

16

Fecha de presentación: agosto, 2016
Fecha de aceptación: septiembre, 2016
Fecha de publicación: septiembre, 2016

IMPACTO

DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA Y EL COMERCIO JUSTO: UNA ORGANIZACIÓN ECUATORIANA

IMPACT OF ORGANIC PRODUCTION AND FAIR TRADE: AN ECUATORIAN ORGANIZATION.

MSc. Mariana Marisol Yáñez Sarmiento¹

E-mail: mariasolyanez@hotmail.com

MSc. Lenny Beatriz Capa Benítez¹

¹Universidad Metropolitana. República del Ecuador.

¿Cómo referenciar este artículo?

Yáñez Sarmiento M. M., & Capa Benítez, L. B. (2016). Impacto de la producción orgánica y el comercio justo: una organización ecuatoriana. *Universidad y Sociedad* [seriada en línea], 8 (3). pp. 121 -127. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>

RESUMEN

Las certificaciones de producción orgánica y de comercio justo, que mantenga a una organización en el mercado, no es algo que se logra con facilidad. El presente trabajo se encamina a resaltar el esfuerzo mancomunado de una organización que ha perdurado superando reveses de todo tipo, porque ha preservado los valores y principios que le han dado origen. Además crece en su formación personal y económica mediante capacitaciones y talleres, infraestructura productiva, acceso a créditos del estado, organizaciones no gubernamentales, cooperativa de ahorro y crédito, comercialización y exportación de productos, banano fruta fresca, puré de banano, cacao con derivados y otros productos básicos que refuerzan la canasta alimenticia y mercantil de sus asociados. Se trata de la Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral conocida por sus siglas UROCAL.. Para ello, se emplean métodos teóricos históricos, de análisis documental, así como, empíricos de entrevistas a dirigentes y asociados, en busca de motivación a los pequeños y medianos productores bananeros independientes, que hoy sufren la falta de tecnología e inestabilidad en los precios de sus productos, entre otros.

Palabras clave: Producción orgánica, comercio justo, asociación bananera.

ABSTRACT

Organic production certifications and fair trade which keep an organization on the market, is not something easily achieved. This work was directed to highlight the joint efforts of an organization which has endured overcoming setbacks of all kinds, because it has preserved the values and principles that gave origin. Besides growing in their personal and economic formation through training and workshops, productive infrastructure, access to loans from the state, NGOs, associations of saving and credit, commercialization and export of banana fresh fruit, banana puree, cocoa derivatives and other basic products which enhance food and commodity basket of its associates. It is the Regional Union of peasant Organizations of the Coast known by its acronym in Spanish UROCAL. To do this, historical theoretical methods of documentary analysis, as well as empirical interviews with leaders and associates were used, looking for motivation in small and middle independent banana producers, who today suffer from lack of technology and instability on their product prices, among others.

Keywords: Organic production, fair trade, banana association.

INTRODUCCIÓN

Para el Congreso de 1991, la Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral (UROCAL) se encontraba en una profunda crisis que había avizorado su disolución.

Factores que desataron la crisis de la UROCAL a las puertas del Congreso de 1991 (Ponce, 2007):

1. Contradicción entre la organización social y política y la organización empresarial.
2. Los líderes políticos de la organización convertidos en administradores de piladoras, secadoras y molinos, cajas de créditos, empresas de comercialización de insumos, o pesando las cargas de cacao en calidad de *inspectores* de aquellos que los habían elegido.
3. Pugnas entre productores/exportadores e industriales del cacao por defenderse de la caída de precios, han capitalizado las organizaciones campesinas, víctimas silenciosas de esta lucha de intereses.
4. En el invierno de 1981-83, se ocasiona el devastador fenómeno de *El Niño*. La UROCAL pierde terreno en el impulso del proceso productivo campesino y en programas como el crédito para la producción y comercialización. Sus dirigentes están a la mira convertidos en cobradores de deudas a un campesino golpeado por la caída de los precios del cacao y las pérdidas por efectos de *El Niño*.
5. Los programas de comercialización no alegan un estudio realista del mercado agrícola y financiero.
6. Salida de la organización de campesinos afectados por la crisis agrícola y el desempleo, al tener que abandonar las fincas y emigrar en busca de trabajo en la minería de oro, en condiciones precarias.
7. Pérdida de motivación por la Unión.

Pero no todo resulta perdido en 1991, cerca de dos décadas de educación, de toma de conciencia, de acción mancomunada se siembra en el espíritu del campesino la convicción de que hay que mantenerse unidos para enfrentar su relación con el contorno.

Este trabajo pretende resaltar el esfuerzo mancomunado de una organización que ha perdurado y supera reveses de todo tipo, porque ha preservado los valores y principios que le dan origen, como experiencia positiva para pequeños y medianos productores bananeros aislados, que hoy sufren la falta de tecnología e inestabilidad en los precios de sus productos, entre otros; al unirse en asociaciones, cooperativas y reconocer las ventajas que ello representa para su posicionamiento en el mercado, tanto nacional como internacional.

DESARROLLO

Según Ponce (2007), el nuevo programa de Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral (UROCAL) en Ecuador, después del congreso de 1991, se plantea las siguientes interrogantes.

1. *¿El papel histórico de las organizaciones de segundo grado culmina con la lucha por la tierra? ¿o estas son, como se afirma con frecuencia, las plataformas ideales para protagonizar sobre el terreno proyectos de desarrollo rural? ¿Existe en esta disyuntiva, una distancia profunda e insuperable?*
2. *¿Eran las organizaciones tradicionales aptas para asumir roles extraños? ¿Solidaridades comunitarias tratando de sobrevivir al interior de empresas en busca de competitividad y eficiencia?*
3. *¿Es posible impulsar, desde una organización social solidaria y desde los campesinos, programas económicos exigentes en calidad y que no necesariamente involucren al conjunto de sus miembros de base?*
4. *¿Es patrimonio de la empresa privada capitalista la gestión de programas de comercialización e incluso de exportación?*
5. *¿Cómo deslindar campos entre el papel de dirigentes elegidos y de administradores de crédito no siempre bien vistos? ¿Es posible comprometer a una comunidad en una gestión financiera que asume un conjunto (como socios de una cooperativa) las responsabilidades y los compromisos?*
6. *¿Hay ventajas en las economías campesinas para la gestión de proyectos específicamente agroecológicos?*

Las respuestas a estas interrogantes las expone UROCAL en su nueva etapa, cuestión que se aborda más adelante, cuando se describan los impactos y logros actuales.

Por su parte, Carrillo (2013), al referirse a estudios realizados sobre la organización, destaca aproximaciones a una tipología de sus asociados:

Tipo 1: Unidades familiares que combinan cultivos para el autoconsumo y para la exportación internacional a través del sistema denominado *comercio justo* con beneficios económicos relativamente aceptables; se nutre, en ocasiones, de trabajo a otras asociaciones precarias. Para la rentabilidad económica de dichas unidades agrícolas se requiere un mínimo de entre 10 a 15 has para el caso del cultivo del banano. Tipo 1. Unidades campesinas con escasas tierras de cultivo, lo que hace que eventualmente jornaleen en otras asociaciones de la UROCAL, o en empleos subsidiarios del sector primario o industrial derivado. En algunos casos se trata de jornaleros que

mantienen fincas familiares (minifundios), con cultivos para la auto subsistencia en precario. Ejemplos de asociaciones que puede englobar el citado tipo 1 de UROCAL es La Florida, en Guayas; esta mantiene una superficie cultivada de banano y cacao de 305,51 hectáreas, con 10 socios que integran la organización o también la asociación Nuevo Porvenir en El Oro, que cultiva 100 hectáreas, en este caso únicamente de cacao, con el mismo número de asociados. Constituyen el tipo 1, campesinos y campesinas asociados a las diversas cooperativas de base con insuficientes recursos, por tanto, determinados por la eventualidad y subempleo.

UROCAL podría representar un proceso alternativo a los enclaves capitalistas, a través de precios fijos por producción y premios económicos por utilizar el sistema de comercio justo; dinero que se reinvierte en programas de educación y capacitación, y un largo etcétera de posibilidades que ofrece el trabajo cooperativo de la asociación, no obstante, los límites estructurales relativos a la disponibilidad de tierras, capital, financiación, insumos tecnológicos, adecuación de fincas, riego, infraestructuras, entre otros, constituyen la clave de bóveda que impide que los campesinos agregados puedan desarrollar mayor productividad y por tanto aumentar los estándares de bienestar.

Características de la producción orgánica con comercio justo en UROCAL:

Producción orgánica

Se entiende como agricultura orgánica un sistema de producción que trata de utilizar al máximo los recursos de la explotación agrícola, dándole énfasis a la fertilidad del suelo y la actividad biológica y al mismo tiempo, a minimizar el uso de los recursos no renovables y el no uso de fertilizantes y plaguicidas sintéticos (agroquímicos), para de este modo proteger el medio ambiente y la salud humana (Vargas, 2011).

Comercio Justo

Por su parte, Coscione (2008), define que el comercio justo es una asociación comercial que se basa en el diálogo la transparencia y el respeto y que busca una mayor equidad en el comercio internacional, contribuye al desarrollo sostenible ofrece mejores condiciones comerciales, por otra parte, el comercio justo es una red comercial de producción distribución- consumo, orientada hacia el desarrollo solidario y sustentable que hacen que los productores se beneficien tanto económico, social, cultural y medioambiental.

Prima Fair Trade

Fairtrade les ofrece un gran número de ventajas. Con la certificación Fairtrade, los productores obtienen el llamado Premium Fairtrade, una suma de dinero adicional para la comunidad o el desarrollo del negocio. El premio se invierte, generalmente, en educación, sanidad, mejoras en la agricultura o instalaciones de procesamiento. Más de 65 millones de Euros de Premium Fairtrade fueron directos a los productores en 2011. El Precio Mínimo Fairtrade, cuyo objetivo es cubrir los costos de una producción sostenible, ayuda a proteger a los productores si caen los precios del mercado internacional. También se les ayuda a proteger su entorno natural, establece estándares para proteger el medio ambiente. Los estándares Fairtrade para entidades con mano de obra contratada protegen a trabajadores y niños de la explotación, y velan por la salud y seguridad de los productores.

La certificadora BCS (**República del Ecuador. Agencia de Certificación Independiente, 2016**), es una agencia de certificación independiente con casa matriz en Alemania, donde fue la primera certificadora acreditadora para llevar a cabo la ejecución del Reglamento Europeo para la producción orgánica.

La literatura consultada (Kovacs & Davis, 2014), plantea que la Certificadora GLOBAL. G.A.P es la norma con reconocimiento internacional para la producción agropecuaria. Nuestro producto central es el resultado de años de extensas investigaciones y colaboraciones con expertos del sector, productores y minoristas de todo el mundo. Nuestro objetivo es una producción segura y sostenible con el fin de beneficiar a los productores, minoristas y consumidores en todas partes del mundo.

Certificadora FLO-CERT

Es una entidad de certificación que opera independientemente y sigue los estándares de certificación internacionales ISO (ISO 65). Su misión consiste en lograr que productores y distribuidores de productos de comercio justo cumplan con los estándares de comercio justo establecidos por el sello Fairtrade proporcionado por FLO.

La certificación Fairtrade, en ocasiones aparece únicamente como Fairtrade o Fair Trade Certified, en el mercado estadounidense, es un sistema de certificación de productos diseñado para que los consumidores puedan identificar los productos que cumplen criterios medioambientales, laborales y de desarrollo con los que están de acuerdo.

El sistema de certificación Fairtrade (CS Global Services Corp., 2014), puede solicitarse actualmente para varios productos: plátanos, miel, naranjas, cacao, algodón,

frutas y verduras frescas y deshidratadas, zumos, frutos secos, frutos y semillas para elaborar aceite, quinua, arroz, especias, azúcar, te y vino.

En octubre de 2006, 586 organizaciones de productores pertenecientes a 58 países en desarrollo contaban con la certificación Fairtrade facilitada por FLO-CERT.

Símbolo Pequeño Productor (SPP)

Es un sello que representa (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo. Fundación de Pequeños Productores Organizados, 2015), una alianza entre pequeños productores organizados para construir un mercado local y global que valoriza la identidad y las aportaciones económicas, sociales, culturales y ecológicas de las Organizaciones de Pequeños Productores y sus productos. Esta alianza se basa en una relación de colaboración, confianza y corresponsabilidad entre mujeres y hombres pequeños productores, compradores y consumidores. El SPP está respaldado por un sistema de certificación independiente.

Principales clientes

Nacional-Comercializa 1.000 cajas semanales Golden value company

Internacional-Exporta 4.000 cajas semanales a BANAFAIR (Alemania) (Vásquez, 2016).

Respaldo financiero

Nacional. Bank Ecuador y Jardín Azuayo 11%
Internacional-ALTERFIN (Bélgica), ETHIQUABLE (Francia) y Rabobank (Holanda) (Vásquez, 2016).

Productores

Urocal cuenta aproximadamente con 70 productores desde dos hasta 15 hectáreas.
PROGRAMAS IMPLEMENTADOS POR UROCAL ENTRE 1995-2010 Impactos y logros).

Producción Orgánica y Comercio Justo.

Asociación de productores Nuevo mundo (Las Palmas, Guayas).

Asociación de base La Florida. Cantón Balao, provincia Guayas.

Iniciativa de microempresas: Asociación de base Nueva Esperanza (Naranjal, Guayas): Mujeres productoras de yogurt.

Proyectos sociales como: Fondo de Desarrollo Infantil (FODI): Generación de capital social a partir de la educación.

En el 2011, UROCAL realiza el VIII Congreso con la creación de un Programa de Soberanía Alimentaria, las actividades de dicho programa son:

Producción agroecológica: Huertos con 35 productores/as (Azuay y El Oro).

Incremento de producción de piña, variedad MD1 en Shumiral.

Finca de producción Hortícola (Cantón Marcabelli).

Comercialización solidaria: participación en Ferias.

Creación de un centro de acopio de productos agroecológicos provenientes de fincas con certificación orgánico-BCS.

Sociorganizativo e incidencia: además de capacitar a todas las organizaciones filiales de UROCAL en Liderazgo, en salud, gestión de riesgo, manipulación y recetas de alimentos con productos hortícolas, equidad de Género; se ha logrado adecuar a 7 organizaciones filiales y 5 nuevas (fraternas) al nuevo marco.

Entre el 1999 y 2004, los productores de banano orgánico obtuvieron el certificado de la BCS OKO Garantie GmbH, empresa autorizada bajo las normas de la Unión europea: de NATURLAND y del sello del comercio justo de FLO-Fair trade.

Actualmente UROCAL exporta en convenio con comercializadoras nacionales e internacionales, entre éstas últimas se tienen (ver tabla 1)

Tabla 1. Comercializadoras internacionales en alianza con UROCAL.

OIKOCREDIT	Institución privada de financiamiento para el desarrollo
ROOTCAPITAL	Fondo de inversión social sin fines de lucro
ALTERFIN	Institución financiera para micro finanzas y asociaciones de pequeños productores.
ETHIQUABLE	Empresa francesa de comercio justo
BANAFAIR	Empresa alemana que compra productos orgánicos
NATURLAN	Asociación de agricultores orgánicos
EQUICOSTA	Empresa de comercio justo y orgánico
ALBERT ORGANIC	Comercializadora de Productos Orgánicos
COLSIBA	Coordinadora Latinoamericana de Sindicatos Bananeros y Agroindustriales.

Los resultados de la comercialización son palpables, los campesinos que participan en el plan de la UROCAL, reciben un precio de cinco a seis dólares por caja, gracias al precio que tiene el banano orgánico del comercio justo en los mercados europeos, a ello se suma el premio que conceden las empresas que lo comercializan *precio justo*, que es un dólar por caja, según normas del FLO y dos dólares, según convenio con BanaFair. Invertido en planes sociales y ambientales de los propios productores y el fortalecimiento del proceso de la UROCAL.

En la figura 1 se puede observar a dirigente de la UROCAL (Joaquín Vázquez, presidente) junto a una asociada en la finca orgánica del cantón Machala.



Figura 1: Finca en el cantón Machala, provincia de El Oro. UROCAL.

Fuente: Carrillo (2013).

Resultado del procesamiento de las encuestas y entrevistas.

Para la realización de encuestas el tamaño de muestra tomado $n=10$, para una población total, $N=10$. Con un nivel de significación $\alpha = 0,05$, y un intervalo de confianza del 95 %.

Resumen del procesamiento de las encuestas

Encuestados 10 asociados, en edades entre los 10 y 67 años y un joven de 17. En su mayoría del sexo masculino (80 %).

Un 30 % acepta tener beneficios de la asociación, sin embargo, el 75 % reconoce que posee un salario acorde a su labor y al precio fijo de venta del banano, el 45 % ha recibido cursos de capacitación en temas agroecológicos y el 50 % afirma que posee facilidades para su familia en proyectos sociales, el 65 % señala obtener beneficios con el comercio justo. En cuanto a tener respaldo ante situaciones de riesgo, solo el 40 % afirma estar cubiertos. Finalmente, el 70 % de los encuestados reconoce que la cooperativización le brinda seguridad alimentaria a su familia.

Resultados de las entrevistas a dirigentes de la UROCAL.

Entrevistados tres dirigentes

Jhonny Rigoberto Yanzaguano (presidente), Joaquín Francisco Vázquez Mateo (actual gerente, quien fuera presidente durante 15 años) y la sociorganizativa Flor Serrano Aguilar. Todos reconocen que la agricultura orgánica es el camino.

Entre los logros de la asociación señalan:

- Mercado estable fuera del país, UROCAL es reconocida nacional e internacionalmente.
- Bonificación por ser productores orgánicos.
- Los programas que se ejecutan: sociales, productivos y ambientales.
- Concientización del productor del uso de productos orgánicos.
- Suelos y vertientes de agua protegidos y un producto sano para el consumidor.
- Entre las dificultades que aún persisten, se mencionan
- Los altos costos de producción.
- Un mercado exigente controlado por transnacionales, les pone en desventaja como pequeños productores.
- Políticas de Estado no difundidas al pequeño productor para preservar el medio ambiente.
- Las regulaciones de los aranceles de la Unión Europea para el ingreso de la fruta a esta parte del mundo.

Para el futuro desean:

- Mantener y cumplir las relaciones con el mercado, adecuarse a las nuevas tecnologías y las normas regulatorias a nivel internacional.
- Conseguir más mercado para el cacao, pues cuentan con infraestructura adecuada.
- Asociar más productores para fortalecer la UROCAL.

En cuanto a lo que les recomiendan a los productores que aún se mantienen aislados:

- Todos los productores deben estar asociados y trabajar en función de la cadena productora de la industria bananera.
- Asociarse encuentra estabilidad para negociar y vender nuestros productos a precios reales que la producción demanda en gastos.

- Solamente organizándolos hacen frente a las crisis y también a los grandes.

Otros comentarios de los entrevistados:

1. Todas las medidas técnicas, ambientales jurídicas, económicas, consideran el tema de la producción bananera en el sentido de que son sostenibles y equitativas, con el propósito de mejorar las condiciones de quienes la producen y garantizar un buen producto a los consumidores.
2. La investigación sirve como fuente de saber, cómo la UROCAL está compuesta por pequeños productores, es necesario concientizar a los importadores, que los pequeños productores, son la base de la producción orgánica en el Ecuador.

¿Qué difunde el material de investigación.

La producción orgánica con certificación *comercio justo* ha permitido a este grupo de productores, no depender de las transnacionales que muchas de las veces quedan impagos y son los que obtienen mayor margen de utilidad en base al esfuerzo del agricultor que adquieren el mínimo, no han cubierto ni el costo de producción, y salen con el esfuerzo mancomunado y con la oportunidad de tener la certificación Fair Trade, que además, premia de uno a dos dólares por caja producida, para que este dinero sea invertido en programas y proyectos para sus asociados como son: mejoramiento productivo desde sus insumos para fumigar y fertilizar a la tierra, obras de infraestructura que va desde sistema de riego, empacadores, asesoramiento técnico, capacitaciones agroecológicas, educación para sus hijos e hijas de trabajadores, entre otros, que se benefician directamente al aumentar la productividad, mejoran la calidad de vida de sus asociados y no solamente de ellos, sino de la comunidad circundante por el efecto del mismo.

Comercio Justo dentro de sus normas y procedimientos al exigir dentro de sus normativas una producción orgánica, está pensando también en nuestro planeta, el cuidado máximo que debe darse a las plantaciones de no introducir químicos, siembra y resiembra de árboles, con ello se consigue la armonía personas-planeta y crea una actitud comprometida con las futuras generaciones.

Todo ello se ha visto reflejado en la vida de los productores, si bien es cierto que pasaron por muchas dificultades hasta encontrar una oportunidad de contar con Comercio Justo, este les ha permitido tener un mercado y precios estables que cubre su costo de producción y adiciona a este el premio para reinversión de los mismos, y con la tendencia de un mundo igualitario con las mismas oportunidades de comercialización y un planeta más cuidado. Actualmente sus plantaciones de cacao (Centro de Comercio Internacional, 2001), banano, tienen otra

imagen y sus resultados se reflejan en su producción y calidad de vida.

CONCLUSIONES

La producción orgánica, la capacitación, el espíritu emprendedor y el mantener valores y principios cooperativos, ha brindado a estos productores alcanzar un mercado justo, con precios estables, certificación de sus productos, posición internacional y reconocimiento social.

El aporte monetario del premio obtenido, es invertido en programas y proyectos para sus asociados como son: mejoramiento productivo desde sus insumos para proteger y fertilizar a la tierra, obras de infraestructura que va desde sistema de riego, empacadores, asesoramiento técnico, capacitaciones agroecológicas, educación para los hijos e hijas de trabajadores, entre otros, que benefician directamente al aumentar la productividad, mejora la calidad de vida de sus asociados y no solamente de ellos, sino de la comunidad circundante por el efecto del mismo.

Es una posibilidad abierta para los pequeños y medianos productores aislados, una motivación a unirse en cooperativas en busca de beneficios y reconocimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carrillo, G. (2013). Historia agraria y organización social en la costa austral de Ecuador, 1950-2010. Estudio de caso de una cooperativa agrícola: la unión regional de organizaciones campesinas del litoral. Tesis doctoral. Murcia: Universidad de Murcia.
- Centro de Comercio Internacional. (2001). Cacao Guía de prácticas comerciales. Ginebra. Recuperado de <http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/Cocoa%20-%20A%20Guide%20to%20Trade%20Practices%20Spanish.pdf>
- Concha, P., & Figueira, P. (2011). Comercio justo, otra cara del desarrollo. *Gazeta de Antropología*, 27 (1). Recuperado de http://www.ugr.es/~pwlac/G27_18PazConcha-Patricia_Figueira.html
- Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo. Fundación de Pequeños Productores Organizados. (2015). Guía Informativa para Organizaciones de Pequeños Productores Símbolo de Pequeños Productores. Recuperado de http://spp.coop/wp-content/uploads/2016/04/Gu%C3%ADa_Informativa_OPP_26-Ene-2015.pdf
- Coscione, M. (2008). El comercio justo: una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina. Madrid: Los Libros de la Catarata.

- CS Global Services Corporation. (2014). Manual de Certificación Fair Trade USA V2.0. Recuperado de https://fairtradeusa.org/sites/all/files/wysiwyg/filemanager/standards/spanish/FTUSA_MAN_CertificationManual_V2-0_061314_SPA.PDF
- Fridell, G. (2006). Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica (Dossier). Iconos. Revista de Ciencias Sociales, 24, pp. 43-57. Recuperado de <http://www.flacso.org.ec/docs/i24fridell.pdf>
- Guimarães, R. P. (2006). Las perspectivas del comercio justo ante una globalización asimétrica y con crecientes desigualdades sociales. Polis. Revista Latinoamericana, (13). Recuperado de <https://polis.revues.org/5318>
- Kovacs, T., & Davis, S. (2014). Acercando las Buenas Prácticas Agrícolas. Buenas Prácticas Agrícolas y Seguridad Alimentaria en la granja para explotaciones agrícolas pequeñas, medianas y diversificadas de producción de frutas y vegetales Washington: Departamento de Agricultura del Estado de Washington. Recuperado de http://agr.wa.gov/Inspection/GAPGHP/docs/GAP_GHPmanualSpanish.pdf
- Martínez, V. (2009). La Metodología Campesino a Campesino y El Trabajo de CONFRAS. VII Encuentro Nacional de Campesino a Campesino. Recuperado de http://confrass.com/documentos/2/5/Presentacion_en_VII%20Encuentro_Nacional_PCaC.pdf
- Ponce, J. (2007). La apuesta campesina por la Agroecología. Los productores bananeros están en el comercio justo. Quito: Editorial Imprenta Noción.
- Ramos Agüero, D., & Terry Alfonso, E. (2014). Generalidades de los abonos orgánicos: Importancia del Bocado como alternativa nutricional para suelos y plantas. *Cultivos Tropicales*, 35(4), 52-59. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0258-59362014000400007&lng=es&tlng=es
- República del Ecuador. Agencia de Certificación Independiente. (2016). BCS ECUADOR. Recuperado de <http://www.bcsecuador.com/>
- Ríos Labrada, H., Vargas Blandino, D., & Funes-Monzote, F. R. (2011). Innovación agroecológica, adaptación y mitigación del cambio climático. La Habana: Instituto Nacional de Ciencias Agrícolas. Recuperado de <http://www.redagres.org/Innovacion%20Agroecologica.pdf>