

# Exploring the Impact of Fair Trade on the Agricultural Sector of Latin America: A Review of the Scientific Literature

Judith Cielo Milla Morales, Bachelor's in International Business<sup>1</sup>, Leslie Torres Veliz, Bachelor's in International Business<sup>2</sup>, Alvaro Tafur Varas, Bachelor's in International Business<sup>3</sup>, Noelia Mancilla De la Cruz, Bachelor's in International Business<sup>4</sup>, and Julio Ricardo Moscoso Cuaresma, Ph. D.(c) in Law<sup>5</sup>  
<sup>1,5</sup>Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú, u201815172@upc.edu.pe, u201818881@upc.edu.pe, u201812187@upc.edu.pe, noly mancilladelacruz2000@gmail.com, julio.moscoso@upc.pe

*Abstract– In recent years, the number of agricultural exporting companies that obtain fair trade certification has increased significantly. This is done to achieve responsible business practices, demonstrate transparent and equitable trade with suppliers and customers. However, fair trade has recently been subject to various controversies and questions due to its application in both developed (DCs) and developing countries (LDCs). These include concerns related to improving the quality of life of small farmers, reducing environmental pollution, and the impact on consumer decision-making regarding agricultural products. The academy has addressed these issues from different perspectives, approaches, and geographical areas, resulting in different contradictions for the Latin American reality. In this regard, this study analyzes the main fair-trade trends generated through peer-reviewed publications in Latin America during the period 2010-2020. The methodology used was qualitative and bibliographic, with the most recent publications being analyzed through the systematic literature review technique and the use of VOSviewer software. The results determined a positive impact of fair trade on agricultural and social responsibility practices for environmental protection, as well as the modification of ethical patterns in consumer choice and the development of better socioeconomic, labor, and commercial variables for everyone involved in supply chains. This also favors the future generation of equitable wealth in an increasingly globalized world.*

*Keywords -- Fair Trade, Quality of life, Environment, Consumer perception, VOSviewer.*

**Digital Object Identifier:** (only for full papers, inserted by LACCEI).  
**ISSN, ISBN:** (to be inserted by LACCEI).  
**DO NOT REMOVE**

# Explorando el impacto del comercio justo en el sector agrícola de América Latina: Una revisión de la literatura científica

Judith Cielo Milla Morales, Bachelor's in International Business<sup>1</sup>, Leslie Torres Veliz, Bachelor's in International Business<sup>2</sup>, Alvaro Tafur Varas, Bachelor's in International Business<sup>3</sup>, Noelia Mancilla De la Cruz, Bachelor's in International Business<sup>4</sup>, and Julio Ricardo Moscoso Cuaresma, Ph. D.(c) in Law<sup>5</sup>

<sup>1,5</sup>Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú, u201815172@upc.edu.pe, u201818881@upc.edu.pe, u201812187@upc.edu.pe, nolymancilladelacruz2000@gmail.com, julio.moscoso@upc.pe

**Resumen**– En los últimos años se ha incrementado considerablemente la cantidad de empresas exportadoras del sector agrícola que adquieren la certificación del comercio justo a fin de lograr un estilo de trabajo responsable empresarial, mostrando un comercio transparente y equitativo con los proveedores y clientes; sin embargo, actualmente el comercio justo se ha mantenido diferentes cuestionamientos por diversas tendencias de pensamiento e investigaciones debido a la polémica existente en su aplicación en países desarrollados (PD) y en desarrollo (PED), tales como la mejora de la calidad de vida de los pequeños agricultores, disminución de la contaminación medioambiental y el impacto en la toma de decisiones de los consumidores por productos agrícolas. La academia ha abarcado estos temas desde diversos puntos de vista, enfoques y espacios geográficos, obteniendo distintas antinomias para la realidad latinoamericana. Al respecto, el presente estudio, analiza las principales tendencias del comercio justo, generadas a través de publicaciones arbitradas, en Latinoamérica durante el periodo 2010-2020. La metodología fue de enfoque cualitativo y de tipo bibliográfico; analizándose, para ello, las más recientes publicaciones mediante la técnica de la revisión sistemática de literatura y el uso del software VOSviewer. Los resultados determinaron un impacto positivo del comercio justo en las prácticas agrícolas y de responsabilidad social para la protección del medio ambiente, así como la modificación de los patrones éticos de elección de los consumidores y el desarrollo de mejores variables socioeconómicas, laborales y comerciales para cada uno de los individuos que participan en las cadenas de suministros; favoreciendo, además, a la generación futura de una riqueza equitativa en un mundo cada vez más globalizado.

**Palabras claves:** Comercio Justo, calidad de vida, medio ambiente, percepción del consumidor, VOSviewer.

## I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el sector agrícola ha ganado mayor relevancia en el crecimiento económico de América, especialmente después de que las naciones latinoamericanas aumentaran su participación en negociaciones con países desarrollados a fin de fomentar el comercio internacional de sus productos no tradicionales. A pesar de esto, los agricultores y trabajadores que forman parte de la cadena de comercialización de productos agrícolas han enfrentado dificultades y han tenido que implementar estrategias para proteger sus derechos y los de los demás actores involucrados en cada uno de los eslabones de las cadenas de suministro. No hay duda de que uno de estos

mecanismos es el generado por el comercio justo que tiene por finalidad generar mayores oportunidades de acceso a mercados de manera justa y equitativa [1].

Por otro lado, en Latinoamérica, el movimiento por un consumo más ético, social y sostenible nace en las décadas de 1960 y 1970, mediante el surgimiento de diversas organizaciones, con el objetivo principal de asegurar a los productores agrícolas una mayor equidad comercial a nivel nacional e internacional para que así logren obtener una porción más equitativa de los ingresos generados por las ventas de sus productos [2]. Como se sabe, durante muchos años atrás, los agricultores eran excluidos de tener un buen salario, así como también de contar con las condiciones económicas adecuadas para el proceso de producción de sus productos, lo que evidenciaba que, a pesar de que realizaban un gran esfuerzo para que la cosecha de estos tenga una buena calidad frente al consumidor, lamentablemente no recibían de manera equitativa las ganancias que se obtenían junto con los demás actores partícipes de la cadena logística [3]. Muchos de estos, principalmente los grandes distribuidores como los supermercados, eran quienes se llevaban más de la mitad de las ganancias a pesar de que solo tenían la función de promocionar los productos terminados al cliente [4]. Sin embargo, esta realidad no es ajena al contexto actual por el cual atraviesan los países latinoamericanos, puesto que a pesar de que estos sucesos vienen ocurriendo desde hace décadas, aún se siguen manteniendo malas prácticas empresariales en el sector agrícola [5]. Por ello, es que aún siguen existiendo una gran diversidad de agricultores con una baja calidad de vida, es decir, viviendo en extrema pobreza; y, sin siquiera poder usar herramientas tecnológicas que usan los países desarrollados para la cosecha de sus productos [6].

Asimismo, la realidad del entorno de los productores agrícolas se ve marginado por aquellos efectos externos que limitan su producción [7]. Uno de ellos, y que se ha mostrado constante en las últimas décadas, es la contaminación ambiental, que además de generar condiciones materiales negativas para la producción agraria, limita ferozmente el desarrollo pleno del ser humano en sus ecosistemas [8], [9]. Es por ello por lo que, los principales desafíos que ha tenido el comercio justo y que hasta ahora no han sido posibles de ser



interpretación exhaustivo del conocimiento generado. Adicionalmente, se realizó un análisis bibliométrico entre los autores de los artículos académicos recopilados de Scopus, principal repositorio académico para esta investigación por su gran relevancia internacional y facilidad para generar indicadores bibliométricos y que serán expuestos en cada uno de los resultados.

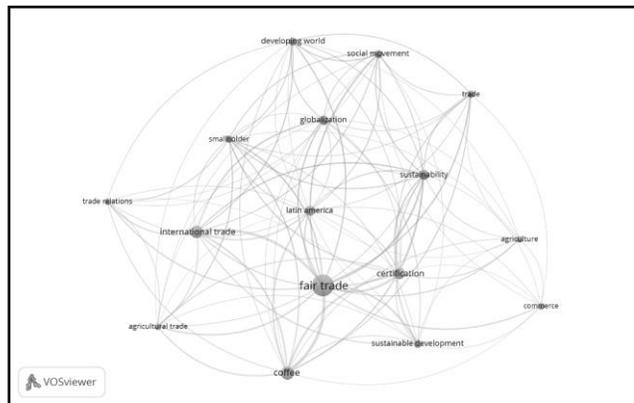


Gráfico 2: Concurrencia específica de palabras clave asociadas al “Comercio Justo” en Latinoamérica  
 Fuente: Elaboración propia a base de análisis en VOSviewer.

### III. RESULTADOS

#### A. Comercio Justo y la calidad de vida de los agricultores en Latinoamérica durante el periodo 2010-2020

A través de la compra de productos que cuentan con certificado de Comercio Justo, los consumidores tienen la posibilidad de cooperar a que los agricultores obtengan mayores ingresos. Sin embargo, este dinero antes de llegar al agricultor tiene que recorrer toda la cadena de valor. En ese sentido, la cuestión es determinar qué tan eficiente es la compra de estos productos en el incremento de los ingresos de los agricultores [16].

Según Caviedes y Olaya [17] en relación con las plantaciones de café en países sudamericanos, la implementación de la certificación del comercio justo tiene principalmente un impacto comercial y económico positivo. Entre sus beneficios se encuentran una mayor productividad, el aumento de los ingresos, la modernización del sistema productivo y un mayor acceso al crédito, ya que la certificación formaliza a las empresas. Sin embargo, también existen algunas dificultades, ya que los beneficios son percibidos a largo plazo y se requieren esfuerzos considerables para obtener la certificación, lo que puede excluir a los pequeños productores con pocos recursos, más aún si estos son informales y víctimas del capitalismo salvaje [18]–[20]. A pesar de esto, es razonable someterse a esfuerzos extras, como invertir en mejores fertilizantes y formar asociaciones, para erradicar la explotación y las condiciones injustas. Además, estos cambios mejoran la percepción de la certificación ante los consumidores y otros interesados, lo que a su vez permite el desarrollo comercial a largo plazo y la revalorización del producto. La

certificación del comercio justo también contribuye a difundir la importancia de consumir productos con un trasfondo justo y a establecer una imagen formal ante las entidades que la reconocen.

El Comercio Justo, entonces, ha contribuido en el desarrollo económico de muchos agricultores latinoamericanos a través de un aumento significativo en el precio de los productos certificados. Por ejemplo, durante las últimas dos décadas, esta alternativa de comercio ha beneficiado a muchos agricultores de café en su calidad de vida [21]. Esto debido a que muchos consumidores de café pertenecientes a los países desarrollados se han percatado de los esfuerzos realizados por estos pequeños productores. Este efecto es denominado "Brillo Cálido", donde los consumidores consideran justo pagar un poco más por un producto certificado con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de los productores y sujetos que participan en cada uno de los eslabones de la cadena de suministro [22]. No obstante, estudios cuantitativos recientes concluyeron que el certificado de Comercio Justo logró que los agricultores solo obtuvieran rendimientos ligeramente mejores, pero se requirió un esfuerzo de mano de obra considerablemente mayor. Por consiguiente, el aumento de los ingresos agrícolas resultó ser modesto y muchos agricultores permanecieron en pobreza a pesar de estar conectado a los mercados orgánicos de Comercio [23]. Estas contradicciones se deberían, principalmente, a los tipos de investigación implementados, ya que al establecer en su mayoría casos de estudio o estudios etnográficos focales, las mejoras de las condiciones socioeconómicas para los productores mediante la implementación del Comercio Justo no podrían generalizarse, más aún cuando existen marcadas inequidades estructurales que incrementan la gradiente de acceso al bienestar y justicia social [24].

Por otro lado, los gobiernos de algunos países de Latinoamérica tienen que realizar subsidios a los agricultores, tales como lo señalan autores como Caviedes Rubio y Olaya Amaya [17], puesto que, a pesar de ser certificados por el Comercio Justo, no cuentan con el dinero necesario para cubrir sus deudas financieras en los plazos establecidos. Además, el impacto del Comercio Justo en la calidad de vida varía levemente entre las diferentes regiones de Latinoamérica, esto influenciado por el manejo de la prima neta para realizar proyectos sociales, y, además, depende de la organización de las comunidades productoras, del precio en los mercados, entre otros factores. Es así que, para la literatura, el Comercio Justo no es un factor determinante en el desarrollo de la calidad de vida de los agricultores en Latinoamérica [25], puesto que, en comparación con los productores convencionales, los ingresos percibidos se incrementan levemente y son opacados por los costos de producción, generando que la prima sea insuficiente para ejecutar proyectos sociales adecuados que brinden mejores condiciones de vida a las comunidades agrícolas e impidiendo que los productores reciban un ingreso extra para cubrir sus necesidades básicas.

Es necesario determinar que de acuerdo con los resultados a los que se ha llegado, el Comercio Justo no influye en la calidad de vida de los agricultores en Latinoamérica. Es evidente que existe un impacto leve, ya que se incrementan los ingresos netos de los agricultores, sin embargo, no es suficiente para reducir la pobreza en las zonas agrícolas [26]. Además, estos ingresos son insuficientes para cubrir los costos de producción y necesidades básicas de los trabajadores. A pesar de que el comercio justo ha contribuido en el desarrollo de la infraestructura para la producción de los productos agrícolas, no se ha logrado avanzar en la mejora en los sistemas de salud, de educación, entre otros [27]. Son estos los determinantes sociales que mayor inequidad muestran y que determinan el escaso bienestar que goza un agricultor latinoamericano en comparación con uno europeo o americano.

Autores como Stiglitz y Charlton [28], Simeoni y otros autores [29] afirman que el comercio justo permite que los pequeños productores de países en desarrollo, que generalmente se agrupan en cooperativas para obtener la certificación, accedan a los mercados globales y vendan sus productos a grandes empresas que los utilizan para fabricar productos terminados, logrando mejorar significativamente la calidad de vida de sus familias, pero parece ser que esta es una realidad más próxima aquellas naciones del hemisferio norte, ya que en los contextos socioeconómicos latinoamericanos, el compromiso social y ambiental es prácticamente reducido, lo que los coloca en el radar a aquellas grandes empresas que cuentan con la certificación y acceso a los mercados globales, pero que a pesar de su éxito no mejoran la calidad de vida de los ciudadanos ya que sus esfuerzos son atomizados y no generalizados para todas las industrias y sectores económicos [29]. Estas realidades son compartidas con mayor desidia en los países andinos en donde priman las variables de falta de cohesión social, incremento de la pobreza extrema y, lamentablemente, discriminación. Cuestión que día a día trata de ser reducida por la formalidad empresarial, pero que ante la debilidad democrática y los estados de derecho latinoamericanos, se hace latente y, por tanto, esquiva para la implementación plena del libre mercado y con él, la justicia social anhelada.

Así también, es necesario generar atención a la informalidad capitalista de los países miembros de Latam, que se caracteriza por la falta de regulación y la evasión de impuestos, es un obstáculo significativo para la implementación de políticas de comercio justo en muchas naciones latinas. En estos contextos, los pequeños productores suelen operar en el mercado informal y carecen de acceso a información, recursos y canales de distribución que les permitan competir en igualdad de condiciones. Además, los intermediarios pueden ejercer un gran poder en el mercado, lo que les permite establecer precios bajos para los productores y altos para los consumidores, sin preocuparse por la calidad de los productos ni por las condiciones laborales y ambientales. Todo esto dificulta la implementación de políticas de comercio justo que buscan mejorar las condiciones de los productores y garantizar precios

justos, ya que los actores informales suelen estar fuera del alcance de las regulaciones y controles necesarios para hacer cumplir dichas políticas. Por lo tanto, es necesario abordar la informalidad y fortalecer la regulación y fiscalización del mercado para poder avanzar hacia un comercio más justo y sostenible en estas naciones [30], [31].

Ahora bien, de acuerdo con la evidencia, los autores en su mayoría coinciden que existen diversos mecanismos cuantitativos para verificar la influencia del comercio justo en la calidad de vida de los productores y trabajadores de la cadena de valor agroalimentaria. A pesar de haberse encontrado evidencia mayoritaria, los autores suelen realizar estudios que midan indicadores de calidad de vida como ingresos, acceso a servicios básicos, educación, salud, seguridad laboral, entre otros, y compararlos entre aquellos que participan en cadenas de comercio justo y aquellos que no lo hacen [6].

Además, existen diversas organizaciones y certificaciones de comercio justo que realizan evaluaciones regulares de las condiciones de trabajo y vida de los productores y trabajadores en la cadena de valor, y que exigen que se cumplan ciertos estándares de calidad de vida [32] [23]. Estas organizaciones también realizan encuestas y entrevistas a los productores y trabajadores para recopilar información cualitativa sobre su experiencia y percepción del impacto del comercio justo en su vida.

En general, la evaluación del impacto del comercio justo en la calidad de vida de los productores y trabajadores es un área de investigación en constante evolución y se están desarrollando cada vez más herramientas y métodos para medir y cuantificar estos impactos.

#### *B. Comercio Justo y el impacto medioambiental en Latinoamérica durante el periodo 2010-2020*

El Comercio Justo manifiesta una estrecha relación con la preocupación por el impacto medioambiental. Este promueve la protección de la naturaleza, el uso racional y sostenible de los recursos naturales e impulsa prácticas agrícolas sustentables [33], [34]. El respeto al medio ambiente es uno de sus principios internacionales y también es una de las condiciones imprescindibles que debe cumplir toda organización de productores para poder comercializar sus productos a través de sus canales de abastecimiento. Como lo señalan Reynolds y otros [35], al afirmar que los productores de café que se adhieren al Comercio Justo son incentivados a obtener la certificación orgánica en sus cultivos. Debido a esto, se han vuelto más conscientes sobre la importancia de cuidar el medio ambiente y han dejado de utilizar prácticas agrícolas que, aunque podrían aumentar el rendimiento, resultan perjudiciales para los ecosistemas [35].

De acuerdo con la literatura [36], son pocos los estudios que se han realizado sobre los efectos ambientales de la certificación y que utilizan muestras representativas y aleatorias. Esta falta de investigación limita la implementación de prácticas productivas que podrían mejorar el cultivo y la calidad. Mientras que otras investigaciones, de acuerdo con lo

que señalan [26], son muy optimistas en sus resultados debido a la ausencia del sesgo de autoselección, y se enfocan en reforestación, calidad del suelo y uso de agroquímicos. Asimismo, se afirma que se ha constatado que los programas de certificación difieren en los criterios ambientales que consideran, lo que dificulta su comparación entre sí [7]. Además, estas iniciativas se encuentran expuestas a las presiones del mercado, por lo que es fundamental que exista una regulación tanto privada como pública que permita trabajar en la mejora de la sostenibilidad social y ambiental [37].

De igual manera, según lo que indican Meemken [38], Sellare et al. [33], en muchas partes del mundo, la producción de alimentos ha aumentado durante los últimos 50 años y está fuertemente asociados con el uso de agroquímicos. Sin embargo, si bien los fertilizantes químicos y pesticidas ayudan a aumentar las cosechas generando un 60% más de producción, el mal uso de estos conlleva a la contaminación del suelo, el agua y el aire, causando graves problemas para el medio ambiente y la salud humana, logrando así el desequilibrio del PH de la tierra y dejándola inutilizable para su uso.

Es por ello que es importante investigar esta relación, ya que los agricultores que trabajan bajo la certificación del Comercio Justo usan casi el doble de fertilizantes, pesticidas y agroquímicos que los agricultores no certificados, por ende, con esta información se puede incidir en que el principal problema para el medio ambiente, que es buscar la optimización de estos insumos químicos en los agricultores certificados y reducir el uso masivo de estos agentes contaminantes que en un futuro tendrán consecuencias negativas para la población. Asimismo, es necesario indicar que directa e indirectamente la salud de los productores y el equilibrio de los ecosistemas está seriamente comprometida por la contaminación ambiental [12], [24].

Por otro lado, Caviedes Rubio y Olaya Amaya (2021) [17] indican que, por ejemplo, los impactos ambientales de las plantaciones de café varían según la región donde se encuentren. En particular, el uso de fertilizantes orgánicos puede tener efectos negativos a largo plazo en la sostenibilidad de la explotación de biomasa vegetal en los suelos del bosque. Sin embargo, en México y Centroamérica se han observado mejoras significativas en términos de reducción de la presión sobre las tierras boscosas. Es importante destacar que la certificación de programas ambientales en países como México, Costa Rica y Nicaragua ha generado impactos positivos en la conservación y protección de la diversidad animal y vegetal, lo que se refleja en una reducción en las tasas de deforestación y en un aumento en la diversidad de aves migratorias [30], [36], [39]. La certificación, en este sentido, puede potenciar los efectos ecológicos positivos en el medio ambiente [17], [26], [40].

De acuerdo con los resultados a los que se ha llegado en el presente trabajo, existe una discrepancia entre los principales referentes utilizados para el desarrollo de la presente investigación. Por un lado, se debe resaltar el impacto positivo que la certificación de Comercio Justo tiene sobre el medio ambiente, al delimitar las técnicas que deben ser usadas en las

prácticas agrícolas, con el objetivo de causar el menor daño ecológico. Asimismo, estas restricciones buscan que la salud y bienestar de los agricultores no se vean afectadas durante el desarrollo de sus actividades [41]–[43]. Por otro lado, los problemas de supervisión, regulación, negligencia y falta de transparencia dentro de las empresas, [26], impide que la finalidad para la cual se creó esta certificación sea alcanzada. Esto sucede por la priorización de beneficios económicos sobre los aspectos medioambientales y sociales que se busca proteger mediante la mencionada certificación. La tendencia del Comercio Justo con relación al impacto medioambiental en Latinoamérica es de carácter desfavorable principalmente por la disparidad de normas regulatorias en las diferentes naciones, así como por la desidia de los dirigentes de las empresa [44]–[46]s. Bajo este contexto, es preciso resaltar que las conclusiones encontradas dentro de las investigaciones de los cuartiles 1 y 3 son de carácter teórico, no obstante, los resultados de carácter práctico analizados los contradecirían.

### *C. Comercio Justo de productos agrícolas y el proceso de toma de decisiones de los consumidores*

Si bien el movimiento del Comercio Justo se genera como una nueva forma de hacer cara a la inequidad comercial entre los países desarrollados, en desarrollo y menos adelantados, en donde los compradores o intermediarios imponían sus precios a los productores, para los consumidores no era de suma importancia saber de dónde provenían los productos, pues simplemente adquirirían los productos a fin de satisfacer sus necesidades sin realmente informarse sobre todo aquello que se veía involucrado en la preparación de estos [47]–[49].

No obstante, con el avance de los últimos 10 años, se ha evidenciado que los consumidores prestan cada vez más atención a los criterios éticos y sociales durante el proceso de compra, llegando a ser capaces de desarrollar una mayor conciencia para la adquisición de un consumo justo, sobre todo, de aquellos productos pertenecientes al sector agrícola. Dicho de otro modo, tienden a tener una disposición latente a preferir productos de aquellas empresas que producen y comercializan de conformidad con prácticas laborales y comerciales justas, las cuales incluyen: el pago distribuido equitativamente entre los actores de la cadena de suministro (productores, comerciantes, distribuidores), la igualdad de género en el ámbito laboral, transparencia y responsabilidad social, no a la explotación infantil o trabajo forzoso, buenas condiciones de trabajo, entre otros [50]. Gracias a los avances tecnológicos, se encuentran más informados sobre lo que están comprando al tener la posibilidad de investigar a profundidad mediante plataformas digitales, tales como las redes sociales o sitios webs, las características de los productos, siendo una de ellas principalmente las certificaciones que estos poseen, los cuales promueven soluciones frente a diversas problemáticas, tal es el caso del Comercio Justo, el cual tiene como finalidad brindar un mayor desarrollo y sostenibilidad tanto social, económica y ambiental a aquellas sociedades con un bajo índice de desarrollo. Por ejemplo, en el caso de los productos agrícolas se

espera asegurar a los pequeños agricultores en situación de marginalidad el acceso a diversos mercados con condiciones de trabajo dignas, promoviendo su asociatividad y empoderamiento, de manera que se pueda llegar a tener una cultura con una práctica de consumo responsable. Ante ello, es así como las etiquetas de Comercio Justo en los productos adquieren un rol importante en las decisiones de compra y consumo al ser percibidas como un atributo de credibilidad sobre el debido cumplimiento de los estándares sociales, económicos y medioambientales en la producción de estos, los cuales evidencian un proceso de elaboración ético y sostenible [51]. De esta manera, los consumidores apoyan a que exista una mayor equidad en la repartición de riqueza en las cadenas de producción, pues esta suele ser poca equitativa y aún más cuando los precios son globalizados.

Por otro lado, la relación existente entre la toma de decisiones de los consumidores por productos agrícolas sostenibles y la certificación de Comercio Justo es importante porque los compradores están dispuestos a adquirir productos agrícolas cuyo proceso de cosecha y venta se realizó bajo lineamientos equitativos, estandarizados e institucionalizados que inspiran justicia social. De igual manera, permite comprender los patrones de compra de los consumidores como reacción tanto a factores físicos de los productos como a factores éticos y sociales. Según lo que señalan Schouteten et al. [51] aproximadamente el 35% de los productos adquiridos por los compradores pertenecen al Comercio Justo. Dicha acción surgió como respuesta al etiquetado que posean los productos, el cual se considera como un factor físico de los mismos. Por otra parte, de acuerdo con lo indicado por Konuk [50] respecto a los aspectos éticos y sociales, los compradores tienen mayor predisposición a adquirir este tipo de productos cuando consideran que están contribuyendo a pagar salarios aceptables, desarrollar normas laborales adecuadas y estructurar medidas de protección ambiental sostenibles. Sin embargo, relacionando ambos tipos de factores previamente mencionados, es necesario que se brinde información suficiente a los clientes con el objetivo de que comprendan lo que se busca transmitir mediante las etiquetas de certificación. Por lo general, los consumidores suelen adoptar un comportamiento cauteloso en cuanto a las etiquetas incluidas en el producto, o muestran indiferencia al no comprender el mensaje que se busca transmitir, no confiar en la credibilidad del rótulo mostrado o dudar acerca de la autoridad de la certificación [52]–[55].

De acuerdo con los resultados a los que se ha llegado en el presente trabajo, la relación que entre el Comercio Justo y la toma de decisiones de los consumidores por productos agrícolas con certificado de FT vendría a ser positiva. Sin embargo, es necesario resaltar que este vínculo es influenciado por la capacidad de acceso a la información que las personas poseen. Durante la realización de la investigación se ha logrado identificar una dicotomía en cuanto a las posiciones de los principales referentes que han abordado esta problemática. Si bien es cierto que un segmento de los consumidores habituales de productos agrícolas en Latinoamérica desconoce el

significado de la certificación de FT y la razón por la cual ciertos artículos de consumo poseen una etiqueta que certifica que fueron producidos bajo esta modalidad, tal como lo señalan autores como Pérez y García de los Salmones (2018) [56], y Lee y Bateman (2021) [57], es pertinente indicar que se deben tener en cuenta factores externos a los mismos productos y compradores. La información, en la actualidad, está al alcance de la gran mayoría de personas, por lo que una temática como el Comercio Justo no se encuentra apartada de aquellos individuos que poseen una conexión a internet. Asimismo, como consecuencia de este mayor acceso a la información, los compradores más jóvenes toman la decisión de adquirir los productos agrícolas con certificación de FT, a pesar de que la compra implique pagar un precio superior. En resumen, este estudio encuentra que la tendencia del Comercio Justo con relación a la toma de decisiones de los consumidores por productos agrícolas con certificado de FT es de carácter favorable, principalmente por la influencia de factores externos, entre ellos, la disponibilidad de la información y el cambio generacional de los compradores, los cuales tendrán un mayor impacto en los siguientes años.

Por último, es importante tener en cuenta que la certificación de comercio justo es un tema de interés creciente para los consumidores y las empresas. Por lo tanto, es fundamental evaluar cómo las etiquetas de comercio justo influyen en la percepción del consumidor y cómo esto puede afectar el desarrollo comercial de las cooperativas que poseen la certificación. Además, es necesario analizar cómo las empresas pueden aprovechar la certificación de comercio justo para mejorar su responsabilidad social corporativa y su compromiso con el desarrollo sostenible. En última instancia, la promoción del comercio justo puede tener un impacto significativo en la reducción de la pobreza y la desigualdad en los países en desarrollo, lo que hace que la investigación en este campo sea esencial.

#### IV. CONCLUSIONES

El estado actual de la literatura científica sobre comercio justo en el sector agrícola de Latam es bastante amplio y en constante evolución. En las últimas décadas, se han realizado diversos estudios que abordan la implementación y los efectos del comercio justo en la región, abarcando una amplia gama de temas que van desde aspectos económicos y políticos hasta temas relacionados con la salud y el medio ambiente. Entre los temas más destacados que se han abordado en la literatura sobre comercio justo en Latam se encuentran el impacto de las certificaciones en las condiciones de trabajo y vida de los productores, los beneficios económicos para los pequeños productores y las cooperativas, la sostenibilidad ambiental y la gobernanza en las cadenas de suministro agroalimentarias. Además, se han llevado a cabo numerosos estudios sobre los obstáculos y las limitaciones del comercio justo en Latinoamérica, entre ellos la limitación en el acceso al financiamiento y la tecnología, la competencia desigual con los

productores no certificados y los desafíos para mantener la sostenibilidad a largo plazo.

En general, la literatura científica sobre comercio justo en el sector agrícola de Latam refleja un creciente interés en el tema y sugiere que, aunque todavía existen desafíos y limitaciones, el comercio justo puede tener un impacto positivo en la vida de los productores y trabajadores de la región. Por ejemplo, las tendencias de investigación académica que vinculan al Comercio Justo con la calidad de vida de los agricultores resaltan las diferentes formas de su desarrollo en las diversas regiones productoras en Latinoamérica. Esto debido a que influyen factores como la organización de las cooperativas productoras, la creación de valor a través de la cadena de suministro, el correcto uso de la prima neta y el apoyo del gobierno para subsidiar los costos de producción. Sin embargo, en la mayoría de las regiones, los ingresos generados no son suficientes para que los productores agrícolas tengan una mejor calidad de vida y/o permita erradicar la pobreza en las zonas productoras.

Las tendencias de investigación académica que vinculan al Comercio Justo con el impacto ambiental resaltan el impacto positivo que la certificación tiene sobre el medio ambiente. Esto debido a que se promueven e impulsan prácticas agrícolas más sustentables, apoyando a los productores en su proceso de adaptación al cambio climático y sus incidencias que provocan. Sin embargo, principalmente en Latinoamérica, es de carácter desfavorable por la desigualdad, negligencia, disparidad y problemas de supervisión de las normas regulatorias.

Es fundamental prestar mayor atención al impacto ambiental del comercio justo en los países latinoamericanos, ya que se ha demostrado que los cambios en el medio ambiente pueden tener consecuencias significativas en la producción y comercialización de productos agrícolas. En el período comprendido entre 2010 y 2020, se registraron avances positivos en la protección del medio ambiente, gracias a la implementación de estrategias que reducen el uso innecesario de recursos y a investigaciones para contrarrestar esta situación. De acuerdo con la literatura, la principal motivación para que los caficultores adopten programas de comercio justo es el aumento de los ingresos netos, lo que les permite acceder a mejores condiciones de vida y mejorar su poder adquisitivo [17]. Las sequías, las crisis alimentarias y, por supuesto la misma pandemia, han generado daños considerables a los entornos y ecosistemas y generan riesgos difíciles de supervivencia para los ciudadanos latinoamericanos.

## V. RECOMENDACIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES

Se sugiere que en futuras investigaciones se preste especial atención a los efectos positivos de la contratación de proveedores con certificaciones de comercio justo. Para ello, se recomienda no solo estudiar las empresas que ya cuentan con dicha certificación, sino también ayudar a las empresas proveedoras actuales a obtenerla. Esto no solo alinea a las empresas contratantes con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), sino que también puede ayudar a que sean

vistas como empresas socialmente responsables. Además, se sugiere realizar estudios más exhaustivos que exploren la influencia de las etiquetas de comercio justo en las decisiones de compra de los consumidores y cómo esto puede aumentar la demanda y el desarrollo comercial de las asociaciones y cooperativas con certificación de Comercio Justo. En este sentido, es fundamental resaltar la importancia de cumplir con las leyes y protocolos nacionales y regionales en beneficio de la seguridad de los trabajadores, ya que esto es esencial para cualquier empresa que aspire a obtener la certificación. Por tanto, profundizar en este tema permitirá entender mejor cómo la certificación puede influir en el éxito de las cooperativas y optimizar las situaciones laborales de la clase obrera en la cadena de valor.

Así también, en el contexto de futuras investigaciones, es crucial profundizar en el análisis del éxito alcanzado por aquellas asociaciones y cooperativas que han logrado posicionarse como los nodos más rentables en la cadena de valor, con el objetivo de determinar la cantidad de producción asignada a estos procesos y cómo el cuadro institucional y de gobernanza de la cadena de suministro global influye en la adquisición de insumos. En el pasado, estos modelos asociativos enfrentaron desventajas significativas, pero en la actualidad, han logrado recibir una compensación justa gracias a las consideraciones relevantes de la certificación.

Por otro lado, la literatura debe profundizar en la evaluación del impacto de la sustitución de agroquímicos en aspectos no ecológicos, que hasta ahora han sido escasamente abordados en las diferentes investigaciones. Muchos estudios se han enfocado únicamente en los aspectos ecológicos y sus impactos, lo que ha dejado una brecha en la comprensión del impacto total de estas prácticas. Para abordar este tema, se sugiere utilizar métodos de investigación más directos y detallados que permitan recopilar información sobre la influencia de la sustitución de agroquímicos en los aspectos económicos y sociales.

Las tendencias de investigación académica que vinculan al Comercio Justo con la toma de decisiones de los consumidores por productos agrícolas se encuentran principalmente relacionadas a factores sociales, lo cual puede ser evidenciado en la mayor preocupación de los clientes en adquirir aquellos productos que puedan proveer de unas mejores condiciones a los agricultores, estando dispuestos a pagar una cantidad extra de dinero por ellos [58]. Asimismo, el mayor acceso a la información sobre este tipo de certificación impulsa a que los compradores, especialmente los más jóvenes, tengan preferencia por este tipo de artículos, al identificar que cuentan con una etiqueta o identificación en el empaque que los diferencie de los demás.

Por último, es necesario seguir examinando los efectos de la implementación de programas de certificación, ya que pueden ser diferentes dependiendo de las condiciones geográficas y de la estructura social de las comunidades. Según la literatura los programas de certificación pueden tener un impacto positivo en la conservación y protección del medio

ambiente, pero también pueden tener consecuencias negativas, como la exclusión de pequeños productores y la disminución de la diversidad de cultivos [17]. Es importante tener en cuenta estos factores para entender el impacto total de los programas de certificación y diseñar estrategias efectivas para mejorar los sistemas de producción sostenibles.

#### AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen a la Dirección de Investigación de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas por su apoyo en la elaboración de la investigación.

#### REFERENCES

[1] G. Ruggeri, L. Orsi, and S. Corsi, "A bibliometric analysis of the scientific literature on Fairtrade labelling," *Int J Consum Stud*, vol. 43, no. 2, pp. 134–152, Mar. 2019, doi: 10.1111/ijcs.12492.

[2] A. C. Ribeiro-Duthie, F. Gale, and H. Murphy-Gregory, "Fair trade and staple foods: A systematic review," *J Clean Prod*, vol. 279, p. 123586, Jan. 2021, doi: 10.1016/j.jclepro.2020.123586.

[3] E. L. O'Connor, L. Sims, and K. M. White, "Ethical food choices: Examining people's Fair Trade purchasing decisions," *Food Qual Prefer*, vol. 60, pp. 105–112, Sep. 2017, doi: 10.1016/j.foodqual.2017.04.001.

[4] Q. Xiao, L. Chen, M. Xie, and C. Wang, "Optimal contract design in sustainable supply chain: Interactive impacts of fairness concern and overconfidence," *Journal of the Operational Research Society*, 2020, doi: 10.1080/01605682.2020.1727784.

[5] J. E. Krauss and S. Barrientos, "Fairtrade and beyond: Shifting dynamics in cocoa sustainability production networks," *Geoforum*, vol. 120, pp. 186–197, Mar. 2021, doi: 10.1016/j.geoforum.2021.02.002.

[6] G. Ruggeri and S. Corsi, "An analysis of the Fairtrade cane sugar small producer organizations network," *J Clean Prod*, vol. 240, p. 118191, Dec. 2019, doi: 10.1016/j.jclepro.2019.118191.

[7] J. Lozano, "Comercio Justo, globalización y medio ambiente," *Revista de Economía Institucional*, vol. 15, no. 29, pp. 349–352, 2013, [Online]. Available: <http://www.scielo.org.co/pdf/rei/v15n29/v15n29a19.pdf>

[8] R. Zhu, S. L. Sun, and Y. Huang, "Fair trade coffee and inclusive globalization: a metamorphosis of institutional entrepreneurship," *Multinational Business Review*, vol. 29, no. 2, pp. 189–209, Apr. 2021, doi: 10.1108/MBR-11-2019-0157.

[9] J. Valkila and A. Nygren, "Impacts of Fair Trade certification on coffee farmers, cooperatives, and laborers in Nicaragua," *Agric Human Values*, vol. 27, no. 3, pp. 321–333, Sep. 2010, doi: 10.1007/s10460-009-9208-7.

[10] K. Zhang, Z. Liu, and P. Wang, "Exploring the supply chain management of fair trade business: case study of a fair trade craft company in China," *Cogent Business and Management*, vol. 7, no. 1, 2020, doi: 10.1080/23311975.2020.1734345.

[11] G. A. Cárdenas Fierro, N. A. Sánchez Quenaya, and V. C. Soto García, *Conocimientos y expectativas acerca del Comercio Justo. Estudio de caso: "Asociación de Productores de Quinua y Granos de la región de Ayacucho – APOQUA."* Pontificia Universidad Católica del Perú, 2019.

[12] R. Moscoso, J. Acosta, R. Párdave, Á. Mejía, and F. Neyra, *Integración económica. Estrategias peruanas para la internacionalización*. Editorial UPC, 2021. doi: 10.19083/978-612-318-382-0.

[13] B. Moreno, M. Muñoz, J. Cuellar, S. Domancic, and J. Villanueva, "Revisiones Sistemáticas: definición y nociones básicas," *Revista clínica de periodoncia, implantología y rehabilitación oral*, vol. 11, no. 3, pp. 184–186, Dec. 2018, doi: 10.4067/S0719-01072018000300184.

[14] C. Manterola, P. Astudillo, E. Arias, and N. Claros, "Revisiones sistemáticas de la literatura. Qué se debe saber acerca de ellas," *Cir Esp*, vol. 91, no. 3, pp. 149–155, Mar. 2013, doi: 10.1016/j.ciresp.2011.07.009.

[15] D. Moher, A. T. Liberati, A. J. D., and P. Group, "Elementos preferidos de informes para Revisiones Sistemáticas y Meta-Análisis: La

Declaración Prisma," *Revista Terapia Física*, vol. 89, no. 9, pp. 873 – 880, 2009.

[16] J. Hainmueller, M. J. Hiscox, and S. Sequeira, "Consumer demand for fair trade: Evidence from a multistore field experiment," *Rev Econ Stat*, vol. 97, no. 2, pp. 242–256, 2015, doi: 10.1162/rest\_a\_00467.

[17] D. I. Caviedes Rubio and A. Olaya Amaya, "Impacto ecológico, social y económico de fincas certificadas en buenas prácticas agrícolas y comercio justo," *Cuadernos de Desarrollo Rural*, vol. 17, no. 85, pp. 1–19, Mar. 2021, doi: 10.11144/Javeriana.cdr17.iese.

[18] J. A. Schumpeter, "Capitalism, Socialism and Democracy," in *Modern Economic Classics-Evaluations Through Time*, 2017. doi: 10.4324/9781315270548-17.

[19] F. Duina and J. Bok, "Capitalising on Regional Integration: Sub-national Movements and the Rhetorical Leveraging of NAFTA and the EU," *New Political Economy*, vol. 19, no. 5, pp. 748–768, Sep. 2014, doi: 10.1080/13563467.2013.849676.

[20] M. Sarmento, M. Farhangmehr, and C. Simões, "Participating in Business-to-Business Trade Fairs: Does the Buying Function Matter?," *Journal of Convention and Event Tourism*, vol. 16, no. 4, 2015, doi: 10.1080/15470148.2015.1043608.

[21] P. L. Taylor, "In the Market But Not of It: Fair Trade Coffee and Forest Stewardship Council Certification as Market-Based Social Change," *World Dev*, vol. 33, no. 1, pp. 129–147, Jan. 2005, doi: 10.1016/j.worlddev.2004.07.007.

[22] F. Baumann, M. Oschinski, and N. Stähler, "On the effects of fair trade on the welfare of the poor," *J Int Dev*, vol. 24, pp. S159–S172, Jan. 2012, doi: 10.1002/jid.1736.

[23] R. Ruben and R. Fort, "The Impact of Fair Trade Certification for Coffee Farmers in Peru," *World Dev*, vol. 40, no. 3, pp. 570–582, Mar. 2012, doi: 10.1016/j.worlddev.2011.07.030.

[24] E. Cárdenas, C. Juárez, R. Moscoso, and J. Vivas, *Determinantes sociales en salud*, Universidad ESAN. Lima, 2017.

[25] D. Esenarro, C. Rodriguez, J. Arteaga, G. Garcia, and F. Flores, "Sustainable Use of Natural Resources to Improve the Quality of Life in the Alto Palcazu Population Center, Iscozain-Peru," *International Journal of Environmental Science and Development*, vol. 12, no. 5, pp. 146–150, 2021, doi: 10.18178/ijesd.2021.12.5.1332.

[26] V. E. Méndez et al., "Effects of Fair Trade and organic certifications on small-scale coffee farmer households in Central America and Mexico," *Renewable Agriculture and Food Systems*, vol. 25, no. 3, pp. 236–251, Sep. 2010, doi: 10.1017/S1742170510000268.

[27] A. Annunziata, S. Ianuario, and P. Pascale, "Consumers' Attitudes Toward Labelling of Ethical Products: The Case of Organic and Fair Trade Products," *Journal of Food Products Marketing*, vol. 17, no. 5, pp. 518–535, Oct. 2011, doi: 10.1080/10454446.2011.618790.

[28] J. E. Stiglitz and A. Charlton, *Fair trade for all: How trade can promote development*. Oxford University Press, 2005.

[29] F. Simeoni, F. Brunetti, G. Mion, and R. Baratta, "Ambidextrous organizations for sustainable development: The case of fair-trade systems," *J Bus Res*, vol. 112, pp. 549–560, May 2020, doi: 10.1016/j.jbusres.2019.11.020.

[30] J. A. Valenciano-Salazar, F. J. André, and M. Soliño, "Paying for Sustainable Coffee in a Developing Country: Consumers' Profile in Costa Rica," *Sustainability*, vol. 13, no. 16, p. 9360, Aug. 2021, doi: 10.3390/su13169360.

[31] R. Traldi, "Progress and pitfalls: A systematic review of the evidence for agricultural sustainability standards," *Ecol Indic*, vol. 125, p. 107490, Jun. 2021, doi: 10.1016/j.ecolind.2021.107490.

[32] A. C. Ribeiro-Duthie, F. Gale, and H. Murphy-Gregory, "Fair trade and staple foods: A systematic review," *J Clean Prod*, vol. 279, p. 123586, Jan. 2021, doi: 10.1016/j.jclepro.2020.123586.

[33] J. Sellare, E.-M. Meemken, and M. Qaim, "Fairtrade, Agrochemical Input Use, and Effects on Human Health and the Environment," *Ecological Economics*, vol. 176, p. 106718, Oct. 2020, doi: 10.1016/j.ecolecon.2020.106718.

[34] Á. Tepox Vivar and A. A. González Cabañas, "Una nueva apuesta de los

- cafeticultores chiapanecos. La estrategia del Símbolo de Pequeños Productores.” *LiminaR Estudios Sociales y Humanísticos*, vol. 19, no. 1, pp. 195–208, Dec. 2020, doi: 10.29043/liminar.v19i1.815.
- [35] L. T. Reynolds and C. Rosty, “Fair Trade USA coffee plantation certification: Ramifications for workers in Nicaragua,” *Development Policy Review*, vol. 39, no. S1, pp. 102–121, Aug. 2021, doi: 10.1111/dpr.12473.
- [36] B. L. Barham and J. G. Weber, “The Economic Sustainability of Certified Coffee: Recent Evidence from Mexico and Peru,” *World Dev*, vol. 40, no. 6, pp. 1269–1279, Jun. 2012, doi: 10.1016/j.worlddev.2011.11.005.
- [37] A. Girón, “Objetivos del desarrollo sostenible y la agenda 2030: frente a las políticas públicas y los cambios de gobierno en América Latina,” *Problemas del Desarrollo*, vol. 47, no. 186, 2016. doi: 10.1016/j.rpd.2016.08.001.
- [38] E.-M. Meemken, “Large farms, large benefits? Sustainability certification among family farms and agro-industrial producers in Peru,” *World Dev*, vol. 145, p. 105520, Sep. 2021, doi: 10.1016/j.worlddev.2021.105520.
- [39] T. D. Beuchelt and M. Zeller, “Profits and poverty: Certification’s troubled link for Nicaragua’s organic and fairtrade coffee producers,” *Ecological Economics*, vol. 70, no. 7, pp. 1316–1324, May 2011, doi: 10.1016/j.ecolecon.2011.01.005.
- [40] A. T. Nieto, “Crecimiento económico e industrialización en la Agenda 2030: perspectivas para México Economic Growth and Industrialization on the 2030 Agenda: Prospects for Mexico,” *Revista Problemas del Desarrollo*, vol. 188, no. 48, 2017.
- [41] I. Hudson and M. Hudson, “Una crítica vacilante: cómo el potencial del Comercio Justo disminuye con ‘éxito,’” *Eutopía - Revista de Desarrollo Económico Territorial*, vol. 7, no. 7, p. 131, Nov. 2015, doi: 10.17141/eutopia.7.2015.1793.
- [42] T. Garza, “El impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores de café,” *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, vol. 22, no. 43, pp. 271–293, 2014, [Online]. Available: <http://www.scielo.org.mx/pdf/estsoc/v22n43/v22n43a11.pdf>
- [43] J. Garcia-Yi, “Willingness to pay for organic and fairtrade certified yellow chili peppers,” *British Food Journal*, vol. 117, no. 2, pp. 929–942, Feb. 2015, doi: 10.1108/BFJ-11-2013-0321.
- [44] J. C. Darian, L. Tucci, C. M. Newman, and L. Naylor, “An Analysis of Consumer Motivations for Purchasing Fair Trade Coffee,” *J Int Consum Mark*, vol. 27, no. 4, pp. 318–327, Aug. 2015, doi: 10.1080/08961530.2015.1022920.
- [45] A. C. Contreras-Valenzuela, J. M. Preciado-Rodríguez, R. Báez-Sañudo, and R. Velderrain Benitez, “Impacto de la implementación de la certificación Comercio Justo en una empresa del sistema vid de mesa sonorense,” *Horizontes Empresariales*, vol. 18, no. 1, pp. 4–16, 2019, [Online]. Available: <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/HHEE/article/view/3655/3562>
- [46] M. Coscione, “América Latina y el sentido originario del comercio justo,” *Eutopía - Revista de Desarrollo Económico Territorial*, vol. 7, no. 7, p. 11, Nov. 2015, doi: 10.17141/eutopia.7.2015.1633.
- [47] P. Parvathi and H. Waibel, “Fair Trade and Organic Agriculture in Developing Countries: A Review,” *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, vol. 25, no. 4, pp. 311–323, Oct. 2013, doi: 10.1080/08974438.2013.736043.
- [48] C. Oya, F. Schaefer, and D. Skalidou, “The effectiveness of agricultural certification in developing countries: A systematic review,” *World Dev*, vol. 112, pp. 282–312, Dec. 2018, doi: 10.1016/j.worlddev.2018.08.001.
- [49] M. S. Rashid and S.-E. Byun, “Are consumers willing to go the extra mile for fair trade products made in a developing country? A comparison with made in USA products at different prices,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 41, pp. 201–210, Mar. 2018, doi: 10.1016/j.jretconser.2017.12.011.
- [50] F. A. Konuk, “Consumers’ willingness to buy and willingness to pay for fair trade food: The influence of consciousness for fair consumption, environmental concern, trust and innovativeness,” *Food Research International*, vol. 120, pp. 141–147, Jun. 2019, doi: 10.1016/j.foodres.2019.02.018.
- [51] J. J. Schouteten, X. Gellynck, and H. Slabbinck, “Influence of organic labels on consumer’s flavor perception and emotional profiling: Comparison between a central location test and home-use-test,” *Food Research International*, vol. 116, pp. 1000–1009, Feb. 2019, doi: 10.1016/j.foodres.2018.09.038.
- [52] P. J. Rosson and F. H. R. Seringhaus, “Visitor and exhibitor interaction at industrial trade fairs,” *J Bus Res*, vol. 32, no. 1, 1995, doi: 10.1016/0148-2963(94)00012-4.
- [53] F. Palumbo and P. A. Herbig, “Trade shows and fairs: An important part of the international promotion mix,” *Journal of Promotion Management*, vol. 8, no. 1, 2002, doi: 10.1300/J057v08n01\_09.
- [54] D. Power and J. Jansson, “Cyclical clusters in global circuits: Overlapping spaces in furniture trade fairs,” *Econ Geogr*, vol. 84, no. 4, 2008, doi: 10.1111/j.1944-8287.2008.00003.x.
- [55] P. Clark and I. Hussey, “Fair trade certification as oversight: an analysis of fair trade international and the small producers’ symbol,” *New Political Economy*, vol. 21, no. 2, pp. 220–237, Mar. 2016, doi: 10.1080/13563467.2015.1079173.
- [56] A. Pérez and M. del M. García de los Salmones, “How Do Consumers Face the Decision to Buy Fair Trade Products? A Marketing Approach,” *Nonprofit Volunt Sect Q*, vol. 47, no. 5, pp. 1057–1080, Oct. 2018, doi: 10.1177/0899764018776370.
- [57] Y. Lee and A. Bateman, “The competitiveness of fair trade and organic versus conventional coffee based on consumer panel data,” *Ecological Economics*, vol. 184, p. 106986, Jun. 2021, doi: 10.1016/j.ecolecon.2021.106986.
- [58] L. P. Muñiz-Jaime, M. L. Vinuesa-Ramírez, G. I. Ayón-Ponce, and O. A. Curimilma-Huanca, “El comercio justo como alternativa para desarrollar estrategias en beneficio de los productores,” *Dominio de las Ciencias*, vol. 5, no. 3, p. 589, Jul. 2019, doi: 10.23857/dc.v5i3.954.