

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**“APLICACIÓN DEL FAIRTRADE POR LA EMPRESA
EXPORTADORA DE ARTESANIA TEXTIL DE LA REGIÓN PUNO:
CASO INTI ALPACA E.I.R.L. - PERÚ”**

PRESENTADA POR:

BACH. MAGALY QUISPE LLUTTARI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PROMOCIÓN 2015-II

PUNO - PERÚ

2018

i

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

"APLICACIÓN DEL FAIRTRADE POR LA EMPRESA
EXPORTADORA DE ARTESANÍA TEXTIL DE LA REGIÓN PUNO: CASO
INTI ALPACA E.I.R.L. – PERÚ"

TESIS PRESENTADA POR:
Bach. QUISPE LLUTTARI, Magaly



PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 04 DE ABRIL DEL 2018

APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE

Dr. NICOLAS EDGAR ROQUE BARRIOS

PRIMER MIEMBRO

Lic. Adm. MARCO ANTONIO PINTO CÁCERES

SEGUNDO MIEMBRO

M.Sc. GRISELL ALIAGA MELO

DIRECTOR / ASESOR

M.Sc. CARLOS CHOQUE SALCEDO

Área : Comercio Exterior y Negocios Internacionales
Tema : Aplicación del Fairtrade por la Empresa Exportadora de Artesanía

DEDICATORIA

A mi Familia que desde siempre me brinda su apoyo incondicional, mandándome sus bendiciones.

A Dios, quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi hijo Jeremy Francisco, que es la razón de mi vida, el tesoro más grande que Dios me regaló y el motivo de mí existir.

Magaly Quispe Luttari

AGRADECIMIENTO

Quisiera agradecer a todas aquellas personas que, directa o indirectamente están presentes en mi formación académica - profesional.

A mis padres por ser un soporte principal y constante inspiración en la búsqueda de ser alguien mejor.

A mi alma Mater, Universidad Nacional del Altiplano y a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, por haberme aceptado ser parte de ella y abierto las puertas de su seno científico - por la formación profesional recibida, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

Magaly Quispe Luttari

INDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT.....	2
CAPÍTULO I.....	3
INTRODUCCIÓN	3
1.1. <i>El Problema de la Investigación.....</i>	7
1.2. <i>Antecedentes de la Investigación</i>	9
1.3. <i>Formulación del Problema</i>	12
1.4. <i>Objetivos de la Investigación</i>	13
1.5. <i>Caracterización del Área de Investigación.....</i>	13
CAPÍTULO II.....	16
REVISIÓN LITERARIA.....	16
2.1. <i>Marco Teórico</i>	16
2.2. <i>Marco Conceptual.....</i>	28
2.3. <i>Hipótesis</i>	30
CAPÍTULO III.....	31
MATERIALES Y MÉTODOS	31
3.1. <i>Tipo y Diseño de Investigación</i>	31
3.2. <i>Población y Muestra de Investigación</i>	32
3.3. <i>Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....</i>	33
3.4. <i>Procedimiento de Recolección de Datos</i>	34
3.5. <i>Procesamiento y Análisis de Datos</i>	35
CAPÍTULO IV	36
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	36
4.1. <i>Resultados</i>	36
4.2. <i>Discusión.....</i>	63

CONCLUSIONES	66
PRIMERA:	66
SEGUNDA:.....	66
TERCERA:	67
RECOMENDACIONES.....	68
PRIMERA:	68
SEGUNDA:.....	68
TERCERA:	68
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	69
ANEXOS	71

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Sello de Certificación de comercio justo – Fairtrade	18
Figura 2 Proceso de comercio justo – Fairtrade.....	26
Figura 3 Aplicación General de los criterios de comercio justo – Fairtrade	39
Figura 4 Misión de la Empresa	40
Figura 5 Plan de Acción.....	41
Figura 6 Comunicación en la Artesanía.....	43
Figura 7 Políticas y criterios de precio	44
Figura 8 Información técnica del producto	46
Figura 9 Capacitaciones en la artesanía.....	47
Figura 10 Fairtrade - Comercio justo	49
Figura 11 Implementación del Fairtrade.....	50
Figura 12 Planilla del artesano	51
Figura 13 Igualdad de trato	53
Figura 14 Oportunidad de ascensos	54
Figura 15 Presencia de personal menor de edad.....	56
Figura 16 Material de empaquetado	57
Figura 17 Importancia del medio ambiente.....	59
Figura 18 Orientación del cuidado ambiental.....	60
Figura 19 Cuestionario de Criterios del Fairtrade aplicados en la empresa de artesanía Inti Alpaca (datos agrupados).....	62

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Logo de la Empresa	99
Ilustración 2 Muestra de productos por la gerente de la Empresa.....	99
Ilustración 3 Productos de títeres dedales	100
Ilustración 4 Archivadores de Criterios del Fairtrade- Comercio Justo	100
Ilustración 5 Mi persona realizando la encuesta.....	101
Ilustración 6 Cuadro informativo del Fairtrade-Comercio Justo	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Característica de la Encuesta y Ámbito de Estudio	35
Tabla 2 Cronograma de Encuestas.....	35
Tabla 3 Resultados de Criterios en General (datos agrupados)	37
Tabla 4 Misión de la Empresa.....	39
Tabla 5 Plan de Acción	41
Tabla 6 Comunicación en la Artesanía	42
Tabla 7 Políticas y criterios de precio	44
Tabla 8 Información técnica del producto.....	45
Tabla 9 Capacitaciones en la artesanía	47
Tabla 10 Fairtrade - Comercio justo.....	48
Tabla 11 Implementación del Fairtrade	50
Tabla 12 Planilla del artesano.....	51
Tabla 13 Igualdad de trato.....	52
Tabla 14 Oportunidad de ascensos.....	54
Tabla 15 Presencia de personal menor de edad	55
Tabla 16 Material de empaquetado.....	57
Tabla 17 Importancia del medio ambiente	58
Tabla 18 Orientación del cuidado ambiental.....	60
Tabla 19 Cuestionario de Criterios del Fairtrade aplicados en la empresa de artesanía Inti Alpaca (datos agrupados)	61

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

BPCJ: Buenas Practicas de Comercio Justo

E.I.R.L.: Empresa Individual de Responsabilidad Limitada

FAIRTRADE: Comercio Justo

MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

MOF: Manual de Organizaciones y Funciones

ONG: Organización No Gubernamental

PROMPERU: Comisión de promoción del Perú

S.A.: Sociedad Anónima

S.A.C.: Sociedad Anónima Cerrada

UNA: Universidad Nacional del Altiplano

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación titulado “La Aplicación del Fairtrade por la Empresa Exportadora de Artesanía Textil de la Región Puno: Caso Inti Alpaca E.I.R.L. – Perú”, Aplicadas el 2017 en el mes de marzo en la ciudad de Puno; se da a conocer el análisis de la aplicación de los criterios del comercio justo en la empresa de artesanía textil, considerando criterios como: transparencia interna o externa, desarrollo de habilidades, criterio de promoción del comercio justo, entre otros. Esta investigación tiene como objetivo analizar la aplicación de los criterios del fairtrade, buscando mejorar la economía familiar frente a la calidad de vida de las artesanas y los artesanos de la organización. Se planteó la hipótesis general siguiente: La aplicación de los criterios de Comercio Justo, mejora la calidad de vida de las artesanas que laboran en la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno, periodo 2017. El tipo de investigación corresponde al diseño no experimental de tipo descriptivo, el método de investigación fue cuantitativo. Como técnica se utilizó una encuesta aplicada a todos los trabajadores de la empresa. Al desarrollar el trabajo de investigación se cumplió con analizar los datos, para obtener información importante y veraz. Después al analizar esta información se llegó a la conclusión: Que un 60 % de los artesanos no están sometidos a recibir el involucramiento y compromiso del Fairtrade para que fortalezcan sus capacidades, así desempeñarse adecuadamente.

PALABRAS CLAVES: Comercio justo, desarrollo, habilidades, promoción, respeto, medio ambiente.

ABSTRACT

In this research work entitled "The Application of Fairtrade by the Textile Handicrafts Exporting Company of the Puno Region: Case Inti Alpaca E.I.R.L. - Peru ", Applied 2017 in the month of March in the city of Puno; the analysis of the application of fair trade criteria in the textile craft company is made known, considering criteria such as: internal or external transparency, skill development, fair trade promotion criteria, among others.

The objective of this research is to analyze the application of the fairtrade criteria, seeking to improve the family economy in relation to the quality of life of the artisans and artisans of the organization. The following general hypothesis was proposed: The application of the Fair Trade criteria improves the quality of life of the artisans who work in the Inti Alpaca - Puno craft enterprise, period 2017. The type of research corresponds to the non-experimental design of type descriptive, the research method was quantitative. As a technique, a survey applied to all workers of the company was used. When the research work was carried out, the data collection was carefully analyzed to obtain important and truthful information. After analyzing this information, the conclusion was reached: that 60% of the artisans are not subject to receiving the involvement and commitment of Fairtrade to strengthen their capacities, thus performing adequately

Keywords: Fair trade, development, skills, promotion, respect, environment.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En la era global de los negocios que enfrentamos todos los países, la riqueza de una nación ya no solo se mide por sus recursos o riquezas naturales sino también por la competitividad de la agricultura y la industria textil, dependiendo así mucho más de la capacidad e ingenio de los productores y artesanos para adaptarse a las crecientes exigencias de los consumidores y mercados.

La actividad artesanal en el Perú es un sector que genera divisas y la región de Puno tiene la fortaleza de conservar valores y tradiciones, entre ellas tenemos la existencia de pobladores que han convenido la actividad de la artesanía en un medio de vida, generando empleos y contribuyendo el turismo formando así asociaciones. El proyecto de PromPerú es trascendente pues tiene un impacto directo en empresas Pymes del sector textil esto en diversas regiones tanto en Lima, Arequipa, Puno, Ayacucho y Junín; las cuales emplean en un 70% la mano de obra de escasos recursos pero con un gran potencial de superación.

Considerando el objetivo principal del comercio justo que es: “Fomentar en la cadena textil y de confecciones el comercio justo y equitativo, tener indicadores de medición y articularlos al mercado como mecanismo para

promover el desarrollo de Pymes y el desarrollo social y económico del país”. Asimismo indicar que en el sector textil-confecciones-moda peruano, el nicho de comercio justo, tiene un gran potencial para desarrollarse, y que si es trabajado bajo el esquema de competitividad responsable a través de componentes de valor agregado y componentes de fortalecimiento institucional de las organizaciones, y yendo de la mano la formación, la capacitación y asistencia técnica para su implementación en Buenas Prácticas de Comercio Justo, tendrá como resultado la creación de una marca de certificación de Comercio Justo para el sector textil peruano. Ya que los clientes internacionales están cada vez más interesados en buscar empresas que no solamente implementen buenas prácticas en su organización, sino que estas se extiendan a todos los niveles de la cadena, en los aspectos productivos, logísticos, comerciales; así como que evidencien signos de respeto a los temas medioambientales y de responsabilidad social.

La Universidad, Mincetur y otras instituciones involucradas con el desarrollo del sector artesanal han ejecutado pocos estudios que contribuyan a mejorar la situación socioeconómica y comercial de los productores, resaltando falta de asesoramiento en comercialización a los productos de la artesanía puneña. En la región altiplánica específicamente la región Puno, la aplicación de las BPCJ Fairtrade, como valor agregado de los productos y conocimiento en los artesanos para la exportación, presenta niveles de comparación desfavorables de los actuales procesos de producción en forma discordante con esta característica los procesos de producción.

Es por eso que el presente trabajo de investigación está basado en analizar la aplicación de los criterios del Fairtrade que le dan los artesanos

buscando mejorar la economía familiar frente a la calidad de vida de las artesanas y los artesanos de la organización.

En tanto, los productos van desde suéteres, chalecos, vestidos, pantalones así como accesorios de sombreros, guantes y bufandas, cubrecamas, chales y accesorios para la casa. Con materia prima que es fundamentalmente la fibra de alpaca, también se usa algodón orgánico, vicuña, etc., tejido de punto a crochet o ganchillo y tejido con agujas. Con el Objetivo General de analizar la aplicación de los criterios de comercio justo en la empresa exportadora de artesanía textil Inti Alpaca – Puno, periodo 2017 y los Objetivos Específicos de analizar los elementos de los criterios de comercio justo que no se han desarrollado en la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno; analizar los factores de calidad de vida, que se perciben en los artesanos de la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno, con la aplicación del Fairtrade y proponer lineamientos que mejoren la aplicación de los criterios de comercio justo en la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno.

Para obtener los resultados de la investigación se siguió el siguiente orden de la estructura de la investigación, que comprende cinco capítulos:

Capítulo I: Se esboza todo lo que se refiere al problema de investigación y se brinda un panorama general del trabajo; estableciendo los antecedentes de la investigación; planteando, describiendo y formulando el problema general y los problemas específicos; así como el objetivo general y los objetivos específicos, entre otros aspectos. Además se presenta la descripción del escenario del objeto de estudio, las características más importantes de la institución donde se realizó la investigación.

Capítulo II: Se plantea las bases teóricas y el marco conceptual sobre la cual se sustenta el trabajo; respecto al marco conceptual se detalla algunos términos utilizados en la investigación; mientras que las hipótesis fueron planteadas con la finalidad de demostrar la incidencia entre las dos variables.

Capítulo III: Aborda la metodología de la investigación, el tipo y diseño de investigación, las técnicas y métodos de análisis de datos, la operacionalización de las variables y la población de estudio. De esta manera se ofrece una idea clara sobre la forma en que se trabajó para llegar a los resultados finales.

Capítulo IV: Muestra los resultados y discusión de los resultados de la investigación y contrastación de hipótesis tomando en consideración la población y la muestra de estudio.

Finalmente se presenta, las conclusiones y recomendaciones pertinentes, así mismo, se incluye las referencias bibliográficas empleadas en el estudio de investigación y los anexos correspondientes que demuestran la consistencia del trabajo de investigación.

1.1. El Problema de la Investigación

Actualmente en el mundo a pesar de que las teorías de internacionalización afirman que la liberalización comercial ofrece mejores oportunidades para las economías, algunos sectores son afectados negativamente y en consecuencia, también la población que depende económicamente de dicho sector. Así mismo, a pesar que la apertura comercial alega por mejores condiciones de producción y comercialización para todos los empresarios, las brechas económicas, sociales y culturales existentes entre países, limita las oportunidades de competitividad especialmente para los pequeños productores de los países en vía de desarrollo.

De acuerdo a esto, surge una nueva alternativa comercial que busca dar solución a las inequidades sociales. El comercio justo – Fairtrade que es una “Relación comercial basada en el dialogo, transparencia y respeto que busca mejorar la equidad en el comercio internacional” (WFTO, 2015). Significa realizar operaciones de compra, venta o intercambio de productos con la intención de obtener un beneficio general.

La actividad artesanal ha alcanzado en el país un intenso desarrollo en los últimos tiempos, hasta el punto de haberse convertido no solo en significativa fuente de trabajo sino en creciente corriente de exportación a diversos países de América y Europa. En ese buen resultado se ha traducido la labor no solo de Promperú, sino de la Asociación de Artesanos y Microempresarios de todo el Perú, que se orientan hacia el éxito.

Por ello, nace una alternativa al comercio convencional denominada Comercio Justo en convenio del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (**MINCETUR**) y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (**PROMPERÚ**) que pretenden brindar garantías a las condiciones laborales y de vida de los pequeños productores de las economías en vía de desarrollo, como es el caso de esta artesanía Inti Alpaca EIRL- Puno.

Inti Alpaca E.I.R.L por ser una empresa productora y comercializadora de productos artesanales de finos acabados con diseños auténticos y altos estándares de calidad para el mercado nacional e internacional esta comprometido con el desarrollo de la comunidad, sus proveedores, sus trabajadores y clientes así como el cuidado del medio ambiente, promoviendo así las buenas prácticas de comercio justo. Por tanto es de interés poder determinar los criterios del fairtrade que influyen en el desempeño laboral de los artesanos y si estando dentro de la empresa mejoran su calidad de vida. Ante ello la artesanía ha visto que la certificación de PROMPERÚ ha tomado un papel muy importante porque promueve las buenas prácticas de comercio justo - fairtrade.

Es por todo ello que es necesario conocer si los criterios del fairtrade tiene una relación o no con la calidad de vida de los artesanos y de qué manera se puede proponer soluciones. Como es una implementación de un plan de acción de acuerdo a las necesidades de los trabajadores.

En consecuencia a lo mencionado anteriormente, nuestro problema general es: ¿Cómo mejorar la aplicación de los criterios de comercio justo en la empresa exportadora de artesanía textil “Inti Alpaca” - Puno, periodo 2017?

El desarrollo de este trabajo se realizó a partir del establecimiento del siguiente objetivo general: Analizar la aplicación de los criterios de comercio justo en la empresa exportadora de artesanía textil “Inti Alpaca” - Puno, periodo 2017.

1.2. Antecedentes de la Investigación

Entre los antecedentes con relativa similitud al tema de investigación podemos hacer referencia de:

1.2.1. Antecedentes Internacionales

En la Universidad de Guadalajara – Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Andrea Gonzales (2011), sustentó la tesis titulada: “Comercio Justo: Expresiones locales de un concepto global. Escenarios de Guadalajara y San Cristóbal de las Casas”, cuyo objetivo planteado fue: Descubrir los beneficios que aporta el Comercio Justo a los pequeños productores en dos ciudades de la República Mexicana -Guadalajara, Jalisco y San Cristóbal de Las Casas, Chiapas. La conclusión principal a la que arriba es que desea resaltar la importancia que representan las iniciativas locales de Comercio Justo como procesos sociales que se desenvuelve en los contextos presentados. Creándose y sobreviviendo en un periodo considerable de tiempo, volviéndose cada vez más, una parte importante en algunos grupos de la sociedad. Reflejando así un 80% de logro en la investigación.

En la Universidad de Chile- Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, Edison Gueico (2014), sustentó la tesis titulada: “Diseño de un

Modelo de Negocio para pequeños emprendedores Mapuche basado en el Comercio Justo: Aplicación de casos a nivel nacional e internacional”, cuyo objetivo planteado fue: apuntar al diseño de un modelo de negocio para pequeños emprendedores Mapuche basado en el Comercio Justo. La conclusión principal a la que arriba en el estudio fue que el comercio justo se encargó de promover dichas técnicas y encontrar los espacios donde pudieran ser comercializadas, cumpliéndose un doble propósito: mantener viva la cultura Mapuche, a través del trabajo en textilería que es el más frecuente y a la vez mejorar el ingreso económico de las familias y comunidades; por lo cual refleja un logro del 85%.

1.2.2. Antecedentes Nacionales

En la Pontificia Universidad Católica del Perú, Matías Vega (2006), sustentó la tesis titulada: “El Caso de la Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (COOPAIN): Expresión De Biocomercio En El Perú”. Cuyo objetivo planteado fue: Someter a prueba la efectividad de la aplicación de actividades de BioComercio, para aliviar los estragos de la pobreza con miras a un desarrollo económico, social y ambiental; y promover su difusión aprovechando la coyuntura actual de la nueva ética de consumo, promoción y valoración de la biodiversidad.

Como resultado del trabajo de investigación se concluyó que es posible el éxito empresarial del pequeño productor agropecuario, esto se demuestra a través de la asociatividad y el biocomercio, la alta parcelación de la tierra no es un obstáculo que impida participar en los circuitos comerciales globales.

1.2.3. Antecedentes Locales

En la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, Alberto Cutipa (2004), sustentó la tesis titulada: “La Aplicación De La Investigación de Mercados y su Influencia en la Comercialización de Productos Artesanales de Tejido a Punto en las Asociaciones de Artesanos de la Ciudad de Puno, Periodo 2004” , cuyo objetivo planteado fue: Realizar una investigación de mercado para determinar su incidencia en la comercialización de productos artesanales de tejido a punto en fibra de alpaca , de las asociaciones de artesanos en la ciudad de Puno, periodo 2004. La conclusión principal a la que arriba es que Puno capital y sus provincias cuenta con una producción artesanal propia para ofertar a los turistas que visitan Puno, tanto nacionales como extranjeros no tienen la seguridad para adquirir los productos artesanales por la ubicación no adecuada de las asociaciones, la comercialización tiene variación estacional solo por algunos meses , dependiendo de los turistas, falta de publicidad de los productos que comercializan solo un sector mínimo utilizan la promoción mediante tarjetas por lo tanto existe desconocimiento en técnicas de venta y se tiene temor en buscar mercados en ferias internacionales.

En la Universidad Nacional del Altiplano. Facultad de Ciencias Contables y Administrativas. Escuela Profesional de Administración, Patricia Ticona De La Peña (2004), sustentó la tesis titulada: “Aplicación de las Buenas Prácticas de Producción BPP Como Valor Agregado de los Productos Carnicos y Derivados de Alpaca Para la Exportacion: en la Region Puno -2004”, cuyo objetivo planteado fue: Analizar la influencia de las Buenas

Prácticas de Producción - BPP, en el proceso de producción de productos derivados de la alpaca como un sistema de agregar valor en la exportación.

Como resultado del trabajo de investigación se concluye, que la implementación de las Buenas Prácticas de Producción favorecen la comercialización de los productos finales derivados de la alpaca en el mercado exterior, así mismo ofrece como valor agregado la inocuidad de los productos y derivados de la alpaca que se traduce en calidad, que requiere todo consumidor en mercados internos y externos.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema General

¿Cómo mejorar la aplicación de los criterios de comercio justo en la empresa exportadora de artesanía textil Inti Alpaca – Puno, periodo 2017?

1.3.2. Problemas Específicos

- ¿Qué elementos de los criterios de comercio justo no se han desarrollado en la empresa de artesanía Inti Alpaca –Puno?
- ¿En el Fairtrade se perciben factores de Calidad de Vida en los artesanos de la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno?
- ¿Qué lineamientos se deberían de considerar para mejorar los criterios de comercio justo en la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno?

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

“Analizar la aplicación de los criterios de comercio justo en la empresa exportadora de artesanía textil Inti Alpaca – Puno, periodo 2017”

1.4.2. Objetivos Específicos

- Analizar los elementos de los criterios de comercio justo que no se han desarrollado en la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno
- Analizar los factores de calidad de vida, que se perciben en los artesanos de la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno, con la aplicación del Fairtrade.
- Proponer lineamientos que mejoren la aplicación de los criterios de comercio justo en la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno.

1.5. Caracterización del Área de Investigación

El presente trabajo de investigación se realizó en la ciudad de Puno, que se halla ubicada en la sierra sudeste del país, en la meseta del Collao a: 13°00'66"00" y 17°17'30" de latitud sur y los 71°06'57" y 68°48'46" de longitud oeste del meridiano de Greenwich a orillas del Lago Titicaca.

Su extensión corresponde a la región andina, su clima es frío, seco y árido por naturaleza, con una altitud que varía desde 3,827 m.s.n.m., en un territorio de aproximadamente 72,000 km², representa el 5.6% del territorio peruano, con una población de 1'200,000 habitantes, de los cuales el 60% es rural y el 40% es urbano.

1.5.1. Artesanía Inti Alpaca E.I.R.L.

La Artesanía "Inti Alpaca", fue creada en febrero del año 2009, a iniciativa de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR de Puno, es así que a partir de la fecha Inti Alpaca viene funcionando, como una empresa dedicada a la elaboración de productos a base de la fibra de alpaca y baby alpaca; produciendo prendas como bufandas, faldas, chalecos y diversos accesorios de vestir, mejorando condiciones de vida familiar a nivel del personal de la empresa, asimismo contribuir al desarrollo y promoción de la artesanía Puneña.

Las Artesanía Inti Alpaca inicialmente vendía sus productos a nivel local, es decir en los mercados de la ciudad de Puno y Juliaca, en la actualidad existe una participación importante en las ferias a nivel nacional, como la Feria Perú Gift Show, Feria Exhibe Perú y la Feria FESTICAM 2014, desarrollando pedidos para empresas exportadoras ubicadas en la ciudad de Lima y Cusco. Estas actividades se desarrollan de la mano de instituciones públicas y privadas de la ciudad de Puno, quienes brindan asesoramiento técnico, para desarrollar productos y servicios de calidad hacia los clientes.

1.5.1.1. Reseña Histórica

La Artesanía "Inti Alpaca", fue creada en febrero del año 2009, a iniciativa de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR de Puno, es así que a partir de la fecha Inti Alpaca viene funcionando, como Artesanía Inti Alpaca dedicada a la elaboración de productos a base de la fibra de alpaca y baby alpaca. Desarrollamos productos como: bufandas, faldas, chalecos, bolsos, ponchos, correas, medias y diversos accesorios de vestir.

1.5.1.2. Misión y Visión de la empresa Compartamos Financiera S.A.

▪ VISIÓN

“Ser una empresa reconocida, distinguida y renombrada en el mundo textil artesanal, promotora de la creatividad artística, enfocada en la elegancia, empleando las últimas tendencias en diseño para nuestras artesanías, manteniendo siempre un gran número de clientes nacionales e internacionales, generando bienestar a los miembros del equipo de trabajo de nuestra empresa, creciendo y extendiendo nuestras ventas a nuevos mercados, enmarcados en las buenas prácticas del comercio justo.

▪ MISIÓN

Inti Alpaca, es una empresa productora y comercializadora de productos artesanales de finos acabados con diseños auténticos y altos estándares de calidad para el mercado nacional e internacional, comprometidos con el desarrollo de la comunidad, proveedores, colaboradores y clientes, cuidando el medio ambiente y promoviendo las buenas prácticas de comercio justo.

▪ VALORES

- Responsabilidad en la entrega del producto
- Lealtad al cliente
- Dedicación, amor y entusiasmo depositado en cada prenda artesanal
- Protección del medio ambiente
- Seguridad y salud de nuestra gente
- Gestión, flexibilidad, pro actividad, y liderazgo
- Mejora continua en la calidad de producción
- Ética, compromiso y credibilidad

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Marco Teórico

PROMPERU

Es un organismo público descentralizado del Perú, adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-MINCETUR, y encargado de promover las exportaciones de productos y servicios al exterior del país, así como promover y difundir la imagen del Perú en materia de promoción turística. PROMPERU prioriza el apoyo a los sectores de exportación no tradicional, con valor agregado y cuya producción se dé de manera descentralizada en el país. Mincetur Ley 27790, (2002).

2.1.1. Origen del Fairtrade

En la década del 60, el Comercio Justo se desarrollaba en las llamadas tiendas del Tercer Mundo. El concepto de Comercio Justo en esta etapa estaba muy relacionado a la caridad y filantropía y no tanto a la calidad de los productos. A finales de la década de los 80, hizo su aparición la incitativa Max Havelaar en Holanda, la cual dio al Comercio Justo un nuevo concepto basado

en un precio justo a los productores en función a la calidad, luego a la responsabilidad social y medio ambiental.

Este nuevo concepto de Comercio Justo se extendió en varios países de Europa, Norte América y Japón. Y a diferencia de las tiendas del 3º mundo, estos usaban canales de distribución tradicionales (traders, industria y supermercados). Esta nueva forma de Comercio Justo generó un gran impacto en el comercio. Por ello, siguen surgiendo iniciativas similares de sellos en Europa y Norte América (Fairtrade, TransFair y Rattvisemarkt) con el fin de seguir estimulando las ventas de Comercio Justo. En 1997 todas las iniciativas locales de Comercio Justo crearon un registro único: Fairtrade Labelling Organizations Internacional (FLO). La misión FLO: definir estándares, apoyar, examinar y certificar productores en desventaja y armonizar el mensaje Fairtrade dentro del movimiento mismo. En sus inicios el Comercio Justo se concentró más en café y artesanías. Sin embargo actualmente se certifica: café, té, arroz, bananos, mangos, cacao, algodón, azúcar, miel, jugos de fruta, nueces, fruta fresca, quinua, hierbas y especias, vino y pelotas deportivas entre otros Actualmente existen 632 grupos productores certificados en África, Asia y Sudamérica (Arispe, 2008).

El Comercio Justo representa una alternativa al comercio convencional y se basa en la cooperación entre productores y consumidores. Cuando un producto lleva el Sello de Certificación de Comercio Justo significa que los productores y comerciantes han cumplido con los criterios establecidos. Los criterios están destinados a corregir el desequilibrio de poder en las relaciones

comerciales, la inestabilidad de los mercados y las injusticias del comercio convencional (Centro de Comercio Internacional, 2012).

El Comercio Justo va más allá del intercambio por lo que demuestra una mayor justicia entre el comercio. Resalta la necesidad de un cambio en las reglas y prácticas del comercio convencional y muestra cómo un negocio exitoso puede también dar prioridad a la gente (Centro de Comercio Internacional, 2012).

2.1.1.1. Definición del Fairtrade

La definición de Comercio Justo consensuada internacionalmente es:

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



Figura 1 Sello de Certificación de comercio justo – Fairtrade

Fuente: <http://www.sellocomerciojusto.org>

La Organización Mundial del Comercio Justo establece **10 criterios** que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en el Fairtrade-Comercio Justo:

1. Creación de oportunidades para las partes interesadas.
2. Transparencia interna y externa.
3. Prácticas comerciales justas.
4. Desarrollo de habilidades.
5. Promoción del Comercio Justo.
6. Pago del precio justo.
7. Igualdad de trato.
8. Condiciones laborales.
9. Trabajo infantil.
10. Respeto al medio ambiente.

2.1.1.2. Proceso del Fairtrade

El trabajo en el Comercio Justo implica un proceso comprendido por 04 factores (Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO):

Producción: Los artículos son elaborados por productores de comunidades desfavorecidas. Estos productores forman parte de grupos organizados de campesinos, artesanos, etc. El desarrollo del trabajo se realiza cumpliendo los criterios del Comercio Justo.

Distribución: Las importadoras compran los artículos a los productores y los ponen a disposición de las tiendas. El precio es establecido de común

acuerdo entre productores y distribuidores, de manera que responda a los principios del Comercio Justo.

Venta: Las tiendas venden directamente al consumidor final. Las tiendas de Comercio Justo informan de la procedencia de los artículos.

Consumo: El consumidor opta por otro modelo de comercio, uno global, más humano y ecológico.

2.1.1.3. Criterios del Comercio Justo para la Certificación de Empresas de Artesanía Textil:

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) del Perú (2016) plantea 10 criterios o estándares los cuales son:

Criterio 01: Creación de oportunidades para las partes interesadas

Las empresas que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo deben involucrarse y comprometerse con las partes interesadas (sus trabajadores, proveedores y la comunidad entera) para que pasen de una situación de vulnerabilidad a una de seguridad laboral y social.

- a. La declaración de misión indica compromiso de trabajo para el desarrollo de la comunidad.
- b. Nivel de implementación del plan de acción para la creación de oportunidades para la comunidad.

Criterio 02: Transparencia interna y externa

Las empresas que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo deben garantizar la máxima transparencia en sus transacciones económicas, laborales y comerciales, tanto con respecto a las partes interesadas (trabajadores, socios, proveedores) así como con sus clientes. Para tal efecto, se comprometen con la gestión comercial transparente y facilitan la participación de los trabajadores en sus procesos de decisión internos.

- a. Se comunica a todas las partes interesadas la misión de la empresa.
- b. Nivel de comunicación a todas las partes interesadas
- c. Se comunica a todas las partes interesadas la misión de la empresa.
- d. Nivel de comunicación a todas las partes interesadas de los avances de la gestión de la empresa.
- e. Está disponible la información sobre las políticas salariales.
- f. Está disponible la información sobre los criterios de fijación de precios.
- g. Existen instancias de participación de los trabajadores.
- h. Existe un procedimiento de trazabilidad de producto en la empresa
- i. Existe un listado de proveedores.

Criterio 03: Prácticas comerciales

Las empresas que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo deben comprometerse a establecer relaciones comerciales de largo plazo con sus trabajadores y proveedores, formalizando sus acuerdos comerciales y cumpliendo con ellos.

- a. La empresa formaliza con sus proveedores las órdenes de pedido.
- b. La empresa cumple con los acuerdos de pagos en las fechas acordadas.
- c. La empresa puede facilitar un adelanto sobre el valor acordado del pedido, si el proveedor lo solicita.
- d. En caso de anulación de pedidos en proceso, por razones ajenas a la voluntad de ambas partes, la empresa acuerda con sus proveedores una compensación.
- e. La empresa establece relaciones de largo plazo con sus proveedores.
- f. Se hace divulgación correcta de la información técnica del producto.

Criterio 04: Desarrollo de habilidades

Las empresas que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo deben comprometerse con el mejoramiento de las capacidades de sus trabajadores y proveedores, a través de la información, formación y capacitación.

- a. Nivel de implementación del Plan de Capacitación hacia los trabajadores
- b. Nivel de implementación del plan de fortalecimiento de las relaciones con los proveedores de servicios.

Criterio 05: Promoción del Comercio Justo

Las empresas que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo apuestan a la promoción de las buenas prácticas del comercio justo tanto entre sus trabajadores, su entorno comercial, como hacia la comunidad, la sociedad civil y la opinión pública entera.

- a. Nivel de implementación del plan de capacitación sobre comercio justo al interior de la empresa.
- b. Nivel de implementación del plan de divulgación hacia la comunidad sobre el comercio justo.

Criterio 06: Pago del precio justo

Las empresas que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo deben comprometerse en establecer un precio para los productos adquiridos de sus proveedores que permita a éstos el cubrir sus costos de producción y a la vez obtener una ganancia adecuada. Respecto a sus trabajadores, la remuneración debe definirse de tal forma que pueda garantizar a los mismos la cobertura de sus necesidades básicas; de preferencia mantener relaciones contractuales formalizadas (planilla) al trabajo por destajo.

- a. El trabajador asalariado percibe al menos el sueldo mínimo vital vigente.
- b. El pago por unidad producida en un determinado tiempo, guarda relación con el sueldo mínimo vigente.
- c. El precio del producto/servicio pagado al proveedor de servicios cubre al menos el costo de producción.

Criterio 07: Igualdad de trato

Las empresas que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo deben garantizar las mismas condiciones laborales a sus trabajadores, la paridad de trabajo y de capacidad, a pesar de las diferencias de género, edad, religión, pertenencia política y étnica. A la vez, las mismas empresas deben

brindar a las mujeres el acceso a las mismas oportunidades que los hombres, reconociendo sus específicas y peculiares necesidades.

- a. No existe diferencia salarial en razón de sexo, edad, religión, pertenencia política, etnia y/o condición social.
- b. Existe posibilidad de acceso a servicios de capacitación sin discriminación.
- c. Existen las mismas oportunidades de ascensos dentro de la empresa, sin discriminación.
- d. Nivel de implementación del Plan de capacitación en liderazgo para las mujeres.

Criterio 08: Condiciones laborales

Las empresas que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo deben promover condiciones laborales seguras en su empresa como en los talleres de sus proveedores, respetando las leyes laborales nacionales e internacionales, concientizando a los trabajadores respecto estas prácticas a adoptar.

- a. Se promueven condiciones laborales seguras de acuerdo a las leyes locales y/o a las disposiciones internacionales.
- b. Se respetan los horarios de trabajo de acuerdo a la legislación vigente.
- c. Se pagan las horas de trabajo extraordinario según las normas vigentes.
- d. La empresa se encuentra al día en el pago de los beneficios sociales.

Criterio 09: Trabajo infantil

Las empresas que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo deben respetar lo establecido en las convenciones de la ONU y las normativas vigentes a nivel local de protección al trabajo infantil, garantizando a los menores el derecho a desarrollarse y conducir una vida plena y sana.

- a. Los trabajadores menores de 18 años están permitidos sólo en el ámbito de una empresa familiar o por la existencia de un Convenio vigente de Aprendizaje, de Capacitación Laboral o de Pasantía conforme a la legislación vigente y únicamente con edad mínima de 14 años, garantizando el derecho a la educación, la recreación y la salud.

Criterio 10: Respeto al medio ambiente

Las empresas que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo deben preferir el uso de tecnologías productivas de bajo impacto ambiental, el uso de materias primas procedentes de fuentes renovables y trabajar para disminuir el impacto de su producción sobre el medio ambiente.

- a. Nivel de implementación del plan de gestión eco eficiente del medioambiente.
- b. Se prioriza el uso de materiales biodegradables / reciclables en los empaques.
- c. Se prioriza el uso de materia prima natural / orgánica.
- d. Se prioriza el uso de materia prima nacional.
- e. Nivel de implementación del plan de promoción en temas de protección del medio ambiente en beneficio de la comunidad.

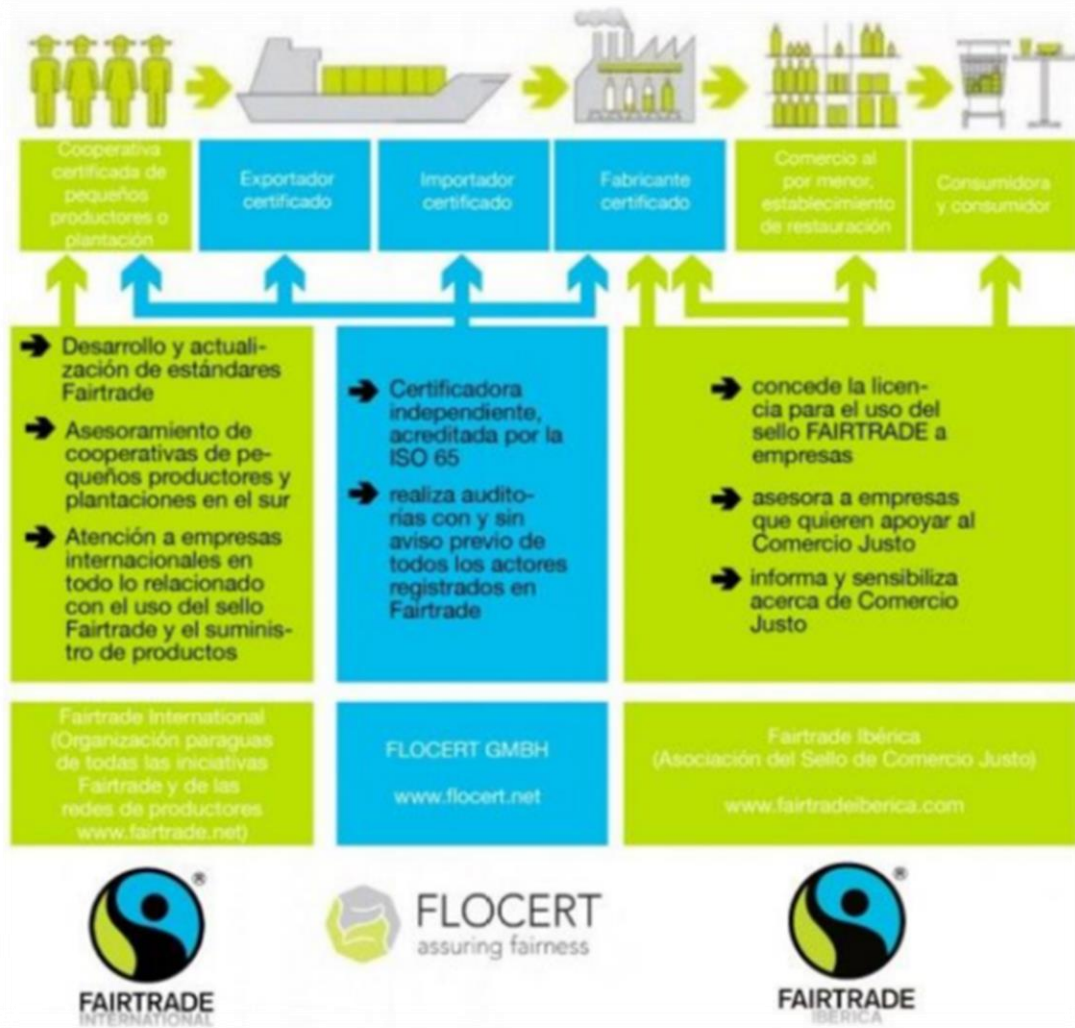


Figura 2 Proceso de comercio justo – Fairtrade

Fuente: <https://www.google.com.pe/search?q=proceso+de+certificacion+comercio+justo>

2.1.2. Calidad de Vida

La **calidad de vida** designa las condiciones en que vive una persona que hacen que su existencia sea placentera y digna de ser vivida, o la llenen de aflicción. Es un **concepto** extremadamente subjetivo y muy vinculado a la sociedad en que el individuo existe y se desarrolla. RAE (2017).

Calidad de vida general definida como el bienestar personal derivado de la satisfacción o insatisfacción con áreas que son importantes para él o ella. Ferrans (1990).

Para la Organización Mundial de la Salud (OMS) la calidad de vida implicaría la percepción que una persona tiene de su situación de vida en relación con su contexto (cultura, sistema de valores), sus objetivos, aspiraciones y preocupaciones.

2.1.2.1. Factores de la Calidad de Vida

La calidad de vida comprende factores tanto subjetivos como objetivos.

Entre los **factores subjetivos** se encuentra la percepción de cada individuo de su bienestar a nivel físico, psicológico y social.

En los **factores objetivos**, por su parte, estarían el bienestar material, la salud y una relación armoniosa con el ambiente físico y la comunidad.

Como tal, muchos aspectos afectan la calidad de vida de una persona, desde las condiciones económicas, sociales, políticas y ambientales, hasta la salud física, el estado psicológico y la armonía de sus relaciones personales y con la comunidad.

En este sentido, podríamos analizar la calidad de vida considerando cinco grandes áreas:

- **Bienestar físico**, asociado a la salud y la seguridad física de las personas.
- **Bienestar material**, que incluiría nivel de ingresos, poder adquisitivo, acceso a vivienda y transporte, entre otras cosas.
- **Bienestar social**, vinculado a la armonía en las relaciones personales como las amistades, la familia y la comunidad.

- **Bienestar emocional**, que comprende desde la autoestima de la persona, hasta su mentalidad, sus creencias y su inteligencia emocional.
- **Desarrollo**, relacionado con el acceso a la educación y las posibilidades de contribuir y ser productivos en el campo laboral.

2.2. Marco Conceptual

Administración

Proceso para lograr las metas de la organización, utilizando recursos y trabajando por medio de personas. Proceso de planear, coordinar, ejecutar y controlar esfuerzos organizada y sistemáticamente para un fin determinado. Proceso de planear, coordinar, ejecutar y controlar los recursos de una organización para lograr los objetivos de la misma. Chiavenato, (2001)

Artesanías

Entiéndase por artesanía a la producción de bienes ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado, sin limitación en lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes a recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, creativas vinculadas a la cultura, decorativas funcionales, tradicionales entre otros.

Artesanías Utilitarias

Es la destinada a producir objetos o bienes que independientemente de las características que puedan exhibir satisfacen una necesidad, el uso o consumo de la persona o de otra actividad productiva. (Ley de promoción artesanal).

Artesano

Son todas las personas que elaboran un bien, utilizando sus manos e ingenio y algunas herramientas.

- Materias primas o materiales
- Mano de obra o esfuerzo humano
- Maquinaria o esfuerzo mecánico
- Terrenos, edificios e instalaciones
- Equipos, instrumentos y herramientas
- Financiamiento

Asociación

La asociación es una organización estable de personas naturales y/o jurídicas o ambas que a través de una actividad persiguen un fin común.

Calidad de Vida

Calidad de vida es un concepto que se refiere al conjunto de condiciones que contribuyen al bienestar de los individuos y a la realización de sus potencialidades en la vida social.

2.3. Hipótesis

2.3.1. Hipótesis General

La aplicación de los criterios de comercio justo, mejora la calidad de vida de los artesanos que laboran en la empresa exportadora de artesanía textil Inti Alpaca – Puno, periodo 2017.

2.3.2. Hipótesis Específicas

H1: Son buenos los elementos de los criterios de comercio justo en cuanto a su aplicación en la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno.

H2: Los factores de calidad de vida que se perciben en los artesanos de la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno, es regular con la aplicación del Fairtrade.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

Los materiales, métodos, diseños e instrumentos que hicieron posible la investigación se exponen a continuación en este apartado:

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

3.1.1. Método de Investigación

El presente trabajo de investigación es de tipo descriptivo analítico, porque no se produce una manipulación en la investigación.

- a. **Método Descriptivo.-** Tuvo como objetivo describir y analizar sistemáticamente “Lo que existe” con respecto a las variaciones o a las condiciones de una situación. Se describe lo observado por experiencia.
- b. **Método Analítico.-** Es el método que consiste en la división de un todo, descomponiendo las vivencias en una organización en sus elementos para observar las causas, la naturaleza y sus defectos; es hacer la separación de sus componentes y observar periódicamente cada una de ellas.

El análisis inicia su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad; de este modo podrá establecer las relaciones entre los elementos que componen su objeto de investigación.

3.1.2. Alcance de Investigación

El tipo de estudio de la investigación es **Descriptiva**, porque se encarga de describir las características de las variables de estudio.

3.1.3. Diseño de la Investigación

El diseño de investigación es de corte transversal el cual está orientado a la comprobación de hipótesis causales y además la recolección de datos se realizó una sola vez en un determinado periodo de tiempo. (Palomino, 2009).

3.2. Población y Muestra de Investigación

3.2.1. Población de Estudio

La presente investigación tuvo como población a todos los trabajadores de la empresa de Inti Alpaca en la ciudad de Puno.

Total de la población = 20

3.2.2. Muestra

La muestra es censal por lo tanto, la muestra para la presente investigación está compuesta por toda la población total de la muestra = 20.

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.3.1. Técnicas

En la elaboración del presente trabajo de investigación se ha tomado en cuenta las siguientes técnicas.

- a. **Observación Directa.-** La observación es un procedimiento empírico básico cuyo objetivo es determinar las propiedades o manifestaciones de un hecho actual y cuyos resultados son registrados en fichas documentales de investigación.
- b. **Encuesta.-** Es una técnica de investigación que consiste en una entrevista verbal o escrita, en nuestro caso fue escrita, realizado con un cuestionario debidamente estructurado con preguntas elaboradas ejecutado en el área del personal de la artesanía.

3.3.2. Instrumentos

- a. **Entrevista.-** Definida como una conversación cara a cara, donde el entrevistador pregunta al entrevistado y recibe de esta las respuestas pertinentes a la hipótesis de la investigación. Esta entrevista se hizo a la gerente general de la asociación.
- b. **Cuestionario.-** Está compuesta por preguntas debidamente estructuradas y organizadas para lograr obtener la información

deseada, es un instrumento de mayor utilización en las ciencias sociales y está estructurado a base de un conjunto de preguntas para obtener información sobre el problema que se está investigando; en nuestro caso el tipo de encuesta fue de preguntas cerradas para facilitar el manejo y tabulación de los datos y las preguntas contienen un lenguaje claro y sencillo. Con estas preguntas puede perderse riqueza en la información pero se puede hacer su cuantificación; así es más fácil realizar una tabulación, donde los resultados sean más concretos y más exactos (Charaja, 2003).

3.4. Procedimiento de Recolección de Datos

En este proceso se realizó las siguientes actividades: control de calidad de la información obtenida y de las entrevistas, codificación, procesamiento para estimar promedios y porcentajes. Para el tratamiento e interpretación de la información obtenida, materia en estudio y se siguió el proceso siguiente:

- Desarrollo de encuesta y entrevista.
- Análisis de resultados de los datos utilizando el método estadístico descriptivo.
- Ordenamiento de los datos vaciándolos en el programa Excel.
- Procesamiento de los datos a través del método descriptivo y analítico.
- Elaboración de cuadros estadísticos con la información de los resultados obtenidos.
- Análisis, interpretación y evaluación de los resultados a través de método descriptivo y analítico.
- Contrastación de las hipótesis planteadas con los resultados obtenidos.
- Elaboración de conclusiones.

Tabla 1

Característica de la Encuesta y Ámbito de Estudio

TIPO DE PREGUNTA	CERRADA
N° DE PREGUNTAS	15
N° DE HOJAS	2
N° DE ENCUESTAS	20
PRESENTACION DE LA ENCUESTA	HOJA BOND A-4
DURACION POR ENCUESTA	15 min
EMPRESA	Empresa de Artesanía Inti Alpaca E.I.R.L.
LUGAR	Jr. San Román N° 116

Fuente: Elaboración Propia

- Fueron 3 días de trabajo programados, con un tiempo diario de 2 horas observando así su desenvolvimiento de cada uno de los artesanos durante ese tiempo.

Tabla 2

Cronograma de Encuestas

FECHA DE ENCUESTAS	01 DE MARZO	02 DE MARZO	03 DE MARZO
CANTIDAD DE ENCUESTADOS	7	7	6

Fuente: Elaboración Propia

3.5. Procesamiento y Análisis de Datos

La información recopilada fue analizada en base a técnicas estadísticas para lo que se tabuló en tablas y se muestran en cuadros y gráficos estadísticos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo, presentaremos los resultados y discusión de nuestra investigación a fin de dar respuesta a nuestras interrogantes planteadas y con base a los resultados obtenidos de las encuestas de aplicación del fairtrade por la Empresa Exportadora de Artesanía Textil de la Región Puno: Caso Inti Alpaca E.I.R.L. – Perú, se analizó las similitudes y diferencias entre las investigaciones y marco teórico.

4.1. Resultados

A continuación se presenta los resultados de la investigación, a fin de alcanzar cada uno de los objetivos propuestos (el comercio justo-fairtrade y su relación con la calidad de vida de los artesanos), las tablas que se presentan están tabulados de acuerdo a los resultados obtenidos según el cuestionario realizado, el cual estuvo dirigido a los trabajadores de la Empresa Exportadora de Artesanía Textil de la Región Puno: Caso Inti Alpaca E.I.R.L. – Perú.

4.1.1. Análisis de los elementos de los criterios de comercio justo que no se han desarrollado en la empresa de artesanía Inti Alpaca - Puno.

Respondiendo a la pregunta específica 1 ¿Qué elementos de los criterios de comercio justo no se han desarrollado en la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno? se desarrolla la siguiente Tabla 3.

Tabla 3

Resultados de Criterios en General (datos agrupados)

CRITERIOS EN GENERAL	Rptas Gral	PORCENTAJE
SI	6	40%
NO	9	60%
TOTAL DE PREGUNTAS	15	100%

Fuente: Resultados de cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

Los resultados que se muestran en la Tabla 3 permiten demostrar que en la Aplicación de Criterios del Fairtrade, el total del resultado nos indica que un 60 % general de las respuestas finales realizadas a 20 artesanos, resultaron Negativas, esto es debido a que los artesanos que acceden al sistema de buenas prácticas de Comercio Justo están poco sometidos a recibir el involucramiento y compromiso del Fairtrade.

Como según se menciona en el documento denominado Buenas prácticas de comercio justo (este debe involucrar y comprometerse con las partes interesadas como los trabajadores, proveedores y la comunidad entera para que pasen de una situación de vulnerabilidad a una de seguridad laboral y social) MINCETUR

(2016); pero se percibe muy claramente con esta encuesta realizada que no es así, porque aún se encuentra muy débil el apoyo y/o capacitaciones que debe ofrecerse a los integrantes de esta artesanía; ya que de acuerdo a este cuestionario de aplicación de criterios del Fairtrade, en cada empresa debe existir un plan de acción que ayude a que todos los integrantes de una organización, en este caso la Artesanía Inti Alpaca, y así fortalezcan sus capacidades para desempeñarse adecuadamente creando una estabilidad económica para sus familias y de este modo mejorar la situación actual del país, declarando el compromiso de trabajo que deben tener todos los actores inmersos en el trabajo de artesanía.

Los valores anteriormente mostrados permiten deducir que son poco buenos los elementos de los criterios de comercio justo en cuanto a su aplicación en la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno, porque se demuestra bajo interés del 100 % de los integrantes de esta artesanía ya que los criterios son aplicados en forma básica con actividades esporádicas en la gestión ya que no cuentan con un plan de capacitación y plan de fortalecimiento de relaciones, creando así desconocimiento de las partes interesadas.

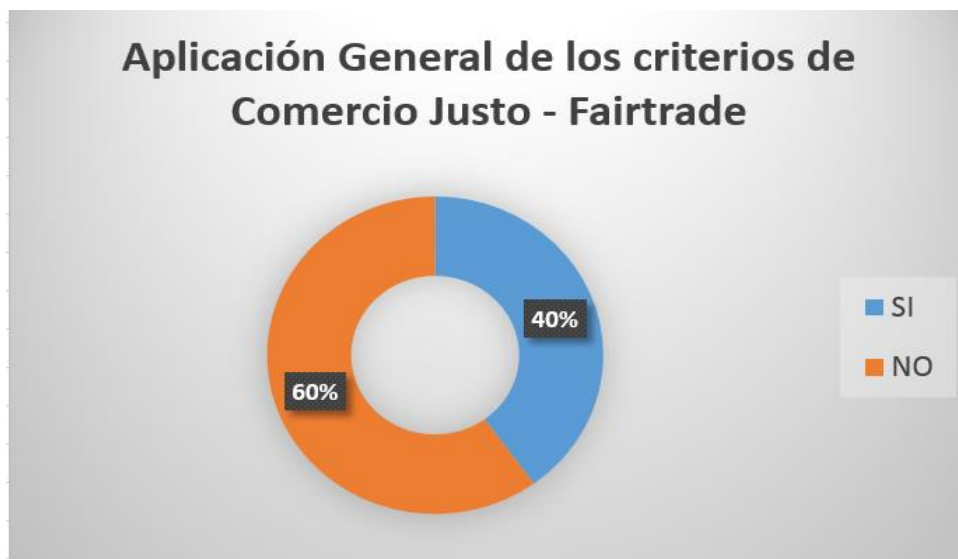


Figura 3 Aplicación General de los criterios de comercio justo – Fairtrade

Fuente: Resultados de cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

4.1.2. Análisis de los factores de calidad de vida, que se percibió en los artesanos de la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno, con la aplicación del Fairtrade.

CREACION DE OPORTUNIDADES

1. ¿Sabe cuál es la Misión de la empresa?

Tabla 4

Misión de la Empresa

CRITERIO 01	¿Sabe cuál es la Misión de la empresa?		PORCENTAJES
EMPRESA DE ARTESANIA INTI ALPACA	SI	12	60,00
	NO	8	40,00
TOTAL		20	100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

Sabe cual es la Mision de la Empresa

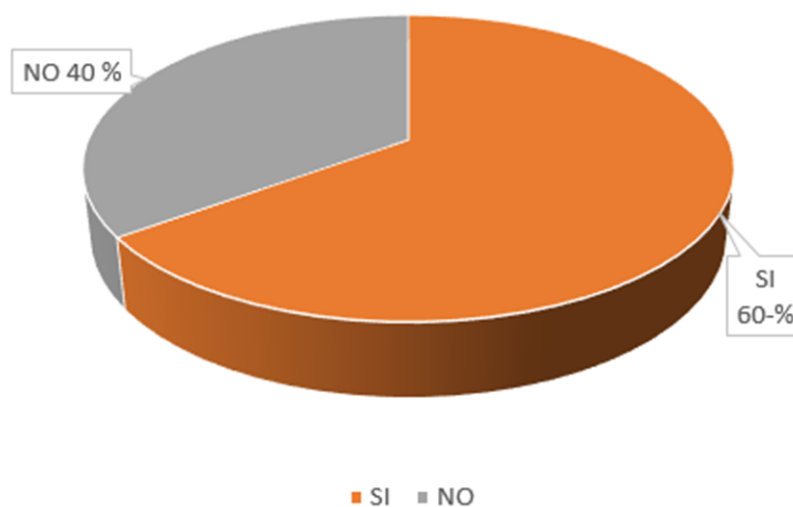


Figura 4 Misión de la Empresa

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En relación al contenido del conocimiento de la Misión que existe dentro de la empresa en la que trabajan las artesanas, el 60% manifestó que saben cuál es la Misión de la empresa que laboran y el 40% manifestó que desconocen cuál es la misión de la empresa.

De acuerdo al criterio del Fairtrade cada empresa se debe declarar la misión que indica el compromiso de trabajo que deben tener todos los actores inmersos en el trabajo de artesanía. La Misión es el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, que tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades. La Misión debe estar documentada y expresamente debe incluir el compromiso de trabajo con las BPCJ. Compromiso de la comunidad, clientes, personal, proveedores.

2. ¿Conoce el plan de acción de la Organización?

Tabla 5

Plan de Acción

CRITERIO	¿Conoce el plan de acción de la Organización?		PORCENTAJES
01			
EMPRESA DE ARTESANIA INTI ALPACA	SI	13	65,00
	NO	7	35,00
	TOTAL	20	100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

Conoce el plan de acción de la Organización

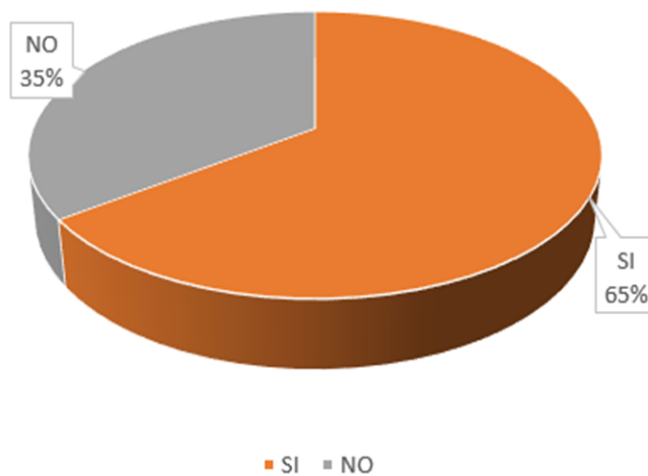


Figura 5 Plan de Acción

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En relación al contenido del conocimiento del Plan de Acción de la organización el 65% manifestó que saben acerca del plan de acción en la empresa que laboran y el 35% manifestó que aún desconocen cómo es su plan de acción.

De acuerdo a esta interrogante debe existir un nivel de implementación del plan de acción; se denomina Plan de Acción al programa de actividades u otro documento que indique las actividades de BPCJ que desarrollaran en beneficio de la comunidad, responsables de la realización, fechas programadas, medios, entre otros. Para evidenciar el nivel de implementación se deberá contemplar un campo para el porcentaje de cumplimiento para la creación de oportunidades para los artesanos que laboran y conjuntamente la comunidad.

TRANSPARENCIA INTERNA Y EXTERNA**3. ¿Cómo es la comunicación existente dentro de la Artesanía?**

Tabla 6

Comunicación en la Artesanía

CRITERIO 02	¿Cómo es la comunicación existente		PORCENTAJES
	Dentro de la Artesanía?		
EMPRESA DE ARTESANIA INTI ALPACA	Buena	10	50,00
	Mala	10	50,00
TOTAL		20	100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

¿Cómo es la comunicación existente dentro de la Artesanía?

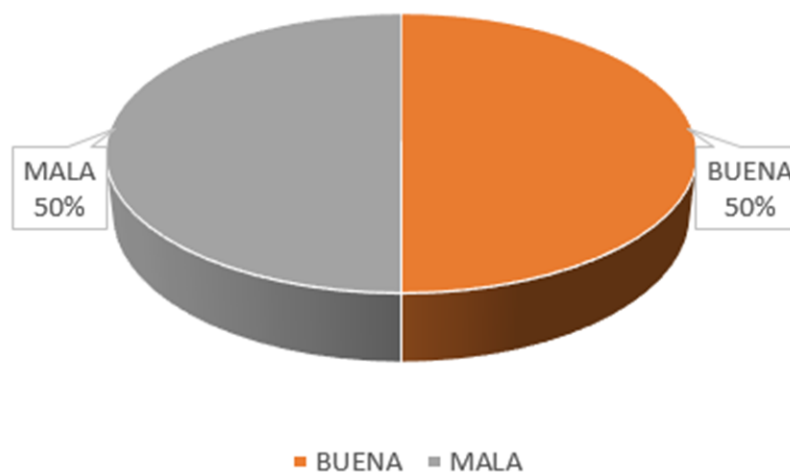


Figura 6 Comunicación en la Artesanía

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En relación al contenido de la comunicación que existe dentro de la empresa en la que trabajan las artesanas, el 50% manifestó que en la empresa que labora la comunicación es buena y el otro 50% mala.

Kaplan (2007), indica "que aún hoy el 95 % de las empresas falla al comunicarles la estrategia a sus empleados, o directamente no lo comunica". La comunicación es el proceso humano más importante después de alimentarnos. Ya que la mala comunicación ha sido causa de varios conflictos de diferentes niveles. Pero no solo debemos comunicarnos bien, sino también debemos hacerlo con empatía y lo más importante de la comunicación es saber escuchar pero escuchar con los oídos, con el corazón y con el cerebro para así abrirnos a entender lo que quieren decirnos. La comunicación interna en

una empresa debe ser mayor y de mejor calidad, sin embargo en la actual investigación se observa un empate porque las artesanas indicaron que tienen buena comunicación, sin embargo tienen desinformación en cuanto a misión u otros aspectos que realiza la empresa.

4. ¿Tiene acceso de información sobre las políticas y los criterios de precios?

Tabla 7

Políticas y criterios de precio

CRITERIO 02 EMPRESA DE ARTESANIA INTI ALPACA	¿Tiene acceso de información sobre las políticas y los criterios de precios?	PORCENTAJES
	SI	8 40,00
	NO	12 60,00
	TOTAL	20 100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

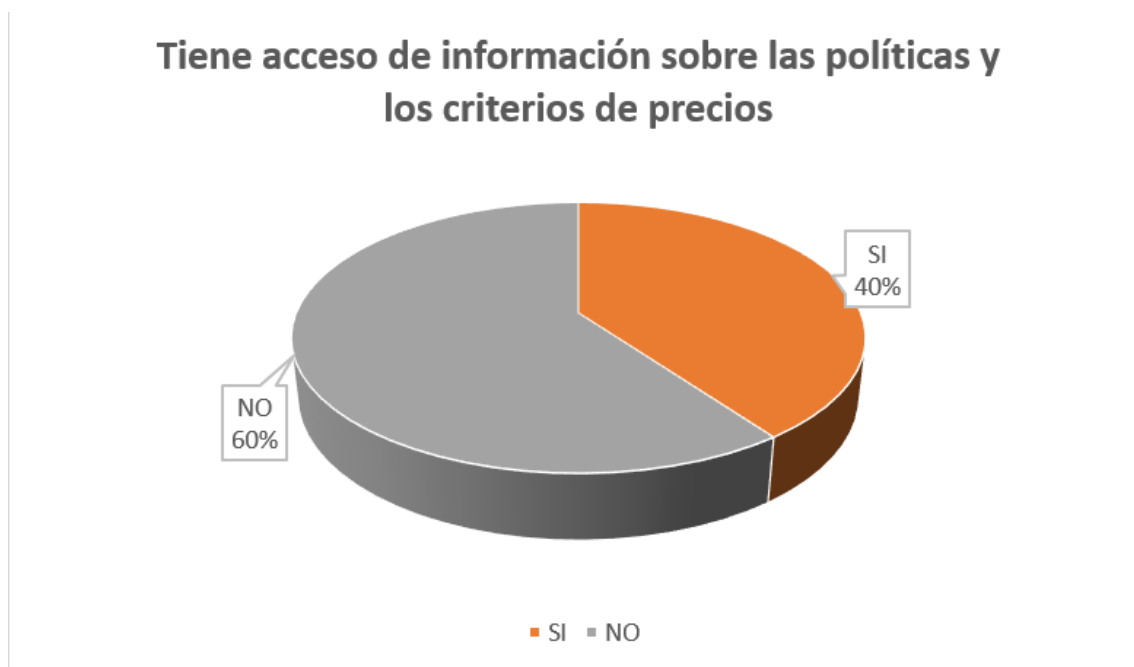


Figura 7 Políticas y criterios de precio

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados acerca sobre si las artesanas tienen acceso sobre las políticas y los criterios de precios dentro de la empresa, 40 % de las artesanas manifestaron que Si tienen acceso a estas políticas y criterios de precios (jefas de grupos) pero el 60 % manifestó que No tienen tanto acceso a los mismos.

Remarcar que las empresas que acceden al sistema del FAIRTRADE (buenas prácticas de comercio justo), deben garantizar la máxima transparencia en sus transacciones económicas, laborales y comerciales, tanto con respecto a las partes interesadas (trabajadores, socios, proveedores) así como con sus clientes. Para tal efecto, se comprometen con la gestión comercial transparente y facilitan la participación de los trabajadores en sus procesos de decisión internos.

PRÁCTICAS COMERCIALES

5. ¿Tiene conocimiento sobre la información técnica del producto?

Tabla 8

Información técnica del producto

CRITERIO 03	¿Tiene conocimiento sobre la		PORCENTAJES	
	Información técnica del producto?			
EMPRESA ARTESANÍA INTI ALPACA	DE	SI	11	55,00
		NO	9	45,00
TOTAL			20	100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

Tiene conocimiento sobre la información técnica del producto

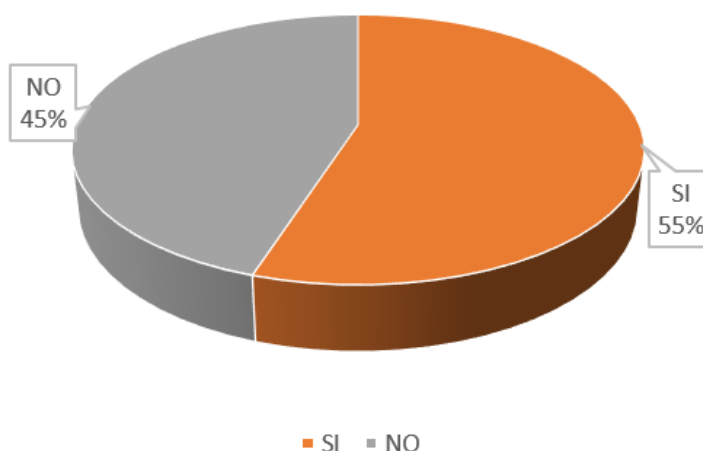


Figura 8 Información técnica del producto

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En relación al conocimiento sobre la Información técnica del producto el 55% de encuestados, equivalentes a 11 personas manifestaron que Si saben sobre la información técnica de los productos con los que trabajan pero el 45% indicaron que aún desconocen cómo es la información técnica del producto.

De acuerdo a este criterio las empresas deben comprometerse a establecer relaciones comerciales de largo plazo con sus trabajadores y proveedores, formalizando sus acuerdos comerciales y cumpliendo con ellos las órdenes de pedido, los acuerdos de pagos en las fechas acordadas, etc.

DESARROLLO DE HABILIDADES

6. ¿Recibe capacitaciones o charlas informativas por parte de la Empresa?

Tabla 9

Capacitaciones en la artesanía

CRITERIO 04	¿Recibe capacitaciones o charlas Informativas por parte de la Empresa?		PORCENTAJES
	EMPRESA DE ARTESANIA INTI ALPACA	SI	
	NO	10	50,00
TOTAL		20	100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

Recibe capacitaciones o charlas informativas por parte de la Empresa

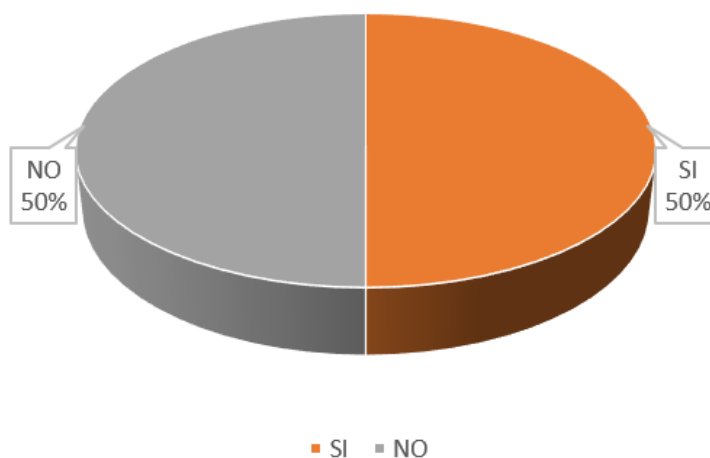


Figura 9 Capacitaciones en la artesanía

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En relación sobre la recepción de capacitaciones o charlas informativas por parte de la empresa, el 50% de encuestados, equivalentes a 10 personas manifestaron una respuesta positiva, pero también el 50% indicaron que aún no reciben charlas informativas por parte de la empresa.

Aclarando esta interrogante la artesanía al acceder al sistema del Fairtrade, tiene el compromiso de mejorar en las capacidades de sus trabajadores y proveedores, a través de la información, formación y capacitación. El desarrollo de capacidades genera transformaciones que empoderan a las personas, los líderes, las organizaciones y las sociedades. Si algo no lleva a un cambio que sea generado, guiado y sostenido por los beneficiarios a quienes está destinado, no puede decirse que haya mejorado las capacidades, aun cuando haya servido para un propósito válido de desarrollo.

PROMOCIÓN DEL COMERCIO JUSTO**7. ¿Sabe a qué se refiere el término Fairtrade-Comercio Justo?**

Tabla 10

Fairtrade - Comercio justo

CRITERIO 05	¿Sabe a qué se refiere el término Fairtrade-Comercio Justo?		PORCENTAJES
EMPRESA DE ARTESANIA INTI ALPACA	SI	8	40,00
	NO	12	60,00
	TOTAL	20	100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

Sabe a qué se refiere el término Fairtrade-Comercio Justo

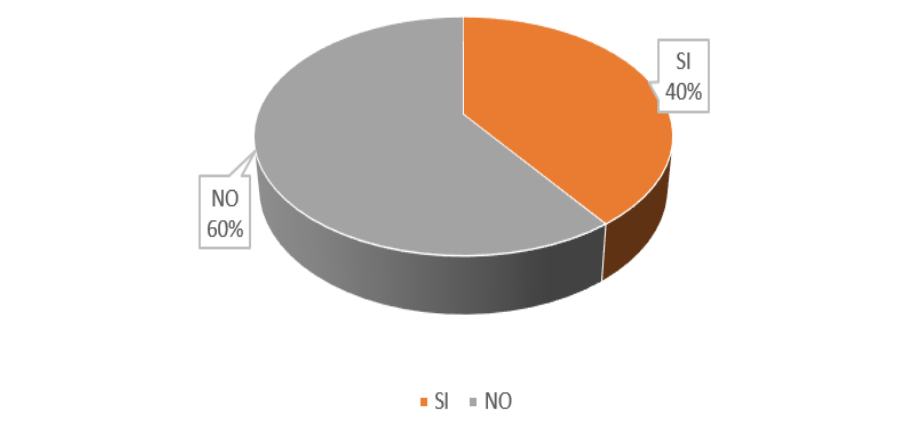


Figura 10 Fairtrade - Comercio justo

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En relación a la interrogante perteneciente al criterio N^a 05, acerca del conocimiento del significado del término Fairtrade – Comercio Justo en la empresa en la que trabajan las artesanas los resultados fueron los siguientes: el 40% conocen sobre el comercio justo en la empresa y el 60% desconocen sobre el Fairtrade acerca de este aspecto de comercio alternativo promovido por varias organizaciones no gubernamentales. Sin embargo es necesario, indicar que el Comercio Justo, según Alfonso Cotera (2002), está basado 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 del Sur, en donde existe mayor presencia de grupos humanos pobres. Aclarando que su objetivo principal es mejorar las condiciones de vida de los habitantes más empobrecidos de los países en desarrollo, para ello vincula y fortalece a

las organizaciones que proponen alternativas justas contra las injustas estructuras y prácticas comerciales, vela porque actúen bajo los estándares del comercio justo y las relaciones de trabajo adecuadas (MINCETUR 2016).

8. ¿En sus capacitaciones se implementa el tema del Fairtrade- comercio justo al interior de la empresa?

Tabla 11

Implementación del Fairtrade

CRITERIO 05	¿En sus capacitaciones se implementa		PORCENTAJES
	El Fairtrade al interior de la empresa?		
EMPRESA DE ARTESANIA INTI ALPACA	SI	10	50,00
	NO	10	50,00
TOTAL		20	100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

En sus capacitaciones se implementa el tema del Fairtrade- comercio justo al interior de la empresa

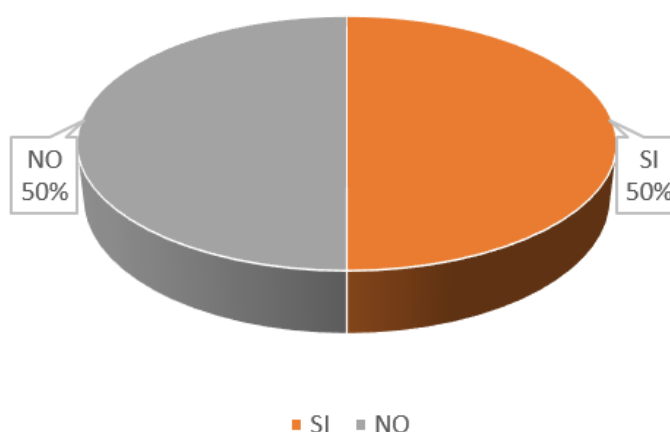


Figura 11 Implementación del Fairtrade

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En relación al tema que en las capacitaciones se implementa el tema del Fairtrade-comercio justo al interior de la empresa en la que trabajan las artesanas los resultados fueron que el 50% conocen sobre el tema y que también el 50% desconocen sobre el Fairtrade al interior de la empresa. Sin embargo es necesario, indicar que el Comercio Justo, según Alfonso Cotera (2002), está basado en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca una mayor equidad en el comercio internacional.

PAGO DEL PRECIO JUSTO

9. ¿Se encuentra Ud. En planilla dentro de la organización?

Tabla 12

Planilla del artesano

CRITERIO 06	¿Se encuentra Ud. En planilla		PORCENTAJES
	Dentro de la organización?		
EMPRESA DE ARTESANIA	SI	2	10,00
INTI ALPACA	NO	18	90,00
TOTAL		20	100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca



Figura 12 Planilla del artesano

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En cuestión de la pregunta sobre si se encuentra en Planilla dentro de la organización solo el 10% que son 2 personas, jefes directos, se encuentran en planilla en cambio el 90% indicaron que aún no se encuentran en planilla porque ellos trabajan por contrato de tercerización.

De acuerdo a este criterio de precio justo, la empresa debe comprometerse en establecer un precio para los productos adquiridos de sus proveedores (artesanos) que permita a éstos el cubrir sus costos de producción y a la vez obtener una ganancia adecuada y el pago por unidad producida en un determinado tiempo, guarda relación con el sueldo mínimo vigente.

IGUALDAD DE TRATO

10. ¿Tiene igualdad de trato y acceso a capacitaciones?

Tabla 13

Igualdad de trato

CRITERIO	¿ Tiene igualdad de trato y acceso		PORCENTAJES
07	a capacitaciones?		
EMPRESA	SI	13	65,00
DE ARTESANIA			
INTI	NO	7	35,00
ALPACA			
	TOTAL	20	100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

Tiene igualdad de trato y acceso a capacitaciones

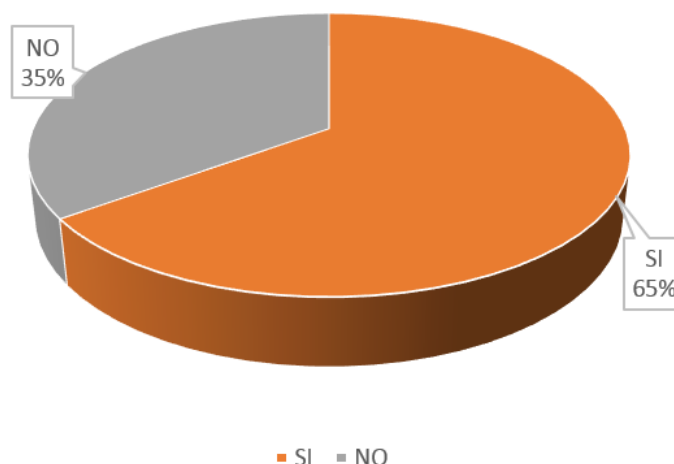


Figura 13 Igualdad de trato

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En relación a la interrogante de la igualdad de trato y acceso de capacitaciones dentro de la empresa en la que trabajan las artesanas, el 65% manifestó que si hay igualdad de trato pero el 35% manifestó que no se percibe tanto esta igualdad de trato en la empresa.

De acuerdo a este criterio, la empresa Inti Alpaca que accede al sistema de buenas prácticas de comercio justo-Fairtrade, debe garantizar las mismas condiciones laborales a sus trabajadores a pesar de las diferencias de género, edad, religión, pertenencia política y étnica además que debe brindar a las mujeres el acceso a las mismas oportunidades que los hombres, reconociendo sus específicas y peculiares necesidades.

11. ¿Existe posibilidad u oportunidades de ascensos sin discriminación?

Tabla 14

Oportunidad de ascensos

CRITERIO 07	¿ Existe posibilidad u oportunidades de ascensos sin discriminación?		PORCENTAJES
	SI	NO	
EMPRESA DE ARTESANIA INTI ALPACA	11	9	55,00 45,00
TOTAL	20		100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

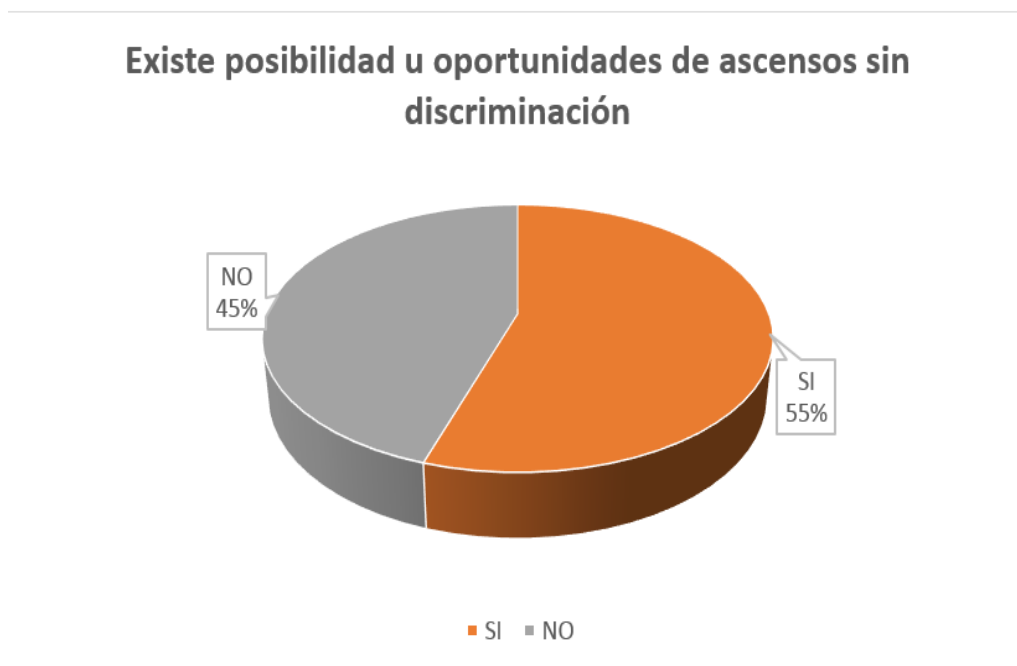


Figura 14 Oportunidad de ascensos

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En relación a la interrogante de posibilidad u oportunidades de ascensos sin discriminación el 55% manifestó que si hay posibilidad de ascensos pero el 45% manifestó que no se percibe tanto esta oportunidad de ascenso.

De acuerdo a este criterio, las empresa inti alpaca debe garantizar las mismas condiciones laborales a sus trabajadores a pesar de las diferencias de género, edad, religión, pertenencia política y étnica además reconociendo sus específicas y peculiares necesidades porque existen las mismas oportunidades de ascensos dentro de la empresa, sin discriminación, implementando el Plan de capacitación en liderazgo para las mujeres.

TRABAJO INFANTIL**12. ¿Tiene conocimiento sobre personal menor de edad dentro de la organización?**

Tabla 15

Presencia de personal menor de edad

CRITERIO 09	¿ Tiene conocimiento sobre personal		PORCENTAJES
	Menor de edad dentro de la organización?		
EMPRESA DE ARTESANIA INTI ALPACA	SI HAY	0	0,00
	NO HAY	20	100,00
TOTAL		20	100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

Tiene conocimiento sobre personal menor de edad dentro de la organización

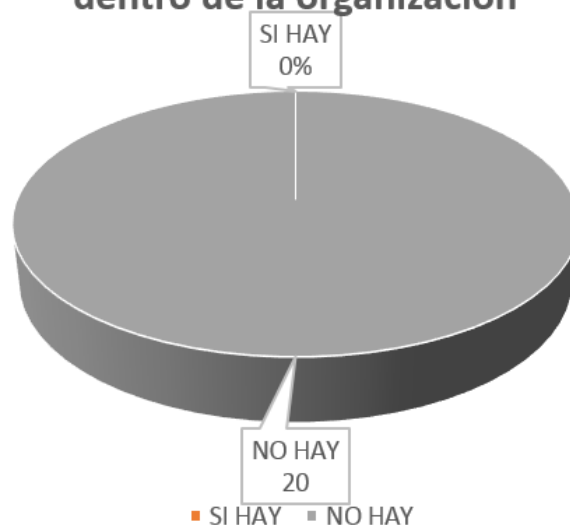


Figura 15 Presencia de personal menor de edad

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En relación al conocimiento sobre el personal menor de edad trabajando dentro de la artesanía el 20% manifestaron que en la empresa que laboran No existe personal alguno que sea menor de edad.

Porque los trabajadores menores de 18 años están permitidos sólo en el ámbito de una empresa familiar o por la existencia de un Convenio vigente de Aprendizaje, de Capacitación Laboral o de Pasantía conforme a la legislación vigente y únicamente con edad mínima de 14 años, garantizando el derecho a la educación, la recreación y la salud ya que las empresas que acceden al sistema de buenas prácticas del Fairtrade-comercio justo, deben respetar lo establecido en las convenciones de la ONU y las normativas vigentes a nivel local de protección al trabajo infantil, garantizando a los menores el derecho a desarrollarse y conducir una vida plena y sana.

RESPECTO AL MEDIO AMBIENTE

13. ¿Sabe Ud. Qué tipo de material se usa para empaquetar los productos?

Tabla 16

Material de empaquetado

CRITERIO 10	¿Sabe Ud. Qué tipo de material se usa		PORCENTAJES
	Para empaquetar los productos?		
EMPRESA DE ARTESANIA INTI ALPACA	SI	8	40,00
	NO	12	60,00
TOTAL		20	100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca



Figura 16 Material de empaquetado

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En relación al conocimiento del tipo de material que se usa para empaquetar los productos utilizados en la artesanía el 40% indicaron que si saben que materiales se utilizan, pero el 60% desconocen cuáles sean los materiales utilizados para empaquetar los productos.

Según el testimonio de una de las personas encargadas de ambas empresas, se pudo corroborar lo investigado.

"Nosotros utilizamos cartón para minimizar el impacto al medio ambiente como indica las buenas practicas del Comercio Justo", Valeriana Ordoñez, gerente de la empresa de artesanía Inti Alpaca (Entrevista aplicada el 02 de Marzo del 2017)

En los últimos años se ha vivido una progresiva concienciación de los problemas ambientales que sufre nuestro planeta. Cada vez son más las personas preocupadas por desarrollar una vida sana, imposible de preservar si no existe ;también un cuidado general del medio ambiente que nos rodea. Esta nueva conciencia sobre el cuidado de la salud personal y la del propio planeta ha impulsado la producción y el consumo ecológico.

14. ¿Sabe la importancia de cuidar el Medio Ambiente?

Tabla 17

Importancia del medio ambiente

CRITERIO	¿ Sabe la importancia de cuidar el Medio Ambiente?		PORCENTAJES
10			
EMPRESA			
DE	SI	8	40,00
ARTESANIA			
INTI	NO	12	60,00
ALPACA			
	TOTAL	20	100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

Sabe la importancia de cuidar el Medio Ambiente

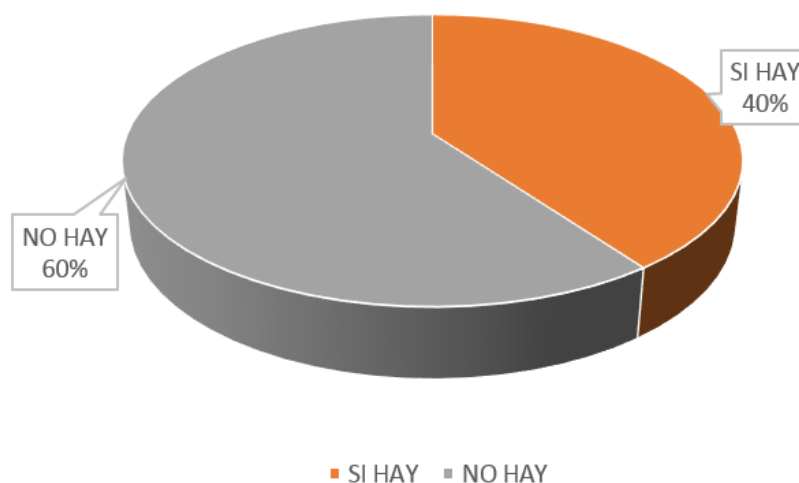


Figura 17 Importancia del medio ambiente

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En relación al conocimiento sobre la importancia de cuidar el medio ambiente el 40% indicaron que si saben cuán importante es esta función, pero el 60% desconocen cuán importante es esto.

En los últimos años se ha vivido una progresiva concienciación de los problemas ambientales que sufre nuestro planeta y cada vez son más las personas preocupadas por desarrollar una vida sana. Esta nueva conciencia sobre el cuidado de la salud personal y la del propio planeta ha impulsado la producción y el consumo ecológico pero que aún falta maximizar el uso de materias primas no contaminantes tratando de minimizar el impacto de sus residuos sobre el medio ambiente, y utilizando materiales reciclados o fácilmente biodegradables, por lo que el personal de la empresa deben conocer con exactitud el material que se usa para el empaquetado.

15. ¿En las capacitaciones recibe orientación del cuidado ambiental?

Tabla 18

Orientación del cuidado ambiental

CRITERIO 10	¿ En las capacitaciones recibe orientación del cuidado ambiental?		PORCENTAJES
	SI	NO	
EMPRESA DE ARTESANIA INTI ALPACA	11	9	55,00
TOTAL	20		100,00

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

En las capacitaciones recibe orientación del cuidado ambiental

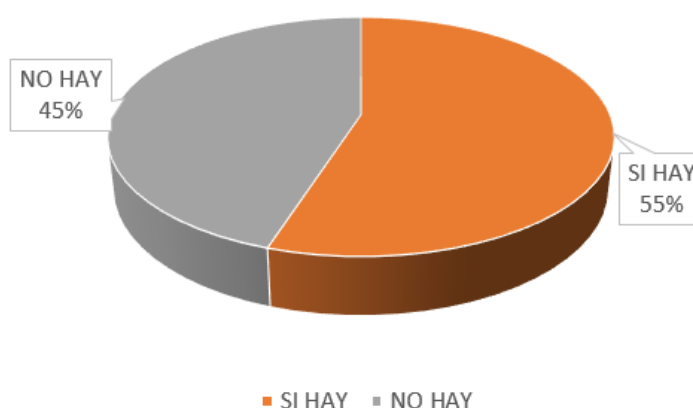


Figura 18 Orientación del cuidado ambiental

Fuente: Cuestionario de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

ANÁLISIS:

En relación al conocimiento sobre la importancia de cuidar el medio ambiente el 55% indicaron que si se recibe orientación del cuidado ambiental, pero el 45% ignora cuando recibieron capacitaciones acerca de este importante tema. Las empresas que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo, Fairtrade deben preferir el uso de tecnologías productivas de bajo impacto ambiental, priorizando el uso de materia prima nacional e implementando el plan de promoción en temas de protección del medio ambiente en beneficio de la comunidad mediante capacitaciones.

Respondiendo a la pregunta específica 2 ¿En el Fairtrade se perciben factores de calidad de vida en los artesanos de la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno?, se desarrolla la siguiente tabla 19.

Tabla 19

Cuestionario de Criterios del Fairtrade aplicados en la empresa de artesanía Inti Alpaca (datos agrupados)

Nº de Preguntas	Nº de Criterio Fairtrade	SI	NO	TOTAL
1	CRITERIO 01	12	8	20
2	CRITERIO 01	13	7	20
3	CRITERIO 02	10	10	20
4	CRITERIO 02	8	12	20
5	CRITERIO 03	11	9	20
6	CRITERIO 04	10	10	20
7	CRITERIO 05	8	12	20
8	CRITERIO 05	10	10	20
9	CRITERIO 06	2	18	20
10	CRITERIO 07	13	7	20
11	CRITERIO 07	11	9	20
12	CRITERIO 09	0	20	20
13	CRITERIO 10	8	12	20
14	CRITERIO 10	8	12	20
15	CRITERIO 10	11	9	20

Fuente: Resultados de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

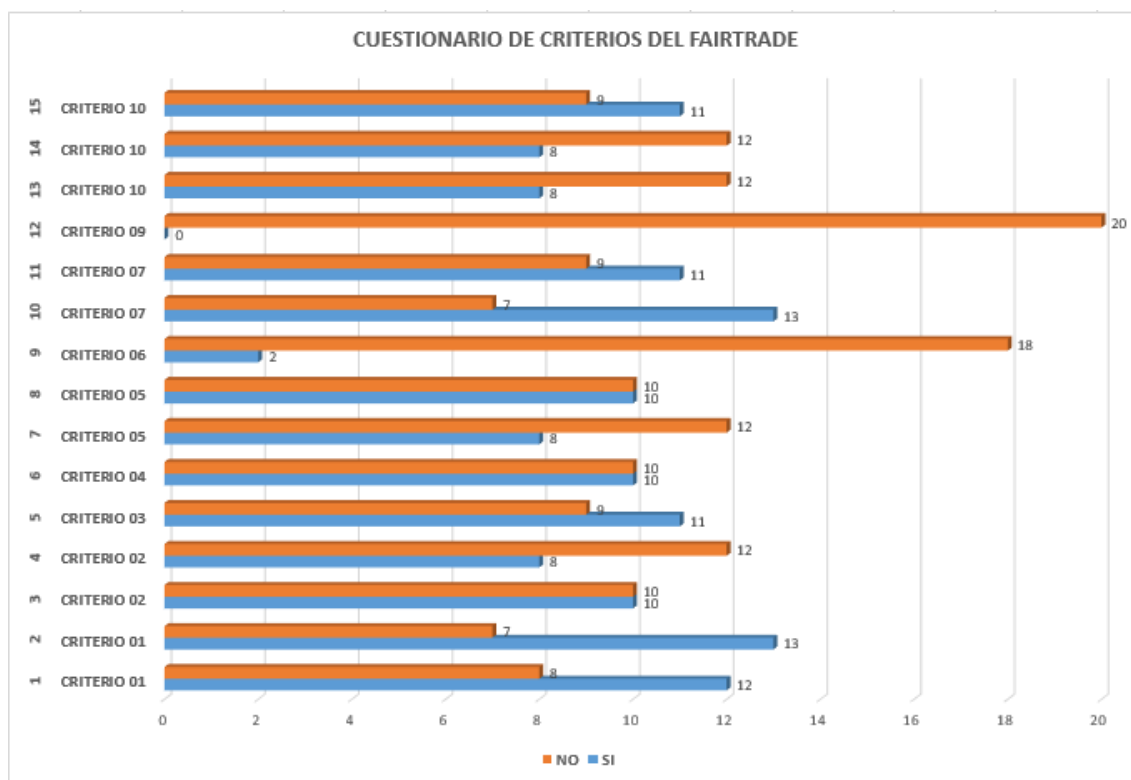


Figura 19 Cuestionario de Criterios del Fairtrade aplicados en la empresa de artesanía Inti Alpaca (datos agrupados)

Fuente: Resultados de criterios de comercio justo aplicado al personal de la empresa de artesanía Inti Alpaca

En relación a la pregunta específica 2 ¿En el Fairtrade se perciben factores de calidad de vida en los artesanos de la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno?, se desarrolla cuestionario de Criterios del Fairtrade, el total del resultado seleccionados en cada criterio nos indica que en las respuestas finales, ellos respondieron desconocer algunas pautas que se debe seguir en el sistema de buenas prácticas de Comercio Justo-Fairtrade para así también involucrarse y comprometerse con la organización donde laboran, para que también pasen de una situación de vulnerabilidad a una de seguridad laboral y social obteniendo una adecuada calidad de vida .

La calidad de vida es un tema esencial que se debería de tomar en cuenta en casi todas las empresas según su rubro, tamaño entre otros aspectos; puesto que según estudios realizados se ha podido comprobar que un personal con una adecuada calidad de vida, esta incentivado a desempeñarse mejor y es aquel que mayor beneficio y producción desarrolla en la empresa, como tal, muchos aspectos afectan la calidad de vida de una persona, desde las condiciones económicas, sociales, políticas y ambientales, hasta la salud física, el estado psicológico y la armonía de sus relaciones personales y con la comunidad.

Los valores anteriormente mostrados permiten deducir que la mayoría de los artesanos se encuentran regularmente satisfechos con la aplicación del fairtrade en cuanto a la calidad de vida que perciben ellos.

4.2. Discusión

Con base a los resultados obtenidos de la encuesta realizada, es pertinente analizar las similitudes y diferencias entre las investigaciones y marco teórico.

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

En este estudio de investigación sobre la aplicación del fairtrade por la empresa exportadora de artesanía textil de la región Puno: caso Inti Alpaca EIRL – Perú. Según los resultados se puede visualizar que los trabajadores de la empresa, no solo están a la expectativa de mejorar la calidad de vida que perciben, sino que también es indispensable para ellos el poder sentirse identificados con la empresa y que a su vez está valore el rendimiento que tiene cada trabajador hacia la empresa.

Es por ello, que para el presente estudio de investigación, podemos apreciar que los criterios del Fairtrade (comercio justo) que la empresa de artesanía aplica, mejoró poco la calidad de vida de los artesanos, esto debido al mínimo interés que existe de parte de los trabajadores, además es necesario indicar que las empresas de artesanía textil en el país optan por mantenerse en el comercio convencional por tener desconfianza a experimentar opciones acordes a la actualidad, mejorando débilmente la calidad de vida de las artesanas.

Esto quiere decir que hay que apostar por un comercio que sea justo para todos sus integrantes, buscando una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuyendo al desarrollo sostenible, ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores.

De la aplicación de esta encuesta, los resultados muestran que se debe reforzar en los criterios del Fairtrade; por lo que se debe implementar capacitaciones donde se oriente sobre la temática del comercio justo y su importancia en las empresas; mientras que al mismo tiempo los trabajadores

tienen la seguridad de poder alcanzar una adecuada calidad de vida, tomando en cuenta los criterios establecidos.

Para finalizar se puede observar que los resultados evidencian que existe una relación entre las variables de criterios del Fairtrade y la calidad de vida de los artesanos, ya que los trabajadores al tener conocimiento del tema, se sienten más comprometidos y dedicados con los objetivos de la organización.

CONCLUSIONES

A continuación se presentan las conclusiones obtenidas en base a los resultados de la investigación realizada:

PRIMERA:

- El análisis de la aplicación de los criterios de comercio justo en la empresa exportadora de artesanía textil “Inti Alpaca” – Puno, periodo 2017, arriba que el total del resultado nos indica que un 60 % general de las respuestas finales realizadas a 20 artesanos, resultaron Negativas; esto es debido a que los artesanos que acceden al sistema de buenas prácticas de comercio justo no están sometidos a recibir el involucramiento y compromiso del Fairtrade pues este debe involucrar y comprometerse con las partes interesadas trabajadores, proveedores y la comunidad entera, para que pasen de una situación de vulnerabilidad a una de seguridad laboral y social, ya que de acuerdo a este cuestionario de aplicación de criterios del Fairtrade, en cada empresa debe existir un plan de acción que ayude a que todos los integrantes de la Artesanía Inti Alpaca, para desempeñarse adecuadamente creando así estabilidad económica para sus familias y de este modo mejorar la situación actual del país.

SEGUNDA:

El análisis de los elementos de los criterios de comercio justo que no se han desarrollado en la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno, son regulares en cuanto a la calidad de vida de las artesanas en la empresa de artesanía Inti Alpaca, esto debido al poco interés que existe de parte

de los trabajadores, la disposición de información salarial es poco difundida a las artesanas, lo que imposibilita la comprensión, además la poca participación de las mismas en cuanto al establecimiento del desarrollo de este criterio. Mientras que el criterio de promoción del comercio justo se desarrolla de forma básica, obteniendo resultados parciales en la captación de las artesanas con respecto a los objetivos del fairtrade (Comercio Justo).

TERCERA:

- El análisis de los factores de calidad de vida, que se perciben en los artesanos de la empresa de artesanía Inti Alpaca – Puno, con la aplicación del fairtrade, se desconoce algunas pautas que se debe seguir en el sistema de buenas prácticas de comercio justo-fairtrade para así también involucrarse y comprometerse con la organización donde laboran, para que también pasen de una situación de vulnerabilidad a una de seguridad laboral y social obteniendo una adecuada calidad de vida. Ya que La calidad de vida es un tema esencial que se debería de tomar en cuenta en casi todas las empresas; puesto que según estudios realizados se ha podido comprobar que un personal con una adecuada calidad de vida, esta incentivado a desempeñarse mejor y es aquel que mayor beneficio y producción desarrolla en la empresa.

RECOMENDACIONES

De los resultados obtenidos en la investigación respecto al comercio justo – fairtrade y de acuerdo a los resultados de cada uno de los ítems se dan las siguientes recomendaciones:

PRIMERA:

Se recomienda a los artesanos y gerencia el involucramiento y compromiso del Fairtrade, ya que según el documento denominado “buenas prácticas de comercio justo”, este debe involucrar y comprometerse con las partes interesadas trabajadores, proveedores y la comunidad entera para que pasen de una situación de vulnerabilidad a una de seguridad laboral y social, declarando el compromiso de trabajo que deben tener todos los actores inmersos en el trabajo de artesanía.

SEGUNDA:

A la gerencia de artesanía, poner más interés hacia los trabajadores e instituciones aledañas creando adecuadas estrategias de comunicación para las partes interesadas con respecto a los objetivos del Fairtrade, mejorando así la calidad de vida de sus trabajadores.

TERCERA:

Se sugiere a los futuros tesisistas enfocarse en el análisis de los criterios de comercio justo en cuanto a la calidad de vida de las artesanas debido al poco interés que existe de parte de los mismos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas, Venezuela: Episteme.

- Bohlander, G., & Snell, S. (2008). *Administración de Recursos Humanos*. México D.F., México: Cengage Learning.
- Centro de comercio internacional (2013). "*Moda alpaca, perfiles de empresas peruanas*". *Exportaciones para un desarrollo sostenible*. Disponible.

<http://www.intracen.org/uploadedFiles/Alpaca-Peru->

[Brochure-FINlow-res2.pdf](#)

[[Links](#)]

- Charaja Cutipa, Francisco. (2003). *Investigacion* (Segunda ed.). Puno-Perú
- Coordinadora estatal de Comercio Justo. (2011). *El ABC de comercio justo*, "El comercio justo como herramienta de cooperación al desarrollo"

Disponible: <http://comerciojusto.org/publicacion/el->

[abc-delcomercio-justo/](#)

[[Links](#)]

- Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- MINCETUR. (2015). *Buenas practiccas de comercio justo* "Documento elaborado por la comision de promocion del Perú para la exportacion y el Turismo,Lima"

Disponible: http://www.mincetur.gob.pe/buenas_practic

[de comercio justo.pdf](#)

[[Links](#)]

- Palomino Quispe, Griseldo Palomino (2009). *DI*Investigacion Cualitativa y Cuantitativa en Educaci3n (Cuarta ed.). Puno-Perú.

TESIS

Gonzales, Andrea. (2011). *Investigacion "Comercio Justo: Expresiones locales de un concepto global. Escenarios de Guadalajara y San Crist3bal de las Casas" periodo 2011.* (Tesis pregrado). Universidad de Guadalajara – Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, M3xico.

Gueico, Edison. (2014). *Investigacion "Diseño de un Modelo de Negocio para pequeos emprendedores Mapuche basado en el Comercio Justo: Aplicaci3n de casos a nivel nacional e internacional" periodo 2014.* (Tesis pregrado). En la Universidad de Chile- Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, Chile.

Vega, Matias. (2006). *Investigacion "El Caso de la Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo (COOPAIN): Expresi3n De Biocomercio En El Per3."* (Tesis pregrado). La Pontificia Universidad Cat3lica del Per3.

Cutipa, Alberto. (2004). *Investigacion "La Aplicaci3n De La Investigaci3n de Mercados y su Influencia en la Comercializaci3n de Productos Artesanales de Tejido a Punto en las Asociaciones de Artesanos de la Ciudad de Puno, Periodo 2004"*. (Tesis pregrado). Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de Ciencias Contables y Administrativas. Escuela Profesional de Administraci3n – Puno.

Ticona de la Pea, Patricia. (2004). *Investigacion "Aplicaci3n de las Buenas Prácticas de Producci3n BPP Como Valor Agregado de los Productos Carnicos y Derivados de Alpaca Para la Exportaci3n: en la Regi3n Puno - 2004"*. (Tesis pregrado). Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de Ciencias Contables y Administrativas. Escuela Profesional de Administraci3n – Puno.

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO Nº 01

CUESTIONARIO

La Presente Tecnica de la Encuesta Tiene por Intencion Buscar Informacion Relacionado con el Tema “La Aplicación del Fairtrade por la Empresa Exportadora de Artesanía Textil de la Región Puno: Caso Inti Alpaca E.I.R.L. – Perú”.

Instrucciones

Responda con sinceridad a las siguientes características. Califique según su criterio, colocando X en el recuadro.

GERENCIA COMERCIAL

JEFE DE GRUPO

SOCIO TEJEDOR

CREACION DE OPORTUNIDADES**1. ¿Sabe cuál es la Misión de la empresa?**

- a. SI
- b. NO

2. ¿Conoce el plan de acción de la Organización?

- a. SI
- b. NO

TRANSPARENCIA INTERNA Y EXTERNA**3. ¿Cómo es la comunicación existente dentro de la Artesanía?**

- a. SI
- b. NO

4. ¿Tiene acceso de información sobre las políticas y los criterios de precios?

- a. SI
- b. NO

PRÁCTICAS COMERCIALES

5. ¿Tiene conocimiento sobre la información técnica del producto?

- a. SI
- b. NO

DESARROLLO DE HABILIDADES

6. ¿Recibe capacitaciones o charlas informativas por parte de la Empresa?

- a. SI
- b. NO

PROMOCION DEL COMERCIO JUSTO

7. ¿Sabe a qué se refiere el término Fairtrade“Comercio Justo”?

- a. SI
- b. NO

8. ¿En sus capacitaciones se implementa el tema del Fairtrade- comercio justo al interior de la empresa?

- a. SI
- b. NO

PAGO DEL PRECIO JUSTO

9. ¿Se encuentra Ud. En planilla dentro de la organización?

- a. SI
- b. NO

IGUALDAD DE TRATO

10. ¿Tiene igualdad de trato y acceso a capacitaciones?

- a. SI
- b. NO

11. ¿Existe posibilidad u oportunidades de ascensos sin discriminación?

- a. SI
- b. NO

TRABAJO INFANTIL

12. ¿Tiene conocimiento sobre personal menor de edad dentro de la organización?

- a. SI
- b. NO

RESPECTO AL MEDIO AMBIENTE

13. ¿Sabe Ud. Qué tipo de material se usa para empaquetar los productos?

- a. SI
- b. NO

14. ¿Sabe la importancia de cuidar el Medio Ambiente?

- a. SI
- b. NO

15. ¿En las capacitaciones recibe orientación del cuidado ambiental?

- a. SI
- b. NO

ANEXO Nº 02



Comisión de Promoción del Perú
para la Exportación y el Turismo

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE LA ESTRUCTURA DOCUMENTARIA DE LAS BUENAS PRACTICAS DE COMERCIO JUSTO.

2016

OBJETIVO.

El presente documento tiene por objeto la determinación de la estructura documentaria como base para la implementación de las Buenas Prácticas de Comercio Justo que permitan a la empresa desarrollar un esquema acorde con lo solicitado por el Reglamento de Uso de la Buenas Prácticas de Comercio Justo de PROMPERU.

ALCANCE

El presente documento es aplicable a toda empresa que incorpore las Buenas Prácticas de Comercio Justo de PROMPERU a su gestión.

Los documentos descritos son propuestas que sirven de referencia para la implementación de las Buenas Prácticas de Comercio Justo. Sin embargo no limita a la empresa a desarrollar otros documentos que considere necesarios.

REFERENCIAS

Reglamento de Uso de las Buenas Prácticas de Comercio Justo de PROMPERU.

ISO 9000 Sistemas de gestión de la calidad – Fundamentos y vocabulario.

DEFINICIONES.

BPCJ: Buenas Prácticas de Comercio Justo.

Empresa participante

Organización que solicita la auditoría.

Comunidad

Lugar donde se desarrolla la empresa, puede considerarse también lugar donde se desarrollan los proveedores de servicios o apoyo a alguna comunidad en general.

Trabajador

Es una persona que con la edad legal suficiente presta servicios retribuidos. Estos servicios realizan bajo la dirección de otra persona que es el empleador.

Factura.

Es la relación de artículos comprendidos en una operación comercial, incluyendo factores como la cantidad, el peso, la medida y el precio

DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA DOCUMENTARIA

Cada empresa determina la extensión de la documentación requerida y los medios a utilizar. Esto depende de factores tales como el tipo y el tamaño de la empresa, la complejidad e interacción de los procesos, la complejidad de los productos, los requisitos de los clientes, los requisitos reglamentarios que sean aplicables, la competencia demostrada del personal y el grado en que sea necesario demostrar el cumplimiento de los requisitos de las Buenas Prácticas de Comercio Justo.

La estructura documental tiene como base los 10 criterios y sus 36 indicadores mencionados en el Reglamento de Uso de las Buenas Prácticas de Comercio Justo de PROMPERU:

Los criterios (o estándares) identificados son diez (10).

Criterio 01: Creación de oportunidades para las partes interesadas

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben involucrarse y comprometerse con las partes interesadas (sus trabajadores, proveedores y la comunidad entera) para que pasen de una situación de vulnerabilidad a una de seguridad laboral y social.

Criterio 02: Transparencia interna y externa

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben garantizar la máxima transparencia en sus transacciones económicas, laborales y comerciales, tanto con respecto a las partes interesadas (trabajadores, socios, proveedores) así como con sus clientes. Para tal efecto, se comprometen con la gestión comercial transparente y facilitan la participación de los trabajadores en sus procesos de decisión internos.

Criterio 03: Prácticas comerciales

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben comprometerse a establecer relaciones comerciales de largo plazo con sus trabajadores y proveedores, formalizando sus acuerdos comerciales y cumpliendo con ellos.

Criterio 04: Desarrollo de habilidades

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben comprometerse con el mejoramiento de las capacidades de sus trabajadores y proveedores, a través de la información, formación y capacitación.

Criterio 05: Promoción del Comercio Justo

Las empresas que acceden al sistema BPCJ apuestan a la promoción de las buenas prácticas del comercio justo tanto entre sus trabajadores, su entorno comercial, como hacia la comunidad, la sociedad civil y la opinión pública entera.

Criterio 06: Pago del precio justo

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben comprometerse en establecer un precio para los productos adquiridos de sus proveedores que permita a éstos el cubrir sus costos de producción y a la vez obtener una ganancia adecuada. Respecto a sus trabajadores, la remuneración debe definirse de tal forma que pueda garantizar a los mismos la cobertura de sus necesidades básicas; de preferencia mantener relaciones contractuales formalizadas (planilla) al trabajo por destajo.

Criterio 07: Igualdad de trato

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben garantizar las mismas condiciones laborales a sus trabajadores, la paridad de trabajo y de capacidad, a pesar de las diferencias de género, edad, religión, pertenencia política y étnica. A la vez, las mismas empresas deben brindar a las mujeres el acceso a las mismas oportunidades que los hombres, reconociendo sus específicas y peculiares necesidades.

Criterio 08: Condiciones laborales

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben promover condiciones laborales seguras en su empresa como en los talleres de sus proveedores, respetando las leyes laborales nacionales e internacionales, concientizando a los trabajadores respecto estas prácticas a adoptar.

Criterio 09: Trabajo infantil

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben respetar lo establecido en las convenciones de la ONU y las normativas vigentes a nivel local de protección al trabajo infantil, garantizando a los menores el derecho a desarrollarse y conducir una vida plena y sana.

Criterio 10: Respeto al medio ambiente

Las empresas que acceden al sistema BPCJ deben preferir el uso de tecnologías productivas de bajo impacto ambiental, el uso de materias primas procedentes de fuentes renovables y trabajar para disminuir el impacto de su producción sobre el medio ambiente.

Indicadores de las Buenas Prácticas de Comercio Justo.

Cada indicador cuenta con indicadores los mismos se mencionan a continuación:

- Criterio 01: Creación de oportunidades para las partes interesadas

Indicador 1.1: La declaración de misión indica compromiso de trabajo para el desarrollo de la comunidad.

Indicador 1.2: Nivel de implementación del plan de acción para la creación de oportunidades para la comunidad.

- Criterio 02: Transparencia interna y externa

Indicador 2.1: Se comunica a todas las partes interesadas la misión de la empresa.

Indicador 2.2: Nivel de comunicación a todas las partes interesadas de los avances de la gestión de la empresa.

Indicador 2.3: Está disponible la información sobre las políticas salariales.

Indicador 2.4: Está disponible la información sobre los criterios de fijación de precios.

Indicador 2.5: Existen instancias de participación de los trabajadores.

Indicador 2.6: Existe un procedimiento de trazabilidad de producto en la empresa

Indicador 2.7: Existe un listado de proveedores.

- Criterio 03: Prácticas comerciales

Indicador 3.1. La empresa formaliza con sus proveedores las órdenes de pedido.

Indicador 3.2. La empresa cumple con los acuerdos de pagos en las fechas acordadas.

Indicador 3.3. La empresa puede facilitar un adelanto sobre el valor acordado del pedido, si el proveedor lo solicita.

Indicador 3.4. En caso de anulación de pedidos en proceso, por razones ajenas a la voluntad de ambas partes, la empresa acuerda con sus proveedores una compensación.

Indicador 3.5. La empresa establece relaciones de largo plazo con sus proveedores.

Indicador 3.6 Se hace divulgación correcta de la información técnica del producto.

- Criterio 04: Desarrollo de habilidades

Indicador 4.1. Nivel de implementación del Plan de Capacitación hacia los trabajadores

Indicador 4.2. Nivel de implementación del plan de fortalecimiento de las relaciones con los proveedores de servicios.

- Criterio 05: Promoción del Comercio Justo

Indicador 5.1. Nivel de implementación del plan de capacitación sobre comercio justo al interior de la empresa.

Indicador 5.2. Nivel de implementación del plan de divulgación hacia la comunidad sobre el comercio justo.

- Criterio 06: Pago del precio justo

Indicador 6.1. El trabajador asalariado percibe al menos el sueldo mínimo vital vigente.

Indicador 6.2. El pago por unidad producida en un determinado tiempo, guarda relación con el sueldo mínimo vigente.

Indicador 6.3. El precio del producto/servicio pagado al proveedor de servicios cubre al menos el costo de producción.

- Criterio 07: Igualdad de trato

Indicador 7.1. No existe diferencia salarial en razón de sexo, edad, religión, pertenencia política, etnia y/o condición social.

Indicador 7.2. Existe posibilidad de acceso a servicios de capacitación sin discriminación.

Indicador 7.3. Existen las mismas oportunidades de ascensos dentro de la empresa, sin discriminación.

Indicador 7.4. Nivel de implementación del Plan de capacitación en liderazgo para las mujeres.

- Criterio 08: Condiciones laborales

Indicador 8.1. Se promueven condiciones laborales seguras de acuerdo a las leyes locales y/o a las disposiciones internacionales.

Indicador 8.2. Se respetan los horarios de trabajo de acuerdo a la legislación vigente.

Indicador 8.3 Se pagan las horas de trabajo extraordinario según las normas vigentes.

Indicador 8.4. La empresa se encuentra al día en el pago de los beneficios sociales.

- Criterio 09. Trabajo infantil

Indicador 9.1. Los trabajadores menores de 18 años están permitidos sólo en el ámbito de una empresa familiar o por la existencia de un Convenio vigente de Aprendizaje, de Capacitación Laboral o de Pasantía conforme a la legislación vigente y únicamente con edad mínima de 14 años, garantizando el derecho a la educación, la recreación y la salud.

- Criterio 10. Respeto al medio ambiente

Indicador 10.1. Nivel de implementación del plan de gestión ecoeficiente del medioambiente.

Indicador 10.2. Se prioriza el uso de materiales biodegradables/reciclables en los empaques.

Indicador 10.3. Se prioriza el uso de materia prima natural/orgánica.

Indicador 10.4. Se prioriza el uso de materia prima nacional.

Indicador 10.5. Nivel de implementación del plan de promoción en temas de protección del medio ambiente en beneficio de la comunidad.

Estructura Documentaria.

En la presente guía se muestran propuestas de documentos para evidenciar el cumplimiento de los criterios e indicadores de BPCJ.

En el anexo 01: Indicadores de las Buenas Prácticas de Comercio Justo y Documentos Propuestos, la empresa encontrará una correlación de ayuda.

Criterio 01: Creación de oportunidades para las partes interesadas

Indicador 1.1: *La declaración de misión indica compromiso de trabajo para el desarrollo de la comunidad.*

Desarrollo

La Misión es el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, que tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades.

La Misión debe estar documentada y expresamente debe incluir el compromiso de trabajo con las BPCJ. Compromiso de la comunidad, clientes, personal, proveedores.

Se podría incluir:

Compromiso con la equidad en el comercio, contribuir con el desarrollo sostenible.

Condiciones comerciales equitativas.

Asegurar los derechos los productores y trabajadores.

Protección del medio ambiente y sociedad.

En el anexo 02: Propuesta de Misión se muestra un modelo de referencia para su elaboración.

Indicador 1.2: *Nivel de implementación del plan de acción para la creación de oportunidades para la comunidad.*

Desarrollo

Se denomina Plan de Acción al programa de actividades u otro documento que indique las actividades de BPCJ que desarrollaran en beneficio de la comunidad, responsables de la realización, fechas programadas, medios, entre otros. Para evidenciar el nivel de implementación se deberá contemplar un campo para el porcentaje de cumplimiento.

Entiéndase por comunidad al lugar donde se desarrolla la empresa, puede considerarse también el lugar donde se desarrollan los proveedores de servicio o apoyo a alguna comunidad en general.

Entiéndase por oportunidades a la comunidad a las acciones que realiza la empresa en beneficio del desarrollo de la comunidad; tales como:

- Capacitaciones técnicas.
- Realización de talleres.
- Campañas de salud.
- Campañas escolares
- Campañas navideñas.
- Pasantías al interior de la empresa.
- Donaciones a la municipalidad
- Donaciones a la comunidad, entre otros.

En el anexo 03: Plan de Acción de las Buenas Prácticas de Comercio Justo en los numerales 1 al 6 se programan acciones que la empresa puede desarrollar.

La empresa deberá evidenciar dichas acciones generando para ello listas de asistencia o actas de reunión con las firmas de las personas que conforman la comunidad participante, es recomendable tomar fotografías, usar folletos, trípticos, carteles u otro medio de difusión y mantener un archivo. Si la empresa considera pertinente podría elaborar un informe.

En el anexo 04: Lista de asistencia y anexo 05: Acta de reunión se proponen formatos para evidenciar la participación de la comunidad.

Criterio 02: Transparencia interna y externa

Indicador 2.1: *Se comunica a todas las partes interesadas la misión de la empresa.*

Desarrollo

Las Partes interesadas esta conformado por: Personal, clientes, proveedores y socios de la empresa.

La comunicación deberá programarse ya sea en un plan o programa de capacitación o incorporándolo en el Plan de acción de las BPCJ (anexo 03). Asimismo, se deberá tener en cuenta lo siguiente:

La comunicación al personal y socios a través de charlas, difusiones evidenciando con listas de asistencias (anexo 04), cuaderno o libro de actas (anexo 05), fotografías, publicaciones como periódicos murales, trípticos, folletos, entre otros.

La comunicación a los clientes y proveedores puede desarrollarse a través de la difusión en página web, entrega de trípticos, folletos, realizando visitas y elaborando informes de la misma adjuntando en lo posible fotografías.

En el anexo 03: Plan de acción de Buenas Prácticas de Comercio Justo en los numerales 7,8 y 9 se programa la difusión de la misión de la empresa.

Indicador 2.2: Nivel de comunicación a todas las partes interesadas de los avances de la gestión de la empresa.

Desarrollo

Las Partes interesadas esta conformado por: Personal, clientes, proveedores y socios.

La gestión de la empresa se denomina a las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización. Tales como: Resultados de la participación en el mercado, ventas, cambios organizacionales, disposición de recursos, oportunidades de mejora, entre otros.

La comunicación deberá programarse ya sea en un plan o programa de capacitación o incorporándolo en el Plan de acción de las BPCJ (anexo 03). Asimismo, se deberá tener en cuenta lo siguiente:

La comunicación al personal y socios a través de charlas, difusiones evidenciando con listas de asistencias (anexo 04), cuaderno o libro de actas (anexo 05), fotografías, publicaciones como periódicos murales, trípticos, folletos, entre otros.

La comunicación a los clientes y proveedores puede desarrollarse a través de la difusión en página web, entrega de trípticos, folletos, realizando visitas y elaborando informes de la misma adjuntando en lo posible fotografías.

En el anexo 06: Propuestas de comunicación de los avances de la gestión de la empresa, se detalla algunas temas a considerar, se recomienda el uso de gráficas, fotografías, cuadros comparativos, entre otros.

En el anexo 03: Plan de acción de Buenas Prácticas de Comercio Justo en el numerales 10, 11 y 12 se programa las difusiones del presente indicador.

Indicador 2.3: Está disponible la información sobre las políticas salariales.

Desarrollo

La Política salarial es una política institucional que proporciona un marco de referencia común por lo cual se basa los salarios de una organización. Puede incluir rangos salariales por niveles, condiciones para ascensos, incrementos en base a rendimientos u otros, frecuencia de pagos, responsables de la aplicación y actualizaciones.

En el anexo 07: Política salarial se muestra un ejemplo. En el anexo 14: Reglamento interno se incluye los lineamientos de la política salarial. La empresa puede usar uno o ambos documentos según considere pertinente.

La disponibilidad de la información esta referida al nivel que la empresa decide comunicar la política salarial, como mínimo a los trabajadores.

La comunicación deberá programarse ya sea en un plan o programa de capacitación o incorporándolo en el Plan de acción de las BPCJ (anexo 03 – numeral 13).

En el anexo 04: Lista de asistencia y anexo 05: Actas de reunión se proponen formatos para evidenciar la comunicación al personal.

Indicador 2.4: *Está disponible la información sobre los criterios de fijación de precios.*

El precio es una variable que refleja los valores que un determinado consumidor otorga a un producto o servicios, pudiendo reflejar tantos atributos tangibles (utilidad, duración, calidad, etc.) como intangibles (imagen, disponibilidad, servicio incluido, etc.).

Se denomina Fijación de Precios a la única variable del marketing que provoca una reacción inmediata sobre los ingresos de la empresa. Existen varios criterios para clasificar los costos:

Por su naturaleza: materiales, trabajo y otros costos de producción.

Por su función: aprovisionamiento, transformación, comercialización y administración. Coste de producción y coste del periodo.

Por su comportamiento: costes fijos y costes variables.

Por su posibilidad de imputación al objeto del coste: Coste directo e indirectos.

En el anexo 08: Criterios de fijación de precios se ha contemplado una estructura que la empresa puede usar para su cálculo.

La disponibilidad de la información esta referida al nivel que la empresa decide comunicar los criterios para la fijación de sus precios.

La comunicación deberá programarse ya sea en un plan o programa de capacitación o incorporándolo en el Plan de acción de las BPCJ (anexo 03 – numerales 14, 15 y 16).

En el anexo 04: Lista de asistencia y anexo 05: Actas de reunión se proponen formatos para evidenciar la comunicación al personal. La comunicación a los clientes o proveedores puede realizarse usando folletos, trípticos o en la página web.

Indicador 2.5: *Existen instancias de participación de los trabajadores.*

Desarrollo

Entiéndase por instancia de participación de los trabajadores a la aportación directa de los trabajadores a través de su representación en la organización.

Una forma de hacer partícipe a la organización es a través de la formación de comités de trabajo, equipos multidisciplinarios, entre otros en la que el personal exponga temas de interés común. Ver anexo 09: Propuesta de temas para los trabajadores.

Es recomendable que la empresa use el buzón de sugerencias, colocarlo en lugar visible y establecer el tratamiento que seguirá cada reporte. En el anexo 18: Sugerencias se presenta un modelo de referencia.

En el anexo 04: Lista de asistencia y anexo 05: Actas de reunión se proponen formatos para evidenciar la participación del personal a las reuniones.

Indicador 2.6: *Existe un procedimiento de trazabilidad de producto en la empresa.*

Desarrollo

Entiéndase por trazabilidad a la capacidad para seguir la historia, la aplicación o localización de todo aquello que está bajo consideración.

Al considerar un producto, la trazabilidad puede estar relacionada con:

El origen de los materiales y las partes;

La historia del procesamiento;

La distribución y localización del producto después de su entrega.

En el anexo 10: Procedimiento de Trazabilidad se muestra un modelo a seguir.

Indicador 2.7: *Existe un listado de proveedores.*

En el listado la empresa deberá incluir a los proveedores teniendo en cuenta las siguientes definiciones:

Proveedor: Entidad que brinda productos intermedios o servicios a otras entidades.

Proveedor de servicio: Son personas que realizan un determinado trabajo por tiempo determinado, y que forma parte del proceso productivo en la elaboración del producto.

En el anexo 11: Listado de proveedores se muestra un formato modelo.

Criterio 03: Prácticas comerciales

Indicador 3.1. *La empresa formaliza con sus proveedores las órdenes de pedido.*

Se denomina órdenes de pedido a los mecanismos en el que un proveedor solicita algún servicio o producto. La formalización es demostrada por medio de Orden de compra u orden de pedido. En él se detalla la cantidad a comprar, el tipo de producto, el precio, las condiciones de pago y otros datos importantes para la operación comercial.

En el anexo 12: Orden de pedido Proveedor se muestra un modelo de referencia.

Indicador 3.2. *La empresa cumple con los acuerdos de pagos en las fechas acordadas.*

Los acuerdos de pagos puede quedar estar establecidos en la orden de pedido o contrato si fuera el caso. La empresa deberá evidenciarlo mostrando las facturas o boletas de pago.

En el anexo 12: Orden de pedido se incluye campos de fecha de pago y política para proveedores donde se menciona el compromiso del pago.

Indicador 3.3. *La empresa puede facilitar un adelanto sobre el valor acordado del pedido, si el proveedor lo solicita.*

Se denomina Adelanto al elemento no monetario o monetario que la empresa puede otorgar a su proveedor para iniciar su servicio o producto solicitado.

La empresa puede indicar en la orden de pedido el compromiso de facilitar un adelanto sobre el valor. Se deberá evidenciarlo mostrando notas de salida de material o facturas o boletas de pago.

En el anexo 12: Orden de pedido se incluye campos para indicar el adelanto monetario o no y política para proveedores donde se menciona el compromiso del adelanto.

Indicador 3.4. *En caso de anulación de pedidos en proceso, por razones ajenas a la voluntad de ambas partes, la empresa acuerda con sus proveedores una compensación.*

Entiéndase por compensación al modo de pagar dinero entre dos o más personas.

La empresa puede indicar su compromiso de pago en la orden de pedido. Deberá evidenciarlo mostrando facturas o boletas de pago.

En el anexo 12: Orden de pedido se incluye la política para proveedores donde se menciona el compromiso de la compensación.

Indicador 3.5. *La empresa establece relaciones de largo plazo con sus proveedores.*

Una empresa y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor. La relación a largo plazo permite:

Compromiso del comprador y productor

Flexibilización de oferta

Estabilidad

Generar proyecciones

Permite la gestión de proyectos sociales y alternativos

Se consolida el partenariado

Información de requerimientos de mercado actualizadas

En el anexo 11: Listado de proveedores se muestra un campo para indicar los años de permanencia de los proveedores con la empresa.

En el anexo 12: Orden de pedido se incluye el campo política para proveedores para declarar el compromiso de relación a largo plazo.

Indicador 3.6 *Se hace divulgación correcta de la información técnica del producto.*

Una ficha técnica es un documento en forma de resumen que contiene la descripción de las características de un objeto, material, proceso o programa de manera detallada. Los contenidos varían dependiendo del producto, servicio o entidad descrita, pero en general suele contener datos como el nombre, características físicas, el modo de uso o elaboración, propiedades distintivas y especificaciones técnicas.

La correcta redacción de la ficha técnica es importante para garantizar la satisfacción del consumidor, especialmente en los casos donde la incorrecta utilización de un producto puede resultar en daños personales o materiales o responsabilidades civiles o penales. La divulgación va dirigida principalmente al consumidor o cliente de la empresa.

En el anexo 13: se muestra una propuesta de ficha técnica del producto.

Criterio 04: Desarrollo de habilidades

Indicador 4.1. *Nivel de implementación del Plan de Capacitación hacia los trabajadores.*

El Plan de capacitación se refiere a las políticas y procedimientos planeados para brindar al personal conocimientos, actitudes, comportamientos y habilidades necesarias para cumplir sus labores eficazmente.

Las capacitaciones deberán programarse ya sea en un plan o programa de capacitación o incorporándolo en el Plan de acción de las BPCJ (anexo 03). Asimismo, la comunicación al personal se puede realizar a través de charlas, difusiones evidenciando con listas de asistencias (anexo 04), cuaderno o libro de actas (anexo 05), fotografías, publicaciones como periódicos murales, trípticos, folletos, entre otros.

En el anexo 03: Plan de acción de Buenas Prácticas de Comercio Justo en los numerales 17 al 21 se proponen capacitaciones en cumplimiento del presente indicador.

Indicador 4.2. *Nivel de implementación del plan de fortalecimiento de las relaciones con los proveedores de servicios.*

El plan de fortalecimiento busca establecer acciones que les permita a los proveedores de servicio consolidar su relación con la empresa a través del beneficio común.

Las acciones podrían comprender:

Entrenamientos técnicos.

Capacitaciones especializadas.

Reuniones multidisciplinarias empresa – proveedor.

Alcances sobre la normativa legal laboral.

Alcances sobre la normativa legal de seguridad y salud en el trabajo, entre otros.

Las acciones para el fortalecimiento deberán programarse ya sea en un plan o programa o incorporándolo en el Plan de acción de las BPCJ (anexo 03). Asimismo, la comunicación a los proveedores puede realizarse a través de charlas, difusiones evidenciando con listas de asistencias (anexo 04), cuaderno o libro de actas (anexo 05), fotografías, trípticos, folletos, informes de visita adjuntando fotografías.

En el anexo 03: Plan de acción de Buenas Prácticas de Comercio Justo en los numerales del 22 al 25 se proponen actividades en cumplimiento del presente indicador.

Criterio 05: Promoción del Comercio Justo

Indicador 5.1. *Nivel de implementación del plan de capacitación sobre comercio justo al interior de la empresa.*

El Plan de capacitación se refiere a las políticas y procedimientos planeados para brindar al personal conocimientos sobre las buenas prácticas de comercio justo.

Las capacitaciones deberán programarse ya sea en un plan o programa de capacitación o incorporándolo en el Plan de acción de las BPCJ (anexo 03). Asimismo, la comunicación al personal se puede realizar a través de charlas, difusiones evidenciando con listas de asistencias (anexo 04), cuaderno o libro de actas (anexo 05), fotografías, publicaciones como periódicos murales, trípticos, folletos, entre otros.

En el anexo 03: Plan de acción de Buenas Prácticas de Comercio Justo en el numeral 26 se propone la capacitación en cumplimiento del presente indicador.

Indicador 5.2. Nivel de implementación del plan de divulgación hacia la comunidad sobre el comercio justo.

El Plan de divulgación se refiere a las políticas y procedimientos planeados para brindar a la comunidad conocimientos sobre las buenas prácticas de comercio justo.

Las capacitaciones deberán programarse ya sea en un plan o programa de capacitación o incorporándolo en el Plan de acción de las BPCJ (anexo 03). Asimismo, la comunicación a la comunidad se puede realizar a través de charlas, difusiones evidenciando con listas de asistencias (anexo 04), cuaderno o libro de actas (anexo 05), fotografías, trípticos, folletos, informes, entre otros.

En el anexo 03: Plan de acción de Buenas Prácticas de Comercio Justo en el numeral 27 se propone la capacitación para la divulgación de las BPCJ.

Criterio 06: Pago del precio justo

Indicador 6.1. El trabajador asalariado percibe al menos el sueldo mínimo vital vigente.

El Salario mínimo es la remuneración establecida legalmente, para cada periodo. Dicha remuneración es fijada por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, el cual regula su variación en función a diferentes variables económicas (como la inflación subyacente proyectada y la variación de la productividad multifactorial) y es aprobada mediante decreto supremo del Ejecutivo, con la participación de los principales gremios empresariales y centrales sindicales que integran el Consejo Nacional de Trabajo y Promoción del Empleo.

La empresa puede elaborar una política salarial para declarar el compromiso con el presente indicador (anexo 07 – Lineamiento 7) o en su defecto indicarlo en el reglamento interno (anexo 14 – Artículo 13). Deberá contar con planillas del personal o boletas de pago para evidenciar su aplicación.

Indicador 6.2. *El pago por unidad producida en un determinado tiempo, guarda relación con el sueldo mínimo vigente.*

El pago por unidad producida es aquel pago que se realiza a los proveedores de servicio en el cual el costo por mano de obra esta en función al salario mínimo vigente.

En el anexo 15: Estructura de costo del proveedor numeral I se propone los parámetros para el cálculo.

Indicador 6.3. *El precio del producto/servicio pagado al proveedor de servicios cubre al menos el costo de producción.*

Entiéndase por costos de producción a la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso. Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios

Para determinar el precio del *producto/servicio* pagado al proveedor se debe conocer la estructura de costos del proveedor. Si el proveedor no conoce como calcular el costo, la empresa deberá utilizar mecanismos para capacitarlos al respecto. En el

anexo 15: Estructura de costo del proveedor numeral II se propone los parámetros para el cálculo.

La empresa puede incluir como parte de su plan de fortalecimiento con el proveedor (indicador 4.2) capacitaciones sobre estructura de costos. Las capacitaciones deberán programarse ya sea en un plan o programa de capacitación o incorporándolo en el Plan de acción de las BPCJ (anexo 03). Asimismo, la comunicación a los proveedores se puede realizar a través de charlas, difusiones evidenciando con listas de asistencias (anexo 04), cuaderno o libro de actas (anexo 05), fotografías, trípticos, folletos, informes adjuntando fotografías, entre otros.

Criterio 07: Igualdad de trato

Indicador 7.1. *No existe diferencia salarial en razón de sexo, edad, religión, pertenencia política, etnia y/o condición social.*

La empresa puede elaborar una política salarial para declarar el compromiso con el presente indicador (anexo 07 – Lineamiento 4) o en su defecto indicarlo en el reglamento interno (anexo 14 - Artículo 8). Deberá contar con planillas del personal o boletas de pago para evidenciar su aplicación.

Indicador 7.2. *Existe posibilidad de acceso a servicios de capacitación sin discriminación.*

La discriminación es todo acto de separar a una persona de una sociedad o formar grupos de personas a partir de criterios determinados.

La empresa puede elaborar una política salarial para declarar el compromiso con el presente indicador (anexo 07 - Lineamiento 4) o en su defecto indicarlo en el reglamento interno (anexo 14 - Artículo 8). Deberá contar con programas de capacitación y registro de asistencia para evidenciar su aplicación.

Indicador 7.3. *Existen las mismas oportunidades de ascensos dentro de la empresa, sin discriminación.*

La empresa puede elaborar una política salarial para declarar el compromiso con el presente indicador (anexo 07 – Lineamiento 6) o en su defecto indicarlo en el reglamento interno (anexo 14 - Artículo 15). Deberá contar con programas de capacitación y registro de asistencia para evidenciar su aplicación.

Indicador 7.4. *Nivel de implementación del Plan de capacitación en liderazgo para las mujeres.*

Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

La capacitación en liderazgo para mujeres no sesga a que pueda ser usado para promoverlo a todo el personal.

Las capacitaciones deberán programarse ya sea en un plan o programa de capacitación o incorporándolo en el Plan de acción de las BPCJ (anexo 03). Asimismo, la comunicación al personal se puede realizar a través de charlas, difusiones evidenciando con listas de asistencias (anexo 04), cuaderno o libro de actas (anexo 05), fotografías, trípticos, folletos, entre otros.

En el anexo 03: Plan de acción de las BPCJ numeral 28 se incluye la programación del presente indicador.

Criterio 08: Condiciones laborales

Indicador 8.1. *Se promueven condiciones laborales seguras de acuerdo a las leyes locales y/o a las disposiciones internacionales.*

Las condiciones laborales son aquellos elementos, agentes o factores que tienen influencia en la generación de riesgos que afectan la seguridad y salud en el trabajo. Queda específicamente incluido en esta definición:

Las características generales de los locales, instalaciones, equipos y demás elementos materiales existentes en el centro de trabajo.

La naturaleza, intensidades, concentraciones o niveles de presencia de los agentes físicos, químicos y biológicos presentes en el ambiente de trabajo y sus correspondientes intensidades, concentraciones o niveles de presencia.

Los procedimientos, métodos de trabajo y tecnologías establecidas para la utilización o procesamiento de los agentes citados en párrafo anterior, que influyen en la generación de los riesgos para los trabajadores.

La organización y ordenamiento de las labores y las relaciones laborales, incluidos los factores ergonómicos y psicosociales.

En el anexo 16: Actividades para cumplir con las condiciones laborales seguras se proponen algunas acciones. La programación de simulacros, capacitaciones u otros pueden ser incluidos en el plan de acción de buenas prácticas de comercio justo (anexo 03).

Indicador 8.2. *Se respetan los horarios de trabajo de acuerdo a la legislación vigente.*

Indicador 8.3 *Se pagan las horas de trabajo extraordinario según las normas vigentes.*

Indicador 8.4. *La empresa se encuentra al día en el pago de los beneficios sociales.*

La empresa puede elaborar una política salarial para declarar el compromiso con los indicadores 8.2; 8.3 y 8.4 (anexo 07 – Lineamiento 8, 9 y 10) o en su defecto indicarlo en el reglamento interno (anexo 14 - Artículo 7, 14, 20, 21 y 24). Deberá contar con carteles visibles en la empresa indicando los horarios de trabajo, mostrar boletas de pago, registro de asistencia del trabajador, entre otros.

Criterio 09. Trabajo infantil

Indicador 9.1. *Los trabajadores menores de 18 años están permitidos sólo en el ámbito de una empresa familiar o por la existencia de un Convenio vigente de Aprendizaje, de Capacitación Laboral o de Pasantía conforme a la legislación vigente*

y únicamente con edad mínima de 14 años, garantizando el derecho a la educación, la recreación y la salud.

La empresa debe cumplir con las normas legales nacionales e internacionales en la que el Perú se encuentra suscrito por tanto se acepta el trabajo de menores de 18 años pero mayores o iguales a 16 años con permisos de sus padres. Según Convenio 138 de la O.I.T: Sobre la edad mínima de admisión al empleo para empresas industriales

La empresa puede elaborar una política salarial para declarar el compromiso con los indicadores 9.1 (anexo 07 – Lineamiento 11) o en su defecto indicarlo en el reglamento interno (anexo 14 - Artículo 16).

Criterio 10. Respeto al medio ambiente

Indicador 10.1. *Nivel de implementación del plan de gestión ecoeficiente del medioambiente.*

Se denomina Plan de gestión ecoeficiente del medio ambiente al documento donde se detalla prácticas que permita maximizar los recursos usados o generados en el proceso buscando aminorar el impacto al medio ambiente como uso racional de los recursos naturales, correcta disposición de los residuos u otros.

Las acciones deben estar planificadas y se deberá contemplar un campo para el seguimiento al porcentaje de implementación. En el anexo 17: Plan de gestión del medio ambiente en los numerales 1 al 6 se proponen prácticas ecoeficientes.

Para evidenciar la aplicación del indicador se podrá mostrar fotografías, informes, prácticas usadas.

Indicador 10.2. *Se prioriza el uso de materiales biodegradables/reciclables en los empaques.*

Indicador 10.3. *Se prioriza el uso de materia prima natural/orgánica.*

Indicador 10.4. *Se prioriza el uso de materia prima nacional.*

Entiéndase por biodegradable a la sustancia que se descompone o desintegra con relativa rapidez en compuestos simples por alguna forma de vida como: bacterias, hongos, gusanos e insectos.

La priorización de los materiales biodegradables /reciclables, uso de materia prima natural /organiza, uso de materia prima nacional deberá ser demostrada a través de la adquisición de dichos productos, evidenciándolo con los documentos de compra, certificados del producto que así lo demuestren.

Indicador 10.5. *Nivel de implementación del plan de promoción en temas de protección del medio ambiente en beneficio de la comunidad.*

Se denomina Plan de Promoción en temas de protección del medio ambiente al documento donde se detalla los medios divulgación para promocionar así como las prácticas que permitan aminorar el impacto al medio ambiente como uso racional de los recursos naturales, correcta disposición de los residuos u otras.

Las acciones deben estar planificadas y se deberá contemplar un campo para el seguimiento al porcentaje de implementación. En el anexo 17: Plan de gestión del medio ambiente en los numerales 7 al 10 se proponen temas para promocionar la protección al medio ambiente.

Evidenciar la aplicación del indicador a través de fotografías, prácticas, informes, entre otros.

ANEXOS

- ✓ Correlación de los documentos versus indicadores BPCJ.
- ✓ Misión.
- ✓ Plan de acción BPCJ.
- ✓ Lista de asistencia
- ✓ Acta de reunión
- ✓ Gestión de la empresa
- ✓ Política salarial
- ✓ Estructura de costos
- ✓ Propuestas de temas para los trabajadores
- ✓ Procedimiento para trazabilidad
- ✓ Listado de proveedores
- ✓ Orden de pedido - Proveedores
- ✓ Ficha técnica
- ✓ Reglamento interno
- ✓ Estructura de costos proveedor
- ✓ Actividades de condiciones laborales
- ✓ Plan de gestión medio ambiente.
- ✓ Formato de sugerencias

ANEXO N° 03

PROCESAMIENTO DE DATOS

FOTOGRAFÍAS DE LA EMPRESA



Ilustración 1 Logo de la Empresa

Fuente: Empresa



Ilustración 2 Muestra de productos por la gerente de la Empresa

Fuente: Empresa



Ilustración 3 Productos de títeres dedales

Fuente: Empresa



Ilustración 4 Archivadores de Criterios del Fairtrade- Comercio Justo

Fuente: Empresa



Ilustración 5 Mi persona realizando la encuesta

Fuente: Fotografías de Empresa



Ilustración 6 Cuadro informativo del Fairtrade-Comercio Justo

Fuente: Empresa