



Enero 2020 - ISSN: 1696-8352

POTENCIAL DEL COMERCIO JUSTO DE PRODUCTOS ORIGINARIOS DEL MUNICIPIO DE SANTA MARÍA YUCUHITI, TLAXIACO, OAXACA, MÉXICO

Omar Jiménez Márquez¹

Instituto Tecnológico de Tlaxiaco
omarjim_80@hotmail.com

Audel Rolando Pérez García²

Instituto Tecnológico de Tlaxiaco
tlaxmen660@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Omar Jiménez Márquez y Audel Rolando Pérez García (2020): "Potencial del comercio justo de productos originarios del municipio de Santa María Yucuhiti, Tlaxiaco, Oaxaca, México", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (enero 2020). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2020/01/potencial-comercio-justo.html>

RESUMEN

El comercio justo es una alternativa para acceder a los consumidores que valoran el esfuerzo y trabajo de los productores, con esquemas de comercialización transparentes y socialmente responsables, con la comunidad en la que están inmersos al garantizarse un pago justo por los productos originarios, otros aspectos importantes son la no discriminación, condiciones de trabajo con las medidas de seguridad para garantizar el bienestar de los trabajadores en el proceso de producción y respetando el equilibrio con el medio ambiente.

Para realizar el diagnóstico del potencial del comercio justo de los productos originarios de Santa María Yucuhiti, Tlaxiaco, Oaxaca, México, tiene como finalidad demostrar que el municipio reúne las condiciones que la filosofía del movimiento del comercio justo establece para tener oportunidades justas en la comercialización de productos originarios que forman parte de su estilo y sustento de la vida de los habitantes de esta área geográfica incrustada entre las montañas del estado de Oaxaca. Con el resultado de la investigación documental, el diagnóstico interno y externo, la investigación de campo se puede afirmar con certeza que Santa María Yucuhiti tiene el potencial para el comercio justo de café, miel y artesanías de textil.

PALABRAS CLAVE: *comercio justo internacional-comercio justo de café, miel y artesanías-productos originarios de Yucuhiti-certificaciones del comercio justo-sustentabilidad-desarrollo socioeconómico-aliados del comercio justo-diagnóstico participativo.*

ASBTRACT

Fair trade is an alternative to access consumers who value the effort and work of producers, with transparent and socially responsible marketing schemes, with the community in which they are immersed in guaranteeing a fair

¹ Profesor del Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Tlaxiaco, Licenciado en Administración de empresas adscrito al departamento de Ciencias Económico - Administrativas Academia de IGE

² Profesor Titular del Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Tlaxiaco, Ingeniero en Sistemas Computacionales adscrito al departamento de Sistemas y Computación

payment for originating products, other aspects Important are non-discrimination, working conditions with safety measures to guarantee the well-being of workers in the production process and respecting the balance with the environment.

To diagnose the potential of fair trade of products originating in Santa María Yucuhiti, Tlaxiaco, Oaxaca, Mexico, it is intended to demonstrate that the municipality meets the conditions established by the philosophy of the fair trade movement to have fair opportunities in commercialization. Of original products that are part of their style and livelihood of the inhabitants of this geographical area embedded between the mountains of the state of Oaxaca. With the result of the documentary investigation, the internal and external diagnosis, the field investigation can be affirmed with certainty that Santa María Yucuhiti has the potential for the fair trade of coffee, honey and textile crafts.

KEYWORDS: *international fair trade-fair trade of coffee, honey and handicrafts-products originating in Yucuhiti-certifications of fair trade-sustainability-socio-economic development-allies of fair trade-participatory diagnosis.*

INTRODUCCIÓN

En la actualidad en pleno siglo XXI la globalización integra a las naciones en un movimiento dinámico ofreciendo ventajas y desventajas para los ciudadanos del mundo entero, favoreciendo aquellos pueblos que se están bien informados, mantienen cercanía con los grandes centro de consumo, disponen de capacidad técnica, las políticas de sus gobiernos que los incentivan participar activamente en los sectores económicos más importante, sin embargo hay pueblos que por sus características orográficas de difícil acceso a los mercados, sistemas productivos artesanales y programas sociales pocos efectivos para competir con los sistemas productivos más pujantes. Como consecuencia hay una brecha profunda entre los que participan activamente en la economía y los productores de comunidades indígenas que se agudiza de manera progresiva.

Ante esta problemática surge un movimiento denominado Comercio justo que dio inicio entre los años cuarenta y cincuenta en Estados Unidos con iniciativas de ventas de productos artesanales en un intento de luchar contra los bajos precios internacionales, los altos márgenes de producción a escala y el monopolio de los intermediarios. Simultáneamente en Europa la organización no gubernamental Oxfam en Reino Unido se empezó a vender artesanías fabricadas por refugiados chinos en sus mercados.

El Comercio Justo a partir del año 1964 se desarrolló con mayor fuerza tras el clamor de los países más pobres en el marco de la Conferencia de la UNCTAD exigiendo condiciones más justas para la comercialización de sus productos, ya que la asistencia económica de las Naciones más desarrolladas son medidas mitigantes. En ese año en Holanda se creó la cadena de tiendas solidarias, posteriormente en Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Inglaterra y Bélgica.

El comercio justo es movimiento social y económico que busca equilibrar las condiciones económicas y las relaciones comerciales entre los productores de países ricos con los países pobres, soportado en la justicia global con la comercialización de productos elaborados en condiciones justas, la organización social productiva y la legislación autónoma. Como consecuencia denuncia los orígenes de la pobreza y desigualdad, desarrollo de esquemas de comercialización alternativos al comercio convencional, respetando la cultura, los derechos de los pueblos originarios y conservado su biodiversidad.

Por todo lo anterior el Municipio de Santa María Yucuhiti es un pueblo originario que por algún momento de la existencia del hombre sus ancestros cruzaron el estrecho de Bering recorriendo Norteamérica para establecer en lo que actualmente es la Región Mixteca del estado de Oaxaca de México, sobreviviendo a las condiciones medioambientales, a la conquista de diversos pueblos y movimientos sociales suscitados al largo de su historia. En la actualidad el Municipio tiene su propio territorio con biodiversidad de especies, microclimas variados producto de su orografía, su sistema político bajo el régimen de autodeterminación por usos y costumbres, su sistema de producción es artesanal representando para sus habitantes su sustento económico y un esquema de herencia cultural transgeneracional, porque no solo se producen productos originarios, sino que toda la cadena de valor está matizada de aspectos culturales propios representando la tangibilización de su cosmovisión en sus productos.

En consecuencia, este trabajo de investigación muestra el potencial que el municipio de Santa María Yucuhiti, sus comunidades y sus productores, a través de sus productos ofrecen al mundo, para resolver problemáticas relacionadas con los altos índices de pobreza en los que se encuentra la mayoría de su población, la migración de sus ciudadanos genera el abandono de sus campos de cultivo, de la producción de sus artesanías y como consecuencia la pérdida continua de su cultura.

Este trabajo de investigación tuvo como premisa principal la participación activa de los productores como sujetos de investigación y como objeto de investigación los procesos de producción de sus productos en la obtención de información cuantitativa, se analizaron fuentes documentales e investigación de campo, se emplearán herramientas de diagnóstico participativo adecuada al entorno rural, con respeto a los usos y costumbres del municipio. Con la información

obtenida de fuentes oficiales de los gobiernos Federal, Estatal y Municipal, se integró el diagnóstico interno que guarda el municipio con respecto a su actividad económica, posteriormente con apoyo de la herramienta PESTEL se analizaron las tendencias políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas y legales que el entorno externo ofrece como amenazas y oportunidades al municipio respecto al desarrollo del comercio justo de sus productos.

Al valorar las capacidades y el grado de aptitud que tienen los productores del municipio al incursionar en mercados del comercio justo se empleó la matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas); como continuidad de este trabajo de investigación se construya una propuesta integral de comercio justo para los productos originarios del municipio.

Finalmente después de categorizarse los productos se pudo identificar que el café, la miel y las artesanías de textiles reunían los requisitos del comercio, para tener datos pertinentes y específicos de cada producto en cuestión se diseñaron cuestionarios, se determinaron muestras y se aplicaron cuestionarios obteniendo información relacionada con los procesos de producción, volúmenes, periodos, capacidad instalada, experiencia, conocimiento de mercado, comercialización actual, riesgos y oportunidades. La información obtenida se clasificó, graficó, analizó e interpretó con apoyo de un programa informático, mostrando evidencias del potencial que tiene el municipio en la comercialización de sus productos originarios en beneficio de las familias de los productores con condiciones más justas.

MARCO TEÓRICO DEL COMERCIO JUSTO.

con el descubrimiento y conquista de nuevos territorios principalmente en América, los ingleses en América del Norte, los españoles con los antiguos pueblos mesoamericanos, del Caribe, Centro América y América del Sur, los portugueses con los que actualmente es Brasil, territorios con gran cantidad de recursos naturales, aportando al incipiente comercio internacional de Europa y Asia, de inmediato estos nuevos territorios aportaron materias primas y productos novedosos para el comercio existente, surgiendo una relación injusta para los territorios conquistados y muy rentable para los conquistadores con el incremento de su riqueza como naciones. Como consecuencia los pueblos originarios resuelven sus actividades económicas como proveedores de materias primas y productos originarios, su producción se da a pequeña escala de manera artesanal poniéndolos en desventaja en el mercado, por la producción limitada lo que les da poco poder negociación con respecto a los poderosos intermediarios, sometidos a condiciones comerciales poco justas por sus productos.

Históricamente el comercio internacional se ha desarrollado en torno a los mercados de las metrópolis, de manera que las colonias empezaron a producir y comercializar productos desde hace más de cuatro siglos aquello que demandaban los consumidores en los centros europeos y posteriormente norteamericanos. El intercambio que se desarrolló a partir de esta situación tuvo como una de sus consecuencias que los países de América Latina, Asia y África centraran sus limitados recursos en la producción de productos básicos cuyo destino era la exportación, como en el caso del café, cacao, frutas tropicales, maderas preciosas, minerales preciosos, artesanías, plantas y animales diversos.

Durante la segunda mitad del siglo XX dicho desequilibrio comercial representó uno de los factores que aumentó la pobreza en los países de América Latina, Asia y África, pues los bajos precios pagados internacionalmente por numerosos productos básicos a su vez se reflejaban en los precios que se pagaba al producto individual y en los salarios de los jornaleros dentro de las economías de países en desarrollo. (Aguirre, 2019)

Actualmente en el mundo existen diferencias marcadas sobre los medios y recursos con que cuenta cada país para producir un bien o un número determinado de bienes. Así mismo estas diferencias operan en la forma de producir de cada país y al haber este tipo de diferencias, en cuanto a recursos naturales, capital, tecnología, habrá diferente contenido de valor en cada bien producido, lo que hace que algunos bienes al ser importados o exportados lleven más o menos valor en sí mismos. Así se provoca un intercambio inequitativo entre países, a este tipo de transacción se le conoce como la teoría del Intercambio desigual. (ECONOMIA UNAM, 2019)

HISTORIA DE COMERCIO JUSTO EN EL MUNDO

El movimiento del Comercio Justo comenzó entre los años 40-50 en Estados Unidos después de la II Guerra Mundial, donde se desarrollaron las primeras iniciativas de venta de productos elaborados por artesanos que intentaban luchar contra los bajos precios del mercado internacional, los altos márgenes y la dependencia frente a los intermediarios. Casi simultáneamente, en Europa, la ONG Oxfam en Reino Unido empezó a vender artesanías fabricadas por refugiados chinos en sus propios locales.

El Comercio Justo se desarrolla con fuerza a partir de 1964 tras el llamamiento de los países empobrecidos en la Conferencia de la UNCTAD donde exigían "Comercio, no ayuda". A partir de ese momento, se inició una cadena de tiendas "Solidarias", en Holanda y luego Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica.

Desde entonces, el comercio justo, además de una práctica presente en numerosos lugares del planeta, se ha convertido en un movimiento internacional que trabaja por equilibrar las relaciones comerciales, con especial atención a las relaciones Norte-Sur. En los años 70 y 80, el Comercio Justo experimenta un gran crecimiento lo que favoreció el desarrollo de muchos productores.

En España, las primeras iniciativas de Comercio Justo surgieron en 1986, con la apertura de dos tiendas: en San Sebastián-Donostia (País Vasco) y en Córdoba (Andalucía). Diez años después se constituyó la Coordinadora Estatal

de Comercio Justo. En este periodo, en España el Comercio Justo ha experimentado un amplio crecimiento en volumen de ventas, aceptación y difusión. Además se han conseguido logros interesantes desde el punto de vista legal y de apoyo institucional. (PORTAL DE ECONOMIA SOLIDARIA , 2019)

El Comercio Justo como movimiento internacional que lucha por la justicia global a través de la comercialización de productos elaborados en condiciones justas, la movilización social y la incidencia política. El Comercio Justo denuncia los orígenes de la pobreza y desigualdad, desarrollando un sistema comercial alternativo al convencional en el que los derechos de los pueblos y del medioambiente están en el centro de la actividad económica. Se basa en diez principios consensuados internacionalmente que garantizan un trato justo hacia las organizaciones productoras y en el que se respetan los Derechos Humanos de los trabajadores y trabajadoras, y el medio ambiente.

Actualmente en la red de Comercio Justo existen más de 2000 organizaciones productoras en África, Asia y América Latina, que agrupan a más de 2 millones de personas productoras y trabajadoras. Su producción es distribuida a las tiendas y puntos de venta finales a través de las más de 500 organizaciones importadoras. Éstas establecen los precios de común acuerdo con las organizaciones productoras, les facilitan prefinanciación y les asesoran para mejorar su comercialización. Asimismo, en todo el mundo hay más de 4000 tiendas especializadas en Comercio Justo.

Los productos de Comercio Justo se venden en múltiples canales: tiendas de Comercio Justo, grandes superficies, herbolarios, hostelería y restauración, etc. Sin embargo, son las tiendas de Comercio Justo el espacio de referencia del movimiento, espacios donde se pueden encontrar una amplia gama de productos de Comercio Justo (alimentación, ropa, complementos, menaje de hogar, juguetes y material infantil, cosmética e higiene, etc.), así como conocer más sobre los productos, participar en campañas, hacerse voluntaria/o, etc. CUADERNO DE COMERCIO JUSTO (JUSTO, 2016)

ORGANIZACIÓN QUE REGULA EL COMERCIO JUSTO INTERNACIONAL

Derivado de la presión constante del movimiento del comercio justo se han creado organismo promotores la más importante por su cobertura es la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO por sus siglas en inglés), antes como Asociación Internacional de Comercio Justo (IFTA), fue creada en 1989 y es una asociación global con más de 320 organizaciones en más de 70 países. Los miembros son cooperativas de productores de comercio justo, empresas de comercialización de las exportaciones, importadores, comerciantes, redes nacionales y regionales de comercio justo y las organizaciones de apoyo al comercio justo.

La misión de WFTO es mejorar las condiciones de vida y el bienestar de los productores en desventaja al enlazare y al promocionarse con las organizaciones de comercio justo, y abogando en favor de una mayor justicia en el comercio mundial.

Los campos de acción de la WFTO son:

- Desarrollo del mercado de comercio justo.
- Fomento confianza en el comercio justo.
- Hablar de comercio justo.
- Ofrecer oportunidades de asociación.
- Empoderamiento de las regiones del mundo con potencial de comercio justo.

En el 2004 la WFTO lanzó una certificación de comercio justo. La Marca de comercio justo (FTO) identifica las organizaciones registradas que comercializan de manera justa alrededor del mundo y garantiza que las normas se están aplicando a las condiciones de trabajo, salarios, trabajo infantil y el medio ambiente. Estas normas son verificadas por auto-evaluaciones, revisiones mutuas y verificación externa. La Marca de comercio justo está disponible para todos los miembros de la WFTO que cumplan con los requisitos de las normas y el sistema de monitoreo de la WFTO y con más de 150 organizaciones registradas.

La WFTO opera en cinco regiones principales: África, Asia, América Latina, Europa y América del Norte y Cuenca del Pacífico, Marruecos.

Miembros de África, Asia, Europa y América Latina se han unido para formar asociaciones regionales de la WFTO. Ellos son: Cooperación para el Comercio Justo en África (COFTA), WFTO Asia, WFTO Europa, WFTO-LA - Asociación Latinoamericana de Comercio Justo (WFTO Latin América). (WIKIPEDIA, 2019)

La **FLO** es otro organismo del comercio justo fundado en 1997, que tiene sede en Alemania y reúne a 25 organizaciones que trabajan con 991 productores de comercio justo en 66 países agrupados en tres redes de productores: African Fairtrade Network (AFN), Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores de comercio justo (CLAC) y Network of Asian Producers (NAPP), que comercializan sus productos en más de 120 países alrededor del mundo, generando ventas por más de 1 billón de pesos por año.

La **CLAC** forma parte de la red de productores que trabajan con la FLO, aunque no exclusivamente con ellos. Congrega a productores de 21 países latinoamericanos, incluido México, que ha impulsado el comercio justo y el símbolo de pequeños productores, que identifica a los productores organizados para tener una vida digna. (SLIDESHARE.NET, 2019)

COMERCIO JUSTO Y SU DESARROLLO EN MÉXICO

En México comenzó en los ochenta, cuando ocurrió una severa caída en los precios del café, junto con la liberalización del mercado del grano, lo que puso casi en bancarrota a los productores mexicanos. Fue como nació la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), la que junto con una asociación holandesa tomó la iniciativa del comercio justo en el país.

Recientemente en México se han implantado estrategias como las Tiendas de Comercio Justo, donde se venden artículos de pequeños productores y artesanos marginados de distintas partes del país, los cuales cuentan con el sello de comercio justo: café, cacao, té, azúcar, jugo de naranja, miel, plátano, entre otros.

El Comercio Justo hace referencia a un movimiento social global que promueve otro tipo de comercio, uno basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. Así mismo que contribuya al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente del Sur. Las organizaciones de Comercio Justo están comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.

uno de los elementos que se encuentran en la base de las actividades de comercio justo realizadas en México, está relacionada con la identificación de espacios comunes donde los intereses de los sectores involucrados puedan complementarse satisfactoriamente, pues el mecanismo de comercio justo es aún poco conocido dentro de la sociedad mexicana, y por ende no se han clarificado completamente los beneficios que esta práctica puede representar para cada uno de los participantes del mismo. (Aguirre, 2019)

ORGANIZACIÓN DEL COMERCIO JUSTO EN MEXICO.

En México, las iniciativas de comercio justo han surgido de los productores, Quienes han formado asociaciones que buscan mercados para comercializar sus productos a precios justos.

Una de las primeras organizaciones que han impulsado el comercio justo en México es la UCIRI (Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo), que desde 1982 ha trabajado con cafetaleros principalmente de Oaxaca, o para encontrar mercados de comercio justo a sus productos.

Además de fomentar el comercio justo cuentan con iniciativas de proyectos de producción orgánicos, salud, educación, transporte y tiendas comunitarias, entre otros, que contribuyen a que sus agremiados y sus comunidades cuenten con servicios para el desarrollo de sus actividades productivas.

Otra de las organizaciones pioneras que participa del comercio justo es la Unión Majomut, constituida legalmente desde 1983 y que congrega a alrededor de 1000 familias de productores de café de los altos de Chiapas. A lo largo de su historia la Unión Majomut ha buscado el mejoramiento integral de la vida de las comunidades que la integran, por lo que ha impulsado programas relacionados con el mejoramiento de la vivienda, de granos básicos, apoyo a organización de mujeres y bancos comunitarios.

Una más de las organizaciones mexicanas es Comercio Justo México A.C asociación civil fundada en 1999 por organizaciones civiles y pequeños productores para crear un mercado de comercio justo en México actualmente vincula a productores y consumidores sobre la base de la calidad la justicia comercial.

En México existen diversas organizaciones que promueven el comercio justo, pero parte del gobierno aún no cuenta con una legislación gubernamental específica para fomentar esta cultura y forma de comercio, por lo que la gran parte de la actividad del comercio justo se lleva a cabo con el exterior más que al interior de nuestra economía; los preceptos sobre los que se basa el comercio justo deben invitarnos a difundirlo y ejercerlo, por el bienestar de los productores y de la nación. (SLIDESHARE.NET, 2019)

ALIADOS DEL COMERCIO JUSTO

Los productos de Comercio Justo son productos con historia. Detrás de ellos, se encuentran las manos de los productores que los han trabajado y las organizaciones que han apoyado su producción y distribución, y facilitado su venta en el mercado donde los consumidores son conscientes del esfuerzo de sus productores, con un consumo responsable de productos originarios de calidad y se cierra este círculo virtuoso con el impacto directo en los pobladores, la producción, la compra, distribución y venta de los productos bajo el comercio justo se rige por los propios principios establecidos, para que los productos puedan llegar a los hogares de los consumidores requiere la participación de los aliados como a continuación se mencionan:

La cadena de valor inicia con los productores que son los que están la relación directa con la cultura, la naturaleza y el ambiente social de cada uno de los productos. El Comercio Justo trabaja por la dignificación del esfuerzo y reconocimiento de los productores, que al insertarse en este movimiento reciben directa o indirectamente, asistencia técnica, recursos, asesoría empresarial y acceso al mercado internacional.

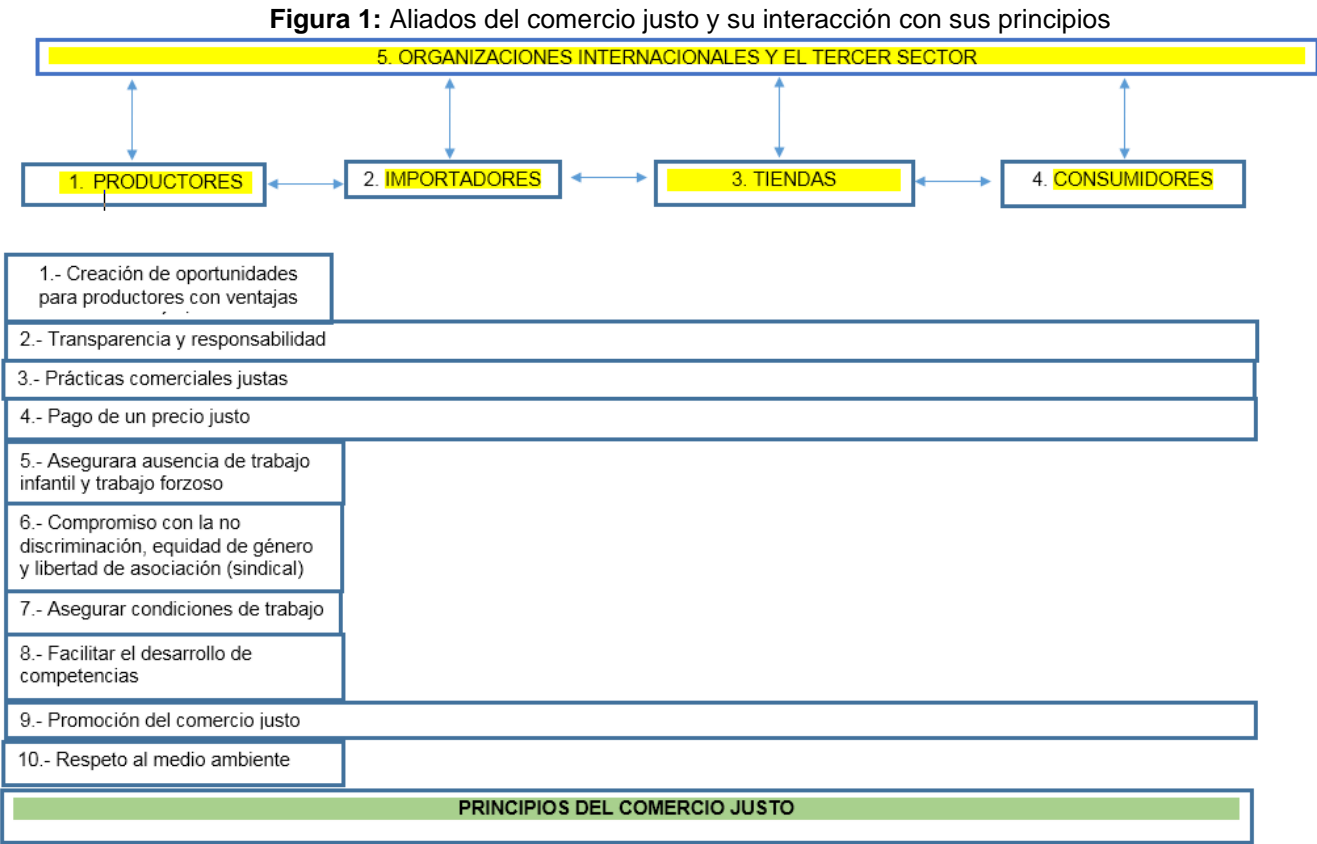
En los países con potencial de productos originarios por lo regular no tienen mercado para sus productos, los mercados del comercio justo están en naciones desarrolladas y ahí están las importadoras quienes compran los

productos a las organizaciones productoras, pagándolas un precio establecido de común acuerdo, que les permite vivir en condiciones dignas y acceder a nuevas oportunidades de educación y desarrollo económico y social. Las organizaciones importadoras pueden también apoyar a los productores de otras formas: financiando por adelantado la producción, asesorándoles en la mejora de los productos, con apoyo técnico y de gestión, entre otras. También participan en campañas de sensibilización dirigidas a reivindicar la necesidad de introducir criterios éticos en las relaciones comerciales.

Las tiendas son las que hacen llegar el producto de Comercio Justo hasta tus manos. Se comprometen a realizar una labor de divulgación y sensibilización sobre los principios del Comercio Justo, con especial atención a los beneficios de este comercio para los productores.

Los clientes al ejercer el consumo responsable, no solo ayudan a mejorar las condiciones de vida de las comunidades productoras, respetando el medio ambiente, sino que también presionan para cambiar las condiciones injustas de intercambio en el mercado convencional.

Y finalmente las organizaciones internacionales y tercer sector su objetivo es garantizar el cumplimiento de los criterios de Comercio Justo, y promover el desarrollo, realizando auditorías a los actores del ciclo comercial. (PORTAL DE ECONOMIA SOLIDARIA , 2019)



Fuente: Elaboración propia.

CERTIFICACIONES DEL COMERCIO JUSTO NACIONALES

En México se han realizado esfuerzos que se han traducido en evidencias tangibles del comercio justo los productores se han organizado para obtener diversos distintivos que los certifica como lo es la Marca IFAT: Es una acreditación para organizaciones de Comercio Justo, que garantiza que cumplen los criterios de Comercio Justo. Solo es aplicable a organizaciones, no a los productos. El sistema de monitoreo lo lleva a cabo IFAT (Asociación Internacional de Comercio Justo).

Figura 2: Certificación IFAT



Fuente: (COORDINADORA ESTATAL DEL COMERCIO JUSTO, 2019)

Sello FLO: Es una acreditación para productos de Comercio Justo. Pueden utilizarlo tanto las organizaciones de Comercio Justo como empresas convencionales sobre los productos que hayan cumplido con éxito el sistema de certificación de FLO (Organización del sello de Comercio Justo).

Figura 3: Certificación FLO



Fuente: (COORDINADORA ESTATAL DEL COMERCIO JUSTO, 2019)

El Distintivo CECJ “Justo Aquí”: Los productos de las organizaciones miembros de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo también ofrecen máximas garantías aunque no lleven los anteriores distintivos. Una manera de saber si una tienda es de Comercio Justo es buscar el distintivo “Justo Aquí” que otorga la Coordinadora Estatal de Comercio Justo a sus miembros. (EL ABC DEL COMERCIO JUSTO, 2019)

Imagen N°4: Certificación CECJ



Fuente: (COORDINADORA ESTATAL DEL COMERCIO JUSTO, 2019)

Comercio Justo México A.C. se constituye como una iniciativa de organizaciones de pequeños productores mexicanos y organizaciones de la sociedad civil. Su objetivo es la vinculación de múltiples esfuerzos para crear un mercado doméstico para los productos de los pequeños productores organizados de México.

Comercio Justo fomenta la vinculación directa y de largo plazo entre pequeños productores y consumidores para construir un modelo de desarrollo sustentable, justo y solidario. En este sentido, se vincula con la RSE por cuanto integra las preocupaciones sociales y medioambientales en su funcionamiento. (COMERCIO JUSTO, 2018)

Para que los productores estén en el esquema del comercio justo existe el sello oficial que contienen todos los productos en México que están relacionados o apoyados por el comercio justo mexicano. Ayuda a saber que productos entran en esto y cuáles no, así como para diferenciar que productos si son totalmente mexicanos. Lo incluí

porque es necesario y relevante como lo mencioné anteriormente para reconocer productos que apoya el comercio justo y así apoyar esto también nosotros. Sabiendo que productos comprar. (COMERCIO JUSTO , 2015)

Imagen N°5: Sello de comercio justo en México.



Fuente: (COMERCIO JUSTO EN MÉXICO, 2015)

PRODUCTOS DEL COMERCIO JUSTO

Los productos que están dentro de la cobertura de comercio justo son aquellos que principalmente son parte del sector primario o que tienen un proceso de producción artesanal provenientes de comunidades con condiciones económicas y productivas desfavorables en relación al resto del mundo industrializado.

- Alimentos: Café, té e infusiones, frutos secos, cacao, azúcar, cereales, arroz, chocolate, galletas, bebidas, mermeladas, pastas, ron, vino, vinagre, salsas, miel, especias, dulces.
 - Textiles: Ropa, bufandas, chales, tapices, pañuelos, delantales, manteles, toallas, colchas, mochilas, alfombras, cortinas.
 - Artesanía: Bisutería, marroquinería, bolsos, cestas, carteras, jabones, inciensos, útiles de cocina, artículos para el hogar, figuras talladas, máscaras, cerámica y otros objetos decorativos.
 - Muebles: Mesas, sillas, espejos, vitrinas, recibidores, estanterías, armarios, espejos, cómodas, revisteros.
 - Juguetes: Balones de fútbol, móviles, juegos de mesa, muñecos, instrumentos, marionetas.
 - Material de papelería: Lápices, bolígrafos, estuches, álbumes de fotos, cuadernos, cajas, marcapáginas, pisapapeles, postales de Navidad.
 - Cosmética: Productos naturales para la higiene y el cuidado personal como cremas, jabones, aceites, desodorantes.
- (COORDINADORA ESTATAL DEL COMERCIO JUSTO, 2019)

Tabla 1: Características de los productos del comercio justo

Producto	Características	Productos Disponibles	Certificación
Alimentos	<ul style="list-style-type: none">• Contienen ingredientes naturales.• Proceden de cultivos ecológicos que no utilizan agroquímicos (pesticidas, herbicidas o abonos químicos)• Elaborados a través de procesos que no dañan al medio ambiente.• Producidos según las condiciones medioambientales del entorno.• Su fabricación es manual o semi-industrial.• Respeto y fomento a las técnicas de cultivo tradicional en cada zona.• Productos no perecederos• Alta calidad	<ul style="list-style-type: none">• Azúcar• Café• Cereales• Pasta• Frutos secos• Especias• Azúcar• Chocolates• Mermeladas• Miel• Galletas• Dulces• Zumos• Refrescos• Golosinas• Aperitivos• Bebidas alcohólicas.	Pertener a alguna organización del comercio justo que debió haber paso por algún sistema de acreditación. Este sistema de acreditación incluye una autoevaluación, una auditoría externa y evaluaciones por parte de otras organizaciones miembro. La membresía es revisada y monitorizada periódicamente.
Ropa	<ul style="list-style-type: none">• Tejidos ecológicos• Tintes naturales• Elaboración artesanal• Procesos de producción no dañinos para el medioambiente• Diseños exclusivos	<ul style="list-style-type: none">• Camisetas• Blusas• Faldas• Vestidos• Pijamas• Pantalones• Ropa infantil	

Fuente: Elaboración propia.

PRODUCTOS ORIGINARIOS

Mercancía producida en un país determinado. Para un producto manufacturado en cuya fabricación han intervenido varios países, el origen es el del país donde se hizo la última transformación.

Los productos originarios con bienes que cumplen con la regla de origen establecida en los Anexos de reglas de origen específicas de los Tratado de Libre Comercio u otros acuerdos comerciales.

El Acuerdo sobre Reglas de Origen de la Organización Mundial de Comercio, Anexo II. Declaración Común acerca de las normas de origen, señala que "se entenderá por normas de origen preferenciales las Leyes, reglamentos y decisiones administrativas de aplicación general aplicados por un Miembro para determinar si a un producto le corresponde recibir el trato preferencial". Fuente especificada no válida.

Por su parte, la Versión Revisada del Convenio de Kyoto precisa que las reglas de origen son " las estipulaciones o disposiciones específicas desarrolladas con base en principios o criterios positivos establecidos por la legislación nacional o por acuerdos internacionales aplicados por un país para determinar el origen de una mercancía".

Esto es, las reglas o normas de origen son los grados de elaboración o transformación que deben verificar los materiales que se integran en la fabricación de un bien, para que éste pueda considerarse como originario de un país o de una región. Asimismo, determinan si un proceso productivo en un cierto país confiere la cualidad de originario a un producto y evita que países no negociantes de un tratado o acuerdo se beneficien con descuentos en aranceles, garantizando que los productos de la región reciban preferencias arancelarias.

Los bienes que cumplen con las reglas de origen establecidas en los esquemas preferenciales, los tratados de libre comercio o los acuerdos comerciales, califican para obtener un trato arancelario preferencial, al considerarse como originarios. Cabe precisar que las reglas de origen no limitan la exportación o importación de bienes, pero sí los beneficios arancelarios.

Igualmente, para que los productos que cumplen con las reglas de origen, obtengan los beneficios arancelarios previstos en determinado esquema preferencial, deberán demostrarlo documentalmente con el certificado de origen. (GLOSARIOS SERVIDOR ALICATE.COM, 2019)

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS ORIGINARIOS

Según las regla de origen en el Anexo III Capítulo 1 para ser un producto originario deberá cumplir los siguientes requisitos:

En el apartado b) menciona que las Mercancías elaboradas en el territorio de una de las Partes, deben de utilizar exclusivamente materiales originarios en sus territorios;

Artículo 1.- Serán consideradas originarias de las Partes las siguientes mercancías:

a) Mercancías obtenidas o elaboradas enteramente en el territorio de una de las Partes, a saber:

Artículo 6.- Los certificados de origen deben ser expedidos sólo por autoridades gubernamentales de las Partes. Esta atribución podrá ser delegada a otras entidades públicas u organizaciones privadas, que actúen con jurisdicción nacional o estatal, en adelante denominadas "entidades oficialmente autorizadas".

Artículo 7.- Las Partes informarán sus respectivas autoridades gubernamentales y las entidades oficialmente autorizadas, habilitadas para expedir certificados de origen, con el registro y facsímil de las firmas autorizadas para ese fin.

Artículo 8.- El certificado de origen es el documento que acredita el origen de las mercancías. Ese certificado debe llenar los siguientes requisitos:

a) Ser expedido por autoridad gubernamental o por entidad oficialmente autorizada;

b) Identificar las mercancías a que se refiere;

c) Indicar de forma inequívoca que la mercancía en cuestión es originaria de la Parte, de acuerdo con las disposiciones de este Anexo. (SICE OAS.ORG TRADE, 2019)

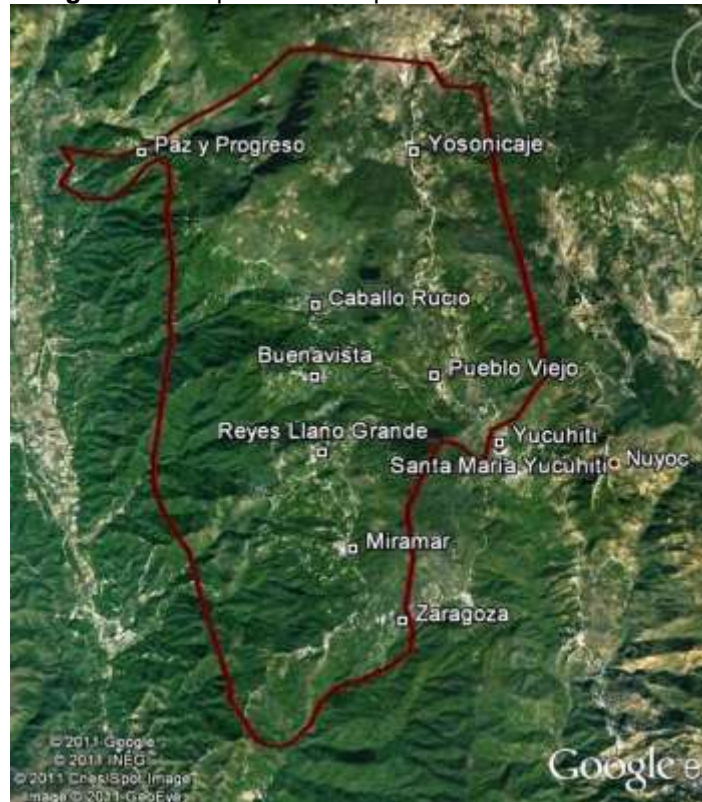
MUNICIPIO DE SANTA MARÍA YUCUHITI.

El municipio objeto de estudio de esta investigación para determinar su potencial de sus productos originarios para ser comercializados por comercio justo, se localiza al Noroeste del Estado de Oaxaca, México en la región Mixteca del Distrito de Tlaxiaco, dentro de las coordenadas 97° 46' 10" de longitud Oeste y 17° 01' 05" de latitud norte, a una altura de 1720 metros Sobre el nivel del mar. Colinda al Norte con el Municipio de Santo Tomas Ocotepec, al sur con el municipio de Santiago Nuyoo, al Este municipio de Santiago Nuyoo, al Oeste con el ejido de San Antonio Jicaltepec, San Pedro Siniyuvi, San Juan Teponaxtla, Concepción Guerrero; todos ellos del municipio de Putla Villa de Guerrero (ejidos San Pedro Yosotato).

Dentro de su territorio se localizan la cabecera Municipal que lleva el nombre del propio municipio, las Agencias Municipales y de Policía Municipal: Santa María Yucuhiti, San Lucas Yosonicaje, San Isidro Paz y Progreso, San José

Zaragoza, Guadalupe Buenavista, San Felipe de Jesús Pueblo Viejo, Reyes Llano Grande, Guadalupe Miramar y La Soledad Caballo Rucio, cabe señalar que dentro de estas se encuentran 43 parajes.

Imagen N°6: Mapa del Municipio de Santa María Yucuhiti



Fuente: (GOOGLE MAPS.COM, 2019)

El clima en este municipio surge de las variaciones orográficas y altitudes sobre el nivel del mar las cuales se hacen presentes dos subcategorías climáticas a saber; en la parte de mayor altura del municipio se tiene el clima semicálido, Subhúmedo con lluvias en verano y heladas en los meses de noviembre a Enero y en la parte baja cuenta con un clima Templado Húmedo con lluvias en verano. Estas condiciones climáticas y topográficas originan una gran variedad de vegetación de los cuales son representativos en el paisaje de este municipio.

Santa María Yucuhiti cuenta con numerosos arroyos y manantiales de agua en contraste con la época de estiaje que bajan los niveles de agua las condiciones de abasto en la zona alta como San Lucas Yosonicaje y Yute Yuvi es precaria por lo que solicitan la construcción de sistemas suficientes de captación de agua de lluvia.

En general los suelos de la región son poco aptos para la agricultura extensiva, no solo por sus características físicas y químicas, si no las fuertes pendientes que existen dentro del territorio municipal.

En general la situación de conservación de los recursos naturales se encuentra en buen estado de conservación, entrándose en algunas zonas erosión por causa del cambio y uso del suelo básicamente para cultivo de maíz debido a que se practica la roza. Tumba y quema, otro recurso natural muy importante es el agua que con el paso del tiempo se va deteriorando su calidad por la propia irresponsabilidad de los habitantes al verter aguas residuales con detergente que son biodegradables combinados con sustancias grasosas o de otra índole, también el agua se ha venido contaminando por el empleo indiscriminado de agroquímicos. (YUCUHITI, 2019).

METODOLOGÍA

Para la realizar esta investigación la metodología empleada fue de enfoque participativo de base comunitarios con herramientas de diagnóstico participativo, es una investigación cuantitativa ordenando la información de lo general a lo particular con datos cuantitativos para demostrar el potencial de comercialización de los productos originarios del municipio de Santa María Yucuhiti, Oaxaca, México, por la modalidad de comercio justo, utilizando diversos instrumentos de recolección con entrevistas con los productores con un dialogo libre en su entono de trabajo y bajo sus condiciones propias.

Para la realización de esta investigación la primera actividad consistió en realizar trabajo de gabinete revisando diversas fuentes documentales de instituciones gobierno federal que procesan información económica del territorio nacional, para determinar la vocación productiva de los habitantes del Municipio, posterior a esta fase de investigación se complementó con la investigación de campo

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

En la investigación de campo se organizaron brigadas y con previa autorización del municipio se dio inicio con la primera visita, la primera comunidad en la que se recolectó información sobre su vocación productiva identificando sus actividades económicas fue de San Lucas Yosonicaje, el cual se encuentra a una altitud de 2680 m y una temperatura de 7° a 32°C, llegando a temperaturas bajo cero en temporadas de frío, esta comunidad se caracteriza por tener pocas extensiones de tierra fértil para la actividad agrícola y ganadera, ya que por encontrarse en la parte más alta del municipio de Santa María Yucuhiti, la mayoría de su territorio está compuesto por afloramientos rocosos de diversos tonos de mármol, sobre los que se asientan exuberantes bosques de pino y encino, característico de estas zonas frías y húmedas. Al ser esta comunidad paso obligado de otros municipios y comunidades su principal actividad es el comercio de bienes y servicios básicos.

La segunda comunidad visitada fue la agencia de San Felipe de Jesús Pueblo Viejo, la cual se encuentra situada a una altitud de 2190 m con una temperatura promedio de 15° c, por las condiciones orográficas y climatológicas, su principal actividad es la siembra de maíz, frijol y calabaza y la cría de ganado vacuno, caprino y avícola.

Se realizó una tercera estancia en la desviación que conduce por una parte, a las comunidades de Reyes Llano Grande, Guadalupe Miramar y San José Zaragoza, y por otra parte, a las comunidades de Guadalupe Buenavista, Soledad Caballo Rucio, San Isidro Paz y Progreso y comunidades aledañas no pertenecientes al municipio de Santa María Yucuhiti. Para continuar con el recorrido, se tomó el camino con rumbo a la comunidad de Guadalupe Buenavista, que está situado a una altitud de 1830 m y a temperatura de 19° c, donde la carretera es de terracería, desde la cual se pueden observar pequeños sembradíos de café.

Se arribó a la comunidad de buena vista en donde se detectó que cuenta con los servicios de sitio de taxis, sociedades cooperativas financieras e instituciones educativas de nivel básico. En esta zona los sembradíos de café son visiblemente más grandes y consecuentes hasta llegar a Guadalupe Miramar.

Llegando a la agencia de Guadalupe Miramar donde antes de comenzar con las visitas guiadas a los plantíos de café, beneficios de miel y taller de telares se sostuvo una reunión con autoridades, productores y líderes de las comunidades a visitar que con la participación activa de los pobladores se planteó el objetivo, alcances y su participación en el trabajo de investigación, así como los beneficios que se obtendrán al determinar el potencial de los productos originarios del municipio para incursionar en un mercado de comercio justo.

Como parte del desarrollo de agenda acordada con los productores en las instalaciones de la agencia municipal de Miramar donde se desarrolló taller con el grupo de mujeres que tiene por nombre "ita nucu"u dedicadas al tejido de telar de cintura en sus distintas etapas y modelos utilizando diversos materiales como son estambres, manta, seda y algodón, tenidos con tintes naturales, entre los productos que se observaron están: blusas, camisas, vestidos, accesorios, bolsas, mochilas, morrales, rebosos, cobijas y servilletas. La calidad y variedad de los productos textiles es muy competitiva, sin embargo la principal problemática que han tenido las productoras es la colocación de sus artesanías en el mercado por la falta de desarrollo de los canales de comercialización, carencia de elementos mercadológicos como son etiquetas, marcas registradas, la dificultad de trasladar las artesanías de mercados rentables. Actualmente los productos artesanales se comercializan en los mercados locales con condiciones no justas de pago, ya que por la situación económica propias de la región los consumidores locales no tiene poder adquisitivo suficiente para dar un pago justo por los productos de los artesanos.

Al término del taller con las artesanas de los telares de cintura se continuó con los recorridos por los sembradíos de café antes del inicio del recorrido por las parcelas de café se organizó una reunión con los productores de café para explicar el objetivo de la investigación los beneficios en la comercialización de su producto en mejora de las condiciones de los mismos productores, exponiendo sus respectivos puntos de vista, así como la problemática que estado enfrentado al momento de colocar su producto en el mercado local y nacional. Posteriormente conjuntamente con los productores se eligieron las parcelas por donde se realizó recorrido, por medio del dialogo libre se obtuvo la siguiente información: el proceso de mantenimiento es constante con la poda, siembra de nuevos cafetales, control de roya y ojo de gallo plagas que ha afectado severamente los cultivos debido a las condiciones del calentamiento global, además este tipo del cultivo está en constante amenaza por incendios forestales, sequías severas, corrientes de aire en la temporada de floración, por lo tanto por cada kilogramo de café orgánico obtenido al final del proceso está el trabajo y esmero de los productores. El café es comercializado en grano a intermediarios que tienen el monopolio en la región fijando el precio y las condiciones de compra venta.

Continuando la investigación de la misma manera como se sostuvo reunión inicial con los productores de miel esta actividad tiene gran potencial de crecimiento, ya que es una actividad que sea implantado recientemente por los

propios productores de café un binomio productivo interesante, porque las abejas ayudan a polinización del café y otras especies de plantas y el café proporciona las flores de la que las abejas recolectan el néctar y el polen que proveen a sus colmenas, durante el recorrido por las colmenas se pudo verificar que el proceso para obtener miel orgánica de muy alta calidad es una actividad que requiere un cuidado riguroso para cumplir con los estándares internacionales que solicitan los intermediarios que acaparan la producción local de varios municipios especulando con el precio y condicionando su compra.

Como resultado de los recorridos con los productores de café, miel y textiles se obtuvo información relacionada con los recursos humanos, materiales, infraestructura, conocimiento de proceso, la importancia económica y social para el municipio, la capacidad instalada, la problemática que enfrentan en el proceso de producción y comercialización, la tecnología utilizada, la historia de la producción y las perspectivas que tienen con respecto a sus productos originarios que producen.

Finalmente después de categorizarse los productos se pudo identificar que el café, la miel y las artesanías de textiles reunían los requisitos del comercio, para tener datos pertinentes y específicos de cada producto en cuestión se diseñaron cuestionarios, se determinaron muestras y se aplicaron obteniendo información relacionada con los procesos de producción, volúmenes, periodos, capacidad instalada, experiencia, conocimiento de mercado, comercialización actual, riesgos y oportunidades. La información obtenida se clasifico, grafico, analizo e interpreto con apoyo de un programa informático, mostrando evidencias del potencial que tiene el municipio en la comercialización de sus productos originarios en beneficio de las familias de los productores con condiciones más justas.

RESULTADOS

ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL MUNICIPIO POR SECTOR.

En el municipio de Santa María Yucuhiti, la población económicamente activa se encuentra distribuida en los tres sectores económicos, primario, secundario y terciario; De los cuales el sector primario es el de mayor aportación al ingreso interno debido a que es un municipio eminentemente rural y su economía se basa en la agricultura. Con potencial de desarrollar proyectos de importancia en el sector primario con un enfoque a comercio justo como son la agricultura protegida, establecimiento de apiarios, agroindustrias para la transformación de café, los habitantes tienen un arraigo en el cuidado y aprovechamiento de los recursos naturales.

De acuerdo a la información obtenida de INEGI 2010 el sector que más predomina es el sector primario con 4,712 habitantes esto representa el 71.92%, dentro de este sector la actividad de mayor participación en el producto interno bruto del municipio es el cultivo de café con 2,772 cafetaleros esto representa el 42.31%, el café que producen de manera orgánica. La ganadería es la segunda actividad con 1,234 habitantes representando el 18.83% en producción de vacas, toros, chivos, borregos, porcinos, pollos, guajolotes, patos, todo es para consumo y comercio domestico del municipio.

La tercera actividad del sector primario con 681 habitantes esto representa el 10.39%, en donde cosechan maíz temporal, elote, frijol, aguacate, ejote, hortalizas, guayaba, plátano, chile morrongo, durazno, jitomate, zarzamora, mamey, zapote negro y blanco, jengibre, quelite, mima, limón, pera. El 80% es para consumo y el 20% realizan aun el trueque dentro de la comunidad. La apicultura es la cuarta actividad con 25 apicultores el cual representa el 0.38% ya que es una actividad que apenas se está expandiendo, debido a que los habitantes desconocen los beneficios, las cajas de miel se encuentran dentro o cerca de los cafetales y árboles frutales.

El sector secundario representa el 3.96% con 260 habitantes, dentro de este sector se encuentra la producción de artesanías con 180 artesanas lo cual representa el 2.74%, existen 31 albañiles representa el 0.47% ya que es un trabajo temporal, mano de obra no calificada representa el 0.38%, existen 15 carpinteros dentro de la comunidad el cual representa el 0.22% ellos fabrican los bastidores para la producción de miel, así mismo solo se cuentan con 5 plomeros que representa el 0.07% ya que es una actividad temporal y no existe demanda, solo son 4 electricistas esto representa el 0.06% quienes se encargan de realizar las instalaciones de los hogares.

El sector terciario representa el 5.54% con 363 habitantes, dentro del cual 147 habitantes son comerciantes esto representa el 2.24%, en esta actividad los comerciantes son personas que tienen tiendas de conveniencia con productos básicos, 130 habitantes son empleados en general esto representa el 1.98%, 45 habitantes son profesores esto representa el 0.68%, 41 habitantes son taxistas esto representa el 0.62% ya que se cuenta con 5 sitios de taxis dentro del Municipio.

Las habitante sin actividad laboral son 1,216 el cual representa el 18.5% esto debido a que son personas menores de edad, estudiantes o desempleados por falta de oportunidades de empleo.

de acuerdo a la información obtenida de la vocación productiva del municipio y los requisitos promovidos por el movimiento del comercio justo, los productos con el mayor potencial de ingresar al esquema de comercio justo son en orden de importancia el café, la miel y las artesanías de textil elaboradas en telar de cintura con figuras propias del entorno, estos productos no solo representan el principal sustento económico para satisfacer las necesidades básicas

de los habitantes, sino que su proceso de elaboración es parte de la herencia cultural que fortalece la integración social y la continuidad de la identidad

DIAGNÓSTICO INTERNO DEL MUNICIPIO DE SANTA MARÍA YUCUHITI

El diagnostico interno o análisis interno se orienta a precisar las Fortalezas y Debilidades de los cinco recursos fundamentales que debe tener el municipio: humanos, financieros, tecnológicos, productivos y comerciales. A continuación se describen los factores internos del Municipio de Santa María Yucuhiti, dentro de la descripción general se describen los siguientes aspectos; ubicación, agencias, entradas, distancia a Oaxaca, índice de crecimiento, educación, pobreza, migración, cultura, clima, suelo y salud. Así mismo en la capacidad directiva se describe; el proceso administrativo- planeación, dirección y toma de decisiones, de igual forma dentro del apartado de capacidad competitiva respecto a los productos originarios se describe; la calidad en el producto originario, la lealtad al cliente de productos originarios, canales de distribución, participación en el mercado y medios publicitarios, la capacidad financiera, dentro del apartado de capacidad tecnológica se describe la infraestructura en el proceso de producción, finalmente en el apartado de capacidad humana se describe la experiencia técnica ,los recursos naturales y los recursos para transporte.

TABLA 1: DIAGNÓSTICO INTERNO DEL MUNICIPIO DE SANTA MARIA YUCUHITI

Descripción General	Ubicación	El municipio se localiza al Noroeste del Estado de Oaxaca, en la Región Mixteca del Distrito de Tlaxiaco, dentro de las coordenadas 97° 46' 10" de longitud Oeste y 17° 01' 05" de latitud norte, a una altura de 1720 metros Sobre el nivel del mar.
	Agencias	Agencia Municipal Santa María Yucuhiti, y agencias de policía en: San Lucas Yosonicaje, San Isidro Paz y Progreso, San José Zaragoza, Guadalupe Buenavista, San Felipe de Jesús Pueblo Viejo, Reyes Llano Grande, Guadalupe Miramar y La Soledad Caballo Rucio, cabe señalar que dentro de estas se encuentran 43 parajes.
	Entradas	Existen dos formas de llegar a Yucuhiti: en el km. 73 de la carretera federal 125 que comunica la ciudad de Oaxaca-Putla, a la altura de un paraje conocido como Río Ocotepec se accede a una brecha de 20 kilómetros hasta la cabecera municipal y el segundo por la misma carretera Federal 125 Oaxaca- Pula a la altura del paraje Llano San Vicente, se continua por una terracería de 10 km. Que comunica interiormente a todas las localidades del Municipio.
	Distancia a Oaxaca	El Municipio de Santa María Yucuhiti se encuentra a 221 Kilómetros de la ciudad de Oaxaca; 5 horas de la capital.
	Índice de crecimiento	La tasa de crecimiento poblacional se presenta con un saldo positivo desde el año 2010 al 2018 de un porcentaje de 16.51 %, y la tasa de fecundidad pasó de 3.5 en el año 2018 a 5.5 lo que nos muestra un incremento constante de la población.
	Educación	En el Municipio se localizan 10 escuelas de nivel preescolar bilingüe, 9 primarias (6 bilingües y 3 rurales), 6 secundarias (una general y 5 telesecundarias) y un de nivel medio superior (TELECOBAO).
	Pobreza	En 2010, 5,288 individuos (85.5% del total de la población) se encontraban en pobreza, de los cuales 2,598 (42%) presentaban pobreza moderada y 2,690 (43.5%) estaban en pobreza extrema, esto indica que los habitantes no cuentan con oportunidades, los apoyo del gobierno no son para todos y cada productor siembra sus productos para su autoconsumo, no les genera alguna ganancia.
	Migración	Indicadores colocan a Yucuhiti en el lugar 355 en el ámbito estatal en cuanto al nivel de marginación y el 898 en el nacional, posiciones que significan miseria y un alto grado de necesidades sociales básicas insatisfechas. En Santa María Yucuhiti, no es Municipio generador neto de migrantes, posee una calidad de ruralidad mayor a otros municipios de la región, basada en la no tradición a la emigración, de acuerdo a sus usos y costumbres pero sobre todo a dos actividades fundamentales en la economía familiar, la siembra de maíz y el cultivo del café. Se mantienen vigentes que se debe de asumir los cargos y existen actividades comunitarias que realizar.Los migrantes han sido un factor fundamental para la realización de las fiestas ya que las personas que se encuentran en el norte del país envían dinero a la comunidad, como cooperación según la asamblea lo determine.
	cultura	La cultura de Santa María Yucuhiti se manifiesta mediante la gastronomía, la música es uno de los factores muy importantes ya que es el vínculo por el cual manifiestan su identidad, otra identidad es la preservación de sus costumbres tales como la fiesta patronal de los pueblos, las fiestas familiares y sociales como cumpleaños, boda y bautizos entre otros. Es también costumbre y cultura en este municipio el arte de la música que de generación en generación, se transmite para no perder lo que es la Música regional.

	Clima	El clima en este municipio surge de las variaciones orográficas y altitudes sobre el nivel del mar las cuales se hacen presentes dos subcategorías climáticas; en la parte de mayor altura del municipio tenemos el clima semicálido, Subhúmedo con lluvias en verano y heladas en los meses de noviembre a Enero y en la parte baja cuenta con un clima Templado Húmedo con lluvias en verano. En el mes de Marzo baja el nivel de agua
	suelo	Los suelos de la región son poco aptos para la agricultura, ya que algunas zonas son rocosas y no permite la siembra de Maíz de forma plana, y la siembra se realiza de forma empinada entre las piedras. Algunas zonas se encuentran en erosión por causa del cambio y uso del suelo básicamente para cultivo de maíz debido a que se practica la roza tumba y quema.
	Salud	El municipio cuenta con 5 casas de salud, sin infraestructura mínima, y solo con medicamentos básicos, no cuenta con un servicio médico completo, debido a la falta de organización entre los habitantes para solicitar apoyo gubernamental, en la actualidad el nuevo sistema de gobierno omitió las vocales y promotoras de salud, provocando la inactividad en las consultas de sanos, es por ello que ya no asisten al médico.
Capacidad directiva	Proceso administrativo-planeación	El municipio de Santa María Yucuhiti cuenta con planes municipales y de protección civil. Los productores no cuentan con algún instrumento de apoyo administrativo, no cuentan con una tabla de producción. Solo los datos lo tienen en mente, esto provoca no conocer con certeza la producción total durante años.
	Dirección	El Municipio de Santa María Yucuhiti se rige por usos y costumbres. La máxima autoridad es el presidente municipal, por lo regular el puesto es ocupado por personas grandes que sean maestros o tenga algún título universitario. Para los productores de café, miel y textil la autoridad y quien decide sobre las actividades a realizar es el dueño de la propiedad.
	Toma de decisiones	El Consejo de Ancianos tiene importancia en las decisiones trascendentales de la comunidad.
Capacidad competitiva respecto a los productos originarios	Calidad en el producto originario	Existe calidad ya que los materiales que utilizan son desinfectados, se reemplazan los materiales viejos por nuevos para el control de plagas y enfermedades utilizan productos orgánicos permitidos por la Certificadora como es el Hapi bar, así mismo utilizan palillos de orégano, ajo seco, el equipo de protección personal se encuentra en buen estado. Las plantas de café son renovadas entre 20 y 30 años, reciben cuidados especiales como: limpia, poda, riego, utilizan fertilizante natural que es la composta. En los artículos de textil la materia prima es elaborada con los recursos naturales que cuenta el Municipio como algodón, así mismo para pintar el hilo se utilizan pigmentación natural.
	Lealtad al cliente de productos originarios	Los productores no cuentan con alguna marca que los distinga es por ello que los clientes son escasos además desconocen sobre los productos originarios del Municipio.
	Canales de distribución	El canal de distribución es informal, existen intermediarios, los productores no están capacitados para poder negociar es por eso que no les pagan el precio justo, y como consecuencia sus productos son almacenados durante un largo tiempo.
	Participación en el mercado	Algunos productores de café, miel, textil participan en las expo ferias de Putla y Tlaxiaco, para ello necesitan estar agremiados, y cumplir con las reuniones o actividades, es por eso que la mayoría les parece una pérdida de tiempo las reuniones, pero están en la disponibilidad de participar en eventos que no les genere algún gasto.
	Medios Publicitarios	Los productores no cuentan con publicidad formal, solo cuentan con la publicidad informal mediante recomendaciones, se conocen los productos originarios, los productores están en la disponibilidad de aprender a utilizar herramientas que les permita realizar su publicidad mediante medios

		digitales.
Capacidad financiera	Apoyo gubernamental Ramo 33	En el apartado de Fondo de Aportaciones para la Infraestructura Social (FAIS).- El propósito fundamental del FAIS es el financiamiento de obras, acciones sociales básicas e inversiones que beneficien directamente a población que habita en las zonas de atención prioritaria, localidades con alto o muy alto nivel de rezago social o en condición de pobreza extrema, conforme a lo previsto en la Ley General de Desarrollo Social. Estos apoyos son desconocidos por los habitantes del Municipio de Santa María Yucuhiti.
Capacidad tecnológica	Infraestructura en el proceso de producción	La infraestructura interviene en el proceso de transformación de la materia prima en producto terminado. Es el caso del café y miel. Durante el periodo de producción el proceso es manual. En la producción de textil el proceso es manual, los diseños son orinales esto es una características de los productos originarios del Municipio.
Capacidad humana	Experiencia técnica	Los productores de café, miel y textil tienen experiencia en el proceso de producción mediante la enseñanza de sus ancestros. Tienen conocimientos necesarios y están dispuestos a compartirlos con las nuevas generaciones.
	Recursos naturales	Las 7,256.20 hectáreas del territorio de Yucuhiti las poseen bajo el régimen de bienes comunales 1,772 comuneros legalmente reconocidos, esto significa que los habitantes tienen el recurso agrario. Esto significa que los habitantes cuentan con la documentación correspondiente en donde les permite hacer usos de sus tierras.
	Recursos para transporte	En Municipio cuenta con 5 sitios de taxis, el horario no es flexible para las necesidades del Municipio así mismo no se cuenta con vehículos que transportes en grandes cantidades.

Fuente: Elaboración propia

DIAGNÓSTICO EXTERNO DE LOS PRINCIPALES PRODUCTORES INTERNACIONES DE CAFÉ, MIEL Y ARTESANÍAS DE TEXTIL

El diagnostico externo es una herramienta que permite identificar variables económicas, demográficos, social, político, tecnológico y ambiental, que influyen directo e indirecto en el municipio al ponerse en práctica el comercio justo de los productos originarios. Identificar las variables permite reconocer las oportunidades y amenazas, así mismo formular estrategias a corto, mediano y largo plazo.

En el siguiente cuadro se muestra la información obtenida del análisis externo de los principales países productores internacionales de café los cuales son; Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia y Honduras. Así mismo los productores de miel los cuales son; Nueva Zelanda, China, Argentina, Alemania y Ucrania. Finalmente se menciona los productores de telar de cintura.

Las variables descritas son; económico dentro del cual se encuentran las siguientes características; \$ exportación, PIB, el tipo de moneda, el precio del producto, las certificaciones con las que cuenta, el tipo de producto, la unidad de medida de producción. As mismo dentro de las variables demográficas se describen las siguientes características; población, índice de crecimiento poblacional, la esperanza de vida, la natalidad, la mortalidad, pobreza, la marginación, el salario mínimo y la actividad productiva. De igual manera se describe las variables sociales dentro del cual se describen las siguientes características; idioma, educación, salud, migración. Dentro de las variables políticas se describe el sistema político y los tratados comerciales. Dentro de las variables tecnológicas se describe los medios de comunicación y medios de transporte y finalmente en las variables ambientales se describen el clima y recursos naturales.

TABLA 2: DIAGNÓSTICO EXTERNO DE LOS PRODUCTORES INTERNACIONALES DE CAFÉ		
PAISES		
	COLOMBIA	INDONESIA
	\$2,62 Mil millones	\$1,29 Mil millones
	Colombia tiene un PIB Per cápita trimestral de 1.440€ euros	Indonesia tiene PIB per capitas de 934€ euros
	Pesos Colombianos	Rupia
	\$4.387.000 por tonelada 125 Kg de pergamino seco= \$ 905,000	5,00€ por 250g.
	CLAC Certificación del comercio justo FRAIRTRADE Certificación del comercio justo.	CLAC Certificación del comercio justo FRAIRTRADE Certificación del comercio justo.
	Café Arábico	rábica, robusta y libérica
	Kilogramos	gramos
	45'500.000 millones	272354590 millones
	Tasa de crecimiento es de 8.7%	Tasa de crecimiento es de 8.4%
	80 años	68 años
	14.93 por cada 1000 habitantes	21.14 por cada 1000 habitantes
	5.4 por cada 1000 habitantes	7.23 por cada 1000 habitantes
aso 2%.	El índice de pobreza aumentos de 0,1% a 1,8%	la tasa de pobreza <u>se redujo</u> del 60.8 por ciento al 52.6 por ciento entre 2005 y 2017, la tasa de pobreza extrema (US\$1.90 por p día)
	Existen regiones de Colombia que permanecen al margen del desarrollo, con los mismos problemas de siempre, los gobiernos no atienden las necesidades.	La marginación ha disminuido, así como disminuyo la pobreza.
	El salario mínimo mensual es de \$ 828,116.00	213.300 Rupias indonesias mensuales
	Las principales actividades económicas: •agricultura. •ganadería. •pesca. •explotación forestal. •minería	Las principales actividades económicas son: <ul style="list-style-type: none"> • gricultura • xplotación forestal y pesca • inería • ndustria

	Español; San Andrés y Providencia se habla también el inglés.	indonesio
secundaria; sólo el 4% de las nuevas	62% de los jóvenes que terminaron el bachillerato no lograron acceder a educación superior, y el 40% de los niños y niñas que no asisten al colegio están en zonas de conflicto armado.	La educación no es gratuita, solo el 38% de la población asiste a la escuela.
s ciudadanos tengan su tarjeta médica y realizar diagnósticos a distancia. Sin	El sistema de salud colombiano está compuesto por un amplio sector de seguridad social financiado con recursos públicos y un decreciente sector privado.	Alrededor del 90% de las familias indonesias viven y tienen un fácil acceso a atención básica de salud. Este des contribuido a un progreso inspirador en los estándares de salud del país.
el 57.92% del total, frente a los 32.017	Más de 5 millones de colombianos viven fuera del país. Colombia era el país que tenía la mayor cantidad de emigrantes en Sudamérica.	En Indonesia viven, según publica la ONU, 345.930 de inmigrantes, lo que supone un 0,13% de la población de Ind inmigración masculina es superior a la femenina, con 201.259 hombres, lo que supone el 58.17% del total, frente a los 1 inmigrantes mujeres, que son el 41.82%.
do dominado por el Partido Comunista de gobierno es independiente del partido.	De acuerdo con la constitución vigente (de 1991) Colombia es un Estado Social de Derecho, organizado en forma de república unitaria, en donde el poder público se encuentra separado en tres ramas Ejecutivo, Legislativo y Judicial.	Indonesia es una república presidencialista. Tres constituciones provisionales definieron la forma del gobierno de Indonesia.
el acuerdo marco sobre la cooperación como los de Comercio Asean-Corea del n-Japón y de Libre Comercio Vietnam-	Tratados de libre comercio con: México, Canadá, Unión	ASEAN Zona de Crecimiento del Este de la ASEAN (BIMP-EAGA) Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) Triángulo de Crecimiento (IMT-GT)

	Europea, Corea. MERCOSUR. TLC Salvador, Guatemala, Honduras. Alianza del pacífico.	Asociación Cuenca del Océano Índico (IORA) Tratados de libre comercio (TLC) de Indonesia : Australia-Nueva Zelanda, India, Canadá, China, la Unión Europea (UE), Japón, Corea, los Estados Unidos, Pakistán Acuerdo Indonesia-India
	Redes sociales, periodo, revista, agencias de noticias, radio, TV.	Redes sociales, periodo, revista, agencias de noticias, radio, TV.
	Ferrocarril, barco, avión, autobús.	Tren, minibús, autos, barco, transporte privado, avión.
	clima tropical, caluroso y húmedo	Cálido y húmedo
ntracita, cinc, cromo, estaño y apatito.	Colombia cuenta con un gran potencial de recursos energéticos (carbón, principalmente en la Guajira). También cuenta con oro, el níquel, el cobre, la plata, el platino y las esmeraldas	El país cuenta con ricos yacimientos de minerales, petróleo y gas natural, y es uno de los principales productores de madera, caucho y de palma.

Fuente: Elaboración propia

TABLA 3: DIAGNOSTICO EXTERNO DE LOS PRODUCTORES INTERNACIONALES DE MIEL						
ELEMENTOS		PAISES				
FACTOR	CARACTERISTICAS	NUEVA ZELANDA	CHINA	ARGENTINA	ALEMANIA	UCRANIA
ECONOMICO	\$ Exportación	\$278 Millones	\$255 Millones	\$184 Millones	\$144 Millones	\$135 Millones
	PIB	104 519 USS	US\$ 9055	474 812 USS	43.660 US\$	336 851 USS
	Tipo de moneda	Dólar neozelandés	Renminbi (RMB),	Peso	euro	Grivna
	\$ Miel	Peso: 250g, Precio: 399RMB	Peso: 900g, Precio: 29,9RMB	1 kg \$309	Peso: 1000g, Precio: 165RMB	Peso: 1000g, Precio: \$197
	Certificaciones	ha firmado TLC con preferencias arancelarias con el gigante asiático.	Certificación local Certificación UTZ de SGS	CLAC Certificación del comercio justo FRAIRTRADE Certificación del comercio justo	CLAC Certificación del comercio justo FRAIRTRADE Certificación del comercio justo	Certificaciones por producción organiza
	Tipo de miel	natural	natural	natural	natural	natural
	Unidad de medida	Kilogramos	Kilogramos	kilogramos	kilogramos	kilogramos

DEMOGRAFICO	Población	4 154 311 habitantes	1379 millones	40.117.096 habitantes	82.667.685 habitantes	42 234 014 habitantes
	Índice de crecimiento poblacional	La tasa de crecimiento es del 0.3%.	0,44 % tasa de crecimiento	0,93% tasa de crecimiento	0.92% crecimiento poblacional	3.3% crecimiento poblacional
	Esperanza de vida	76,1	75 años	77 años	81 años	78 años
	Natalidad	2.1 por cada mujer	1,4 hijos por mujer	2 por cada mujer	9 nacimientos/1000 habitantes	10,8 nacimientos por cada 1000 habitantes
	Mortalidad	15.15 por cada 1000 habitantes.	12 por cada 1000 habitantes	9,6 por cada 1000 habitantes	11.3 muertes/1000 habitantes	5,2 muertes por cada 1000 habitantes.
	Pobreza	El 30% de la población se encuentra en pobreza.	El 10 % de la población aún vive bajo la línea de pobreza.	El 15.4% se encuentra en pobreza.	El 19.7% de la población se encuentra en pobreza o inclusión social.	19,5 % de la población vive por debajo de la línea de pobreza nacional.
	Marginación	La marginación ha venido disminuyendo a lo largo de los años.	El ingreso promedio del 5% más pobre de los hogares en las ciudades chinas asciende a cerca de 1.128 dólares.	existe marginación debido a la injusticia económica y social	La marginación social se sitúa en el 23,5 por ciento.	La marginación ha venido disminuyendo y se encuentra en el 1.6 %.
	Salario	El salario mínimo en Nueva Zelanda es de 15,75 NZD \$ por hora.	1520 RMB salario mínimo al mes.	244,6 € al mes, es decir 2.935 euros al año.	El salario mínimo es de 1.557 € al mes	El salario mínimo es de 3429 UAH mensual
	Actividad productiva	La agricultura y la exportación de lana, carne y productos lácteos.	Agricultura y producción de: armas, maquinaria, textiles, fertilizantes, alimentos procesados, automóviles, barcos, aviones, bienes de consumo como ropa, calzado, juguetes y electrónica en general.	Producción de vino, gas natural y petróleo son las principales actividades productivas.	Industria, la agricultura y actividades empresariales son las principales actividades productivas.	Industria, cultivos importantes son patatas (papas), verduras, frutas, girasol y lino. La ganadería.
SOCIAL	Idioma	inglés y el maorí	Mandarín Chino	Español	alemán	ucraniano
	Educación	La educación pública es gratuita, la enseñanza es obligatoria entre los 6 y 16 años.	Solo el 20 de la población podía leer.	La República Argentina es conocida por tener una educación que se encuentra entre las más avanzadas, enciclopedistas y progresistas de América Latina.	La responsabilidad de la supervisión educativa recae principalmente en los estados federales a título individual, mientras que el gobierno solo tiene un papel secundario.	El modelo de educación en Ucrania es la obligatoria. La tasa de alfabetización se estima en un 99,4 % debido al énfasis de la Unión Soviética y ahora Ucrania en la escolarización total de la población.
SOCIAL	Salud	Se tiene asistencia médica y hospitalización gratuita.	La atención a la salud en China casi se privatizó y experimentó un aumento importante en cuanto a su calidad.	Argentina tiene un plan estructural sólido y de acceso que es modelo en América Latina. En los últimos años, se inauguraron 91 hospitales públicos, en su mayoría de alta complejidad.	Alemania tiene instituido un régimen social legal que abarca cinco ramos de aseguramiento: las pensiones, la enfermedad, la dependencia, los accidentes y el desempleo.	El sistema de salud en Ucrania es subsidiado por el estado y es gratuito para todos los ciudadanos ucranianos y residentes registrados.

	Migración	En Nueva Zelanda viven, según publica la ONU, 1.067.423 de inmigrantes, La inmigración femenina es superior a la masculina, con 551.247 mujeres, lo que supone el 51.64% del total de inmigrantes, frente a los 516.176 de inmigrantes varones, que son el 48.35%.	Se estima que cada año, más de 200 millones de personas migran del campo a la ciudad en China para trabajar ya sea en el sector minero, la construcción, fábricas.	Se comienzan a registrar considerables corrientes emigratorias, que obedecen al proceso de «fuga de cerebros» con mucha pérdida de capital humano.	Se estima que cada año el 12% de la población migra a ciudades para mejorar la calidad de vida.	Se estima que los inmigrantes constituyen el 14,7 % de la población total, es decir, 6,9 millones de personas; este es el cuarto porcentaje de población inmigrante más grande en el mundo.
POLITICO	Sistema político	Es regida por el poder legislativo, ejecutivo, judicial.	Sistema del Congreso Popular Nacional.	El Poder Ejecutivo Nacional (PEN) es el órgano ejecutivo del Estado Argentino.	La República Federal de Alemania es un Estado federal democrático social y de Derecho. El marco político viene definido por la Ley Fundamental de 1949. El Presidente Federal es el jefe del Estado.	Está organizada políticamente como una república parlamentario-presidencial.
	Tratados	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de Aduanas de Oceanía (OCO) • Acuerdo Transpacífico (TPP) • Relación Económica más estrecha Australia-Nueva Zelanda • Zona de Libre Comercio ASEAN-Australia-Nueva Zelanda • Acuerdos comerciales con India, Singapur, Malasia, China, el Consejo de Cooperación del Golfo (CCG) • Relaciones económicas: Australia, Chile, Hong Kong, Tailandia 	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdo Comercial Asia-Pacífico (APTA) • Tratados de libre comercio (TLC) de China • Zona de Libre Comercio ASEAN China • ASEAN Más Tres • Tratados de libre comercio (TLC) con Perú, Chile, Costa Rica, Nueva Zelanda, Singapur, Pakistán, Moldavia • Relaciones comerciales de China con la Unión Europea y África. 	<ul style="list-style-type: none"> • Convenio de nacionalidad entre la República Argentina y la República Italiana • Pacto ABC • Protocolo de Ouro Preto • Tratado de Derecho Civil Internacional de 1889 • Tratado de Libre Navegación de los Ríos Paraná y Uruguay entre la Confederación Argentina y los Estados Unidos. 	Convenio internacional del Café de 2007. Acuerdos Marco de Cooperación Económica y Comercial o Acuerdos de Colaboración y Cooperación	<ul style="list-style-type: none"> • Tratado de Libre Comercio de la Comunidad de Estados Independientes • Tratado de libre comercio (TLC) Unión Europea-Ucrania.
TECNOLOGICO	Medios de comunicación	Redes sociales, periódico, revista, TV, Radio, agencia de noticias, internet, teléfono.	Radio, periódico y televisión, teléfono, internet.	TV, radio, teléfono, internet, servicio postal.	Televisión, Radio, revistas, internet, teléfono, redes sociales.	Televisión, Radio, revistas, internet, teléfono, redes sociales.
	Medios de transporte	Ómnibus, tren, ferry, avión.	Camiones, avión, autobuses.	Barco, avión, autobuses	Tren, barcos, camiones.	Avión, camiones, ferrocarril, barco.
A M B I	Clima	templado	Clima templado.	cálido, templado, árido y frío	Clima templado	Clima templado

	Recursos naturales	En las islas se han encontrado minerales, como: carbón, oro, arenas ferruginosas y minerales industriales como la bentonita, piedra pómez, piedra caliza, arcilla, dolomita, arenas.	Es el mayor productor y consumidor de carbón en el mundo, el 70% de la energía producida en china depende del carbón. También es uno de los principales productores de petróleo.	minerales de plomo y cinc de Sudamérica, yacimiento de oro y cobre agricultura e industria.	Carbón y gas natural así como el uranio y el cobre.	Petróleo, gas natural, es el cuarto productor mundial de acero y tiene una amplia y diversa base industrial.
--	--------------------	--	--	---	---	--

Fuente: Elaboración propia

PRINCIPALES PRODUCTORES DE ARTESANIAS DE TEXTIL

Los principales países productores de artesanías textiles por sus diseños, su representatividad cultural y su proceso de elaboración se tiene a Guatemala con diversos diseños, la Republica de Perú como parte de la herencia Andina, los países centroamericanos y países asiáticos que han tecnificado el proceso de producción de las artesanías, provocando de manera directa competencia desleal con las artesanías originarias, ya que en mucho de los casos en el mercado internacional la práctica de piratería de diseños afecta gravemente la economía de los artesanos.

México es el principal país que elabora artesanía de tejido de manera artesanal, cuentan con reconocimiento y valoración a nivel internacional por ser productos que manifiestas la diversidad cultural.

Datos de Pro México muestran que los principales destinos de exportación de las artesanías mexicanas son Australia, Alemania, Canadá, Colombia, España, Estados Unidos e Italia.

Dentro de México los estados que elaboran artesanías de tejido son; Oaxaca, Chiapas, Yucatán, Michoacán, San Luis Potosí, Veracruz, Estado de México, Guerrero y Chiapas. de ese vasta variedad de artesanías `por falta de asistencia técnica no se tiene la cultura por la protección intelectual de los diseños y de igual de manera no se cuenta con las certificaciones en materia de comercio justo.

ANÁLISIS PESTEL DEL MUNICIPIO DE SANTA MARÍA YUCUHITI

El análisis PESTEL es una herramienta que permite analizar el entorno general, para identificar las ventajas y desventajas que el entorno ofrece al municipio con lo que respecta al comercio justo de sus productos originarios, café, miel y artesanías. Con el monitoreo del entorno se analizaron e identificando los siguientes factores; en el factor político se analizó la constitución política a nivel nacional, estatal y municipal, en el factor económico se analiza la economía actual del Municipio de Santa María Yucuhiti, la principal actividad económica, en el factor Socio. Culturas se analiza la cultura, religión, creencias del Municipio, en el factor tecnológico se analiza los medios tecnológicos, en el factor ecológico se analiza la problemática ambiental y el factor legal se analiza el plan nacional, estatal y Municipal.

TABLA 4: ANALISIS PESTEL DEL MUNICIPIO DE SANTA MARIA YUCUHITI

P	POLITICO
	<p>La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca reconocen el régimen de partidos políticos , el sistema de usos y costumbres, en la cual se encuentra naturalmente Santa María Yucuhiti que no es solamente al momento de elegir a sus autoridades municipales y agrarias, sino también en la toma de decisiones de la organización ancestral tales como el tequio, asambleas comunitarias de planeación , asambleas de rendición de cuentas públicas, sin que la administración municipal o impartición de la justicia se justifique bajo este régimen pues queda dentro del marco legal que así lo determine. Esta forma de elección se hace a través de asambleas generales, y esta es quien decide y nombra a sus representantes.</p> <p>En el Municipio de Santa María Yucuhiti se rigen por uso y costumbres, también el Consejo de Ancianos tiene importancia en las decisiones trascendentales de la comunidad.</p>
E	ECONOMICO

	<ul style="list-style-type: none"> La principal actividad económica es la producción de café y en segundo lugar la producción de miel. La población en general, se enfrenta a un gran reto, el de comercializar sus productos, tanto los artesanos, como los productores, no cuentan con un espacio digno, donde puedan exhibir su trabajo o sus productos, y poder así ofertarlos. En 2010, 5,288 individuos (85.5% del total de la población) se encontraban en pobreza, de los cuales 2,598 (42%) presentaban pobreza moderada y 2,690 (43.5%) estaban en pobreza extrema, esto indica que los habitantes no cuentan con oportunidades, los apoyo del gobierno no son para todos y cada productor siembra sus productos para su autoconsumo, no les genera alguna ganancia.
S	SOCIO-CULTURALES
	<ul style="list-style-type: none"> El aspecto Cultural dentro del municipio es uno de los factores muy importantes ya que en el cual manifiestan su identidad, folklor, gastronomía, preservación de sus costumbres tales como las fiestas patronales de los pueblos, el arte de la música que de generación en generación, se transmite para no perder la música regional de este pueblo. La cultura y costumbre también se hacen presentes en la temporada de cuaresma con la presentación del carnaval donde concursan un grupo de cada agencia en lo que se le denomina como “chilolos” o “mascaritas” en la cabecera municipal. Fomento de la lengua materna NÚU SAVI en los estudiantes y niños; así como en las personas que emigran, y que por cuestiones socioculturales, poco a poco han dejado de practicar el lenguaje del pueblo.
T	TECNOLOGICO
	<ul style="list-style-type: none"> El Municipio de Santa María Yucuhiti cuenta con el servicio de casetas telefónicas en la mayoría de las agencias que componen el municipio. Las comunidades de Reyes Llano Grande y Buena Vista ya cuentan con líneas telefónicas domiciliarias de la empresa TELMEX. De manera particular algunos ciudadanos cuentan con el servicio telefónico vía celular fijo, en sus domicilios. El 3.15% cuenta con una computadora personal, el 5.67% cuenta con internet.
E	ECOLOGICO
	<ul style="list-style-type: none"> La problemática presente en este ámbito es la contaminación y degradación del suelo y medio ambiente; la contaminación se ha venido agravando desde hace más de doce años con la aparición de productos envasados con PET, principalmente bebidas y que en este material se arroja al ambiente, la degradación del suelo se ha venido dando por la práctica de la roza y quema en el cultivo de maíz. Cambio climático. La vegetación presente en el territorio está afectada por plagas y enfermedades en zonas ya identificadas en todo el Municipio.
L	LEGAL
	<ul style="list-style-type: none"> PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2019-2024 PLAN ESTATAL DE DESARROLLO 2016-2022 PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO 2011-2013 DEL MUNICIPIO DE SANTA MARIA YUCUHITI

Fuente: Elaboración propia

ANALISIS FODA DEL MUNICIPIO DE SANTA MARIA YUCUHITI

El análisis FODA es una herramienta que permite obtener información para conocer los elementos que forman parte del funcionamiento interno y externo de una empresa u organización, esto para conocer las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, con la finalidad de generar estrategias para eliminar las amenazas y convertirlas en oportunidades, aprovechas las fortalezas y oportunidades.

El siguiente análisis FODA permite conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del Municipio de Santa María Yucuhiti, esto se realizó de acuerdo a la información investigada, obtenida y analizada con diversas herramientas de investigación anteriormente mencionadas.

Las estrategias son con la finalidad de eliminar o disminuir las amenazas convirtiéndolas en oportunidades, así mismo las debilidades convertirlas en fortalezas, esto para mejorar diversos factores, que ayuden a los habitantes del Municipio de Santa María Yucuhiti.

TABLA 5: ANALISIS FODA DEL MUNICIPIO DE SANTA MARIA YUCUHITI con relación de comercio justo

ANALISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1 La situación de conservación de los recursos naturales se encuentra en buen estado.</p> <p>F2 La condición de la flora se encuentre en un estado de conservación medio.</p> <p>F4 Santa María Yucuhiti cuenta con numerosos arroyos y ojo de agua.</p> <p>F5 Existe diversidad cultural (música, medicina tradicional, gastronomía, bailes).</p> <p>F6 Se cuentan con zonas arqueológicas.</p> <p>F7 Existen 180 productoras de artesanías de tejido.</p> <p>F8 La toma de decisiones del municipio es por usos y costumbres.</p> <p>F9 La lengua materna del municipio es el mixteco aun practican 5,394 habitantes que representan el 89.2% de la población total.</p> <p>F10 El municipio en su conjunto cuenta con 10 escuelas de nivel preescolar bilingüe, 9 primarias (6 bilingües y 3 rurales), 6 secundarias (una general y 5 telesecundarias) y un de nivel medio superior (TELECOBAO).</p> <p>F11 se cuenta con un museo comunitario, una biblioteca municipal y una casa de artesanías.</p> <p>F12 El Municipio de Santa María Yucuhiti cuenta con el servicio de casetas telefónicas en la mayoría de las agencias que componen el municipio, algunas ya cuentan con líneas telefónicas domiciliarias de la empresa TELMEX. De manera particular algunos ciudadanos cuentan con el servicio telefónico vía celular fijo, el 5.67% cuenta con internet.</p> <p>F13 Existen 3 organizaciones formales de café.</p> <p>F14 Existe visitas de extranjeros para conocer el proceso de producción de café.</p> <p>F15 El café es la principal activad económica.</p> <p>F16 Los productores de café cuentan con el conocimiento necesario del proceso de producción.</p> <p>F17 Se cuenta con árboles frutales, plantas medicinales.</p> <p>F18 Se cultiva el maíz y frijol para autoconsumo.</p> <p>F19 Existen 25 apicultores reconocidos.</p> <p>F20 Un grupo de apicultores cuenta con la sala de extracción.</p> <p>F21 Los apicultores cuentan con el conocimiento necesario para la producción de miel.</p> <p>F22 Existen misceláneas, ciber, y la tienda diconsa.</p> <p>F23 Existe 5 sitios de taxis</p> <p>F24 Existe servicio médico particular</p> <p>F25 Se cuenta con una radio comunitaria.</p> <p>F26 Existen días de plaza en cada agencia.</p> <p>F27 Existen carreteras que comunican a todo el Municipio.</p> <p>F28 Se tiene 2 principales vía de acceso al Municipio.</p> <p>F29 Las calles de las agencias están pavimentadas.</p>	<p>D1 No se aprovechan los programas de capacitación.</p> <p>D2 Santa María Yucuhiti es un municipio de marginación media.</p> <p>D3 La población tiene bajos ingresos.</p> <p>D4 Santa María Yucuhiti no cuentan con un mercado de artesanías y productos de la región.</p> <p>D5 En los centros de salud hace falta mantenimiento.</p> <p>D6 Afecta la sequía en los campos.</p> <p>D7 En general los suelos de la región son poco aptos para la agricultura.</p> <p>D8 El H. Ayuntamiento de Santa María Yucuhiti, no recibe capacitación previa y continua, al recibir su cargo.</p> <p>D9 Existe poco interés en las nuevas generación por el aprendizaje de artesanías.</p> <p>D10 Existe pérdida de valores cívicos y culturales por la migración.</p> <p>D11 Falta de recursos financieros para la producción de artesanías.</p> <p>D12 Las condiciones de infraestructura de los servicios educativos se encuentran en mal estado.</p> <p>D13 Se presenta en las nuevas generaciones la mezcla del español y la lengua materna, originando variantes en el mixteco.</p> <p>D14 Los lugares en donde se encuentran la producción de productos originarios se encuentran alejadas al municipio y los caminos para llegar están en mal estado.</p> <p>D15 El servicio medio es básico, si existieran enfermedades o accidentes graves en necesario trasladarse al IMSS de Tlaxiaco.</p> <p>D16 Existe falta de mantenimiento en las vías de comunicación.</p> <p>D17 Existe falta de empleos estables.</p> <p>D18 Los productores de café no cuentan con apoyos financieros.</p> <p>D19 Los productores de café no cuentan con maquinaria necesaria para el proceso de producción de grano a molido.</p> <p>D20 El precio de café no es valorado de acuerdo a la calidad, el precio depende del cliente.</p> <p>D21 Los habitantes desconocen de los beneficios de la apicultura.</p> <p>D23 Falta de estrategias de comercialización en los productos: café, miel y artesanías textiles.</p> <p>D24 Los productores no cuenta con un diseño organizacional, administrativo y legal</p> <p>D25 Los productores no cuentan con una marca y etiqueta.</p> <p>D26 Los productores no conocen al cliente final ya que la venta es por medio de intermediarios.</p> <p>D27 Los compradores son escasos.</p> <p>D28 Los productores no se mantienen en el mercado.</p> <p>D29 Los transportes no tienen horarios flexibles.</p> <p>D30 Los productores no cuentan con un registro documental sobre el volumen de producción.</p> <p>D31 La capacidad de carga en el servicio de transporte es limitada.</p> <p>D32 Solo existe poco cobertura móvil.</p> <p>D33 El servicio de internet es muy deficiente.</p> <p>D34 Existe encases de agua en épocas de sequía.</p> <p>D35 No cuentan con un plan para el manejo de residuos.</p> <p>D36 La basura inorgánica que se produce es quemada generando contaminación en el aire y agua, esto afecta a la apicultura ya que las abejas injieren agua contaminada.</p>

ANÁLISIS EXTERNO

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1 Las condiciones climáticas y topográficas originan una gran variedad de vegetación.</p> <p>O3 existen certificaciones en materia de comercio justo.</p> <p>O4 Organizar campañas para el rescate de la cultura.</p> <p>O5 Existen convocatorias para el mejoramiento de la infraestructura de las escuelas.</p> <p>O6 Existencia de convocatoria que otorga el Fomento de las Artesanías (FONART) para el apoyo a pequeños artesanos.</p> <p>O7 Existe la Dirección General de Vinculación Cultural, ofrece proyecto para el rescate cultural.</p> <p>O8 Existen dependencias que otorgan financiamiento para impulsar la inversión en infraestructura y servicios públicos en entidades federativas y municipios.</p> <p>O9 Existen Programas de apoyo a emprendedores del sector rural.</p> <p>O10 Generación de fuentes de empleo derivado a la producción de café y miel.</p> <p>O11 Existe interés por parte de los habitantes para la implementación de negocios.</p> <p>O12 Existe interés para la creación de un mercado de artesanías.</p> <p>O13 Gestión para el mejoramiento de las carreteras mediante proyectos que ofrece el gobierno.</p> <p>O14 Gestión en el mejoramiento de la red móvil e internet en cada una de las agencias del Municipio.</p> <p>O15 Gestión de proyectos gubernamentales para la creación de un sistema de captación de agua.</p> <p>O16 Existe experiencia en los productores para compartirlas con los habitantes y fomentar la práctica de cultivo de café.</p> <p>O17 Diseñar programas para la conservación del medio ambiente.</p> <p>O18 Existe coordinación entre cada las agencias municipales del Municipio.</p> <p>O25 Existe diversidad en el café de excelente calidad.</p> <p>O26 Existe oportunidades para exportar el café a Alemania, Estados Unidos, Filandia, Italia, Japón y Francia.</p> <p>O27 La miel tiene propiedades curativas.</p> <p>O28 El IMPI otorga facilidades para el registro de marcas propias.</p>	<p>A1 Se ha dejado de practicar el lenguaje ÑUU SAVI (Mixteco).</p> <p>A2 Pérdida total de los valores culturales por la emigración.</p> <p>A3 Migración.</p> <p>A4 Las vías de comunicación de acceso al municipio están en mal estado.</p> <p>A5 Bloqueos de accesos al Municipio por desastres naturales.</p> <p>A6 Producción agrícola es deficiente.</p> <p>A7 Falta de recursos económicos para mejorar la calidad de vida.</p> <p>A8 Aumento de medidas restrictivas a la exportación de productos originarios.</p> <p>A9 Desastres naturales como lluvias, deslaves, inundaciones.</p> <p>A10 la contaminación se ha venido agravando desde hace más de doce años con la aparición de productos envasados con PET.</p> <p>A11 La degradación del suelo es ocasionada por la práctica de la roza y quema en el cultivo de plantas.</p> <p>A12 La vegetación está afectada por plagas.</p> <p>A13 En la época de sequía bajan los niveles de agua.</p> <p>A14 Calentamiento global.</p> <p>A15 Variación en el clima.</p> <p>A16 Existe variedad de productos sustitutos (miel china).</p> <p>A17 el monopolio de intermediarios que afectan el comercio justo de productos originarios.</p> <p>A18 la contaminación del entorno afecta la producción de café y miel.</p> <p>A19 La floración influye en la producción.</p> <p>A20 las plagas afectan gravemente a la producción de café por incremento de las temperaturas.</p> <p>A21 los incendios forestales pueden afectar gravemente las colmenas de abejas y las plantas de café.</p>

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS DE ENCUESTA APLICADA AUTORIDADES Y LIDERES DEL MUNICIPIO DE SANTA MARÍA YUCUHITI

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario dirigido a la autoridad Municipal de Santa María Yucuhiti se obtuvo que 25 habitantes su principal actividad es la producción de miel, 2,772 habitantes su actividad es la producción de café, 180 habitantes su actividad productiva es la elaboración de artesanías de tejido y la población restante son 4,256 los cuales su actividad productiva es la agricultura, la ganadería, plomería, carpintera, albañiles, electricistas y taxistas.

Las agencias de Guadalupe Miramar y San José Zaragoza sobresalen en la producción de café, miel y artesanías de tejido, las agencias de Reyes Llano Grande, Reyes Llano Grande, San Isidro Paz y Progreso, La Soledad Caballo Rucio y Guadalupe Buena Vista sobresalen en la producción de café, y finalmente las agencias de San Felipe de Jesús Pueblo Viejo y San Lucas Yosonicaje su actividad productiva es la ganadería, agricultura.

El destino de la producción de miel, café y artesanía de tejido el 75% de la producción la venta es local, el 15% de la producción lo venden de manera nacional y el 10% de la producción para autoconsumo.

La autoridad Municipal apoya a los productores brindándoles información sobre la existencia de capacitaciones, se les apoya con el material didáctico, así mismo les ayudan en el trámite de documentos necesarios.

En el Municipio existen 3 empresas de café; Yeninalan, OFCAFE, Café de Yucuhiti , 1 empresa de miel; Ita Nuuvico y una organización de mujeres que elaboran artesanías de tejido denominada Ita Nuc'u

El 50% de los productores su producción es familiar, el 35% de los productores pertenece a alguna empresa ya sea de café o miel, legalmente establecidas, pero no trabajan bajo los principios del comercio justo, no cuentan con el certificado y sello del comercio justo y el 15% están organizados en pequeños grupos.

Algunos productores de miel venden su producto a la empresa ITUNOVICO S.C.DE R.L. DE PUTLA DE GUERRERO, los productores de café destina el 75% de su producción total para la venta local en ciudades como; Tlaxiaco, Putla, Oaxaca. Y las artesanías de tejido la venta es local.

RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS PRODUCTORES DE CAFÉ

Los productores de café son 2772, se utilizó una fórmula para obtener una muestra a quien se le aplico cuestionario. De acuerdo a la información obtenida los productores tienen de 3 a 25 años produciendo café, asimismo 25 productores tienen 100 plantas instaladas en su terreno, 29 productores tienen 250 plantas, 18 productores tienen 500 plantas instaladas, 31 productores tienen 1000 plantas, 15 productores tienen instaladas 1200 plantas, 41 productores tienen 1600 plantas instaladas y 32 productores tienen más de 1800 plantas. Los productores producen de 50 a 200 kilos de café, esto depende del número de plantas, todos cuentan con el terreno suficiente y con la documentación correspondiente en donde les permite hacer usos de sus tierras. La temporada de producción "cosecha" es a partir del mes de Diciembre hasta el mes de Febrero.

153 productores producen café en pergamino, 26 productores producen café molido, 10 productores producen café tostado y 2 producen café oro.

La mayoría de los productores destina el 75% de su producción total para la venta local en ciudades como; Tlaxiaco, Putla, Oaxaca, ya que el principal problema es que no existen canales de distribución, además no están capacitados para comercializar su producto, así mismo no cuentan con la presentación adecuada que los distinga. La producción de café les genera un subproducto que es la composta y la mayoría lo utiliza para abono, aun no tienen la capacitación necesaria para darle otro uso a la composta para convertirlo en te. De acuerdo a los productores el número de personas que interviene en el proceso de producción es de 6 a 10, también esto depende del número de plantas que cada productor tiene. El total de productores respondió que no cuenta con el apoyo de algún programa, los gastos son sustentados por ellos mismos, esto debido a la falta de información sobre los apoyo que el actual gobierno ya ofrece y algunos que están en espera.

El factor que influye en la producción son las plagas ya que estas se pueden controlar, pero no se pueden eliminar definitivamente.

RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES DE MIEL

Actualmente existen 25 productores, debido que es una actividad en desarrollo además los habitantes, desconocen los beneficios de las abejas, considerándolas agresivas. De acuerdo a los resultados obtenidos 3 productores tienen de 3 a 5 años produciendo miel, 4 productores tienen de 6 a 10 años con la producción, 2 productores tienen de 11 a 15 años produciendo, 6 productores tienen de 16 a 20 años produciendo miel, solo 2 productores de miel tienen de 21 a 25 años y 5 productores de miel tienen más de 25 años, la temporada de extracción de miel es en primavera.

La unidad de medida de producción que utilizan los productores son kilos y tambos, además no cuentan con alguna presentación, en sus productos es por ello que no tienen su logotipo, para ser distinguidos, actualmente los productores no exportan a otros países, ya que no existen canales de producción seguros, el 80% de la producción lo venden de manera local a ciudades como; Tlaxiaco, Putla, Yolomecatl, Oaxaca, el 10 % lo venden de manera Nacional a México solo a familiares, y el 10% es para el autoconsumo. Así mismo la producción de miel les genera cera y propolio, esto es utilizado para auto consumo ya que es mínimo el subproducto.

Los productores cuentan con el espacio territorial para la producción de miel, el problema es que 13 productores no cuentan con la maquinaria necesaria para la extracción de miel en grandes cantidades, solo tienen los instrumentos básicos, ya que tienen un alto precio, 9 productores cuentan con una sala de extracción en donde se organizan para su uso.

De acuerdo a los datos obtenidos intervienen de 1 a 5 personas en el proceso de producción, así mismo pueden variar de 6 a 20 personas, esto depende del número de colmenas instaladas.

El total de productores respondió que actualmente no recibe apoyo gubernamental, esto se debe a que los productores no están enterados de los programas que ofrece el gobierno y requieren de asesoría para realizar los trámites correspondientes.

RESULTADOS OBTENIDOS DE ENCUESTA APLICADA A PRODUCTORAS DE TEXTIL

De acuerdo con los resultados obtenidos de la aplicación de cuestionario con preguntas abiertas al grupo de mujeres que tiene por nombre "ita nucu'u" llevaban a cabo el tejido de telar de cintura en sus distintas etapas y modelos utilizando diversos materiales cómo son estambres, manta, seda y algodón, tenidos con tintes naturales, entre los productos que se observaron están: blusas, camisas, vestidos, accesorios, bolsas, mochilas, morrales, rebosos, cobijas y servilletas. La calidad y variedad de los productos textiles es muy competitiva, sin embargo la principal problemática que han tenido las productoras es la colocación de sus artesanías en el mercado por la falta de desarrollo de los canales de comercialización, carencia de elementos mercadológicos como son etiquetas, marcas registradas, la dificultad de trasladar las artesanías de mercados rentables. Actualmente los productos artesanales se comercializan en los mercados locales con condiciones no justas de pago, ya que por la situación económica propias de la región los consumidores locales no tiene poder adquisitivo suficiente para dar un pago justo por los productos de los artesanos.

CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación documental y de campo del Municipio de Santa María Yucuhiti y sus comunidades su principal vocación productiva está centrada en las actividades del sector primario específicamente en el cultivo de café, el aprovechamiento de la miel, productos orgánicos con características únicas dadas por el proceso de producción y las condiciones ambientales. Otro producto de importancia son las artesanías de textil, estos productos reúnen las características de originarios que en el mercado internacional tienen una alta preferencia por su contenido regional.

Los productos originarios del municipio de Santa María Yucuhiti son una alternativa muy importante de ser comercializado con esquemas de mayor remuneración para los productores como lo establecer el comercio justo.

Al realizar el diagnóstico interno y externo, el análisis FODA se determinó las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que guardan los productores del municipio con relación al acceso de sus productos al mercado internacional del comercio justo se encontró que existen las condiciones, sin embargo que aunque existe el compromiso de los productores se requiere la organización, capacitación,

asesoría técnica, la documentación, la integración de aliados como son las autoridades municipales, instituciones de nivel medio superior, organizaciones nacionales e internacionales de tal manera que exista sinergia para proyectar al municipio como líder en la región y de esa manera que mejorar la condiciones de los productores y sus familias, reduciendo los altos índices pobreza, conservar la identidad productiva, hacer uso sustentable de sus recursos naturales.

BIBLIOGRAFÍA

1. Aguirre, F. (18 de 06 de 2019). *Antecedentes del comercio justo*. Obtenido de Antecedentes del comercio justo:
http://vinculando.org/comerciojusto/cafe_mexico/antecedentes_comercio_justo.html
2. COMERCIO JUSTO . (19 de NOVIEMBRE de 2015). *COMERCIO JUSTO* . Obtenido de
<http://www.comerciojusto.com.mx/contents/index.php?mod=cont&id=9>
3. COMERCIO JUSTO. (08 de MARZO de 2018). *COMERCIO JUSTO*. Obtenido de
<http://www.comerciojusto.com.mx>
4. COMERCIO JUSTO EN MÉXICO. (19 de NOBIEMBRE de 2015). *COMERCIO JUSTO EN MÉXICO*. Obtenido de <http://www.comerciojusto.com.mx/contents/index.php?mod=cont&id=9>
5. COORDINADORA ESTATAL DEL COMERCIO JUSTO. (02 de 08 de 2019). *comerciojusto.org*. Obtenido de [comerciojusto.org](http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/los-10-principios-internacionales): <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/los-10-principios-internacionales>
6. ECONOMIA UNAM. (25 de 06 de 2019). *PRINCIPALES TEORIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL*. Obtenido de PRINCIPALES TEORIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL:
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/mcam/1.pdf>
7. EL ABC DEL COMERCIO JUSTO. (24 de OCTUBRE de 2019). *El Comercio Justo COMO HERRAMIENTA DE COOPERACION INTERNACIONAL* . Obtenido de
https://web.unican.es/unidades/cooperacion-internacional-desarrollo/Documents/publicaciones/abc_del_comercio_justo.pdf
8. GLOSARIOS SERVIDOR ALICATE.COM. (27 de 10 de 2019). *Glosario del tratado de libre comercio*. Recuperado el 10 de NOVIEMBRE de 2019, de Glosario del tratado de libre comercio:
<https://glosarios.servidor-alicante.com/tratados-libre-comercio/productos-origenarios>
9. GOOGLE MAPS. (29 de 10 de 2019). *Google Maps*. Obtenido de Google Maps:
[mx/search?q=mapa+del+municipio+de+santa+maria+yucuhiti&hl=es-419&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjZjMG8kMLIAhVvmK0KHUp2A7IQ_AUIEygC&biw=1517&bih=730#imgsrc=FUBL82-__Y7NgM](https://www.google.com.mx/search?q=mapa+del+municipio+de+santa+maria+yucuhiti&hl=es-419&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjZjMG8kMLIAhVvmK0KHUp2A7IQ_AUIEygC&biw=1517&bih=730#imgsrc=FUBL82-__Y7NgM):
10. GOOGLE MAPS.COM. (29 de 10 de 2019). *Google Maps*. Obtenido de Google Maps:
[mx/search?q=mapa+del+municipio+de+santa+maria+yucuhiti&hl=es-419&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjZjMG8kMLIAhVvmK0KHUp2A7IQ_AUIEygC&biw=1517&bih=730#imgsrc=FUBL82-__Y7NgM](https://www.google.com.mx/search?q=mapa+del+municipio+de+santa+maria+yucuhiti&hl=es-419&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjZjMG8kMLIAhVvmK0KHUp2A7IQ_AUIEygC&biw=1517&bih=730#imgsrc=FUBL82-__Y7NgM):
11. JUSTO, C. E. (01 de MAYO de 2016). *COMERCIO JUSTO JS*. Obtenido de
<http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2016/05/CUADERNO-CASTELLANO-2016.pdf>
12. PORTAL DE ECONOMIA SOLIDARIA . (07 de 2019). *economia solidaria*. Obtenido de economia solidaria: https://www.economiasolidaria.org/comercio_justo

13. SICE OAS.ORG TRADE. (28 de 10 de 2019). *ANEXO III REGLAS DE ORIGEN*. Recuperado el 5 de NOVIEMBRE de 2019, de ANEXO III REGLAS DE ORIGEN:
http://www.sice.oas.org/Trade/BRA_GUY/Annex3.pdf
14. SLIDESHARE.NET. (03 de 08 de 2019). *slideshare.net*. Obtenido de slideshare.net:
<https://es.slideshare.net/miguel22itzel/organismos-internacionales-de-comercio-justo>
15. solidaria, p. d. (17 de octubre de 2019). *portal de economia solidaria* . Obtenido de
https://www.economiasolidaria.org/comercio_justo
16. WIKIPEDIA. (01 de OCTUBRE de 2019). *WIKIPEDIA, LA ENCICLOPEDIA LIBRE* . Obtenido de
https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Mundial_del_Comercio_Justo
17. YUCUHITI, M. D. (15 de 07 de 2019). *PLAN MUNICIPAL DEL MUNICIPIO DE SANTA MARIA YUCUHITI*. Obtenido de PLAN MUNICIPAL DEL MUNICIPIO DE SANTA MARIA YUCUHITI:
WWW.PLANMUNICIPALSANTAMARIAYUCUHITI.COM