


Sustainability and fair trade in a dairy producing company - Peru, 2022.

Jhaquelin Mareli Mendoza - Castañeda, Magíster en Administración

Estratégica de Empresas ¹  Walter Keelwin Acosta - Pajares, Egresado en Administración y Negocios Internacionales ²



¹ Universidad Privada del Norte, Perú. Email: jhaquelin.mendoza@upn.edu.pe

² Universidad Privada del Norte, Perú, Email: N00186813@upn.pe

Abstract- The present study aims to determine the relationship between sustainability and fair trade in a company in a dairy producing company, 2022; a basic investigation of a quantitative non-experimental cross-sectional approach was carried out, of a descriptive correlational type, the population and sample consisted of 20 providers. The technique used in the study was the survey, likewise, the questionnaire was applied as an instrument. Finally, it was demonstrated that there is a considerable positive relationship between the variable of sustainability and fair trade in the company,

These results were verified through the Rho Spearman coefficient, obtaining a correlation of 0.542; a significance level of 0.013, this being less than 0.05, that is to say that the variables are related to each other, demonstrating that sustainability and its dimensions are effectively related to fair trade because they go hand in hand, trade will achieve inclusive development , fair and sustainable, through the promotion of production patterns and alternative and supportive consumption which proposes sustainability.*

Keywords: Sustainability, fair trade, companies, fair trade, new markets, respect for the environment.

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).

ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).

DO NOT REMOVE

La Sostenibilidad y el Comercio Justo en una empresa productora de lácteos, Perú - 2022

Jhaquelin Mareli Mendoza - Castañeda, Magíster en Administración

Estratégica de Empresas ¹  Walter Keelwin Acosta - Pajares, Egresado en Administración y Negocios Internacionales ² 

¹ Universidad Privada del Norte, Perú. Email: jhaquelin.mendoza@upn.edu.pe

² Universidad Privada del Norte, Perú, Email: N00186813@upn.pe

Resumen- *El presente estudio tiene como objetivo determinar la relación entre sostenibilidad y comercio justo en una empresa en una empresa productora de lácteos, 2022; Se realizó una investigación básica de enfoque cuantitativo no experimental de corte transversal, de tipo descriptivo correlacional, la población y muestra estuvo conformada por 20 proveedores. La técnica utilizada en el estudio fue la encuesta, así mismo se aplicó como instrumento el cuestionario. Finalmente, se demostró que existe una relación positiva considerable entre la variable de sustentabilidad y comercio justo en la empresa,*

Estos resultados fueron verificados a través del coeficiente de Rho Spearman, obteniendo una correlación de 0.542; un nivel de significación de 0.013, siendo este menor a 0.05, es decir que las variables se relacionan entre sí, demostrando que la sustentabilidad y sus dimensiones se relacionan efectivamente con el comercio justo porque van de la mano, el comercio logrará un desarrollo inclusivo, justos y sustentables, a través de la promoción de patrones productivos y de consumo alternativos y solidarios que propongan la sustentabilidad.*

Palabras clave: *Sostenibilidad, comercio justo, empresas, comercio justo, nuevos mercados, respeto por el medio ambiente.*

I. INTRODUCCIÓN

En el ámbito internacional según Vanamo, (2019), muestra existen países como Finlandia, donde los objetivos de desarrollo sostenible se han convertido en una importante prioridad política. El programa del gobierno actual está basado en el desarrollo sostenible y los objetivos también están integrados en la preparación del presupuesto. Muchas empresas finlandesas ya se han dado cuenta de que la implementación de los objetivos de desarrollo sostenible crea nuevos mercados y, al mismo tiempo, cada vez más inversores requieren medidas para alcanzarlos. Más de 430 empresas finlandesas se han comprometido voluntariamente con objetivos de desarrollo sostenible. Las empresas sostenibles obtienen una ventaja competitiva [1].

Para García, (2012), el comercio justo se desarrolla principalmente con los países más desfavorecidos y apoya de manera especial a organizaciones de producción con participación de mujeres, además de otorgar un financiamiento previo a sus proveedores y establecer relaciones comerciales estables en el tiempo. En estrecha

colaboración con las aportaciones de las organizaciones de cooperación internacional, el comercio justo se orienta al desarrollo y a una hipotética erradicación de la pobreza [2].

En el Perú el tema de la sostenibilidad se ve dificultada por diferentes factores, la principal de ellas es el tema político, legal, económico, tributario, ambiental, etc. Incidiendo en la gestión de las organizaciones, las cuales no pueden lograr sostenibilidad económica, social y ambiental, teniendo como consecuencias no poder alcanzar nuevos mercados y condiciones que permitan posicionarse en mercados nacionales o internacionales.

Esta investigación ha tomado en cuenta investigaciones previas como:

Figuroa, (2019), en su estudio tuvo como objetivo analizar la contribución del comercio justo de pequeñas producciones agroalimentarias (cacao, café y sus derivados) al desarrollo rural sostenible en Ecuador, también determinar sus características de este, así como la identificación de los factores que aporta el comercio justo de productos agroalimentarios, al desarrollo rural sostenible. La investigación se desarrolló teniendo en cuenta criterios tanto cualitativos como cuantitativos para finalmente llegar a la conclusión de que el comercio justo se basa en cumplir principios y prácticas comerciales justas, teniendo como eje central la protección de los derechos de los grupos productores, permitiéndoles una mayor participación en el mercado, de igual forma gracias a la aplicación de este se contribuye en mayor medida al desarrollo rural sostenible esto debido a que el Comercio Justo posiciona al recurso humano por encima de cualquier beneficio económico teniendo en cuenta la prevalencia de la equidad [3].

Paredes y Patiño, (2019), tiene como objetivo el análisis de la sostenibilidad del comercio justo con la finalidad de proponer una relación comercial justa y equitativa, dada entre los productores y consumidores en el sector avícola de la provincia de Tungurahua mediante una metodología bibliográfica-documental, para obtener los resultados y llegar a concluir la investigación se tomó una muestra a 21 granjas avícolas dedicadas a la producción de huevos ubicadas en el

cantón Pelileo. Como resultado final se dio comprobación a la hipótesis establecida en donde se pudo comprobar que la aplicación de un buen comercio justo aporta a la sostenibilidad del sector avícola [4].

Corvacho et al, (2018), en su tesis plantea como objetivo evaluar las dimensiones de sostenibilidad como social, económico y medioambiental de la certificación de comercio justo en los productores de la Cooperativa Agraria Cafetalera San Ignacio, se llevó a cabo una investigación de tipo tanto cualitativo como cuantitativo, a su vez se utilizó un diseño no experimental-transversal, como conclusión en su estudio afirma que influyó de manera positiva en las condiciones económicas con un porcentaje de 97,77%; en el aspecto social con 87,69% y ambiental con 64,62%; impulsando significativamente en la comercialización de café orgánico, también se pudo observar se pudo observar que es más fácil establecer contratos con clientes del extranjero, como son: EE.UU, Alemania, Canadá y España; si se tiene un producto certificado, favoreciendo de manera directa al pequeño productor, porque mientras más oportunidades de mercado hayan más desarrollo hay para toda la sociedad donde se desarrolla [5].

Herreros y Ortiz, (2022), tiene como objetivo comprender de qué manera la certificación del Comercio Justo beneficia a las exportaciones de café de la región Junín hacia Alemania, en el 2016-2020 en base a tres categorías que se deben cumplir las cuales son: la creación de oportunidades, precio justo y cuidado por el medio ambiente. El estudio realiza un análisis cualitativo mediante entrevistas a profundidad, se utilizó un enfoque mixto con una metodología descriptiva. Se concluyó que las categorías del Comercio Justo como el precio justo, la creación de oportunidades y el respeto por el medio ambiente tuvieron un efecto mínimo positivo para las exportaciones de café de la región Junín hacia Alemania en el periodo 2016-2020 [6].

Dávila y Jeiner, (2019), en su tesis tiene como objetivo determinar el impacto del comercio justo en el desarrollo sostenible de los caficultores del distrito de Tres Unidos, la investigación fue no experimental, la investigación concluye que el comercio justo impacta en el desarrollo sostenible con un Rho de Spearman de 0,77. [7].

También Calderón y Flores, (2021). Muestra un estudio, con tipo de investigación con enfoque cualitativo, no experimental - transversal, diseño de investigación descriptivo y fenomenológico donde no relaciona sus variables pero llega a la conclusión de que el comercio justo ayuda a un desarrollo sostenible, ya que la certificación del comercio justo aporta al crecimiento de la estabilidad económica para las familias de los socios productores que pertenecen a la cooperativa, asimismo se resalta la importancia del sello del comercio justo porque

agrega valor al producto, el cual se ve reflejado en la aceptación del grano de cacao en países que se ubican en el hemisferio norte y que al implementar el sello del comercio justo, este le agrega valor al producto [8].

A su vez Coscione et al, (2017), indica que el principal objetivo del movimiento del comercio justo es garantizar un acceso más directo a nuevos mercados mercado para sus productos, en condiciones más justas y equitativas. Con eso se busca fomentar un consumo responsable, mediante canales de comercialización más sostenibles y solidarios, reconociendo el trabajo de los productores y sus organizaciones. Ellos, a su vez, se comprometen activamente con el desarrollo de sus miembros y comunidades. Por otro lado, se intenta garantizar a los trabajadores agrícolas y artesanales condiciones de trabajo más dignas, promoviendo su asociatividad y empoderamiento [9].

Por ello este estudio ha formulado la interrogante: ¿Qué relación existe entre la sostenibilidad y el Comercio Justo en una empresa productora de lácteos, Perú, 2022?

Como objetivo general: Determinar la relación existe entre la sostenibilidad y el Comercio Justo en una empresa productora de lácteos, Perú, 2022.

Los objetivos específicos son:

Establecer como se relacionan la sostenibilidad y accesos a nuevos mercados en una empresa productora de lácteos, Perú 2022

Establecer como se relaciona la sostenibilidad y las condiciones comerciales justas en una empresa productora de lácteos, Perú 2022.

La presente investigación se fundamenta en una justificación teórica, ya que amplía el marco referencial y conceptual, de las variables sostenibilidad y comercio justo y como estas ayudaran a las mejoras de las organizaciones, las dimensiones de la sostenibilidad permitirán a la empresa trabajar con comercio justo que pondrá en el centro a los seres humanos, dignificando el trabajo, respetando el medio ambiente y fomentando una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales permitiendo fortalecer las condiciones de trabajo justas, accesos a nuevos mercados, logrando un desarrollo inclusivo, justo y sostenible.

Asimismo, de manera metodológica el estudio de la sostenibilidad con relación al comercio justo tendrá un aporte en la adaptación y la validación del instrumento donde engloba ambas variables de igual forma ayudará a futuros investigadores como un antecedente para el estudio de la sostenibilidad; teniendo en cuenta la manera práctica, permitirá brindar soluciones en cuánto a la sostenibilidad y comercio justo, en contextos similares y situaciones diferentes, así mismo mejorar la situación económica y bienestar social del ámbito de estudio, ya que las organizaciones al lograr un comercio justo permitirá posicionarse en el mercado competitivo brindado un trabajo justo, equidad de género, responsabilidad social, económica y

ambiental.

Con respecto a la sostenibilidad Fernández, (2012), que es el desarrollo sostenible satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. A partir de ahí se fueron formulando los principios básicos de lo que empezó a denominarse desarrollo sostenible. Al formular estos principios se puso el acento, al menos inicialmente, en la dimensión ambiental de dicho desarrollo, distinguiendo entre mero crecimiento cuantitativo y desarrollo cualitativo o integral [10].

Según Yuliani, (2010), la teoría de la sostenibilidad hace referencia a la capacidad que deben tener las empresas para lograr la satisfacción de las necesidades actuales del mercado sin poner en peligro o afectar la capacidad de satisfacer las propias necesidades de las futuras generaciones. Es por ello que para lograr un desarrollo sostenible, las empresas deben tomar medidas que sean económicamente viables, que respeten el medio ambiente y que sean socialmente equitativas. Es decir, integrar estas tres dimensiones para lograr un efectivo desarrollo. Sin embargo, a pesar de que las empresas reconocen la necesidad de integrar las dimensiones, en la práctica no realizan aun un cambio sustancial en el enfoque de las políticas y los programas organizacionales [11].

Muñiz et al, (2019) menciona que el comercio justo puede ser definido como un tipo de actividad que busca un desarrollo permanente para los productores locales, que intenta transformar indirectamente la sociedad a través de un modelo más equitativo y sustentable en donde las relaciones comerciales sean más justas, éticas y solidarias. Se basa en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los productores y trabajadores [12].

II. MATERIALES Y MÉTODOS

El enfoque considerado para esta investigación es el cuantitativo, el cual se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medicación numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis previamente formuladas, es decir se utiliza herramientas cuantitativas para mediar las variables (Sabino, 2012) [13].

La presente investigación es de diseño no experimental, puesto que Borja, (2012), señala que los diseños no experimentales se basan en la obtención de información sin manipular los valores de las variables, es decir, tal como se manifiestan las variables en la realidad en este caso sostenibilidad y comercio justo [14].

Asimismo, esta investigación es transversal. Según Del Rio, (2013) el estudio transversal es un tipo de investigación observacional que analiza datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población muestra o subconjunto

predefinido [15].

Esta investigación se encuentra dentro del tipo correlacional ya que, según Arias, (2006), describe que los estudios correlacionales son un tipo de investigación descriptiva que intenta determinar el grado de relación existente entre las variables [16].

La población y muestra total está compuesta por 20 proveedores, tanto hombres como mujeres, de la empresa de la ciudad de Cajamarca.

El instrumento utilizado es la encuesta y como técnica se utilizó el cuestionario que fue validado por expertos en administración, quienes respaldan que las preguntas son adecuadas y adaptadas a las variables, dimensiones, hipótesis y los objetivos.

Después de haber aplicado el instrumento, se procedió a organizar la información en Excel y el programa SPSS en su versión IBM 25, lo cual permitió elaborar las tablas que describen los resultados finales de las variables y dimensiones.

TABLA 01
OPERACIONALIDAD DE VARIABLES

| VARIABLE | DIMENSIONES | INDICADORES |
|----------------|---------------------------------|--|
| Sostenibilidad | Económico | -Niveles de Ingreso. - Precios competitivos para los productos. - Mejora la capacidad de producción. - Mayores niveles de venta para los productores. |
| | Social | - Equidad de Género -Condiciones de vida digna y saludable. -Nivel de Competitividad y productividad. |
| | Ambiental | Compromiso con el ambiente sano y productivo |
| Comercio justo | Accesos a mercados. | -Mayores conocimientos sobre el comercio. -Potencia las capacidades para entrar al mercado. - Informa sobre otras realidades. |
| | Condiciones comerciales justas. | - Precio justo para los productores. - vínculo entre el productor y el consumidor. Apoyo técnico y capacitaciones. |

Elaboración Propia (2022).

III. RESULTADOS

A continuación se muestran los resultados por variable y luego se presenta el análisis por objetivos.

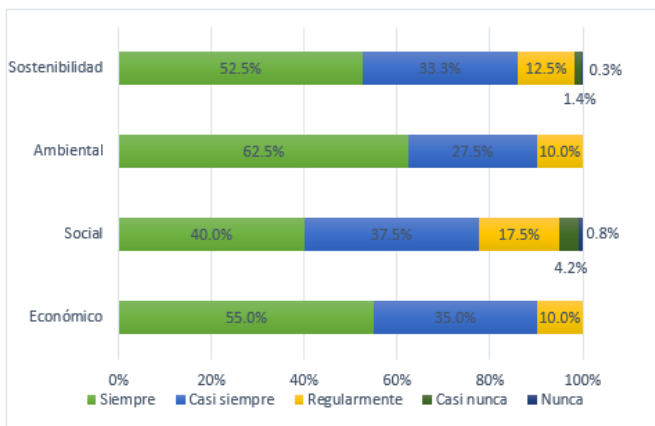


Fig. 1 Representación porcentual de la variable sostenibilidad.

En la figura 1, se muestra los resultados generales de la valoración de las tres dimensiones de la variable sostenibilidad, el 53% mantiene una relación positiva de que la mayoría de encuestados responde con que siempre consideran que la sostenibilidad les ayuda a mejorar en la dimensión Económico los niveles de ingreso, precios competitivos de la empresa, mejora de la capacidad de producción, mayores niveles de venta para los productores; en el sector social ayuda a una mejora en la equidad de género, condiciones de vida digna y saludable, competitividad y productividad; a su vez en la dimensión ambiental nos brinda información de que la empresa siempre mantiene un compromiso con el ambiente sano y saludable, el 33% de los clientes casi siempre, el 13% de los proveedores creen que regularmente, el 1% de los proveedores dice que casi nunca y mientras que el 0% dice que nunca; de un total de 20 proveedores de la empresa.

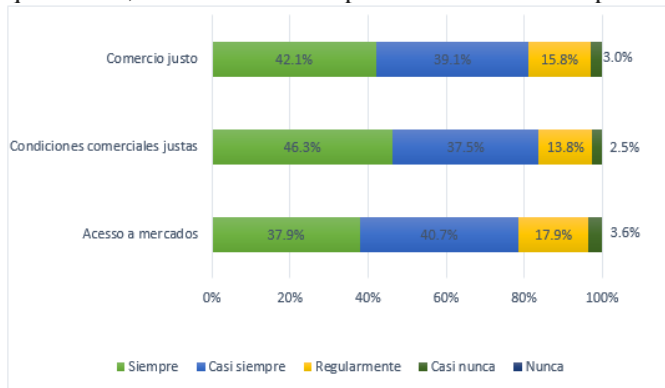


Fig. 2 Representación porcentual de la variable comercio justo.

En la figura N°2, se muestran los resultados generales de la valoración de las dos dimensiones en la segunda variable comercio justo la cual fue valorada con el 42% de los proveedores de la empresa de productos lácteos que respondieron con siempre, un 39% respondió que casi siempre, el 16% respondió con Regularmente, el 3% respondió casi nunca y sin embargo 0% respondió con

nunca, de un total de 20 proveedores encuestados de la empresa.

A. Objetivo General: Determinar la relación existe entre la sostenibilidad y el Comercio Justo en una empresa productora de lácteos, Perú, 2022.

TABLA 02
RELACIÓN ENTRE LA SOSTENIBILIDAD Y EL COMERCIO JUSTO EN UNA EMPRESA PRODUCTORA DE LÁCTEOS, PERÚ, 2022.

| Correlación | | Sostenibilidad | Comercio justo |
|-----------------|----------------|-----------------------------|----------------|
| Rho de Spearman | Sostenibilidad | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | .010 |
| | | N | 20 |
| | Comercio justo | Coefficiente de correlación | ,542** |
| | | Sig. (bilateral) | .010 |
| | | N | 20 |

Elaboración Propia (2022).

En la tabla N° 02, se muestra la correlación con un coeficiente Rho de Spearman de 0.542, lo cual muestra que existe una correlación positiva considerable y significativa entre las variables, además al haberse obtenido una significancia menor a 0.05, se puede deducir que las variables están relacionadas entre sí.

B. Objetivo Específico 1: Establecer como se relacionan la sostenibilidad y accesos a nuevos mercados en una empresa productora de lácteos, Perú 2022

TABLA 03
RELACIÓN ENTRE LA SOSTENIBILIDAD Y ACCESOS A NUEVOS MERCADOS EN UNA EMPRESA PRODUCTORA DE LÁCTEOS, PERÚ, 2022.

| Correlación | | Sostenibilidad | Acceso a mercados |
|-----------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|
| Rho de Spearman | Sostenibilidad | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | .010 |
| | | N | 20 |
| | Acceso a mercados | Coefficiente de correlación | ,293** |
| | | Sig. (bilateral) | .010 |
| | | N | 20 |

Elaboración Propia (2022).

En la tabla N° 03, se muestra la correlación con un coeficiente Rho de Spearman de 0.293, lo cual muestra que existe una correlación positiva media entre las variables, además al haberse obtenido una significancia menor a 0.05, se puede deducir que las variables están relacionadas entre sí.

C. Objetivo Específico 2: Establecer como se relaciona la sostenibilidad y las condiciones comerciales justas en una empresa productora de lácteos, Perú 2022.

TABLA 04
RELACIÓN ENTRE LA SOSTENIBILIDAD Y LAS CONDICIONES COMERCIALES EN UNA EMPRESA PRODUCTORA DE LÁCTEOS, PERÚ, 2022.

| Correlación | | Sostenibilidad | Comercio justo |
|-----------------|----------------|----------------------------|----------------|
| Rho de Spearman | Sostenibilidad | Coeficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | .00 |
| | | N | 20 |
| Comercio justo | Comercio justo | Coeficiente de correlación | ,452** |
| | | Sig. (bilateral) | ,046 |
| | | N | 20 |

Elaboración Propia (2022).

En la tabla N° 04, se muestra la correlación con un coeficiente Rho de Spearman de 0.452, lo cual muestra que existe una correlación positiva media entre las variables, además al haberse obtenido una significancia menor a 0.05, se puede deducir que las variables están relacionadas entre sí.

IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

Este estudio encontró resultados similares a los de Dávila y Jeiner, (2019), ya que, en su estudio descriptivo-Correlacional, para obtener los resultados y llegar a concluir la investigación, se tomó una muestra a 225 caficultores del Distrito de Tres Unidos de la Provincia de Picota. Ya que llegó a encontrar resultados de experiencias externas, encontrando similitudes en los resultados. De manera general se concluye que el comercio justo viene presentando un impacto positivo sobre el desarrollo sostenible de los caficultores del Distrito de Tres Unidos de la provincia de Picota, pues, gracias a esto han podido ser partícipes en la venta de sus productos en mercados extranjeros, contribuyendo a la mejora en cuanto a sus niveles de ingreso [8].

El estudio de Corvacho et al, (2018), guarda relación

con este estudio ya que evalúa las dimensiones de la sostenibilidad como social, económica y ambiental y como beneficiaran a la certificación del comercio justo, siendo un estudio cualitativo como cuantitativo, la investigación mostró como resultados que influyó de manera positiva en las condiciones económicas con un porcentaje de 97,77%; en el aspecto social con 87,69% y ambiental con 64,62%; impulsando significativamente en la comercialización de café orgánico con la certificación, también se pudo observar un desarrollo para la Cooperativa, en este estudio también se encontró una relación directa entre estas variables mostrando que cuando se haga una adecuada gestión del comercio justo las empresa podrá ser sostenible en el tiempo[5].

Este estudio también coincide con Calderón y Flores, (2021), quién muestra relación en su estudio ya que llega a la conclusión de que el comercio justo ayuda a un desarrollo sostenible, ya que aporta al crecimiento de la estabilidad económica para las familias de los socios productores que pertenecen a la cooperativa, también resalta la importancia del sello del comercio justo porque agrega valor al producto, un valor que hace referencia a las condiciones comerciales justas, respeto por el medio ambiente, dignificación del trabajo, no discriminaciones, una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales, el cual se ve reflejado en la aceptación del grano de cacao en países que se ubican en el hemisferio norte, en este estudio se comprobó que una adecuada gestión de las dimensiones de la sostenibilidad como el ámbito económico, social y ambiental permiten a las empresas mantenerse y crecer [7].

También Coscione et al, (2017), guarda relación con el estudio ya que dice que el principal objetivo del comercio justo es garantizar a los pequeños productores agrícolas y artesanales un acceso más directo a nuevos mercados para sus productos, en condiciones más justas y equitativas. Con eso se busca fomentar un consumo responsable, mediante canales de comercialización más sostenibles y solidarios, reconociendo el trabajo de los productores y sus organizaciones, en este estudio se encontró que la práctica del comercio justo permite sostenibilidad a las organizaciones[9].

Conclusiones

Se concluye de acuerdo con el objetivo general del estudio que existe una correlación positiva considerable entre la sostenibilidad y el comercio justo en una empresa de lácteos, Perú 2022, estos resultados fueron comprobados a través del coeficiente Rho Spearman obteniendo una de correlación de 0.542; un nivel de significancia de 0.010 siendo este menor a 0.05, es decir que las variables se relacionan entre sí, por lo tanto, la sostenibilidad y sus dimensiones se relación de manera eficaz con el comercio justo porque van de la mano, el comercio lograra un desarrollo inclusivo, justo y sostenible, mediante el fomento

de patrones productivos y de consumos alternativos y solidarios los cuales propone la sostenibilidad. Esto hará que el comercio justo sea un modelo comercial que pone al centro los seres humanos y la sostenibilidad social, económica y ambiental de las sociedades; dignificando el trabajo, respetando el medio ambiente y fomentando una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales. También estas dos variables en conjunto permitirán ingresos a nuevos mercados y condiciones comerciales justas.

A su vez, en relación con los objetivos específicos se demostró que existe una correlación positiva media entre la sostenibilidad y accesos a mercados en una empresa de lácteos, Perú 2022, se comprobó a través del coeficiente Rho Spearman obteniendo una correlación de 0.293; así mismo presenta un nivel de significancia bilateral de 0.010 siendo esta menor a 0.05, es decir que la sostenibilidad y los accesos a mercados se relacionan entre sí, por lo tanto, utilizando adecuadamente la sostenibilidad y sus dimensiones el comercio justo garantizara a los pequeños productores agrícolas y artesanales un acceso más directo a nuevos mercados para sus productos, en condiciones más justas y equitativas.

Finalmente, se comprobó que existe una correlación positiva media entre sostenibilidad y las condiciones comerciales justas en una empresa de lácteos Perú, 2022, se demostró a través del coeficiente Rho Spearman obteniendo una correlación de 0.452*; así mismo presenta un nivel de significancia bilateral de 0.00 menor a 0.05 es decir que la sostenibilidad y las condiciones comerciales justas se relacionan entre sí, por lo tanto, la sostenibilidad económica, social y ambiental permite que el comercio justo tenga condiciones comerciales justas y ponga de centro a los seres humanos, dignificando el trabajo, respetando el medio ambiente y fomentando una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales, permitiéndole lograr alcanzar un desarrollo justo y sostenible.

REFERENCIAS

- [1] Vanamo, K. (2019). Finlandia apuesta al desarrollo sostenible. *Clarín*.
- [2] García, A. (2012). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? *SciELO*, 10-16.
- [3] Figueroa, D. (2019). El Comercio Justo como estrategia de desarrollo rural sostenible, para pequeñas producciones agroalimentarias en Ecuador. *Tesis para maestría*. Universidad de Córdoba, Ecuador.
- [4] Paredes y Patiño, (2019). Análisis de la sostenibilidad del comercio justo en el sector avícola de la provincia de Tungurahua y la propuesta de un sistema de modelación financiera. *Tesis de titulación*. Universidad de las fuerzas armadas, Ecuador.
- [5] Corvacho et al., (2018). Efectos de la certificación comercio justo en la comercialización de café orgánico por la cooperativa agraria cafetera Cebicafen LTDA. Distrito de Namballe, provincia de San Ignacio, departamento de Cajamarca - 2016. *Repositorio UMB*, 20-43.
- [6] Herreros y Ortiz, (2022). Análisis de la certificación del comercio justo para las exportaciones de café de la región Junín hacia Alemania, en el periodo 2016-2020. *[Tesis de titulación]*. UPC, Lima.
- [7] Calderón y Flores, (2021). Análisis del comercio justo en el desarrollo socioeconómico de exportadores de cacao de la cooperativa cordillera azul del distrito nuevo progreso-san Martín 2020. *Repositorio Institucional UPN*.
- [8] Dávila y Jeiner, (2019). Impacto del comercio justo en el desarrollo sostenible de los caficultores del distrito de Tres Unidos, provincia de Picota, 2018. *[Tesis de titulación]*. Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, Tarapoto.
- [9] Coscione et al, (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. Cepal. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11362/42404>
- [10] Fernández, F. (2012). Sostenibilidad palabra y concepto . *Sostenibilidad palabra y concepto* , 1-10.
- [11] Yuliani, P. P. (s/f). HOLLINGER vs. CONRAD BLACK. Blogspot.com. Recuperado el 4 de noviembre de 2022, de <http://hollinger-conradblack2004.blogspot.com/2010/04/teoria-de-las-tres-dimensiones-de.html>
- [12] Muñiz et al., (2019). El comercio justo como alternativa para desarrollar estrategias en beneficio de los productores. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/954/pdf>
- [13] Sabino, C. (2012). El proceso de investigación. Ed. Panamericano.
- [14] Borja, M. (2012). Metodología de la investigación científica para ingenieros . StuDocu.
- [15] Del Rio, D. (2013). Diccionario glosario de metodología de la investigación social. Universidad Nacional de Educación a distancia.
- [16] Arias, F. (2006). El proyecto de investigación . Episteme.
- [17] Dávila y Jeiner, (2019). Impacto del comercio justo en el desarrollo sostenible de los caficultores del distrito de Tres Unidos, provincia de Picota, 2018. *[Tesis de titulación]*. Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, Tarapoto.
- [18] Coscione et al, (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. Cepal. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11362/42404>