

***La certificación Fairtrade y su contribución al desarrollo sostenible en las empresas  
exportadoras del Ecuador***

***Fairtrade certification and its contribution to sustainable development in exporting companies  
in Ecuador***

***Certificação Fairtrade e sua contribuição para o desenvolvimento sustentável em empresas  
exportadoras no Equador***

León García Carlos Andrés  
*Universidad Técnica de Machala*

Sares Granizo Carlos Roberto  
*Universidad Técnica de Machala*

Capa Tejedor Marcela Etelvina  
*Universidad Técnica de Machala*

**Resumen:**

Los mercados exteriores se mantienen en constante dinamismo debido a que los gustos de los consumidores son cambiantes, por ende, las empresas para adaptarse a estas transformaciones deben innovar implementando nuevas estrategias y una de ellas es certificarse con un sello que aporte al desarrollo sostenible, teniendo un compromiso con el ecosistema y con los mercados estrictos. Para la realización del mismo se ha establecido como objetivo determinar la incidencia de la certificación Fairtrade al desarrollo sostenible en las empresas exportadoras en el mercado exterior. El respectivo análisis se enfoca en algunos productos agrícolas. Se ha aplicado el método teórico analítico-sintético, asimismo la revisión de artículos científicos y documentos de organismos oficiales. Entre los principales resultados acentúa que esta certificación genera beneficios tanto para los productores, trabajadores y contribuyen a la protección del medio ambiente.

**Palabras claves:** Certificación Fairtrade, Desarrollo Sostenible, Sector agrícola.

**Abstract**

Foreign markets remain in constant dynamism due to the changing tastes of consumers, therefore, companies to adapt to these transformations must innovate by implementing new strategies and one of them is to be certified with a seal that contributes to sustainable development, having a commitment to the ecosystem and strict markets. To carry it out, the objective has been established to determine the impact of Fairtrade certification on sustainable development in exporting companies in the foreign market. The respective analysis focuses on some agricultural products. The analytical-synthetic theoretical method has been applied, as well as the review of scientific articles and documents from official bodies. Among the main results, it emphasizes that this certification generates benefits for both producers, workers and contributes to the protection of the environment.

**Keywords:** Fairtrade, Sustainable Development, Agricultural Sector.

**Resumo:**

Os mercados externos permanecem em constante dinamismo devido às mudanças de gostos dos consumidores, por isso, as empresas para se adaptarem a essas transformações devem inovar implementando novas estratégias e uma delas é ser certificada com um selo que contribua para o

desenvolvimento sustentável, tendo o compromisso com o ecossistema e mercados rigorosos. Para realizá-lo, foi estabelecido o objetivo de determinar o impacto da certificação Fairtrade no desenvolvimento sustentável das empresas exportadoras no mercado externo. A respectiva análise incide sobre alguns produtos agrícolas. Aplicou-se o método teórico analítico-sintético, bem como a revisão de artigos científicos e documentos de órgãos oficiais. Entre os principais resultados, destaca-se que esta certificação gera benefícios tanto para produtores, trabalhadores e contribui para a proteção do meio ambiente.

**Palavras-chave:** Certificação Fairtrade, Desenvolvimento Sustentável, Setor Agropecuário,

## **Introducción**

Los mercados internacionales hoy en día se encuentran en un dinamismo constante el mismo que está ligado a las preferencias que tienen los consumidores. Se enfatiza la inquietud por el impacto que generan las actividades en el ecosistema y el desarrollo sostenible. Dado el caso, las compañías han empezado a adaptarse a todos los cambios que existentes mejorando todas sus prácticas que van desde la siembra hasta la venta en los supermercados que deben ser amigables con el medio ambiente.

A raíz de esto se destaca que las empresas han comenzado a implementar nuevas prácticas fundamentadas en la responsabilidad social y cuidado del ecosistema, debido a que los mercados extranjeros se han vuelto muy competitivos y cada vez son más exigentes por sus consumidores tanto en calidad como precio. Por ende, las organizaciones se han visto en la necesidad implementar nuevas técnicas que incluyan al desarrollo sostenible, para poder permanecer y competir en el mercado.

Existen muchas empresas que le han apostado por integrarse al desarrollo sostenible como lo menciona la certificación Fairtrade, que promueve el pago justo de los productos y el bienestar de los trabajadores desde las fincas. Esta certificación es uno de los sistemas de producción, que ha surgido en las últimas décadas para promover la agricultura sostenible en los países en desarrollo (Pyk y Abu, 2018), se enfatiza particularmente la equidad social, acuerdos comerciales alternativos, precios y salarios justos tanto para productores como trabajadores, evitando los contratos de duración determinada a excepción de temporadas altas y en circunstancias especiales (Krumbiegel et al., 2018).

La certificación Fairtrade se direcciona a instituir un desarrollo integral con viabilidad económica que no solo este enfascado en el precio justo del producto, sino que también esté ligado a la responsabilidad social y el ecosistema, el mismo que busca relacionarlo con el crecimiento y mayor colaboración de los pequeños productores formando parte en cualquier eslabón de la cadena de valor ligados a las clausulas estipuladas (Infante, 2012) creando oportunidad desde el agricultor hasta el vendedor final.

En Ecuador, las fincas dedicadas a la exportación del sector agrícola se han mantenido en el mercado logrando incorporar la certificación Fairtrade en los productos como verduras, plátano, frutas frescas, caña de azúcar, café, cacao, banano, flores y plantas. Fue el primer país en producir flores con la etiqueta de comercio justo y ahora es el segundo proveedor más grande del mundo con 10 empresas certificadas, las fincas de flores certificadas por FLO de Ecuador varían entre áreas de 20 a 86 a hectáreas y emplean de 113 a 520 trabajadores. (Raynolds, 2012)

En dirección a lo tratado esta investigación se plantea el objetivo de determinar la incidencia de la certificación Fairtrade al desarrollo sostenible en las empresas exportadoras en el mercado exterior. Para lograr el fin de la investigación, se la realizó bajo un enfoque descriptivo, con la indagación de artículos científicos e informes de organismos oficiales relacionados a diversos sectores que componen al sector agrícola. La investigación se direcciona por la interrogante de precisar ¿Cuál es el apoyo que ofrece la certificación Fairtrade a las empresas exportadoras?

Este trabajo está estructurado desde la introducción, posteriormente se presenta la revisión de la literatura en la que se hace mención a la relación de la certificación Fairtrade y su contribución al desarrollo sostenible basados en fundamentos teóricos. Se busca la situación de la certificación Fairtrade en las empresas exportadoras ecuatorianas. Luego de realizar la presentación de la metodología, se exponen los resultados direccionados a eficiencia de los sellos en los mercados del exterior y su efecto en las empresas agrícolas de Ecuador. Se realiza la presentación de las conclusiones ligadas a la contribución de las certificaciones al desarrollo sostenible en las compañías agrícolas. Finalmente, se declaran las limitantes y propuestas de nuevas líneas de investigación a futuro.

## Aporte teórico

### 1. La certificación Fairtrade

El vocablo de fairtrade en español “comercio justo”, es también conocido en los países anglosajones como “comercio alternativo (Socías y Doblas, 2005). Es un término que simboliza una especial forma de negociación con productores lejanos de países en desarrollo, de tal forma que las primeras actividades ejecutadas fueron a partir de la década de 1960 con vendedores minoristas y organizaciones no gubernamentales (ONG) (Calisto, 2016).

La reputación de la certificación progresó de forma significativa durante el comienzo del periodo neoliberal entre las décadas de 1980 y 1990, ya que el Estado dejó de brindar apoyo a los agricultores, los cuales indagaron otras formas de compensar sus ganancias (Jaffee, 2007). Estos factores sensibilizaron a las personas del hemisferio norte sobre la pobreza y la devastación ambiental causada por la globalización capitalista, de tal manera que el comercio justo surgió como una respuesta a las nefastas consecuencias del libre comercio, personas y medio ambiente buscando una alternativa justa y sostenible (Hudson, 2013).

En 1997 fue fundada la organización internacional Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) denominada como la organización central que avala las credenciales de los productos, por tal razón, contó con directivas y numerosos comités los cuales estaban representados por fabricantes y vendedores (Dankers y Nations, 2004). A partir de entonces surge la distinguible marca de certificación fairtrade, en donde, cualquier producto con el sello fairtrade garantiza el cumplimiento de las normas establecidas por FLO.

La certificación Fairtrade (FT) o comercio justo está cimentada en la equidad del comercio internacional avalando el bienestar de cada uno de los actores involucrados en el sistema (Staricco y Naranjo, 2018), retribuyendo a los fabricantes con un precio superior por prácticas agrícolas sostenibles, que preservan y protegen el medio ambiente (Estevez et al., 2018), con el objetivo de tener un estilo de vida seguro y que el comercio sea justo. En este contexto, en la tabla 1 se recogen conceptos presentados por diversos autores sobre la certificación o comercio justo.

**Tabla 1:** Conceptualización de la certificación Fairtrade

Autor	Descripción
(Aguilar et al., 2021)	El comercio justo perfecciona la gestión comercial de los agricultores ya que cuenta con uno de los principios básicos que es cancelar a los agricultores un precio razonable, que les

	permita cubrir todos los costos de producción y operación.
(Jenkins y Francisco, 2020)	La certificación Fairtrade simboliza una opción esencial para los productores y vendedores ya que permite conseguir mejores condiciones de comercialización y precios de venta en los mercados extranjeros, además de que implementa buenas practicas con el medio ambiente.
(Araya y Araya, 2019)	El comercio justo busca resolver desafíos que son: el primero lograr un mejor equilibrio en el comercio mundial en beneficios de los más desfavorecidos y crear un impacto positivo en lo económico. En segundo lugar, emplear otras prácticas comerciales, mismas que permitan concretar diversas relaciones comerciales a nivel nacional e internacional.
(Sánchez, 2018)	La certificación Fair Trade compensa y contrarresta los desequilibrios sociales y económicos, por tal motivo el objetivo principal es reducir la presencia de intermediarios para mejorar las condiciones económicas de los pequeños productores.

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores citados

La implementación de la certificación Fairtrade se puede definir como una herramienta dirigida al progreso constante de los productores locales (García, 2011), que intenta reducir las desigualdades en la sociedad en donde están inmersos los fabricantes y trabajadores (Basso et al., 2021). De manera que se basa en el diálogo, la transparencia y el respeto, para alcanzar una mayor equidad en el comercio internacional aportando al desarrollo sostenible con la protección del medio ambiente y desarrollo económico (Valero y Fragozo, 2021; Ribeiro et al., 2021)).

A nivel mundial 2.552 empresas se encuentran certificadas, de manera que para garantizar la procedencia de estos productos existen varios organismos encargados de otorgar el sello como Fairtrade Internacional y la Organización Mundial del Comercio (FLOCERT), La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), Network of Asia and Pacific Producers (NAPP) y en el caso de Ecuador la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ) es la encargada del desarrollo y la formulación de la estrategia de Comercio Justo en el país.

### **1.1 Principios de la certificación Fair Trade**

Los principios bajo los que se maneja la certificación Fair Trade están enfatizados en el bienestar de las personas llevando a cabo valores como el respeto e igualdad en las actividades comerciales, evitando de esta manera la discriminación, la explotación laboral, trabajo infantil. Es

así que a continuación se detallan los diez principios de comercio justo establecidos por la organización World Fair Trade Organization (WFTO) aplicables a los pequeños productores, trabajadores y organizaciones, los cuales deben implementar en su accionar diario, para certificar su desempeño.

**Tabla 2:** Principios de la certificación Fair Trade

Principios	Análisis
Creación de oportunidades para productores marginados o en desventaja económica	Predomina el apoyo a los pequeños productores excluidos con el fin de disminuir de la pobreza a través de la autosuficiencia que otorga el comercio.
Transparencia y rendición de cuentas	En este principio se busca formas de trabajo adecuadas y participativas que involucren a todas las personas en el proceso de toma de decisiones y que se mantengan un nivel adecuado de comunicación durante toda la cadena de distribución.
Prácticas de comercio justas	Cumplir con las obligaciones económicas, sociales y ambientales son fundamentales para llevar a cabo una eficaz negociación, precautelando la integridad de los productores y comerciantes.
Un precio justo	La comunicación efectiva genera que las partes involucradas en una relación comercial establezcan precios aceptables para productores o salarios igualitario sin exceptuar las diferencias de género.
No al trabajo infantil ni al trabajo forzoso	Las organizaciones que adquieren productos de comercio justo se certifican de que no se lleve a cabo un trabajo obligado y que se emplee el derecho de los Niños estipulados en el convenio de ONU.
Compromiso de No discriminación, igualdad de género, potestad económica de las mujeres y libertad de asociación	La política clara es que toda persona indistinta de su sexo está en toda la capacidad de acceder a los recursos que les posibilite ser productivos basados en sus derechos establecidos legalmente.
Condiciones de trabajos dignas	La entidad provee un ambiente laboral seguro y saludable para sus funcionarios o accionistas.
Desarrollo de capacidades	Incentiva el progreso de sus propios trabajadores o accionistas para mejorar las destrezas administrativas, capacidades productivas e ingreso a diversos mercados de comercio justo.
Promoción del comercio justo	La organización promueve los objetivos y las actividades de comercio justo a través de herramientas publicitarias y de marketing

---

Respeto por el medio ambiente

Las materias primas aplicadas deben ser sostenibles y provenientes del país de origen en la medida de lo posible.

---

Nota: Adaptado a partir de (WTFO)

Elaborado: por los autores

Basado en los principios de comercio justo, es importante comprender el desarrollo sostenible ya que están vinculados para lograr los objetivos en el comercio, aportando una creación de valor en el sector empresarial.

### **La certificación Fairtrade en los productos y el crecimiento sostenido**

El análisis anterior revela como la certificación fairtrade aporta beneficios para los pequeños productores, ya que la sostenibilidad social y ambiental forman parte de la preocupación actual de las personas que están dispuestas a cancelar un valor superior al de los alimentos convencionales. Es decir, se basan en el principio de comercio justo de remunerar una prima por el consumo ético (Raynolds, 2020) (Guzmán et al., 2021), convirtiéndose en uno de los dispositivos para forjar el cambio a nivel organizacional (Loconto et al., 2021).

Las empresas al estar en el contexto de una economía verde, se centran en maximizar tanto el impacto social, como el económico y disminuir el impacto medioambiental a través de las adquisiciones en el mercado. En los últimos años, los productos certificados por fairtrade han ingresado con éxito a trascendentales canales de distribución de los países desarrollados, lo que ha llevado a consolidarse en las despensas de los centros comerciales de mayor renombre (Raynolds, 2017).

En este sentido, los productos de comercio justo hoy en día no solo deben competir con productos que carecen de certificaciones, sino también, tienen que rivalizar con la amplia gama de certificaciones de sostenibilidad ambiental. Sin embargo, con la creación del sello de fairtrade ha permitido garantizar la seguridad, en donde predomina los valores éticos otorgándoles diferenciación de la competencia (Tepox y González, 2020) de manera que la convierten en una de las etiquetas más reconocidas en la sociedad moderna (Samuel et al., 2020).

Por consiguiente, las industrias de los alimentos juegan un papel importante dado a que la demanda de los clientes que cada vez están más exigentes y priorizan las marcas que esté ligada a los aspectos de inocuidad y calidad. En este sentido (Lee y Bateman, 2021) destaca que al incorporar la certificación fairtrade como estrategia y que se adapte a las necesidades del consumidor las ventas aumentan significativamente. Entre los productos más representativos de



la etiqueta se encuentra el banano, cacao y café, convirtiéndose el banano en el producto con mayor incremento de comercialización anual (Bhavsar et al., 2021) y junto al café son los productos en los que más pesa la producción ecológica.

En síntesis, a lo expuesto se prueba que al adquirir productos con la certificación fairtrade se aporta también a los objetivos de Desarrollo Sostenible creando un mercado en donde las cadenas de valor empresarial integren los principios del comercio justo, generando valor al producto final y posicionándolos en centros comerciales de reconocimiento mundial.

## **Metodología**

La presente investigación es efectuada bajo un enfoque cualitativo y de alcance descriptivo basado en una revisión de literatura, de acuerdo al objetivo declarado de determinar la incidencia de la certificación Fairtrade al desarrollo sostenible en las empresas exportadoras en el mercado exterior.

Las bases de datos consideradas son Dialnet, Ebsco, Redalyc, Scielo, Scopus, Science Direct y así como el motor de búsqueda de Google Académico. Por lo tanto, las consultas de información se han realizado por título, resumen y palabras claves, empleando frases como: “progreso conceptual de la certificación Fairtrade”, “aplicación y beneficios de la certificación Fairtrade”, “principios y barreras de la certificación Fairtrade”, “la certificación Fairtrade y el crecimiento sostenido”, “aporte del desarrollo sostenible en empresas exportadoras”, en vocablos de búsqueda como español, francés, portugués e inglés.

En esta etapa, la introducción de los artículos obtenidos por lectura rápida es rudimentaria de los cuales, los artículos previamente seleccionados se archivan en la matriz de fuentes documentales. Se adquirieron 40 trabajos aceptados. La siguiente táctica de exploración incluyó el estudio y evaluación de los artículos predefinidos de los cuales 11 fueron aprobados. Entonces, el proceso de lectura y análisis permiten mejorar la bibliografía obtenida, es decir, aquellas que plasmen los siguientes criterios de inserción:

- Tema principal la certificación Fairtrade.
- La fuente de información debe estar comprendida en artículos científicos, artículos académicos y libros.
- El lanzamiento debe ser entre 2016 y 2021, con excepción de autores clásicos.

- En la selección de resultados, la publicación debe proporcionar un diseño de estudio cuantitativo que trate casos de organizaciones que mantengan en vigor la certificación Fairtrade como apoyo al desarrollo sostenible.

En los análisis de reseñas y discusiones literarias se han adoptado los métodos teóricos analítico - sintético e inductivo - deductivo. La evaluación se realizó por extracción de información principal y relacionando o clasificando la información obtenida, es así que la síntesis se alcanza a través de la escritura. El método deductivo - inductivo se tiene en cuenta al hacer la selección de variables que demuestran los enfoques de la gestión estratégica de las empresas para potenciar el crecimiento sostenido del sector agrícola, con respecto a empresas que han alcanzado la certificación Fairtrade.

### Resultados

En dirección al objetivo trazado, se presenta los resultados obtenido de la investigación ejecutada, basado en la recolección de trabajos que hacen referencia a la certificación Fairtrade, a través de un enfoque descriptivo que se plantea en la tabla3, la clasificación de 11 artículos científicos de la misma que tomo información principal como autor/año, muestra el país donde se realizó la investigación y los resultados.

**Tabla 3:** Organizaciones exportadoras que emplean la certificación Fairtrade

Autor/Año	Muestra/País	Principales Resultados
(Arguello et al., 2022)	7 asociaciones y 384 encuestas Ecuador	La mayoría de clientes tienen conciencia del consumo responsable sin uso de químicos ni pesticidas debido a que el producto posee mejor sabor, olor y textura a la hora de ingerirlos. El 95% de las personas encuestadas están dispuestos a pagar por productos agroecológicos, impulsando uno de los principios de Comercio Justo.
(Schouteten et al., 2021)	179 consumidores de la Universidad de Ghent Bélgica	El chocolate al estar etiquetado como Comercio Justo, el gusto general aumentó de 6.5 a 7.0. También se encontró una disposición a pagar más alta para el jugo cuando se ha

		previsto de una etiqueta de Comercio Justo.
(Knöbldorfer et al., 2021)	59 cooperativas certificadas y 74 no certificadas ubicadas en los tres distritos de Comoe, Lacs y Lagunes. Muestras de observaciones de 500 hogares. Costa de Marfil	Los hogares agrícolas certificados Fairtrade obtienen rendimientos, precios e ingresos de cacao significativamente más altos que los hogares no certificados.
(Ruggeri et al., 2021)	196 participantes de Milán contestaron la encuesta Italia	Los encuestados evalúan positivamente la presencia de la certificación fairtrade, ya que están dispuestos a pagar una prima igual a € 0,25 en comparación con la azúcar no certificada, y que proporciona información aumentó su disposición a pagar por el azúcar certificado en 0,08 €.
(Sellare et al., 2020)	Muestreo aleatorio de cooperativas de productores de cacao Costa de Marfil	La certificación aumenta el rendimiento de cacao en 70 kg/hectárea, lo que representa una ganancia del 14 % en comparación con el rendimiento medio de los agricultores no certificados. Ofrecen más servicios a sus miembros, mejorando así el acceso de los agricultores a insumos agrícolas, de información y capacitación que ofrece la empresa.
(Meemken, 2020)	Noventa y siete artículos científicos tomados online 31 países diferentes de América Latina, África y Asia	Los agricultores certificados reciben precios entre un 20% y un 30% más altos que sus colegas no certificados. En promedio, los agricultores certificados obtienen mayores ganancias, lo que lleva a un aumento general de los ingresos familiares de aproximadamente un 16 a un 22 %.
(Donovan et al., 2019)	Tres tipos de empresas cafetaleras, cooperativas, compradores privados y	Las ventas de café orgánico y de comercio justo comprendieron la mayor

	plantaciones Guatemala, Honduras y Nicaragua	parte de las ventas de café certificado (entre el 62 % y el 78 % del volumen total de ventas). Todas las empresas reportaron acceso a crédito formal de fuentes internacionales y bancos locales.
(Analuisa et al., 2018)	2 empresas Corporación San Miguel de Brasil y Centro Agrícola Cantonal “ El Guabo” Ecuador	El situar del sello a nivel nacional y extranjero es estable y sólido, el precio del banano es mayor en el mercado permitiendo que los productores tengan una mayor rentabilidad y también contribuyen al cuidado del medio ambiente debido a que no se utilizan químicos ni fertilizantes.
(Mitiku et al., 2017)	4 distritos y 10 cooperativas de cada distrito Etiopía	La doble certificación FT-Orgánica tiene un impacto positivo triplicando los ingresos del café y aumentando el ingreso total del hogar en un 55%. Los rendimientos de café son positivos y tienen un mayor precio. Por ende, reduce la pobreza en 27 puntos porcentuales; dado que la incidencia en el área de investigación es de alrededor del 70%, este es un efecto grande e importante.
(Teopista y Maertens, 2017)	8 distritos cafeteros Uganda	El precio del café lavado que FT_Org los agricultores reciben es sustancialmente (11%) más alto que el precio que reciben los agricultores no certificados por café lavado.
(Acquaye et al., 2015)	Arroz de comercio justo producido en el área de Khaddar del distrito de Haridwar en el estado de Uttaranchal, en el norte de la	El esquema de certificación de comercio justo ha sido un proceso beneficioso para permitir el desarrollo comunitario al garantizar que

	India. Reino Unido y la India	los agricultores locales y los socios involucrados en la cadena de suministro tengan garantizados precios "justos". por la mercancía que producen.
--	----------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores citados

De la información recolectada se puede analizar que entre los principales resultados exponen que al incluir a la certificación Fairtrade se ha logrado acceso a mercados, mayor producción, salarios más justos para los trabajadores. Desde la perspectiva de (Analuisa et al., 2018) esta certificación FT garantiza una buena calidad del producto, mejores precios y comercio equitativo tanto para los productores y los consumidores, mencionando que también ha permitido mejorar la calidad de vida en la parte educativa.

Según (Pyk y Abu, 2018) los agricultores se vieron motivados a certificarse con Fairtrade por factores económicos, como obtener precios más altos, aumentar los ingresos y acrecentar la eficiencia de la producción, así como acceder a mercados agrícolas de alto valor y mejorar la calidad del café para mejorar su competitividad también se enfoca en el bienestar y el empoderamiento del productor (Mitiku et al., 2017).

En la tabla 4 se exponen los precios mínimos de Comercio justo para el banano convencional y orgánico de Colombia, Ecuador y Perú que han sido validados desde el 01 de enero del 2022, aplicando incoterms EXW y FOB. Como lo indica en su informe (Schloepker, 2021) el precio mínimo de comercio justo para el banano va desde \$6.65 a \$12.85 dependiendo del tipo de banano, en comparación de los tres países.

**Tabla 4:** Precios mínimos de Comercio Justo para el banano convencional y orgánico.

País	Tipo de banano	Moneda/Cantidad por unidad	Incoterm	Precio mínimo Fairtrade
Colombia	Convencional	USD/18.14kg	EXW	\$7.30
			FOB	\$10.20
Ecuador	Convencional	USD/18.14kg	EXW	\$ 6.65
			FOB	\$ 10.05
	Orgánico	USD/18.14kg	EXW	\$ 9.35
			FOB	\$ 12.85
Perú	Orgánico	USD/18.14kg	EXW	\$ 9.05
			FOB	\$ 12.85

Fuente: Adaptado a partir de (Schloepker, 2021)

Elaborado: por los autores

En base a lo mencionado se puede observar que el precio de banano convencional más bajo entre los tres países en comparación es el de Ecuador con un precio EXW de \$ 6.65 sin embargo el precio FOB del banano orgánico tanto para Ecuador como para Perú es de \$12.85. Cabe recalcar que Ecuador es el único país que tiene un precio mínimo justo de los 2 tipos de banano tanto convencional como orgánico mientras que Perú solo tiene banano orgánico y Colombia solo banano convencional.

En la tabla 5 se presentan las empresas o fincas certificadas con Fairtrade en Ecuador de las mismas que en su mayoría se centran en la Provincia de El Oro (44), Guayas (33), Los Ríos (13) y Pichincha (15) de las cuales los principales productos son banano, cacao, flores y plantas mientas que las menores fincas certificadas son de productos como café, caña de azúcar, frutas frescas, plátano y verduras siendo esta ultima la única certificada en la provincia del Guayas. De este modo en Ecuador existen un total de 119 empresas certificadas con el sello Fairtrade en todo el país.

**Tabla 5:** Empresas certificadas en Ecuador con Fairtrade

Producto	Provincia	Número de empresas, fincas o haciendas	Total de empresas certificadas
Banano	Cañar	1	71
	El Oro	42	
	Guayas	23	
	Los Ríos	1	
	Manabí	1	
	Pichincha	2	
	Santo Domingo de los Tsáchilas	1	
Cacao	Bolívar	2	28
	El Oro	2	
	Esmeraldas	2	
	Guayas	6	
	Los Ríos	12	
	Manabí	1	
	Napo	1	
	Pichincha	2	
Café	Pichincha	1	2
	Loja	1	
Caña de azúcar	Guayas	1	3
	Pichincha	1	
	Cotopaxi	1	

Flores y plantas	Pichincha	8	10
	Cotopaxi	2	
Frutas frescas	Guayas	1	2
	Pichincha	1	
Plátano	Guayas	1	2
	Manabí	1	
Verduras	Guayas	1	1
Total			119

Fuente: Adaptado a partir de (FLOCERT assuring fairness, 2022)

Elaborado: por los autores

### **Conclusiones:**

El presente trabajo se efectuó bajo el criterio de determinar la incidencia de la certificación Fairtrade como una estrategia que aporte al desarrollo sostenible para que las empresas exportadoras generen un posicionamiento en el mercado internacional mediante la implementación de buenas prácticas ambientales contribuyendo al crecimiento sostenido y a las exigencias del consumidor.

En este sentido, se destaca que implementar la certificación de calidad en el sector empresarial agropecuario es una buena medida para establecer relaciones y lograr posicionamiento en los centros comerciales más rigurosos del mercado. A través del análisis de la certificación fairtrade en la participación de productos agrícolas ha sido posible identificar al banano y café con mayor incidencia ecológica, los cuales han permitido garantizar sus procesos mediante el uso de los estándares logrando destacar en un mercado competitivo.

La principal limitación de este estudio está relacionada con su método de enfoque cualitativo de carácter descriptivo, en el que se utilizaron publicaciones de otros autores, quienes examinaron los antecedentes de empresas de distintos sectores productivos y países, por lo que estas deducciones no pueden generalizarse a la realidad de otras empresas. Para futuras investigaciones, se deben considerar estudios estadísticos relevantes que permitan determinar el tipo de relación entre las prácticas de la certificación fairtrade y el desarrollo sostenible en las empresas exportadoras ecuatorianas para su internacionalización.

## Referencias

- Acquaye, A. A., Yamoah, F. A., & Feng, K. (2015). An integrated environmental and fairtrade labelling scheme for product supply chains. *International Journal of Production Economics*, 164, 472-483. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2014.12.014>
- Aguilar Poaquiza, J. B., Avalos Peñafiel, V. G., Moncayo Sánchez, Y. P., & Carrión Torres, M. V. (2021). Comercio justo una opción estratégica para mejorar el sistema de comercialización agrícola. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 49-63. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.127>
- Analuisa Zumba, T. P., Niveló Nagua, K. N., Ocampo Jiménez, N. C., Román Escobedo, V. A., & González Ramón, E. X. (2018). Influencia de la certificación Fair Trade en la producción bananera de la provincia de El Oro – Ecuador. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.*, 2018(2), 1-21. <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/45>
- Araya Pizarro, S. C., & Araya Pizarro, C. R. (2019). Priorización Multicriterio de Mercados Potenciales de Comercio Justo. *Información tecnológica*, 30(5), 309-318. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000500309>
- Arguello Guadalupe, C. S., Poveda Gómez, S. V., Guapi Auquilla, A. P., & Muñoz Jácome, E. A. (2022). Comercio Justo Estrategias para Pequeños Agricultores de las Parroquias Rurales del Cantón Riobamba. *Polo del Conocimiento*, 7(1), 479-495. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i1.3489>
- Basso, F., Bouillé, J., & Troiville, J. (2021). Are you up for fair-trade products? Vertical dimension as a metaphorical representation of virtuous consumption. *Journal of Business Research*, 135, 598-518. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.050>
- Bhavsar, A., Diallo, C., & Ülkü, M. A. (2021). Towards sustainable development: Optimal pricing and sales strategies for retailing fair trade products. *Cleaner Production*, 286. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124990>
- Calisto Friant, M. (2016). Comercio justo, seguridad alimentaria y globalización: construyendo sistemas alimentarios alternativos. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*(55), 215-240. <https://doi.org/10.17141/iconos.55.2016.1959>
- Dankers, C., & Nations, F. a. (2004). *Las Normas Sociales Y Ambientales, la Certificacion Y El Etiquetado de Cultivos Comerciales*. Food & Agriculture. <https://www.fao.org/documents/card/es/c/600ca48f-c2d9-5aa8-8565-35e64464d21e/>
- Donovan, J., Blare, T., & Peña, M. (2019). Multiple certification uptake by coffee businesses: Evidence of functions and benefits from Central America. *Business Strategy and Development*, 3(3), 264-276. <https://doi.org/10.1002/bsd2.93>



- Estevez, C. L., Bhat, M. G., & Bray, D. B. (2018). Commodity chains, institutions, and domestic policies of organic and fair trade coffee in Bolivia. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 42(3), 299-237. <https://doi.org/10.1080/21683565.2017.1359737>
- FLOCERT assuring fairness. (22 de marzo de 2022). *FLOCERT assuring fairness*. FLOCERT assuring fairness: <https://www.flocert.net/es/conozca-flocert/busqueda-de-clientes/>
- García Chiang, A. (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 7(1), 105-140. <https://polismexico.izt.uam.mx/index.php/rp/article/view/122/117>
- Groot, E. (2020). Conhecimento sobre os conceitos de selos de qualidade vinculados à agricultura familiar. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 28(1), 136-155. <https://doi.org/10.36920/esa-v28n1-6>
- Guzmán Armijos, J. A., Gallegos Niola, J. G., Moncada Roblez, H. J., & Benítez Luzuriaga, F. V. (2021). Tendencia de premiumización en el consumo sostenible. *Conference Proceedings UTMACH*, 5(1). <https://doi.org/10.48190/cp.v5n1a1>
- Hudson, I. M. (2013). *Fair Trade, Sustainability and Social Change*. Palgrave Macmillan.
- Infante Sánchez, E. D. (2012). Comercio Justo: Una Propuesta Histórica Y Conceptual. *Suma de Negocios*, 3(2), 123-134. <https://doi.org/https://ssrn.com/abstract=3024187>
- Jaffee, D. (2007). *Brewing Justice: Fair Trade Coffee, Sustainability, and Survival*. Bekerley: University of California Press.
- Jenkins, M., & Francisco, B. (2020). The specialty coffee trading company (TSTC): contratos de futuro y opciones. *Emerald Emerging Markets Case Studies*, 10(2), 1-20. <https://doi.org/10.1108/EEMCS-12-2018-0279>
- Knöblsdorfer, I., Sellare, J., & Qaim, M. (2021). Effects of Fairtrade on farm household food security and living standards: Insights from Côte d'Ivoire. *Global Food Security*, 29, 100535. <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2021.100535>
- Krumbiegel, K., Maertens, M., & Wollni, M. (2018). The Role of Fairtrade Certification for Wages and Job Satisfaction of Plantation Workers. *World Development*, 102, 195-212. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.09.020>
- Lee, Y., & Bateman, A. (2021). The competitiveness of fair trade and organic versus conventional coffee based on consumer panel data. *Ecological Economics*, 184. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.106986>
- Loconto, A. M., Nadine, A., Silva Castañeda, L., & Jiménez, A. (2021). Responsibilising the Fairtrade Premium: Imagining better decision-making. *Journal of Rural Studies*, 86, 711-723. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.07.011>
- Meemken, E.-M. (2020). Do smallholder farmers benefit from sustainability standards? A systematic review and meta-analysis. *Global Food Security*, 26, 100373. <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2020.100373>

- Mitiku, F., De Mey, Y., Nyssen, J., & Maertens, M. (2017). Do Private Sustainability Standards Contribute to Income Growth and Poverty Alleviation? A Comparison of Different Coffee Certification Schemes in Ethiopia. *Sustainability*, *9*(2), 246. <https://doi.org/10.3390/su9020246>
- O'Connor, E., Sims, L., & White, K. (2017). Ethical food choices: Examining people's Fair Trade purchasing decisions. *Food Quality and Preference*, *60*, 105-112. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.04.001>
- Pyk, F., & Abu Hatab, A. (2018). Fairtrade and Sustainability: Motivations for Fairtrade Certification among Smallholder Coffee Growers in Tanzania. *Sustainability*, *10*(5), 1551. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su10051551>
- Raynolds, L. (2017). Fairtrade labour certification: the contested incorporation of plantations and workers. *Third World Quarterly*, *38*(7), 1473-1492. <https://doi.org/10.1080/01436597.2016.1272408>
- Raynolds, L. (2020). Gender equity, labor rights, and women's empowerment: lessons from Fairtrade certification in Ecuador flower plantations. *Agriculture and Human Values*, *38*, 657-675. <https://doi.org/10.1007/s10460-020-10171-0>
- Raynolds, L. T. (2012). Fair Trade Flowers: Global Certification, Environmental Sustainability, and Labor Standards. *Sociología rural*, *77*(4), 493-519. <https://doi.org/10.1111/j.1549-0831.2012.00090.x>
- Ribeiro-Duthi, A. C., Gale, F., & Murphy-Gregory, H. (2021). Fair trade and staple foods: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, *279*, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123586>
- Ruggeri, G., Corsi, S., & Nayga, R. (2021). Eliciting willingness to pay for fairtrade products with information. *Food Quality and Preference*, *87*, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104066>
- Samuel, A., Peattie, K., & Herman, A. (2020). Fairtrade towns: Unpacking the dynamics of locally developed ethical retail geographies. *Geoforum*, *117*, 114-123. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.09.012>
- Sánchez Álvarez, C. (2018). Comercio justo y economía social y solidaria: historia y evolución de sus instituciones de fomento. *Equidad y Desarrollo*, *30*, 149-172. <https://doi.org/10.19052/ed.4216>
- Schloepker, G. (07 de octubre de 2021). *Fairtrade International*. Fairtrade International: [https://files.fairtrade.net/standards/2021-10-06\\_Standards\\_Price-Announcement\\_Banana\\_ES.pdf](https://files.fairtrade.net/standards/2021-10-06_Standards_Price-Announcement_Banana_ES.pdf)
- Schouteten, J. J., Gellynck, X., & Slabbinck, H. (2021). Do Fair Trade Labels Bias Consumers' Perceptions of Food Products? A Comparison between a Central Location Test and Home-Use Test. *Sustainability*, *13*(3), 1384. <https://doi.org/10.3390/su13031384>
- Sellare, J., Meemken, E. M., Kouamé, C., & Qaim, M. (2020). Do Sustainability Standards Benefit Smallholder Farmers Also When Accounting For Cooperative Effects? Evidence from Côte d'Ivoire. *American Journal of Agricultural Economics*, *102*(2), 681-695. <https://doi.org/10.1002/ajae.12015>

- Socías Salvá, A., & Doblás, N. (2005). El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 51, 7-24.  
<https://www.redalyc.org/pdf/174/17405101.pdf>
- Staricco, J. I., & Naranjo, M. A. (2018). ¿Llevando justicia al comercio internacional? Una introducción a la propuesta de FairTrade. *Trabajo y Sociedad*(30), 175-195.  
<https://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/30%20STARICCO%20y%20NARANJO%20Fair%20Trade.pdf>
- Teopista Akoyi, K., & Maertens, M. (2017). Walk the Talk: Private Sustainability Standards in the Ugandan Coffee Sector. *The Journal of Development Studies*, 54(10), 1792-1818.  
<https://doi.org/10.1080/00220388.2017.1327663>
- Tepox Vivar, Á., & González Cabañas, A. A. (2020). Una nueva apuesta de los cafeticultores chiapanecos. La estrategia del Símbolo de Pequeños Productores. *LiminaR Estudios Sociales Y Humanísticos*, 19(1), 195-208. <https://doi.org/10.29043/LIMINAR.V19I1.815>
- Valero, A. A., & Fragozo Manjarez, A. O. (2021). *Comercio justo y consumo responsable*. Corporación Universitaria Minuto de Dios. eibro-net.basesdedatos.utmachala.edu.ec/es/ereader/utmachala/198420?page=23
- WTFO. (s.f.). *World Fair Trade Organization*. Retrieved 25 de 05 de 2022, from [https://wfto.com/sites/default/files/Los%2010%20Principios%20de%20Comercio%20Justo%20013%20\(Modificaciones%20aprobadas%20en%20la%20AGM%20Rio%202013%20\)\\_Spanish.pdf](https://wfto.com/sites/default/files/Los%2010%20Principios%20de%20Comercio%20Justo%20013%20(Modificaciones%20aprobadas%20en%20la%20AGM%20Rio%202013%20)_Spanish.pdf)