ha incrementado la contratación de mano de obra temporal durante el periodo de la zafra, para el 2016 el 51% de los productores contrató personal temporal, mientras que un 12% no contrata.

Además, la masa salarial generada por el sobre precio que se recibe a través del Comercio Justo, impacta el nivel de ingreso de las familias que en otras condiciones de comercio convencional normalmente reciben el pago mínimo por sus productos o inclusive ni siquiera pueden participar en el mercado. De esta forma, al obtener mayores ingresos se pueden generar más fuentes de empleo en la zona.

4.4.6 Participación de los miembros

Cuadro 9: Porcentaje de participación en asambleas

Fecha	Cantidad de asociados	Asistentes	% de participación
17/07/2010	291	140	48%
11/12/2010	291	155	53%
16/07/2011	347	145	50%
10/12/2011	347	139	48%
14/07/2012	356	120	41%
15/12/2012	356	101	35%
13/07/2013	244	105	36%
14/12/2013	244	113	39%
12/07/2014	226	90	31%
13/12/2014	226	82	28%
11/07/2015	240	62	21%
12/12/2015	240	77	26%
16/07/2015	246	65	22%

Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera, R.L.

Como puede observarse en el cuadro anterior, Coopecañera tiene una baja participación en asambleas por parte de sus asociados, en promedio la asistencia fue de un 37% durante el periodo en estudio.

4.4.7 Educación, entrenamiento e información

Según la información suministrada por la gerencia de la cooperativa, durante el periodo del 2010 al 2016, se han realizado al menos cuatro capacitaciones directas con los asociados, en promedio la participación es de 40 productores por actividad.

Los temas a tratar son:

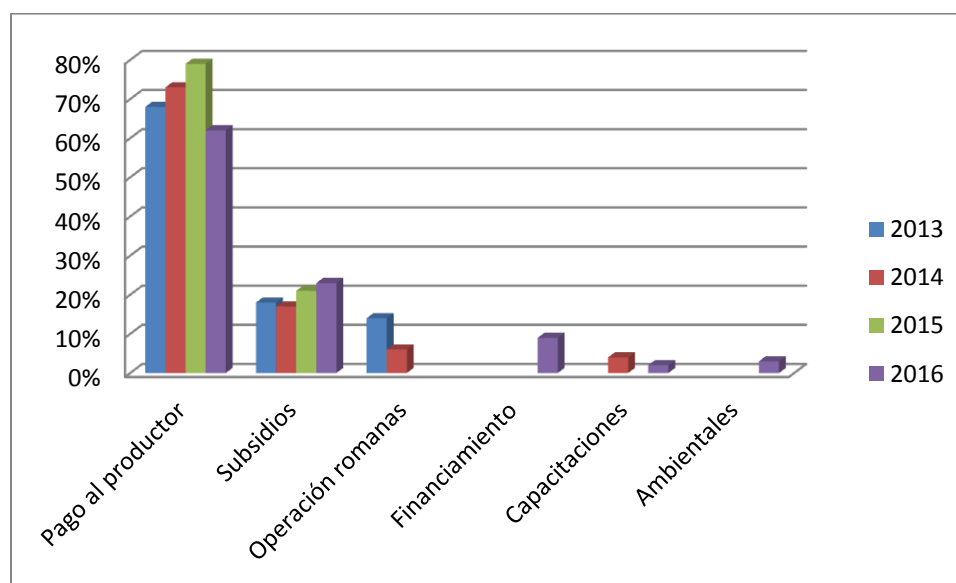
- ✓ Buenas prácticas agrícolas.
- ✓ Conservación de aguas y suelos.
- ✓ Aplicación correcta de agroquímicos y uso de equipos de protección.
- ✓ Trabajo infantil.
- ✓ Igualdad de género.
- ✓ Doctrina cooperativa.
- ✓ Normativa de Comercio Justo.
- ✓ Variedades de caña de azúcar.

4.4.8 Premio Comercio Justo

Tal como se mencionó en la teoría, cada año se recibe un premio extra al pago de la caña de azúcar, de acuerdo con la cantidad de toneladas entregadas.

Según manifiesta la gerente de la cooperativa: *“Antes del 2011 el premio de Comercio Justo se utilizaba únicamente para pagar los costos de mantenimiento del ingenio, una vez que decidieron dejar de procesar y se realizó el convenio con el ingenio Costa Rica, ese beneficio del premio se empezó a trasladar a los productores.”*(Entrevista personal con Karen Rodríguez, gerente de Coopecañera, llevada a cabo el 10-06-2016)

Gráfico 21: Distribución del premio de Comercio Justo



Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera, R.L.

La gráfica revela que a partir del 2013 la mayor proporción del premio se paga al productor directamente, en promedio un 20% es destinado a subsidios para fletes u operación de las romanas, también se brinda financiamiento en condiciones favorables para los productores y se invierte en programas de capacitación y ambientales, lo cual le ayuda a los asociados a mejorar sus prácticas productivas.

Con el fin de conocer la opinión de los productores respecto a este premio, se llevó a cabo varias entrevistas tanto a productores asociados a Coopecañera, R.L., como de otras organizaciones certificadas:

✓ **Entrevistado 1**

Las capacitaciones que nos brinda la cooperativa nos han ayudado mucho, ya que la mayoría de nosotros no tiene estudios, lo que sabemos lo aprendimos de nuestros padres, pero los tiempos han cambiado y la forma de hacer las cosas hoy en día es muy diferente.

Nos han enseñado como utilizar de manera adecuada los herbicidas y abonos, como curar la tierra y, de esta forma, hemos logrado seguir produciendo.

Además, en mi caso yo he podido seguir produciendo gracias a los préstamos que me ha dado la cooperativa, de no ser así no habría tenido los recursos y probablemente estaría sin trabajo.

✓ Entrevistado 2

Gracias a ese pago extra he logrado sacar adelante mi familia, hemos pagado deudas y mis hijos han podido estudiar, la verdad es que es una gran bendición. Como el premio que uno recibe depende de la cantidad de caña que entregue, eso lo motiva a uno a seguir adelante y querer producir más cada año, aunque ha sido difícil porque en la zona cada vez se construyen más casas y ya casi no hay terreno para sembrar.

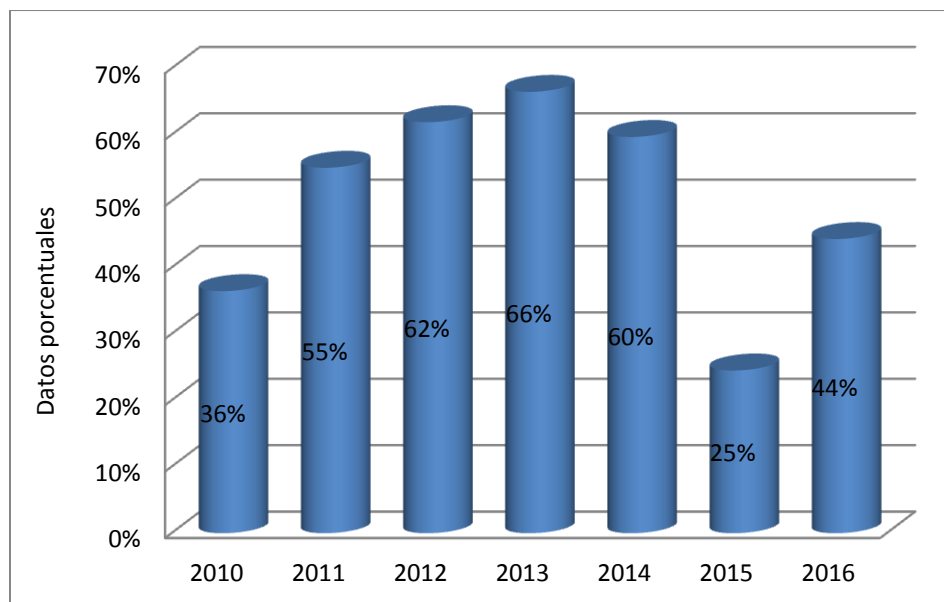
El Comercio Justo me ha permitido tener una vida digna y salir adelante haciendo lo que más me gusta: sembrar.

✓ Entrevistado 3

El Comercio Justo es de gran ayuda para nosotros, en nuestro caso existe el programa de becas para los hijos de los socios que se hace por medio del premio, lo que nos facilita mucho las cosas ya que ahora es muy caro estudiar, pero con esta ayuda que da la cooperativa, podemos ayudar a nuestros hijos a prepararse.

4.4.9 Ventas de Comercio Justo

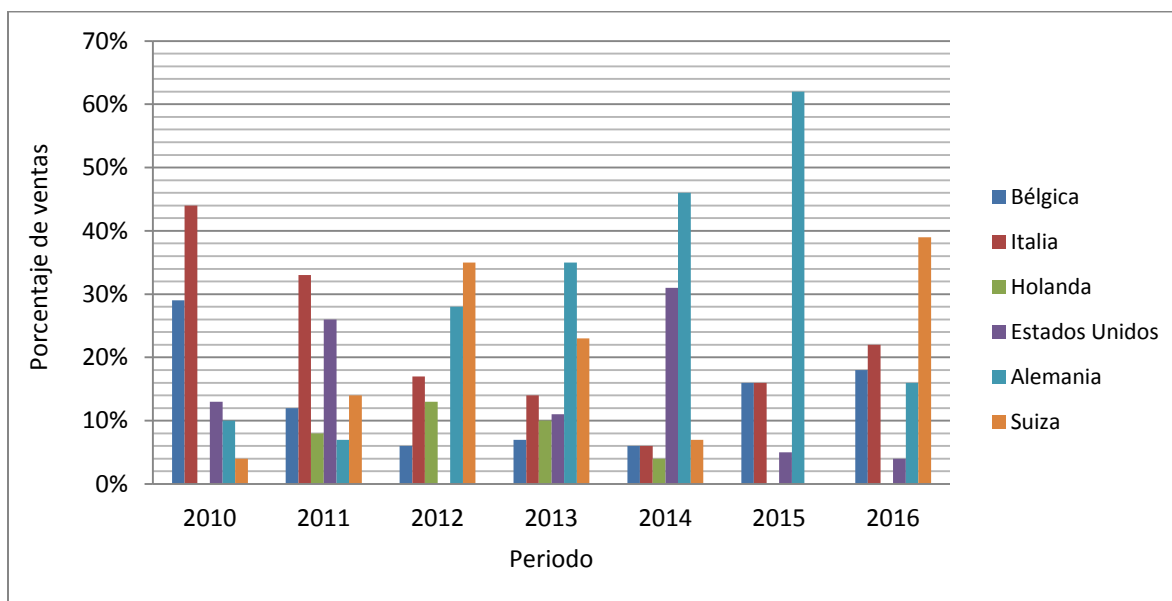
Gráfico 22: Ventas de Comercio Justo



Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera, R.L.

El gráfico muestra el dato histórico de la proporción que representan las ventas de Comercio Justo sobre el total de ingresos de la cooperativa, durante el periodo del 2011 al 2014 estas ventas mantuvieron un promedio por encima del 50% lo que significa una porción bastante elevada, en el 2015 se presenta una baja en las exportaciones, para luego cerrar el 2016 en un 44%.

La información anterior revela que la cooperativa tiene una alta dependencia de los ingresos provenientes del Comercio Justo, siendo este su mayor fuente de ingresos.

Gráfico 23: Destino de las exportaciones de Comercio Justo.

Fuente: Elaboración propia con base en datos suministrados por Coopecañera, R.L.

Cómo se puede observar el principal destino de las exportaciones de la cooperativa es Alemania, que representa en promedio un 29% del total de las ventas mostrando una tendencia de consumo creciente desde el 2010 al 2015, sin embargo, para el 2016 sus compras se redujeron considerablemente.

Italia es el segundo destino con un promedio de 22% de las exportaciones, del 2010 al 2014 sus compras muestran una inclinación a la baja, a partir del 2015 incrementan hasta cerrar el periodo 2016 con un 22%.

4.5 PROPUESTA TÉCNICA POR IMPLEMENTAR

Realizando el análisis de los hallazgos, se considera prudente aplicar de forma inmediata las siguientes acciones:

a) Las mejoras en la estructura de costos se traducen en ahorros que proveen a la cooperativa de un factor diferenciador ante la competencia, por lo que se recomienda validar la estructura de costos, aplicando acciones como:

- Estudiar la capacidad de carga de los vehículos disponibles (propios o rentados) versus la cantidad de despachos para determinar los lotes óptimos, y conseguir un ahorro en la cantidad de viajes a realizar.
- Evaluar el uso y conveniencia de herramientas alternativas de comunicación, software gratuito como Skype para llamadas de larga distancia; mensajes (MSN) en los casos en que la practicidad así lo requiera.
- Planificación impositiva, anticipar por medio de estados financieros proyectados, las acciones por llevar a cabo. Según el resultado del ejercicio proyectado podría tomarse decisiones como modificación de cronograma de fechas para la toma de préstamos, la contratación de servicios, la optimización de los flujos de caja, entre otros.

- b) Realizar una campaña promocional en la zona para buscar ampliar su base en sociedad y, por lo tanto, su capital social, así como la producción de caña.

- c) Actualmente, la mayoría de empresas gubernamentales cuentan dentro de su Plan Estratégico con políticas sostenibles, por lo que se recomienda negociar con estas empresas y establecer convenios con las mismas en procura de aumentar las ventas.

- d) Evitar el endeudamiento innecesario o exagerado.

- e) Establecer políticas para el otorgamiento de créditos a los asociados que permitan evaluar correctamente su capacidad de pago.

- f) Como medida para un mejor control del riesgo se propone nombrar un Comité de Riesgo conformado por tres personas: La Gerencia, 1 miembro de Consejo de Administración y 1 miembro del Comité de Vigilancia. Para que se capaciten y puedan actuar como dirigentes en la Administración de Riesgo.

- g) Establecer un CRMFT (Fair Trade Customer Relation Managment), utilizando como referencia los indicadores de riesgo e impacto, que permita monitorear de manera permanente el impacto de las nuevas acciones y estrategias en materia de Fairtrade que tome la cooperativa, para verificar su costo beneficio y el valor social de estas. Se adjunta un ejemplo como referencia:

Cuadro 10. CRMFT

ÁREA DE ATENCIÓN	RIESGOS	IMPACTO
META	Proceso integral de administración de riesgos para reducir la incertidumbre	Impacto Social y financiero en los asociados
FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	Reducir la exposición al riesgo Incrementar la rentabilidad Reducir el índice de endeudamiento	Aumentar la base asociada de la cooperativa Mantener los estándares de la certificación Fair Trade Promover más fuentes de empleo
INDICADORES	Liquidez inmediata ROE Razón corriente Prueba ácida Capital de trabajo Razón de endeudamiento Razón de autonomía Análisis horizontal y vertical	Distribución del premio de Comercio Justo Proyectos de educación y desarrollo social Exportaciones bajo el sello de Comercio Justo Cantidad de asociados Salida voluntaria Participación de los miembros Generación de empleo

Fuente: Elaboración propia.

h) Debe procurarse una mayor asistencia por parte de los productores a las asambleas, ya que los espacios de participación y capacitación son esenciales para la consecución de las metas de la cooperativa.

i) Hacer un inventario de los productos existentes en las fincas de los asociados, pues sí tienen la certificación Fairtrade, todos los productos que tengan en sus fincas entrarían en la certificación y estos o sus derivados podrían comercializarse en ese nicho.

j) Aprovechar la experiencia y conocimiento que tiene la Cooperativa, para incentivar la producción e industrialización de otros bienes que tengan demanda en Fairtrade, para así diversificar los riesgos comerciales.

5. CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

a) Respecto al objetivo de evaluar la aplicación del modelo de Comercio Justo en Costa Rica, de acuerdo con la información recabada se concluye existe poco conocimiento del mismo por parte de los productores, muchos lo han visto como una esperanza para seguir adelante y lograr un desarrollo económico y ambiental sostenible.

La comercialización de productos agrícolas representa un gran desafío para los productores por muchas razones, entre ellas, limitaciones en infraestructura y tecnología, falta de recurso económico, poca visión del mercado y escaso valor agregado. El Comercio Justo les permite conocer las demandas de los consumidores, con miras a desarrollar procesos que agreguen valor y favorezcan la inserción comercial de pequeños agricultores a los mercados obteniendo mayores ganancias por sus productos.

No obstante, este modelo de comercio está prácticamente dirigido a mercados internacionales del norte, en donde los consumidores valoran la calidad asociada al origen de los productos.

En nuestro país, son muy pocas las personas que conocen este modelo de comercio alternativo, se requiere publicitarlo más para abrir posibles nichos de mercado.

b) En cuanto al segundo objetivo que consiste en determinar los riesgos a los que se expone Coopecañera, se concluye que las ventas de Comercio Justo representan más de la mitad del total de ingresos que percibe la cooperativa, lo que refleja una alta dependencia del modelo para obtener rentabilidad.

A pesar de contar con un buen índice de capital y de liquidez, la cooperativa tiene un endeudamiento considerable, lo cual disminuye su capacidad de autofinanciarse con capital propio.

Dentro de los riesgos que se expone, puede citar:

- Riesgos sistemáticos: originados por cambios en la demanda internacional.
- Riesgo de liquidez: al reducirse los ingresos, y no contar con los recursos suficientes para financiar sus activos.
- Riesgo de Crédito: por el nivel de endeudamiento que posee, podría verse afectado el pago de sus obligaciones.
- Riesgo de mercado: fluctuación de los precios debido a que a pesar de estar certificados, el azúcar no tiene un precio mínimo. Además, pueden sufrirse pérdidas por diferencial cambiario.
- Riesgo Operativo: por falta de conocimiento de los productores respecto al sistema de certificación.

c) Respecto al tercer objetivo que evalúa el impacto del modelo, se puede decir que el Comercio Justo ha causado un impacto positivo tanto en la vida de los productores, como en el desarrollo de la zona en la que se ubica la cooperativa. Dentro de los efectos pueden mencionar:

- Los productores han obtenido la capacidad de formar parte de un mercado del cual estaban excluidos, mejorando sus capacidades productivas.

- Reciben un mayor ingreso producto del premio de Comercio Justo, el cual les ayuda a costear sus gastos e invertir en tecnología.
 - Constantemente reciben capacitaciones que fortalecen su capacidad asociativa y hace más eficiente su forma de producir.
 - El medio ambiente se ve favorecido, dado que el Comercio Justo pretende un desarrollo sostenible, utilizando las técnicas que sean menos invasivas para el entorno.
 - Durante la época de la zafra se abren fuentes de empleo para los vecinos de la zona.
 - Parte del dinero recibido por el premio es destinado para programas sociales, ayuda a escuelas, colegios o iglesias de la zona.
- d) La combinación de los enfoques cualitativo y cuantitativo de investigación, fue una herramienta importante para acercarme de manera clara al objeto de estudio, la retroalimentación recibida permitió ampliar el panorama respecto al Comercio Justo, sus limitantes y posibilidades de cumplimiento, me pude dar cuenta que existen muchas opiniones diferentes respecto al modelo, sin embargo, los productores lo ven como “una luz de esperanza” que les ha ayudado a salir adelante y les ha permitido adquirir nuevos conocimientos y mantener dignamente a sus familias mientras producen de una forma sostenible con el medio ambiente.

5.2 RECOMENDACIONES:

- a) Aplicar, sistemáticamente, una metodología para el análisis y la reducción de costos.
- b) Diversificar su oferta de productos.
- c) Establecer convenios con instituciones gubernamentales para incrementar las ventas.
- d) Fijar políticas para el otorgamiento de créditos a los asociados.
- e) Establecer un comité de riesgos.
- f) Disminuir el endeudamiento de corto plazo.
- g) Promocionar la cooperativa en la zona para aumentar la base asociada.

6. ANEXOS

Encuesta a consumidores

TEMA: El modelo de Comercio Justo en Costa Rica, un análisis riesgos e impacto: el caso de Coopecañera, R.L., en el periodo 2010-2016

1. ¿Conoce usted que es el Comercio Justo?

1 () SÍ 2 () NO

2. ¿Considera que es importante pagar un precio justo a los agricultores por sus productos?

1 () SÍ 2 () NO

3. ¿Estaría dispuesto a pagar un precio mayor por un producto similar, si se le da a conocer el origen y trazabilidad del mismo?

1 () SÍ 2 () NO

4. ¿Cree que es importante que el desarrollo del sector agrícola sea sostenible con el medio ambiente?

1 () SÍ 2 () NO

DECLARACIÓN JURADA

Yo Gabriela María Palma Vargas, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 112170530 egresado de la carrera de Administración de Negocios con énfasis en Finanzas y Banca de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciatura, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: **“El modelo de Comercio Justo en Costa Rica, un análisis riesgos e impacto: el caso de Coopecañera R.L, en el periodo 2010-2016 ”**es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. en fe de lo anterior, firmo en la ciudad de Heredia, a los veintisiete días del mes de abril del año dos mil diecisiete.



Firma del estudiante

Cédula 112170530

CARTA DEL TUTOR

Heredia, 13 de febrero de 2017

Sres
Universidad Hispanoamericana
Carrera de Administración de Negocios

Estimado señor:

La estudiante Gabriela María Palma Vargas, cédula de identidad número 112170530, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "El modelo de Comercio Justo en Costa Rica, un análisis riesgos e impacto: el caso de Coopecañera R.L, en el periodo 2010-2016" el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas y Banca.


En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL		100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,


Jaime Mora Hernández
Cédula identidad N 107850971
Carné Colegio Profesional N.

CARTA DE LECTOR

San José, 12 de abril del 2017

Universidad Hispanoamericana
Facultad de Ciencias Económicas

Atención: Oficina de Registro, Recinto Llorente

Estimado señor

La estudiante Gabriela Palma Vargas, número 1-1217-0530 me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"El Modelo de Comercio Justo en Costa Rica, un análisis riesgos e impacto: el caso de Coopecañera R. L., en el periodo 2010-2016"**, el cual ha elaborado para obtener su grado de Licenciada en Administración de Negocios.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atentamente,



MSc. Ronald Ortiz Ramirez
Cédula 105910178

CARTA DE REVISIÓN DEL FILÓLOGO

San José, 26 de abril del 2017.

SEÑORES
UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

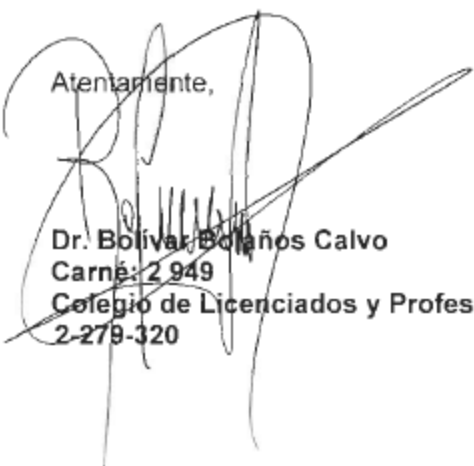
Estimados señores:

Hago constar que he revisado el trabajo de **TESIS** de la estudiante **GABRIELA PALMA VARGAS**, denominado **EL MODELO DE COMERCIO JUSTO EN COSTA RICA, UN ANÁLISIS DE RIESGOS E IMPACTO: EL CASO DE COOPECAÑERA, R.L., EN EL PERIODO 2010-2016**, para optar por el grado académico de **LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN FINANZAS Y BANCA**.

He revisado errores gramaticales, de puntuación, ortográficos y de estilo que se manifiestan en el documento escrito, y verificado que estos fueron corregidos por la autora.

Con base en lo anterior, se considera que dicho trabajo cumple con los requisitos establecidos por la **UNIVERSIDAD** para ser presentado como requerimiento final de graduación.

Atentamente,



Dr. Bolívar Bolaños Calvo
Carné: 2.949
Colegio de Licenciados y Profesores
2-279-320

BIBLIOGRAFÍA

- A.P.O.Y.A. (2016). Obtenido de <http://www.naturalba.net/es/content/13-nuestras-certificaciones>
- AGROATIRRO R.L. (2016). Obtenido de <http://agroatirro.com/>
- Agronorte. (2016). Obtenido de <http://agronortecr.com/>
- Alianza Afaorca. (2016). Obtenido de <http://afaorca.com>
- Appleyard, D. R., & Field, A. J. (1995). *Economía Internacional*. (F. P. Whithman, Trad.) Madrid, España: Mosby-Doyma Libros S.A-División Irwin.
- APPTA. (2016). Obtenido de <http://www.appta.org>
- Arias, F. G. (2006). *El Proyecto de Investigación, introducción a la metodología científica* (5 ed.). Caracas, Venezuela: Editorial Episteme C.A.
- Avila Baray, H. L. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. Recuperado el 18 de 10 de 2016, de Eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/>
- Ballesteros Roman, A. J. (1998). *Comercio Exterior: Teoría y Práctica*. España: Murcia: Servicios de Publicaciones.
- Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento. (2016). Recuperado el 15 de 9 de 2016, de <http://www.bancomundial.org/>
- Consortio COOCAFÉ R.L. (2016). Obtenido de <http://www.coocafe.com>
- COOPEAGRI R.L. (2016). Obtenido de www.coopeagri.co.cr
- COOPECAÑERA R.L. (2016). Recuperado el 1 de 10 de 2016, de <http://coopecanera.com/>
- Coopelibertad R.L. (2016). Obtenido de https://issuu.com/claccr/docs/comercio_justo_en_costa_rica
- COOPETRABASUR R.L. (2016). Obtenido de <http://www.coopetrabasur.com/eng/comerciojusto.asp>
- CoopeVictoria R.L. (2014). *CoopeVictoria R.L.* Recuperado el 12 de 10 de 2016, de http://www.coopevictoria.com/Documentos/Con_FOTOS_BSCoop_COOPEVICTORIA_final%20.pdf

COOPROSANVITO R.L. (2016). Obtenido de <http://www.cooprosanvito.com/>

Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (s.f.). *Coordinadora Estatal de Comercio Justo*. Recuperado el 15 de 9 de 2016, de <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/el-proceso-del-comercio-justo/la-produccion/>)

Cordinadora Nacional de Comercio Justo Costa Rica-Panamá. (2016). *ISSUU*. Obtenido de https://issuu.com/coordinadoranacionaldecomerciojusto/docs/catalogo-coopepi__a

Coscione, M. (2015). América Latina y el sentido originario del comercio justo. *Eutopía*, 7, 11-26.

De Lara Haro, A. (2008). *Medición y control de riesgos financieros* (3a. ed.). México: Limusa.

Elizondo, A., & Altman, E. (2004). *Medición integral del riesgo de crédito*. Editorial Limusa.

Escobar Gallo, H., & Cuartas Mejía, V. (2006). *Diccionario Económico Financiero*. Medellín: Universidad de Medellín.

FAIRTRADE Internacional. (s.f.). *Documento explicativo para la Prima de Comercio Justo Fairtrade en organizaciones de pequeños productores*. Recuperado el 18 de 9 de 2016, de <http://www.fairtrade.net/>

FLO Centroamérica. (2017). Recuperado el 22 de 1 de 2017, de <http://www.sellocomerciojusto.org/mm/file/boletin3/FLOreciendo.pdf>

Fondo Monetario Internacional. (s.f.). Recuperado el 15 de 9 de 2016, de <http://www.imf.org/>

Fridell, G. (2005). Comercio Justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica. *Iconos*, 43-57.

Fundación Proclade. (s.f.). *Cuatro preguntas Comercio Justo*. Recuperado el 17 de 9 de 2016, de Cuaderno-Comercio-Justo:
http://www.fundacionproclade.org/sites/default/files/documentos/Cuaderno-Comercio-Justo_Proclade.pdf

- Garro Alfaro, L. (2014). *Evaluación de riesgos financieros y operativos en la Cooperativa de Ahorro y crédito de los empleados de Coopesa, R.L. (Coopacec, R.L.) para el período 2008 a 2013*. Costa Rica: Trabajo de Grado.
- Gonzalez, O. (20 de 8 de 2013). *Núñez Dubon y Asociados*. Recuperado el 6 de 12 de 2016, de <http://www.nunezdubonyasociados.com/sitio/index.php/noticias/341-razones-financieras>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. (4, Ed.) México D.F: McGraw-Hill.
- INFOCOOP. (2016). *PROYECTO DE NORMATIVA PRUDENCIAL, PARA LA SUPERVISIÓN Y PROTECCIÓN DE DEPOSITOS DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO SUPERVISADAS POR EL INFOCOOP*. Costa Rica.
- INFOCOOP COSTA RICA. (2017). Obtenido de <http://www.infocoop.go.cr>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2015). *Anuario Estadístico 2012-2013*. Costa Rica: INEC.
- International Sugar Organization. (2015). *Azúcares orgánicos, de Comercio Justo y especiales*. Organización Internacional de Azúcar, Comité de Evaluación de Mercado, Consumo y Estadística, Canada.
- Jiménez Paneque, R. (1998). *Metodología de la Investigación, Elementos básicos para la investigación clínica*. La Habana, Cuba: Editorial Ciencias Médicas.
- Kerlinger, F. (1983). *Investigación del Comportamiento. Técnicas y Metodología* (2 ed.). México: Interamericana.
- Martínez, A. M. (2007). *Diagnóstico Empresarial*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Mejía Quijano, R. C. (2006). *Administración de Riesgos un Enfoque Empresarial*. Medellín: Fondo Editorial Univerdisas EAFIT.
- Mora Hernandez, J., & López Cañon, L. M. (2015). *Psicoeconomía ¿ Es el subdesarrollo algo psicológico?* Costa Rica: Gerust Creaciones S.L.

Nieves Nieves, F. M., & Vásquez Illescas, P. B. (2014). Determinación de la rentabilidad agropecuaria del Centro Saleciano de Formación Agropecuaria. *Tesis de grado*. Cuenca, Ecuador: Universidad de Cuenca.

Organización Mundial de Comercio. (2016). Recuperado el 15 de 9 de 2016, de <https://www.wto.org>

Palafox, C. G., Espejel, J. E., & Ochoa, C. A. (2014). *International Review of Business Research Papers*. Recuperado el 11 de 9 de 2016, de Comercio Justo y Economía Social Solidaria: Teorías y su desarrollo en la economía mundial: <http://www.irbrp.com/static/documents/October/2014/1.%20Palafox%20Espejel%20Ochoa.pdf>

Peña, J. I. (2002). *La gestión de riesgos financieros de mercado y crédito*. Madrid: Pearson Educación S.A.

PricewaterhouseCoopers S.L. (2012). *Estudios de Impacto Económico, Cómo valorar la repercusión y el retorno de iniciativas e inversiones públicas*. Recuperado el 12 de 10 de 2016, de [pwc: www.pwc.es](http://www.pwc.es)

Real Academia Española. (2016). Recuperado el 28 de 9 del 2016, de <http://dle.rae.es/?id=L1TjrM9>

Rojas Soriano, R. (1992). *Métodos para la investigación social, una proposición dialéctica*. México: Plaza y Valdes Editores.

Salvatore, D. (1995). *Economía Internacional* (Cuarta edición ed.). Santafé de Bogota, Colombia: McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A.

Sánchez, I. (2006). *UNET Virtual*. Recuperado el 28 de 1 de 2017, de https://uvirtual.unet.edu.ve/pluginfile.php/244369/mod_resource/content/0/i_02_indices_financieros_w.pdf

Unidad Editorial Información Económica, S.L.U. (29 de 9 de 2016). *Expansión.com*. Recuperado el 29 de 9 de 2016, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico>

Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2002). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Pearson Educación.

- Vanclay, F., Esteves, A. M., Aucamp, I., & Franks, D. M. (2015). *Evaluación de Impacto Social: Lineamientos para la evaluación y gestión de impactos sociales de proyectos*. Dakota del Norte: Asociación Internacional para la Evaluación de Impactos.
- Venegas Martinez, F. (2008). *Riesgos financieros y economicos*. México, D.F: Cengage Learning Editores.
- World Fair Trade Organization. (2016). Recuperado el 15 de 9 de 2016, de www.wfto.com
- } COOPEASSA R.L. (2017). Obtenido de <http://www.coopeassa.com>