

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TEMA:**

**Análisis de la implementación de la certificación Fairtrade en  
una exportadora de banano en la ciudad de Samborondón**

**AUTORA:**

**Calderón Mendoza, Andrea Belén**

**Titulación mediante examen complejo previo a la  
obtención del Título de:**

**INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**REVISORA**

**Ing. Terán Molina, Diana Verónica**

**Guayaquil, Ecuador  
26 de septiembre del 2016**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente componente práctico del examen complejo, fue realizado en su totalidad por **Calderón Mendoza, Andrea Belén** como requerimiento para la obtención del Título de **INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**.

**REVISOR (A)**

f. 

**Ing. Terán Molina, Diana Verónica**

**DIRECTOR (e) DE LA CARRERA**

f. 

**Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.**

**Guayaquil, a los 26 días del mes de septiembre del año 2016**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Calderón Mendoza, Andrea Belén**

**DECLARO QUE:**

El componente práctico del examen complejo, **Análisis de la implementación de la certificación Fairtrade en una exportadora de banano en la ciudad de Samborondón** previo a la obtención del Título de **INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 26 días del mes de septiembre del año 2016**

**LA AUTORA**

*Belén Calderón M.*

f. \_\_\_\_\_

**Calderón Mendoza, Andrea Belén**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Calderón Mendoza, Andrea Belén**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen Análisis de la implementación de la certificación Fairtrade en una exportadora de banano en la ciudad de Samborondón** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 26 días del mes de septiembre del año 2016**

**LA AUTORA:**

*Belén Calderón M.*

f. \_\_\_\_\_

**Calderón Mendoza, Andrea Belén**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL  
  
REPORTE URKUND**

The screenshot displays the URKUND web interface. The browser address bar shows the URL: <https://secure.orkund.com/view/21450465-235266-714065#q1bKLvayijYx1zGx0DGxjNVRKs5Mz8tMy0xOzEtOVbly0DMw>. The page title is "URKUND".

**Documento:** CALDERON\_BELEN\_FINAL.docx (D21758808)  
**Presentado:** 2016-09-14 16:18 (-05:00)  
**Presentado por:** belencalde@hotmail.com  
**Recibido:** diana.teran.ucsg@analysis.orkund.com  
**Mensaje:** CALDERON BELEN FINAL [Mostrar el mensaje completo](#)

1% de esta aprox. 22 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 1 fuentes.

**Lista de fuentes Bloques**

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	<a href="http://www.fairtrade.net/fileadmin/user...">http://www.fairtrade.net/fileadmin/user...</a>
<b>Fuentes alternativas</b>	
<b>La fuente no se usa</b>	

At the bottom of the interface, there are navigation and action buttons: Reiniciar, Exportar, and Compartir.

LINK: <https://secure.orkund.com/view/21450465-235266-714065#q1bKLvayijax0DGxjNVRKs5Mz8tMy0xOzEtOVbly0DMwMDEyMTU2srA0MjQ3tTQxtqwFAA==>

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecerle en primer lugar a Dios por guiarme y darme el entendimiento para poder realizar este componente práctico, en segundo lugar a mi familia y amigos, que han sido un pilar fundamental en mi vida, brindándome su apoyo en momentos difíciles de mi vida, y finalmente a mi profesora guía de componente práctico la Ing. Diana Terán y a la Ing. Cynthia Román, por brindarme su ayuda en todo momento y compartir sus conocimientos para el desarrollo de este componente práctico

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a Dios, a mis padres y hermana. En primer lugar a Dios porque me ha dado la fortaleza para no rendirme en cada obstáculo que la vida me ha puesto en mi camino, cuidándome y guiándome para nunca rendirme y alcanzar mis metas. A mis padres Manuel Andrés Calderón Aguirre y Juana Bella Mendoza Macías sin ellos no podría haber logrado nada importante en mi vida y a lo largo de mí día a día me han enseñado valores como el amor, el respeto, la humildad y la superación. A mi hermana Marcia Nathaly Calderón Mendoza quien con su ejemplo de hermana mayor me ha enseñado que si uno quiere, puede.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL  
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Terán Molina, Diana Verónica**

REVISORA

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.**

DIRECTORA (e) DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Barbery Montoya, Danny Christian**

COORDINADOR DEL ÁREA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL  
CALIFICACIÓN**

---

**Calderón Mendoza, Andrea Belén**

# ÍNDICE

## Contenido

<b>1.</b>	<b>CAPITULO 1</b> .....	<b>18</b>
1.1	ASPECTOS GENERALES .....	18
1.2	PROBLEMÁTICA.....	18
1.3	JUSTIFICACIÓN .....	18
1.4	OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS .....	18
1.4.1	OBJETIVO GENERAL: .....	18
1.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS: .....	18
1.5	RESULTADOS ESPERADOS.....	19
<b>2.</b>	<b>CAPITULO 2</b> .....	<b>20</b>
2.1	ANÁLISIS CERTIFICACION FAIRTRADE .....	20
2.2	REQUISITOS GENERALES.....	23
2.2.1	DERECHO A COMERCIAR PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO FAIRTRADE .....	23
2.2.2	USO DE LA MARCA REGISTRADA FAIRTRADE .....	24
2.3	COMERCIO .....	25
2.4	TRAZABILIDAD.....	25
2.5	COMPOSICIÓN DEL PRODUCTO.....	26
2.6	PRODUCCION.....	26
2.7	DERECHOS LABORALES .....	26
2.8	PROTECCION AMBIENTAL .....	27
2.9	NEGOCIOS Y DESARROLLO .....	27
2.10	CONTRATOS.....	27
2.11	FUNCIÓN DEL PAGADOR O TRASMISOR .....	27
2.12	CONTRATOS FAIRTRADE PARA TRASMISORES.....	28
2.13	RESPECTO DE LOS CONTRATOS .....	28

2.14	PAGO Y ACUERDO SOBRE EL PRECIO DE MERCADO .....	29
2.15	PUNTUALIDAD EN EL PAGO .....	29
2.16	PRÁCTICAS COMERCIALES INJUSTAS .....	29
3.	CAPITULO 3 .....	30
3.1	EMPRESA CERTIFICADA .....	30
3.2	HISTORIA.....	30
3.3	FILOSOFÍA.....	30
3.4	MISIÓN .....	30
3.5	VISIÓN .....	31
3.6	PRODUCTOS.....	31
3.7	PROCESO DE CERTIFICACIÓN.....	32
3.8	ETAPAS DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN .....	32
3.8.1	PETICIÓN DE PERMISO DE COMERCIALIZACIÓN .....	32
3.8.2	PERMISO PROVISIONAL DE COMERCIALIZACIÓN .....	32
3.8.3	PAGO DE CÁNONES RESPECTIVOS .....	32
3.8.4	FIRMA DE CONTRATO .....	33
3.8.5	POST-FIRMA DE CONTRATO .....	33
3.9	ETAPAS APLICADAS A LA COMPAÑÍA EXPORTADORA.....	33
3.9.1	PETICIÓN DE PERMISO DE COMERCIALIZACIÓN .....	33
3.9.2	PERMISO DE COMERCIALIZACIÓN .....	33
3.9.3	PAGO DE CÁNONES RESPECTIVOS .....	34
3.9.4	FIRMA DE CONTRATO .....	34
3.9.5	POST-FIRMA DE CONTRATO .....	34
3.10	RESULTADOS DE LA CERTIFICACIÓN FAIRTRADE .....	35
4.	CAPITULO 4 .....	41
4.1	IMPORTANCIA DEL CERTIFICADO FAIRTRADE EN EL MERCADO ECUATORIANO .....	41
4.2	PANORAMA BANANERO EN EL ECUADOR.....	41

<b>4.3 EL COMERCIO JUSTO EN ECUADOR .....</b>	<b>41</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>47</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>48</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>49</b>
<b>GLOSARIO.....</b>	<b>51</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>52</b>

# ÍNDICE DE GRAFICOS Y TABLAS

<b>Gráfico 1</b>	
VENTAS 2015 PRIMER SEMESTRE SIN PRODUCCIÓN FAIRTRADE-----	37
<b>Gráfico 2</b>	
VENTAS 2016 PRIMER SEMESTRE CON PRODUCCIÓN FAIRTRADE -----	37
<b>Gráfico 3</b>	
CAJAS EXPORTADAS FAIRTRADE 2015 -----	38
<b>Gráfico 4</b>	
CAJAS EXPORTADAS FAIRTRADE 2016 -----	39
<b>Gráfico 5</b>	
CAJAS EXPORTADAS MARCA FYFFES 2015 -----	39
<b>Gráfico 6</b>	
CAJAS EXPORTADAS MARCA FYFFES 2016 -----	40
<b>Gráfico 7</b>	
EXPORTACIONES DE EMPRESAS CON CERTIFICACIÓN FAIRTRADE -----	45
<b>Gráfico 8</b>	
PRODUCCION DE EMPRESAS CON COMERCIO JUSTO-----	46
<b>Tabla 1 VENTAS TRIMESTRALES 15-16</b> -----	35
<b>Tabla 2 INFORME DE VENTAS TRIMESTRAL 15-16</b> -----	36

## RESUMEN

La certificación Fairtrade busca un desarrollo sustentable y el comercio justo para los pequeños productores agrícolas y en vista del cambio de la matriz productiva que se está dando en el Ecuador, la empresa Golden Value ha decidido optar por comerciar de manera justa, lo cual afirma su interés por el desarrollo sustentable de la economía productiva nacional.

El mercado ecuatoriano, lleno de injusticias en el pago a los pequeños productores, toma otra perspectiva por la tendencia de comerciar justamente a criterio de la certificación Fairtrade, para esto es necesario que la exportadora cumpla con los requisitos que le son impuestos por la certificación y así demostrar que se realiza un pago justo a los productores, garantizando no solamente la explotación sustentable y ecológica de la tierra sino también el pago justo al capital humano que la trabaja.

La certificación le abre las puertas a la exportadora para comerciar sus productos en los mejores mercados de Europa y América, por lo cual la demanda de producto bananero sube y los productores tienen asegurada la venta de su producción.

Es necesario mencionar que la exportadora Golden Value debe pasar por el arduo proceso de certificación y corregir las prácticas que no estén de acuerdo a los criterios del comercio justo o Fairtrade y de esta manera, una vez obtenida la certificación acceder a todos los beneficios antes mencionados y mejorar el desarrollo agrícola en el país y subsecuentemente la matriz productiva del mismo.

**Palabras Claves:** SUSTENTABLE, ECOLÓGICO, PRODUCTORES, CERTIFICACIÓN, BENEFICIOS, COMERCIO, PAGO JUSTO, DESARROLLO

## ABSTRACT

The Fairtrade certification seeks sustainable development and fair trade for small farmers. In view of the productive matrix change that is taking place in Ecuador, producers are implementing new methods to become more competitive. The company Golden Value has decided to trade fairly. Which confirm its interest in the sustainable development of the national economy.

The Ecuadorian market, full of injustices in payments to small producers, has taken recently another perspective on the trend of trade, in special in terms of Fairtrade certification. This requires that the export meets the requirements that are imposed by the certification and demonstrate that a fair payment is made to producers, guaranteeing not only sustainable and ecological use of land but also the recognition to the right human capital that works.

The certification opens the doors to the exporter to trade their products in the best markets in Europe and America, so the demand for the products tend to rises and banana producers have assured the sale of their production.

It should be mentioned that the exporter Golden Value had to go through the arduous process of the certification and correct its practices that were not according to the criteria of fair trade. Obtaining the certification represents the access to all the benefits mentioned above and the improvement of agricultural development in the country, which will directly affect the productive matrix of Ecuador.

**Keywords:** SUSTAINABLE, ECOLOGICAL, PRODUCERS, CERTIFICATION, BENEFITS, TRADE, FAIR PAY, DEVELOPMENT

## RÉSUMÉ

La certification Fairtrade vise le développement durable et le commerce équitable pour les petits agriculteurs et compte tenu de la modification de la matrice de production qui se déroule dans les producteurs en Equateur, la société Golden Value a décidé de choisir de commerce équitable, qui affirme son intérêt pour le développement durable de l'économie productive nationale.

Le marché équatorien, plein d'injustices dans les paiements aux petits producteurs, prend un autre point de vue sur l'évolution des échanges précisément à la discrétion de la certification Fairtrade, cela exige que l'exportation est conforme aux exigences imposées par la certification et de démontrer qu'un paiement équitable est faite aux producteurs, garantissant non seulement l'utilisation durable et écologique des terres, mais aussi le paiement du capital humain droit qui fonctionne.

La certification ouvre les portes à l'exportation pour le commerce de leurs produits dans les meilleurs marchés en Europe et en Amérique, de sorte que la demande de la hausse des produits et des producteurs de bananes ont assuré la vente de sa production.

Il convient de mentionner que l'exportateur Golden Value doit passer par le processus ardu de certification et de bonnes pratiques qui ne sont pas conformes aux critères de Fairtrade du commerce équitable et donc, une fois la certification obtenue pour accéder à tous les avantages mentionnés ci-dessus et d'améliorer le développement agricole dans le pays et par la suite la matrice productive de la même.

**Mots Clés :** DURABLE, ECOLOGIQUE, LES PRODUCTEURS, LA CERTIFICATION, LES AVANTAGES, LE COMMERCE, LA REMUNERATION EQUITABLE, LE DEVELOPPEMENT

# INTRODUCCIÓN

El Comercio Justo tiene como criterio principal combatir la pobreza y fortalecer a los productores en países de escasos recursos alrededor del mundo; no obstante también ofrece beneficios al comerciante, como lograr un comercio más justo mientras se empodera a los pequeños productores, logrando un desarrollo sustentable y sostenible de los recursos. Actualmente en Ecuador los pequeños y medianos productores no tienen una vía para comerciar sus productos de manera justa, lo cual les obliga a disminuir los precios e incurrir en prácticas poco profesionales disminuyendo la calidad y la cantidad de la producción de la tierra, tal es el caso que el actual Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) ha implementado mesas de trabajo con los pequeños productores para ayudarlos en su labor productiva y asociándolos para tecnificar la producción, especificando al precio mínimo que se deben vender los productos para que puedan ser competitivos en el mercado.

Lo que se propone con el Fairtrade es que los productores que se han visto al margen del comercio justo puedan integrarse en un nuevo ámbito comercial que les permita ofrecer sus productos en un mercado que prefiere la calidad antes que la cantidad, y la calidad no solo de sus productos sino de toda la cadena de suministros que existe detrás de esos productos.

## **1. CAPITULO 1**

### **1.1 ASPECTOS GENERALES**

### **1.2 PROBLEMÁTICA**

Con el fin de incentivar la relación comercial justa y voluntaria entre el comerciante y el productor, nace el Fairtrade o “Justo Comercio” como una manera alternativa de intercambio comercial, el cual es promovido por varias entidades internacionales, movimientos políticos y sociales sobre el pacifismo y el ecologismo.

Es necesario promover un comercio responsable con el medio ambiente, con la sociedad y con un vivir digno, es por eso que la empresa Golden Value quiso ser parte de este proceso y solicitar a la empresa reguladora FLOCERT una auditoría con el fin de contar con el aval y el sello de Comercio Justo.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

La certificación Fairtrade se creó con el fin de promover cadenas de suministros más equitativas en el mundo, esto se ve reflejado en la mejora en el trato que reciben los productores y trabajadores mediante las garantías de precios mínimos y las primas del Comercio Justo que pueden ser utilizadas en mejorar la infraestructura, salud o proyectos sociales.

### **1.4 OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS**

#### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL:**

Analizar el impacto de la certificación Fairtrade en una exportadora de banano en la ciudad de Samborondón.

#### **1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Identificar el proceso para obtener la certificación Fairtrade.
- Demostrar la situación actual de la empresa Golden Value después de la implementación de la certificación Fairtrade.
- Conocer el impacto en el sector bananero ecuatoriano gracias a la certificación Fairtrade.

## **1.5 RESULTADOS ESPERADOS**

Como resultado se espera identificar mediante la evaluación de todo el proceso de certificación los beneficios para el comerciante tanto económicos ya sea en ventas y en ingresos, como de apertura de mercado. Se espera después de este análisis comprender el motivo por el cual la gerencia decidió realizar la certificación Fairtrade en una marca donde ya se tenía el ingreso al mercado europeo. Así mismo realizar un análisis del Comercio Justo en el Ecuador y su evolución a través de los años.

## **2. CAPITULO 2**

### **2.1 ANALISIS CERTIFICACION FAIRTRADE**

Fairtrade o comercio justo es una estrategia que posee una serie de directrices para sustentar el comercio y aumentar los ingresos de los productores que posean ganancias por debajo de lo requerido para subsistir. Teniendo en cuenta que el sistema comercial convencional de cada país no brinda las seguridades económicas necesarias para los productores, la certificación Fairtrade trata de equilibrar esto con sus normas y criterios. (Hawkey, 2015)

El objetivo de la certificación Fairtrade es ayudar a los pequeños productores y trabajadores que se encuentren marginados de los beneficios del comercio para que puedan disfrutar de subsistencia sostenible y segura, maximizar su potencial y tomar decisiones sobre su futuro. (Hawkey, 2015)

Los principales objetivos a largo plazo que se plantea la certificación son:

- Conseguir que el intercambio de productos se produzca según las normas comercio más equitativo e igualitario.
- Estimular a los trabajadores y productores mostrándoles una mejor vía para comerciar sus productos y trabajar la tierra.
- Redefinir los estándares de sostenibilidad y productividad para los productores

Para cumplir estos objetivos se deben conquistar cuatro cambios paralelos en los siguientes parámetros de producción:

- En todos los tipos de agrupaciones de productores y trabajadores que se encuentren dentro de la cadena de suministros.
- En las actividades comerciales que se realizan en la cadena de suministro, desde el trabajador de la tierra hasta el exportador.
- En el proceder del consumidor como fin de la cadena comercial, esto con el objetivo de concientizarlo en los beneficios de los productos responsables y ecológicos de mayor calidad.
- Gestión y desarrollo de la población involucrada en el sistema de producción.

Para poder establecer los criterios de Comercio Justo, Fairtrade, es necesario tener en consideración que la certificación reafirma los modelos que han sido establecidos por entidades internacionales de mayor pericia o especialidad en temas laborales.

La certificación, como se mencionaba anteriormente, cuenta con procedimientos específicos que le ayudan a establecer los criterios de Comercio Justo, tal como la plantea el “Código ISEAL”, el cual también es respetado y tomado como referencia para los procedimientos a ejecutar, ya que cuenta con las directrices apropiadas para el desarrollo de las buenas prácticas ambientales. (Coscione, 2008)

El proceso de certificación Fairtrade está compuesto de cuatro etapas, las cuales son:

- Requisitos Generales.- Es aquí donde se establecen los requerimientos que son exigidos por la certificación, como el etiquetado de los productos que se desean certificar, del mismo modo que el proceso de empaquetado de los productos terminados.
- Comercio.- Es la etapa en que se empiezan a definir los requisitos que se encuentran ligados con el sistema comercial que mantenga, es preciso mencionar que en este punto se definen las practicas que no están acordes con las políticas o los lineamientos de Fairtrade para posteriormente modificarlas de ser necesario.
- Producción.- Es la etapa humanística dentro del proceso, ya que se encarga de velar por las prácticas.
- Negocios y Desarrollo.- Es la parte final del proceso en el cual se analizan todos los acuerdos comerciales y el desarrollo de los mismos en correspondencia con los estándares de la certificación Fairtrade. (Hawkey, 2015)

Cada una de las etapas del proceso está dividida a su vez en los siguientes parámetros:

- La intención: Especifica los objetivos que se deben cumplir y el rango en el cual deben ser aplicados para permitir un óptimo cumplimiento de los objetivos planteados.
- Los requisitos: Especifica reglas que se deben cumplir y las auditorías que se realizarán en base a los mismos.
- Las orientaciones: Son guías sobre cómo realizar los requisitos y captar de manera correcta la intención, y aunque no es de estricto cumplimiento sirve para trazar una ruta segura para el cumplimiento de los objetivos. (Hawkey, 2015)

#### Requisitos:

Dentro de los procesos antes mencionados se encuentran los requisitos, los cuales a su vez se dividen en:

- Básicos: Son requisitos esenciales, es decir que son los que establecen directamente los objetivos que se deben cumplir de manera obligatoria, para obtener la certificación.
- 
- Mejores Prácticas Voluntarias (MPV): son las que hacen referencia a los pasos adicionales o complementarios que deben realizar todos los actores que se encuentran involucrados dentro de los procesos comerciales para establecer circunstancias de intercambio justas. Estos requisitos sirven como punto de referencia para poder lograr mejores prácticas y contribuir a una mayor sostenibilidad y eficiencia en toda la cadena de suministro. Estas prácticas no son obligatorias y tampoco son requisito indispensable para cumplir con el Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Comerciantes. Sin embargo estas prácticas son controladas regularmente para poder registrar a aquellos que van más allá de los requerimientos mínimos y a los cuales se los identifica con el término 'MPV'. (Hawkey, 2015)

El Criterio de Comercio Justo para Comerciantes se adapta a cualquier tipo de producto que se desee certificar. Es necesario ejecutar y analizar el Criterio para cada producto. Para cada producto existe un Criterio con sus requisitos básicos el

cual tiene sus propias excepciones; se podría decir que este Criterio de Comercio Justo para Comerciantes reemplaza a los Criterios de Comercio Justo para cada producto específico salvo las excepciones. (Brisa Ceccon Rocha y Eliane Ceccon, 2010)

Rocha y Ceccon (2010) explican que las escalas de los Precios Mínimos y la Prima son transmitidas de manera separada de los criterios de productos. Ya sean los que pagan o los que transmiten se deben dirigir a la página web de Fairtrade International con el fin de precisar particularidades referentes a las escalas de los Precios Mínimos y la Prima para así asegurar que se cumplan con los mismos. Los productores deben asegurar que se mantienen informados de las escalas actuales tanto de los precios como de las primas para cada uno de sus productos.

## **2.2 REQUISITOS GENERALES**

### **2.2.1 DERECHO A COMERCIAR PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO FAIRTRADE**

Los comerciantes de productos Fairtrade se verán obligados a cumplir con todas las normas que el Criterio presente por lo que se les realizará una auditoría.

Las reglas para que se pueda garantizar el comercio justo son las siguientes:

- Primero se pide una autorización al órgano de certificación para poder comercializar productos Fairtrade.
- Las auditorías anunciadas y no anunciadas serán llevadas a cabo en las instalaciones de la empresa solicitante habiendo realizado los informes requeridos para así comprobar que se cumpla con el criterio.
- Se exige que los entes complementarios con los que se trabaja también cumplan con este criterio.
- Siempre que se tenga la certificación o alguna verificación válida la compra de productos se realiza exclusivamente a productores o comerciantes de Comercio Justo.

- Los productos de Comercio Justo sin empaquetar y que estén listos para ser consumidos deben ser vendidos exclusivamente a comerciantes que gocen de la certificación.
- Abastecimiento a partir de organizaciones de productores; la compra de productos certificados se la realiza a organizaciones de productores y no a miembros de la organización.
- Suspensión; no se puede firmar nuevos contratos Fairtrade el proveedor, comprador o comerciante son suspendidos.
- Descertificación; no se puede realizar ninguna transacción con un comerciante descertificado aun cuando existan contratos firmados, únicamente se pueden aceptar productos comercializados antes del vencimiento de la certificación.
- Oficial Fairtrade; se designa a una persona encargada para ser el contacto directo para tratar temas de certificación y auditoria. (Hawkey, 2015)

### **2.2.2 USO DE LA MARCA REGISTRADA FAIRTRADE**

- Para poder usar cualquiera de los Sellos Fairtrade o cualquier otra referencia se debe establecer un contrato por escrito con una organización internacional o nacional Fairtrade.
- Se debe garantizar que sea cual sea el diseño con el sello Fairtrade en el empaquetado se efectúe bajo la 'Orientación sobre el Uso de la Marca Registrada' y haya sido aprobado con anterioridad para su correcto uso.
- Verificación de reclamaciones; todas las reclamaciones que se realicen sobre el abastecimiento de productos Fairtrade deben ser garantizadas ante una Organización Nacional Fairtrade o un agente antes de que sean comunicadas públicamente. (Hawkey, 2015)

Al referirse al abastecimiento de productos Fairtrade se trata de un abastecimiento responsable al comprar materia prima en justas condiciones.

### **2.3 COMERCIO**

Dar el mayor beneficio a los productores manteniendo la credibilidad ante los consumidores. (Hawkey, 2015)

### **2.4 TRAZABILIDAD**

Se debe garantizar por cada venta de producto Fairtrade que un volumen haya sido comprado a productores Fairtrade bajo las condiciones Fairtrade y que haya un correcto rastreo físico de los ingredientes hasta los productores Fairtrade. Sin embargo en algunos casos donde cumplir con la trazabilidad pueda comprometer la maximización de los beneficios a los productores, se debe realizar el Balance de masa que es la comprobación de que lo se compra como Fairtrade corresponde a lo vendido como Fairtrade. (Hawkey, 2015)

- ✓ Trazabilidad documental: permite que las transacciones Fairtrade sean identificables a lo largo de toda la cadena de suministro.
  - Se identifica correctamente todos los productos Fairtrade en los documentos de compra y venta ya sean estas facturas y órdenes de compra.
  - Se garantiza que el órgano de certificación y el comerciante puedan rastrear; el nombre y el número de certificación, fechas de operación, cantidades del producto, pagos y primas.

- Se debe tener registros de los materiales, procesos y venta de los productos Fairtrade esto permitirá que pueda ser rastreada la producción Fairtrade hasta los insumos Fairtrade.
- ✓ Trazabilidad Física: permite distinguir claramente los productos de Comercio Justo de los que no lo son; esto posibilita un correcto seguimiento de los productos vendidos hasta llegar al productor.
  - La identificación correcta de los productos de Comercio Justo Fairtrade en todas las etapas como proceso, transporte y manipulación y en todos los registros y documentación.
  - Al momento de la venta se debe identificar claramente el producto como Fairtrade.
- ✓ Balance de masa: esta medición no aplica para banano.

## **2.5 COMPOSICIÓN DEL PRODUCTO**

La intención del sellado de productos alimenticios es maximizar los beneficios de los productores; el producto debe incluir la mayor cantidad de ingredientes certificados de Comercio Justo Fairtrade los cuales deben ser reflejados en las declaraciones Fairtrade y en el paquete. (Hawkey, 2015)

## **2.6 PRODUCCION**

La producción abarca la sostenibilidad superior del medio ambiente y social en las cadenas de suministro Fairtrade. (Coscione, 2008)

## **2.7 DERECHOS LABORALES**

Los derechos de los trabajadores en la cadena de suministro Fairtrade deben ser respetados, se espera que los comerciantes reconozcan el llamado de la Organización Internacional de Trabajo por un trabajo decente para todos. Se deben cumplir con las leyes laborales y los acuerdos de la OIT. (Coscione, 2008)

## **2.8 PROTECCION AMBIENTAL**

Se debe minimizar el impacto negativo respecto al ambiente de la cadena de suministro Fairtrade, los comerciantes deben ser conscientes del impacto y trabajar para que este sea mínimo. Las leyes ambientales deben ser cumplidas.

El uso de materiales que se enlistan en la Lista Roja no es permitido; existen excepciones únicamente si el requerimiento fue realizado con anterioridad al órgano de certificación y haya sido autorizado siempre y cuando el comerciante demuestre que es necesaria la utilización del material, la minimización de su uso y que se realiza en condiciones de seguridad y salud con un plan para evitar su uso a futuro.

El impacto ambiental debe ser mínimo referente al suelo, la biodiversidad, al agua y la energía que incluye la emisión de carbono, aguas residuales.

La utilización de materiales de reciclaje debe ser maximizada o se procede con la utilización de materiales biodegradables en el embalaje. (Hawkey, 2015)

## **2.9 NEGOCIOS Y DESARROLLO**

Todas las transacciones Fairtrade deberán ser realizadas bajo condiciones justas y transparentes para que estén acordes al empoderamiento y desarrollo de trabajadores y productores. (Coscione, 2008)

## **2.10 CONTRATOS**

Entre el productor y el comprador los contratos deben ser transparentes en referencia a las relaciones comerciales; estos establecen el marco operativo y comercial de Fairtrade. (Coscione, 2008)

## **2.11 FUNCIÓN DEL PAGADOR O TRASMISOR**

En el caso de la exportadora Golden Value Company la cual compra la fruta del productor y la vende a un importador por lo tanto, la exportadora se vuelve trasmisora de la prima y el importador es quién la paga. Esta prima no se queda en

la exportadora sino que es entregada a los productores bajo los criterios del comercio justo Fairtrade. (Hawkey, 2015)

## **2.12 CONTRATOS FAIRTRADE PARA TRASMISORES**

Se debe firmar un contrato de compra de fruta con el productor el cual incluye:

- Cantidades ya acordadas;
- Estándares de calidad;
- El precio;
- La prima;
- La responsabilidad de pagar el precio y la prima,
- La manera de pago;
- Si hay problemas de calidad como se procederá;
- Los Incoterms;
- Condiciones de pago;
- Definir un significado para “Fuerza Mayor”;
- La competencia aplicable;
- Definir una solución de disputas o conflictos

El modo de pago por la diferencia de precio y por la prima también deben ser incluidas en el contrato. (Hawkey, 2015)

## **2.13 RESPETO DE LOS CONTRATOS**

Se deben respetar los componentes de la operación que hayan sido determinados en el contrato, a menos que se acuerde un cambio, estos acuerdos serán de obligatorio cumplimiento para todos los involucrados. (Hawkey, 2015)

## **2.14 PAGO Y ACUERDO SOBRE EL PRECIO DE MERCADO**

Directamente afecta a los productores y compradores, de manera que se paga al productor, como mínimo el valor referencial del mercado pertinente. Si el precio de mercado se encuentra por debajo del Precio Mínimo; este será el que se aplique.

Se acuerda con el productor sobre la fuente de donde se tomará el precio que se estipule en el mercado. Si fuera el caso, el precio referencial será el que esté estipulado en cada criterio por producto. (Hawkey, 2015)

## **2.15 PUNTUALIDAD EN EL PAGO**

Para poder confirmar un pago ágil, se observa la eficiencia referente al costo de las operaciones. (Hawkey, 2015)

## **2.16 PRÁCTICAS COMERCIALES INJUSTAS**

Se aplica a todos los comerciantes, ya que la certificación Fairtrade no acepta de ninguna manera alguna práctica que pueda perjudicar la operación de productores o comerciantes así mismo no acepta la exigencia de condiciones comerciales a proveedores que difieran con el criterio de Comercio Justo. (Hawkey, 2015)

### **3. CAPITULO 3**

#### **3.1 EMPRESA CERTIFICADA**

#### **3.2 HISTORIA**

Golden Value Company empieza sus operaciones a finales del año 2010, se ha especializado en cumplir altos estándares en Productos Orgánicos como lo es el Banano que es el núcleo de la empresa.

Por sus productos de calidad y la presencia ética en todos sus procesos está consolidada en el mercado orgánico.

#### **3.3 FILOSOFÍA**

La filosofía de la empresa Golden Value se basa en el trabajo en equipo de los Gansos Canadienses que vuelan en formación de V por una razón pragmática: la bandada de gansos volando en esta formación puede moverse más rápido y cubrir más distancia que un ganso volando solo. Como los Gansos Canadienses la empresa Golden Value se compromete a volar en formación V para lograr Sinergia como nuestro tipo de liderazgo.

De esta manera, la empresa se compromete en lograr sus objetivos comunes y trabajar por mejores niveles organizacionales, sociales, económicos y espirituales para cada miembro en cada paso del proceso al que llamamos la “Cadena Dorada de Valor”. (GOLDEN VALUE COMPANY, 2016)

#### **3.4 MISIÓN**

El compromiso de Golden Value Company es infundar confianza y seguridad en la calidad de los productos con los más altos estándares, siendo un apoyo permanente para sus clientes. (GOLDEN VALUE COMPANY, 2016)

### **3.5 VISIÓN**

La visión de Golden Value Company es ser la empresa líder en Exportación Orgánica de Banano en el Ecuador y consolidar la empresa en los principios de ética y eficiencia empresarial. (GOLDEN VALUE COMPANY, 2016)

### **3.6 PRODUCTOS**

Golden Value, es una empresa exportadora de banano que distribuye sus productos a los mercados europeos y de USA, después de que pasan por una serie de procesos que van desde la siembra, recolección, control de calidad, empackado, transporte y posterior comercialización. Sus productos son 3 tipos de banano que se producen todo el año y poseen diferentes características, tamaños y procesos.

#### **Banano Premium Orgánico**

Gros Michel o mejor conocido como banano seda es una variedad grande y robusta, su pseudotallo tiene una longitud de 6 a 8 metros de altura, de coloración verde claro con tonalidades rosadas en algunas partes, el pecíolo tiene manchas de color marrón oscuro en la base. Los racimos son alargados, de forma cilíndrica, penden verticalmente y tienen un promedio de 10 a 14 manos. La maduración de los frutos es regular y homogénea, de delicada textura y delicioso sabor. A este tipo de banano se aplica en este caso la certificación Fairtrade.

#### **Banano orito o baby**

El orito es una variedad más pequeña de banano, que mide cerca de 12 centímetros y posee un sabor bastante dulce. Se le conoce en inglés como “finger banana” o “lady finger” gracias a su similitud con un dedo. El orito se sabe que alcanza su nivel de maduración cuando tiene la cáscara se muestra amarilla y la fruta es de un color casi blanco y de contextura cremosa y de alta consistencia.

## **Macabú rojo**

El Macabú rojo es una variedad de banana de piel rojiza, se caracteriza por ser más pequeño y grueso que la banana cavendish. En su interior tiene una tonalidad que varía de crema a un ligero rosado y una textura más suave y dulce que las variedades amarillas de Cavendish, además tiene un ligero sabor a mango. (GOLDEN VALUE COMPANY, 2016)

### **3.7 PROCESO DE CERTIFICACIÓN**

#### **3.8 ETAPAS DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN**

Para empezar con el proceso de certificación Fairtrade, es necesario conocer las etapas del proceso.

El proceso de certificación se divide en:

##### **3.8.1 PETICIÓN DE PERMISO DE COMERCIALIZACIÓN**

Conlleva la solicitud de auditoría, en la cual, según lo que hemos visto anteriormente en la descripción del Fairtrade, se analiza que todos los contratos que se tengan con los pequeños productores se encuentren bajo las normas correctas de control de precios pago de prima justa y condiciones sociales y ambientales apropiadas.

##### **3.8.2 PERMISO PROVISIONAL DE COMERCIALIZACIÓN**

El permiso provisional se entrega a la compañía mientras se tramita la certificación y le sirve para poder comerciar según los parámetros establecidos en el Fairtrade, tiene un tiempo de duración de 6 meses en los cuales se deben realizar las inspecciones y auditorias para determinar el cumplimiento de los parámetros. En este tiempo, mientras este valido el permiso, la empresa puede exportar bajo términos Fairtrade.

##### **3.8.3 PAGO DE CÁNONES RESPECTIVOS**

El pago de los valores establecidos para la certificación y la auditoria deben ser cancelados para proceder a las mismas.

#### **3.8.4 FIRMA DE CONTRATO**

Una vez finalizado el proceso y obtenida la certificación se procede a firmar un contrato de compromiso en el cual Golden Value se compromete a cumplir lo establecido por Fairtrade International, marcando un antes y un después en las negociaciones con los proveedores y el manejo de la cadena de suministros en general, proporcionando una explotación ecológica y sustentable de los recursos sin olvidarse del capital humano.

Para este proceso es necesario presentar los contratos firmados con los productores, en los cuales se encuentren respetados todos los requisitos establecidos en el criterio comercial y además todos los comprobantes de pago que se le han realizado a los productores para analizar si se cumple con la cancelación del precio mínimo establecido en la página web de Fairtrade International, además del pago de la prima. Una vez obtenido el certificado Fairtrade, cabe mencionar que el permiso provisional de comercialización queda inválido.

#### **3.8.5 POST-FIRMA DE CONTRATO**

Después de la firma de contrato la empresa deberá renovar el certificado anualmente pagando la tasa correspondiente y aprobando las auditorías programadas y no programadas de la certificadora Fairtrade International.

### **3.9 ETAPAS APLICADAS A LA COMPAÑÍA EXPORTADORA**

Las etapas vistas anteriormente se aplicaron a la compañía exportadora Golden Value, y proyecta los siguientes resultados:

#### **3.9.1 PETICIÓN DE PERMISO DE COMERCIALIZACIÓN**

Se comunica el interés de la exportadora para obtener la certificación, y se procede con la auditoría inicial después de la cancelación de la misma.

#### **3.9.2 PERMISO DE COMERCIALIZACIÓN**

Se otorga el permiso en vista del cumplimiento de los criterios Fairtrade.

### **3.9.3 PAGO DE CÁNONES RESPECTIVOS**

Se cancela los pagos respectivos a la auditoria y la certificación. La empresa es ubicada en la categoría 1 por lo que el pago resultante es de €2798 (Dos mil setecientos noventa y ocho euros)

### **3.9.4 FIRMA DE CONTRATO**

El contrato se firma según lo acordado una vez aprobados todos los términos y condiciones según el criterio Fairtrade. Se presentan las facturas de compra a productores, en las cuales se encuentran respetados todos los requisitos establecidos en el criterio comercial y además se presentan también todos los comprobantes de pago que se le han realizado a los productores para analizar si se cumple con la cancelación del precio mínimo establecido en la página web de Fairtrade International, del pago de la prima.

### **3.9.5 POST-FIRMA DE CONTRATO**

La empresa en categoría 1 debe cancelar el valor antes mencionado anualmente para seguir exportando con los beneficios y el sello de la certificación Fairtrade.

### 3.10 RESULTADOS DE LA CERTIFICACIÓN FAIRTRADE

Tabla 1 **VENTAS TRIMESTRALES 15-16**

VENTAS TRIMESTRALES 15-16				
FECHA	PRODUCTO	CLIENTE	IMPORTE	TRIMESTRE
01/01/2015	BANANO FYFFES REG	FYFFES INTERNATIONAL	\$ 146.880,00	TRIMESTRE 1
01/02/2015	BANANO FYFFES REG	FYFFES INTERNATIONAL	\$ 165.240,00	TRIMESTRE 1
01/03/2015	BANANO FYFFES REG	FYFFES INTERNATIONAL	\$ 183.600,00	TRIMESTRE 1
01/04/2015	BANANO FYFFES REG	FYFFES INTERNATIONAL	\$ 146.880,00	TRIMESTRE 2
01/05/2015	BANANO FYFFES REG	FYFFES INTERNATIONAL	\$ 146.880,00	TRIMESTRE 2
01/06/2015	BANANO FYFFES REG	FYFFES INTERNATIONAL	\$ 165.240,00	TRIMESTRE 2
01/01/2016	BANANO ORGANICO REG / FT	FYFFES INTERNATIONAL	\$ 455.234,50	TRIMESTRE 1
01/02/2016	BANANO ORGANICO REG / FT	FYFFES INTERNATIONAL	\$ 455.710,92	TRIMESTRE 1
01/03/2016	BANANO ORGANICO REG / FT	FYFFES INTERNATIONAL	\$ 551.722,50	TRIMESTRE 1
01/04/2016	BANANO ORGANICO REG / FT	FYFFES INTERNATIONAL	\$ 329.230,02	TRIMESTRE 2
01/05/2016	BANANO ORGANICO REG / FT	FYFFES INTERNATIONAL	\$ 241.468,57	TRIMESTRE 2
01/06/2016	BANANO ORGANICO REG / FT	FYFFES INTERNATIONAL	\$ 124.701,15	TRIMESTRE 2

En esta tabla podemos observar las diferencias en ventas entre el los primeros dos trimestres del año 2015 en comparación con los primeros dos trimestres del año 2016.

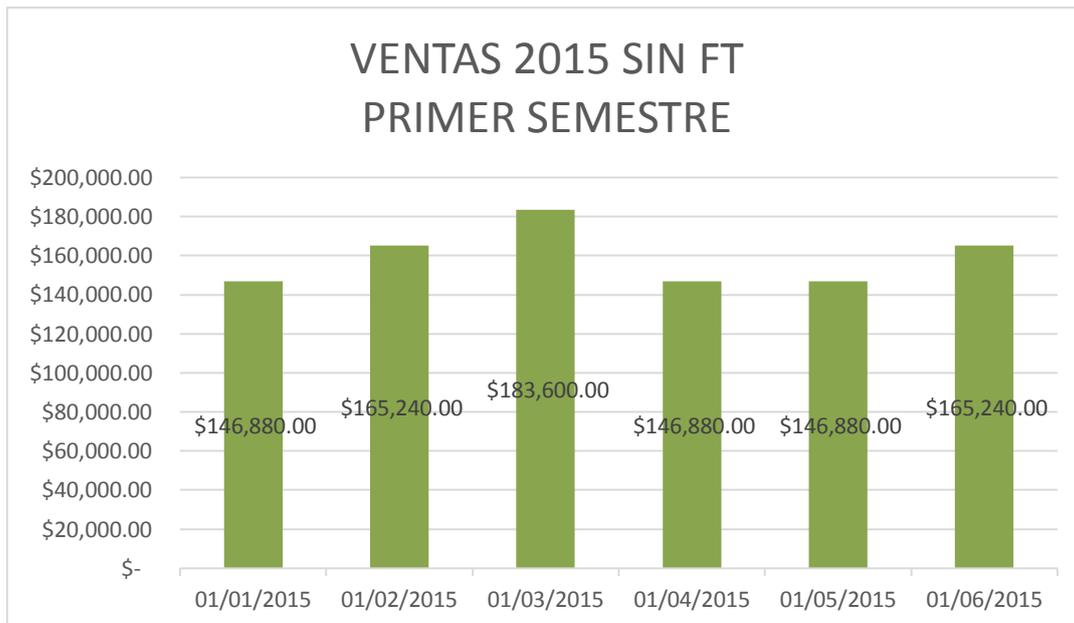
La clara elevación de ventas en el primer trimestre del año 2016 es producto de la implementación de la Certificación Fairtrade en la exportadora.

**Tabla 2 INFORME DE VENTAS TRIMESTRAL 15-16**

<b>INFORME DE VENTAS</b>						
IMPORTE		AÑO	TRIMESTRE	AÑO	TRIMESTRE	
		2015		2016		TOTAL GENERAL
PRODUCTO	CLIENTE	TRIMESTRE 1	TRIMESTRE 2	TRIMESTRE 1	TRIMESTRE 2	
BANANO FYFFES REG		\$ 495.720,00	\$ 459.000,00			\$ 954.720,00
	FYFFES INTERNATIONAL	\$ 495.720,00	\$ 459.000,00			\$ 954.720,00
BANANO ORGANICO REG / FT				\$ 1.462.667,92	\$ 695.399,74	\$ 2.158.067,66
	FYFFES INTERNATIONAL			\$ 1.462.667,92	\$ 695.399,74	\$ 2.158.067,66

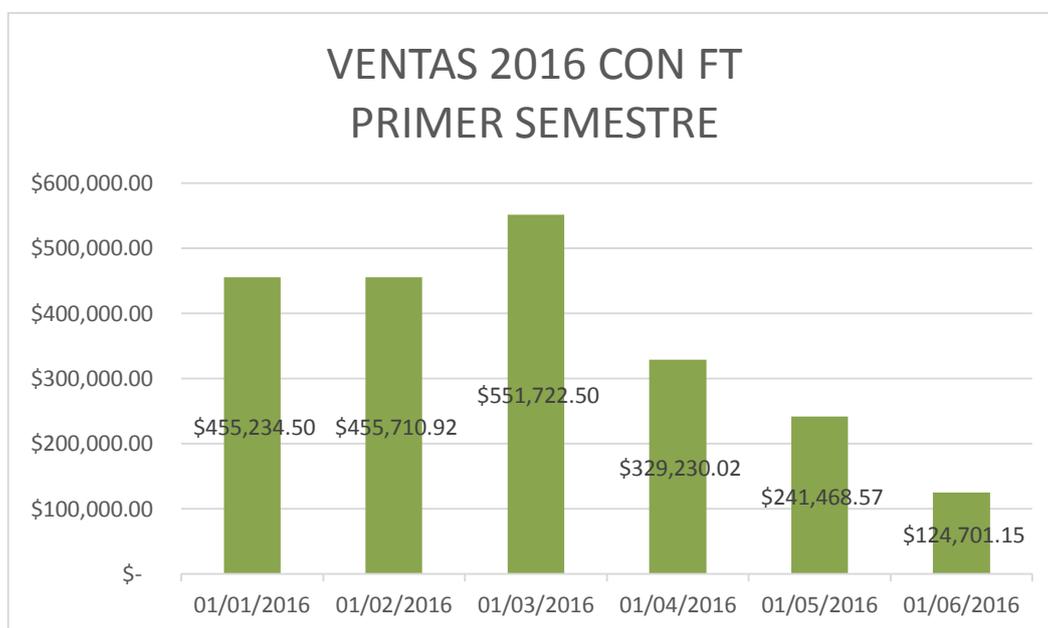
Como podemos observar en este Informe de Ventas realizado en base al Estado de Resultados del Primer Semestre 2015 y 2016 de la compañía Golden Value, existe una gran diferencia de Ingresos por venta de fruta de la marca Fyffes que es donde se maneja el volumen Fairtrade a exportar. Las ventas en comparación del primer trimestre 2015 con el primer trimestre 2016 subieron un 295%, sin embargo en el segundo trimestre cuando es temporada baja las ventas subieron un 151% en comparación con el mismo periodo en el 2015.

Así sea temporada baja se nota el crecimiento en las ventas gracias a la implementación Fairtrade en el año 2016.



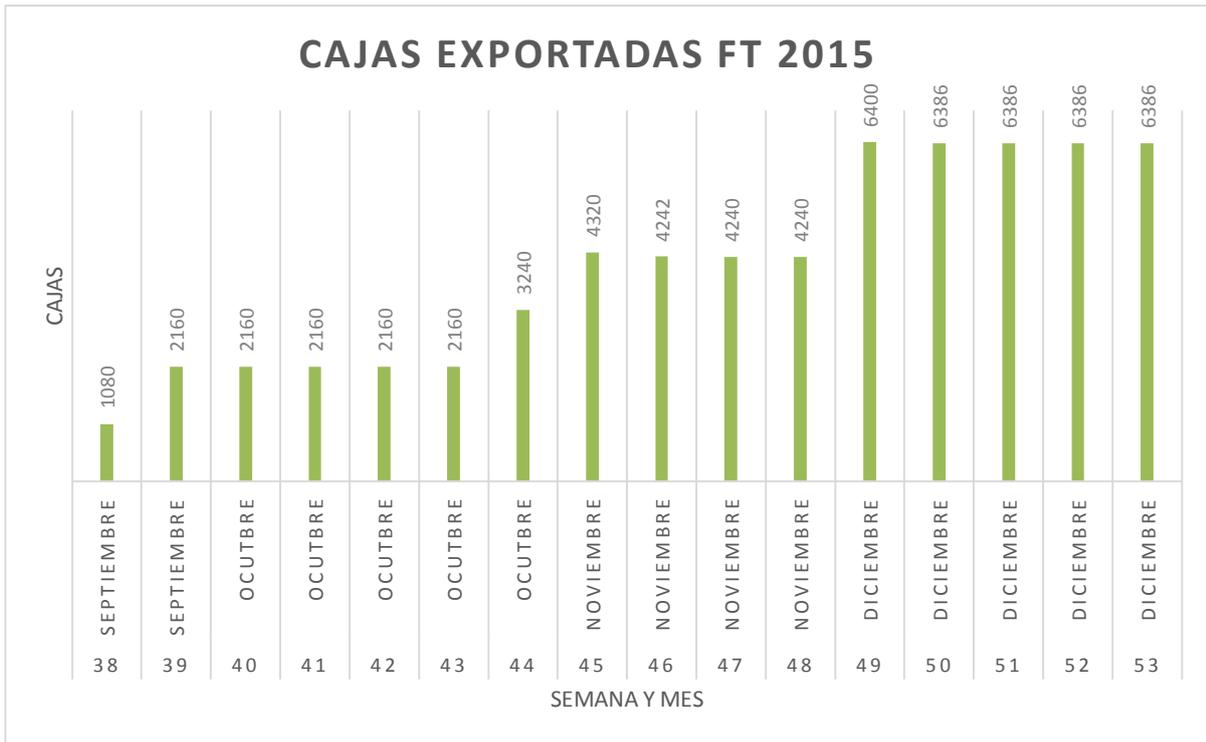
**Gráfico 1 VENTAS 2015 PRIMER SEMESTRE SIN PRODUCCIÓN FAIRTRADE**

En el primer semestre del 2015 cuando no se contaba con la certificación se observaba un ingreso constante que no varió puesto a que la producción era bajo un contrato fijo semanal. El mes de marzo fue donde se obtuvo un ingreso mayor en todo el semestre debido a una variación de precio.



**Gráfico 2 VENTAS 2016 PRIMER SEMESTRE CON PRODUCCIÓN FAIRTRADE**

En el primer semestre del 2016 la certificación ya esta implementada y se observa un ingreso variante y superior al del 2015 puesto a que la producción aumentó considerablemente.



**Gráfico 3 CAJAS EXPORTADAS FAIRTRADE 2015**

En el año 2015, en el mes de Septiembre la exportadora Golden Value consiguió el permiso para exportar fruta Fairtrade la cual fue destinada a la marca Fyffes cuyo mercado es Alemania, en este cuadro podemos observar como en septiembre empezaron exportando un contenedor con fruta Fairtrade hasta llegar a la última semana del 2015 llegando a exportar 6 contenedores por semana.



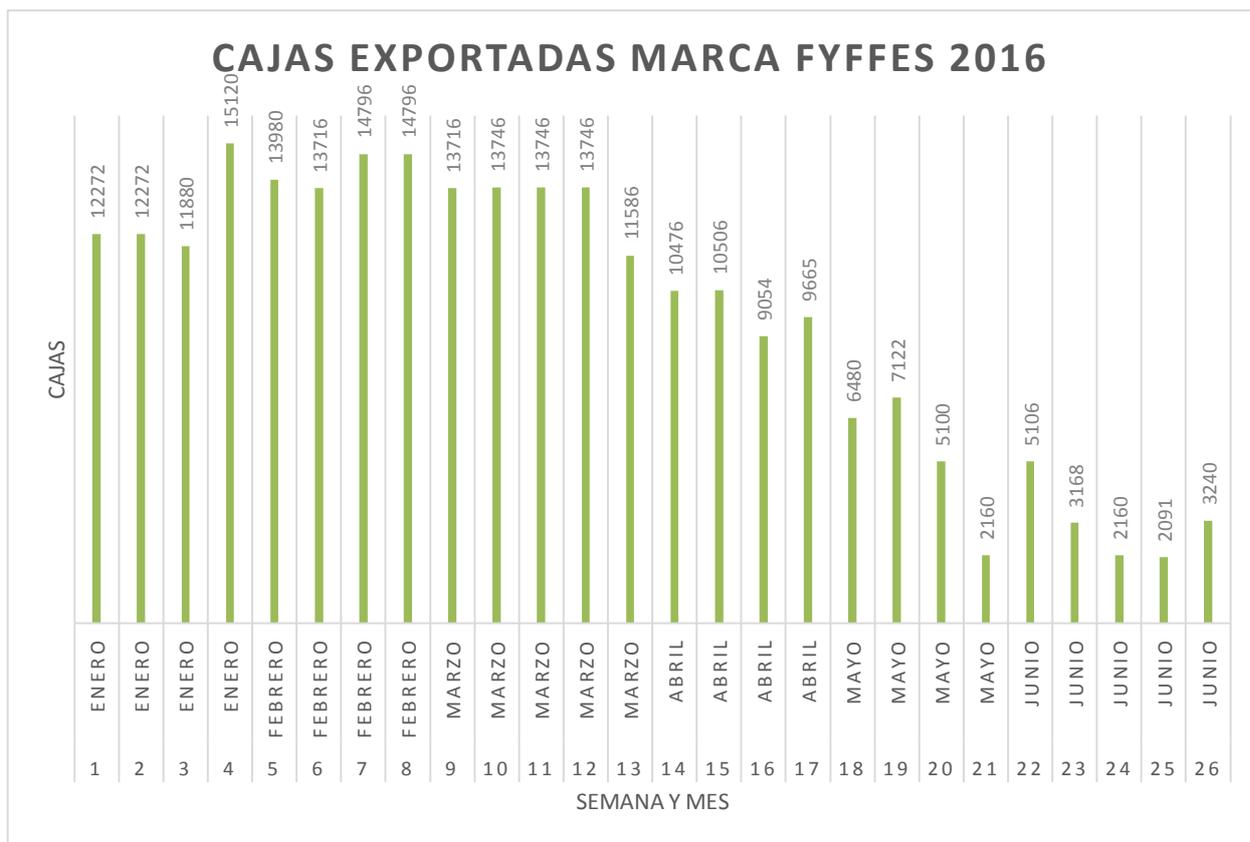
**Gráfico 4 CAJAS EXPORTADAS FAIRTRADE 2016**

A inicios del año 2016, la exportadora Golden Value empezó con un volumen de 5 contenedores llegando al cupo de 7 y 8 contenedores por semana en el primer trimestre sin embargo en el segundo trimestre debido a factor clima empezó la temporada baja y se vió afectada la producción y así mismo la demanda por parte del cliente.



**Gráfico 5 CAJAS EXPORTADAS MARCA FYFFES 2015**

Las ventas del 2015 para la marca Fyffes en el primer semestre fueron constantes y bajo contrato de 4 contenedores de fruta orgánica. Así se mantuvo hasta septiembre que se implementó la certificación Fairtrade.



**Gráfico 6 CAJAS EXPORTADAS MARCA FYFFES 2016**

Las ventas del 2016 para la marca Fyffes en el primer trimestre variaron y fluctuaron entre 14 y 11 contenedores por semana entre fruta orgánica y fruta Fairtrade. En el segundo trimestre la demanda y la producción empezaron a bajar como ya es tendencia cada año.

Es clara la diferencia entre el primer semestre del 2015 donde se exportaron 112320 cajas mientras que en el primer semestre del 2016 han sido 251700 habiéndose incrementado en un 44%.

## **4. CAPITULO 4**

### **4.1 IMPORTANCIA DEL CERTIFICADO FAIRTRADE EN EL MERCADO ECUATORIANO**

### **4.2 PANORAMA BANANERO EN EL ECUADOR**

Ecuador es un país netamente bananero siendo el banano el segundo rubro de ingresos no petroleros. Acorde con el Ministerio de Agricultura y la Asociación de Exportadores de Bananeros del Ecuador, aunque los resultados son desfavorables en algunos mercados fuera del continente, las exportaciones de banano se han incrementado trascendentalmente en el año 2015 en los mercados de Asia y Oceanía. Estados Unidos, uno de nuestros mejores clientes en el sector, con un mercado que se ha caracterizado por su crecimiento estable, esta vez despunta un resultado favorable en comparación con años anteriores. (Banana Export, 2015)

Los mercados consumidores ubicados en Europa se han visto abastecidos desde varias fuentes, especialmente de los países como Ecuador, Colombia, entre otros.

El banano ecuatoriano es, desde hace varios años, el origen continuo de divisas el cual ha estado siempre presente y a la cabeza ante cualquier otro producto agrícola o de pesca con rubros que se extienden por los 2000 millones de dólares cada año, lo que lo sitúa en el primer puesto de contribuciones agrícolas y el tercero en importancia después del petróleo.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2013) internacionalmente el banano posee la cuarta posición entre los productos que se consideran beneficiosos para la seguridad alimenticia del mundo.

Los bananos y plátanos son producidos en 135 países en las zonas tropicales y subtropicales.

### **4.3 EL COMERCIO JUSTO EN ECUADOR**

En el Ecuador el Comercio Justo tiene por objetivos: apoyar a los pequeños y medianos productores a escala nacional y promover de manera sustentable, eficiente y ecológica la comercialización de productos de manera nacional y efectuar una cadena de valor global. (Ekos Negocios, 2016)

Esta estrategia económica ha abierto una vía para que los trabajadores afanen la tierra de una forma digna. Según la agencia gubernamental Ecuatoriana de Comercio Justo, el Comercio Justo apunta a una inserción social, aun cuando existen sinfín de instituciones u estructuras sin fines de lucro que se dedican a beneficiar a las pequeñas y medianas familias encargadas de la producción de la tierra, el Comercio Justo es una propuesta de incentivo procedente de Europa, de la cual los propios consumidores han solicitado una comercialización justa, sustentable y ecológica.

El inconveniente en Ecuador es el desconocimiento del comprador y del insuficiente o escaso apoyo de las administraciones locales, debido a esto la producción nacional relacionada al Comercio Justo está estrechamente atada a la exportación. (Ekos Negocios, 2016)

Esta internacionalización se puede observar en su mayoría con el banano, el cacao y el café, ya que su venta es únicamente como materia prima y no elaborada, esto produce que se rompa la cadena de valor de los productos en su totalidad. La mediación de las administraciones locales es muy necesaria, según los especialistas agrícolas.

La inversión corporativa y estatal permitiría culminar la cadena de valor de los productos y beneficiar de una mejor manera a los productores. No es únicamente un comercio justo más bien es un comercio equitativo para los involucrados que hacen posible una producción nacional. (Ekos Negocios, 2016)

En Ecuador, el Comercio Justo beneficia a organizaciones de pequeños productores de productos agrícolas como el café, el cacao, el banano, las plantas medicinales, la panela, la quinua y mermeladas. (Ekos Negocios, 2016)

Wiliber Ibarra (2016) afirma que "El Fairtrade es un modelo comercial europeo que se enfoca en la vida y la sostenibilidad social, financiera y climática de las comunidades, dignificando el trabajo"

El comercio justo se ha convertido en una relación comercial que está basada en la comunicación, la claridad y respeto lo que garantiza las retribuciones de los pequeños y medianos productores. Hay que recalcar que los empresarios ecuatorianos opinan que en las actividades comerciales establecidas con Fairtrade, el consumidor se muestra conforme con contribuir al trabajo y al esfuerzo de los productores, esta actividad busca un trato directo entre el productor y el consumidor final. Esto no ocurre cuando existen intermediarios, en ese caso el porcentaje de utilidad que se desea es uno mínimo. (Ekos Negocios, 2016)

Este modelo de comercialización responde a los pequeños agricultores, campesinos y artesanos organizados, y les brinda un ingreso inmediato al mercado en circunstancias justas, mediante una vía de comercio que se muestra sostenible, solidario y de calidad.

Lo que se busca es que la relación comercial sea lo más inmediata entre los productores y consumidores, donde el trabajo de los mismos sea reconocido de una manera digna y estos se comprometan con el desarrollo de sus comunidades.

Con el fin de promover la asociación y empoderamiento la operación asegura condiciones de trabajo justas a los trabajadores. Así mismo se intenta fomentar un consumo responsable como cultura, para permitir un mercado en donde la importancia de comprar a pequeños productores y así mismo a otras opciones de comercio justo sea entendida por los consumidores.

Es preciso mencionar que el modo o la forma en que elegimos los productos que consumimos determinan estrictamente el desarrollo del mercado del cual consumimos, esto quiere decir que si preferimos productos de mayor calidad y con responsabilidad ecológica y social, estaremos apoyando el mercado que produce ese tipo de productos y brindando nuevos espacios y beneficios para los agricultores que se encuentran detrás de estos procesos de producción.

Los beneficios que pueden obtener los involucrados en esta cadena de suministros son de varias índoles, no solo económicos, sino también administrativos y

productivos, teniendo en cuenta que se les brindará una guía adecuada para la comercialización responsable y ecológica de sus productos.

Cuando se han implementado las normas y regulaciones que la certificación específica, un nuevo mercado se apertura para los comerciantes de calidad en el cual prevalece el consumo de productos calidad y responsables con el medio ambiente, recordando la tendencia global por consumir alimentos sanos.

Esto se da a la par que se consolidan las relaciones comerciales, lo que provoca que los mercados se expandan a nivel internacional para los comerciantes que se limitaban a un comercio local.

La apertura de un mercado mayor para dar mayor rentabilidad a las inversiones comunitarias facilitará la negociación de un financiamiento no solo con entidades nacionales que se dediquen al financiamiento agrícola, sino que atraerá la inversión extranjera que visualiza al productor como un potencial exportador debido a los procesos responsables y ecológicos que maneja. Esto se puede ver en operaciones que ya se han realizado a favor del comercio justo entre los pueblos.

Los mercados internacionales y nacionales podrán gozar de los beneficios que ofrecen los productores de calidad, que no pueden actualmente competir con la cantidad de producción que tienen de los productores a gran escala.

De este modo se establece una relación más estrecha entre el productor y el consumidor final que ahora conoce sobre un producto responsable y ecológico a un precio justo.

Las iniciativas de comercio justo reciben apoyo público de Redes Comerciales del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap), el cual expresa que el Comercio Justo se basa en la claridad, en la proximidad y en la confianza que tanto el productor como consumidor desean logra entre sí. Según Wiliber Ibarra (2016) cree que esto es mejor si se lo conoce, si se lo vive. La prosperidad del comercio justo obedece a que los consumidores lo comprendan y exista fidelidad.

Cada estructura Fairtrade tiene sus maneras de tramitar sus relaciones con los establecimientos de ayuda internacional y sector público. El Magap ha apoyado a algunos pequeños productores para mejorar la infraestructura, en cambio otras estructuras comercializan en ferias sus productos y otras reciben soporte en proyectos precisos (Min Comercio Exterior, 2013)

Debemos tener en cuenta que los beneficios del Comercio Justo ayudan para regresar a la esencia de una más ecológica, más sostenible, más humana, más cálida y definitivamente debemos mencionar que más respetuosa.

Las exportaciones del comercio justo se incrementaron considerablemente en una comparación entre los años 2007 al 2013, en donde se observa que en el año 2011 fue su pico más alto como se demuestra en el siguiente gráfico:

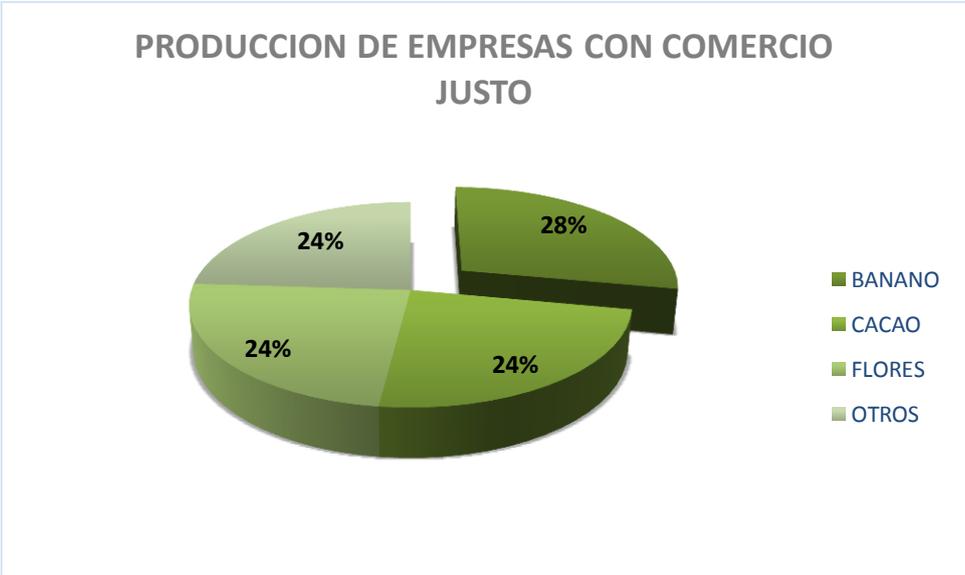


**Gráfico 7 EXPORTACIONES DE EMPRESAS CON CERTIFICACIÓN FAIRTRADE**

**Fuente: Ministerio de Comercio Exterior, 2013**

Entre 2010 y 2015, las exportaciones de Comercio Justo registran un crecimiento promedio anual de 25,8% en valor (FOB) y de 62,3% en volumen. Los principales productos ecuatorianos comercializados bajo esta modalidad son: banano (44%), cacao (25%), flores (21%), entre otros. El 95,77% del total de las exportaciones de las organizaciones y empresas de comercio justo ecuatorianas llegan a Europa (56,42%) y a EEUU (39,34%). (Ministerio de Comercio Exterior, 2016, párrafo 1)

Según los datos proporcionados por el Ministerio de Comercio Exterior de las empresas certificadas con comercio justo la producción se categoriza de la siguiente manera:



**Gráfico 8 PRODUCCION DE EMPRESAS CON COMERCIO JUSTO**  
**Fuente: Ministerio de Comercio Exterior, 2016**

## CONCLUSIONES

FLOCERT es una empresa que se dedica a la certificación de comerciantes agrícolas para realizar un comercio más justo, equitativo, ecológico y responsable de los productos. Mediante la certificación Fairtrade se busca garantizar a los productores el pago del justo precio por sus productos, precio que cubre la operación y les da un porcentaje de utilidad aceptable para que puedan seguir comerciando aceptando los criterios internacionales.

La empresa exportadora de banano Golden Value, establecida en Samborondón, provincia del Guayas, Ecuador, posee actualmente la certificación Fairtrade para poder acceder a mercados que le eran privados por no tenerla.

La certificación Fairtrade ha beneficiado a la empresa Golden Value, no solo en la parte económica sino también en la explotación ecológica y sustentable de la tierra y el pago digno a los pequeños productores de banano.

En base a los resultados del análisis de la implementación de la certificación Fairtrade, se puede observar una clara mejoría en cuanto a ventas, ingresos y acceso al mercado en el año 2016. La certificación Fairtrade directamente beneficia al productor gracias a la prima que da el cliente mediante el exportador. El exportador se beneficia con la apertura del mercado, nuevas negociaciones gracias a la certificación y con ser reconocido como un exportador cuya cadena de suministro es socialmente responsable.

La situación comercial en el ámbito bananero en el Ecuador se ha visto en la necesidad de abrir nuevos mercados, y es por esto que se busca un comercio más justo con los pequeños productores para que su producto pueda competir por calidad con los grandes productores. Este apoyo necesario para los pequeños agricultores está siendo brindado por el gobierno pero de una forma escasa y desorganizada, ya que no se considera realmente el micro comercio que tienen los pequeños productores.

## RECOMENDACIONES

La empresa FLOCERT debería realizar un análisis más profundo sobre la situación económica de los países en los cuales se encuentran ubicadas las empresas que desean acceder a su certificación, de manera que se contemple de una manera más eficiente el pago del justo precio, teniendo en cuenta la inflación y el poder adquisitivo de la moneda, ya que al poner un precio referencial mínimo se obvian estas premisas.

La empresa Golden Value debería seguir accediendo a certificados internacionales que le permitan expandir su gama de clientes de distintos países a fin de abrir más mercados para el banano ecuatoriano, del mismo modo un diálogo de cooperación con el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca, en el cual se dé preferencias arancelarias y ayuda a los pequeños productores capacitándolos en las labores responsables y ecológicas de la tierra.

Se debería realizar todo lo especificado por la certificación, como el seguimiento a las mejoras realizadas ya sea en infraestructura, medidas sanitarias; con la prima que se le da al productor por cada caja Fairtrade vendida para que de verdad se vea reflejado el compromiso social de la empresa y el productor.

La recomendación para el mercado bananero ecuatoriano es la de crear nuevas vías de apoyo perenne a los pequeños productores por parte del gobierno central y de los gobiernos zonales o distritales, esta ayuda podrá mantener constantemente viva la rotación del mercado, sin despreocuparse por los pequeños o medianos agricultores y sus familias.

Otro tema de interés que se debe mejorar es la seguridad jurídica para las empresas exportadoras. Si se les asegura las reglas de exportación y no se aumentan impuestos o los trámites, la actividad definitivamente va a crecer porcentualmente.

## REFERENCIAS

- Banana Export.* (2016). Obtenido de <http://www.bananaexport.com/analisis/index.htm>
- Brisa Ceccon Rocha y Eliane Ceccon. (2010). *SCIELO*. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-46112010000100008](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112010000100008)
- Charlton, Joseph E. Stiglitz y Andrew. (2006). COMERCIO JUSTO PARA TODOS. *Revista World Ark*, 09 - 17.
- Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo - CECJ - Ecuador.* (2015). Obtenido de [www.cecjecuador.org.ec/](http://www.cecjecuador.org.ec/)
- Coscione, M. (2008). *El comercio justo: una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- DEPOSITO DE DOCUMENTOS DE LA FAO* . (s.f.). Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s04.htm>
- Economía, R. (09 de Junio de 2016). El comercio justo "pone en el centro del negocio a los seres humanos". *EL TELEGRAFO*.
- Equipo editorial EKOS y colaboraciones especiales. (2016). COMERCIO JUSTO, Organizaciones y empresarios exponen la situación y la necesidad de concientizar el consumo en el mercado nacional. *EKOS NEGOCIOS*, 95 -104.
- Fairtrade International (FLO): Fairtrade International.* (2011). Obtenido de <http://www.fairtrade.net/>
- FLOCERT.* (s.f.). Obtenido de <http://www.flocert.net/es/>
- Golden Value Company. (2016). *Golden Value Company*. Obtenido de [www.goldenvaluecompany.com](http://www.goldenvaluecompany.com)
- Hawkey, S. (2015). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Comerciantes*.
- INSTITUTO NACIONAL DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA.* (2015). Obtenido de <http://www.economiasolidaria.gob.ec/la-practica-del-comercio-justo-promueve-los-principios-de-la-economia-popular-y-solidaria/>
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad.* (2016). Obtenido de Artesanos y pequeños productores participaron activamente del Diálogo Productivo: <http://www.produccion.gob.ec/artesanos-y-pequenos-productores-participan-activamente-del-dialogo-productivo/>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca – Ecuador.* (2016). Obtenido de [www.agricultura.gob.ec/](http://www.agricultura.gob.ec/)
- Ministerio de Comercio Exterior . (2013). *AGENDA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO*. Obtenido de <http://www.oescj.org.ec/pdf/marco-legal-ESS/nacional/AGENDA-CJ-2013-2017.pdf>
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR.* (2013). Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/>

*MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR.* (2016). Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/crecen-las-exportaciones-ecuatorianas-de-comercio-justo-y-su-primer-mercado-es-europa/>

*MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR.* (2016). Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/150-800-pequenos-productores-forman-parte-de-la-cadena-exportadora-de-comercio-justo/>

*PORTAL DE ECONOMIA SOLIDARIA.* (s.f.). Obtenido de [http://www.economiasolidaria.org/comercio\\_justo](http://www.economiasolidaria.org/comercio_justo)

*SENPLADES.* (2012). *Transformación de la Matriz Productiva.* Obtenido de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)

Vaca, E. C. (s.f.). *COMERCIO JUSTO UNA TRANSGRESION A LA TEORIA ECONOMICA.* Obtenido de <http://www.oescj.org.ec/pdf/publicaciones/Comercio-justo-transgresion-teoria-economica.pdf>

*WFTO-LA.* (s.f.). Obtenido de <http://wfto-la.org/>

## GLOSARIO

1. **Fairtrade:** Es traducido al español como Trato justo o intercambio justo.
2. **Comercio Justo:** Es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza. Proporciona condiciones laborales y salarios adecuados para los productores, que les permitan vivir con dignidad.
3. **Exportadora:** Empresa o agente que se dedica al comercio exterior vendiendo productos a otros países, sometiéndose a los requerimientos y obligaciones que imponen los mismos.
4. **Criterio:** Regla o norma conforme a la cual se establece un juicio o se toma una determinación.
5. **Productor agrícola:** La persona quien cultiva la tierra con la finalidad de sembrar un producto agrícola para comercializar o fines de alimentación humana o animal.
6. **Prima:** Cantidad de dinero que se concede como suplemento de un pago principal a modo de incentivo o recompensa por la consecución de algo
7. **Precio justo:** El conveniente valor de las cosas, teniendo en cuenta los gastos de producción y los intereses generales de los consumidores.
8. **Certificación:** Documento o escrito en el que se certifica o da por verdadera una cosa.
9. **Auditoría:** Inspección o verificación de la contabilidad de una empresa o una entidad, realizada por un auditor con el fin de comprobar si sus cuentas reflejan el patrimonio, la situación financiera y los resultados obtenidos por dicha empresa o entidad en un determinado ejercicio.

# ANEXOS

**FLO-CERT** GmbH CERTIFICATION FOR DEVELOPMENT

FLO Contact ID: **33268**

Sres. Golden Value Company  
Km 1.5 vía Samborondon, Samborondon. Guayas

Bonner Talweg 177  
53129  
Bonn/Germany

Tel: +49 228 2493-0  
Fax: +49 228 2493-120

Geschäftsführer:  
Rüdiger Meyer;  
Amtsgericht Bonn,  
HRB 12937

e-mail: [info@flo-cert.net](mailto:info@flo-cert.net)

[www.flo-cert.net](http://www.flo-cert.net)

FLO-CERT Certification of Social-Economic Development



Sr. Johnny Fernández Rodríguez

Como auditor asignado por FLO-CERT para llevar a cabo la auditoría INICIAL a su representada, quiero presentarles algunos detalles acerca de la misma. El objetivo de la auditoría es confirmar el cumplimiento de los Criterios FLO Fairtrade y los correspondientes Criterios de Cumplimiento FLO-CERT.

Junto a esta carta encontrarán tres apéndices que requieren su atención, por favor léanlos para la preparación de la auditoría. En el primer apéndice consta la propuesta de plan de auditoría, y en el segundo se enumeran los documentos necesarios para prepararse para la auditoría. Los documentos que figuran marcados con una cruz deben ser duplicados para que yo pueda llevarme una copia cuando finalice la auditoría. El tercer apéndice expone algunas observaciones importantes sobre la auditoría en general.

De manera similar, les solicitamos amablemente, información previa antes de la auditoría relacionada con cuadro de ventas FT y NO FT con respectivos FLO ID de sus compradores, volúmenes vendidos, precios pagados, y premio, etc. De similar forma el registro de compras 2015 y avance 2016; compras a nivel de Organizaciones de Productores, y precios pagados por Organización, por semana y por productor. Dicha información está referida al período comprendido desde el otorgamiento de su permiso de comercialización hasta la auditoría.

Si tienen alguna duda sobre el plan de auditoría o su logística, por favor contacten conmigo. En caso de duda acerca de su certificación en general, por favor contacten con Ximena Ganchala; [X.Ganchala@flocert.net](mailto:X.Ganchala@flocert.net) en FLO-CERT.

Muchas gracias por su colaboración:

Atentamente:

**WALTER J. MAURICIO CÁNOVAS**

**Auditor FLO CERT**

**Cél: 0051-969822380**

## Apéndice 1: Plan de auditoría

### I. Información general sobre la empresa

Nombre de la empresa Sres. Golden Value Company

Localización/Lugar de la auditoría Km 1.5 vía Samborondon, Samborondon.  
Guayas.

Teléfono 59342832543

Fax -----

Correo electrónico fquichimbo@talentoempresarial.ec

### II. Información sobre la auditoría

Nombre del auditor/a Walter J.  
Mauricio Cánovas

Fecha y hora de la auditoría:

OFICINA GOLDEN VALUE EN GUAYAS (SAMBORONDÓN)

Inicio	28.01.2016	8:00 h
Fin	28.01.2016	18:00 h

Número total de días en el terreno 1.0

Periodo de tiempo cubierto 2015 (permiso de  
Comercialización)-hasta  
actualidad enero 2016

### III. TIPO DE AUDITORIA

Auditoria inicial

### IV. Procedimiento

Normalmente la auditoria estará estructurada de la siguiente manera:

1. Reunión de apertura con la persona responsable de los productos Fairtrade para acordar la programación de la auditoría.
2. Visitar los lugares de procesamiento/fabricación y almacenaje de la empresa, si procede.
3. Revisión de documentación como se indica más abajo.
4. Reunión de clausura en la que se hablará de los hallazgos encontrados durante la auditoría.

El auditor/a deberá tener libre acceso a todas las áreas de procesamiento/fabricación y almacenaje. El auditor/a debe también contar con la oportunidad de hablar sobre las compras y ventas, producción y empaquetado con la persona encargada.

## V. Programación

La programación aquí expuesta muestra de manera general el procedimiento de la auditoria. La programación es provisional. Todos los detalles de la auditoria se debatirán durante la reunión de apertura.

28.01. 2016	8:00 - 8:30	Reunión de apertura	Personal responsable de
28.01. 2016	8:30 - 13:00	Entrevistas individuales y revisión de documentación (transacciones "Comercio Justo; contratos, planes de abastecimiento, pagos de	Personal responsable de Golden Value y Auditor
28.01. 2016	14:00-15.00	Visita a Centro de Paletizado (si	Personal responsable de
28.01. 2016	15:00 - 16:30	Recojo de Información	Personal responsable de
28.01. 2016	16:30 - 17:00	Elaboración hallazgos y preparación de reporte de	Auditor
28.01. 2016	17:00 - 18:00	Reunión de clausura para presentar resultados de la auditoria y propuesta de medidas correctivas.	Personal responsable de Golden Value y Auditor

## Apéndice 2: Documentos obligatorios

Según establecen los Criterios Fairtrade para los productos certificados Fairtrade y los

Criterios de Cumplimiento, todos los documentos relacionados con la adquisición de productos Fairtrade, registros de fabricación y ventas deben estar preparados antes de la auditoría y presentados al auditor/a durante su visita.

De la siguiente lista, **por favor haga copias de los documentos** para la auditoría marcados con una cruz (x). El resto de los documentos es necesario que estén disponibles para su revisión durante la auditoría para el período de tiempo mencionado en la sección II.

Los documentos indicados en el punto 1) deben ser presentados por todos los operadores, los indicados en el punto 2) deben ser presentados además por las empresas de procesamiento, y los del punto 3) por todos los pagadores del Precio y la Prima Fairtrade.

- Listado de proveedores Fairtrade
- Listado de compradores Fairtrade
- Listado de subcontratistas que comercian con productos Fairtrade
- Registros Contables desde su Ordenador o Software, en electrónico.
- Documentos relevantes para la trazabilidad/ lugar de empaquetado o registros de procesamiento.
- Documento de cierre de una venta (Específico de producto)

- 2) Documentos adicionales para las empresas de procesamiento:** Registros de apertura de existencias de materias primas
- Registros de apertura de existencias de productos terminados
- Hojas de procesamiento/manufactura
- Cierre de existencias de materias primas
- Cierre de existencias de productos terminados

- Registros de rendimiento o análisis de residuos del procesamiento/ manufactura

**3) Documentos adicionales para todos los Pagadores del Precio y la Prima Fairtrade:**

- Contratos de compra  
(aplicable a importadores)
- Contratos de ventas  
(aplicable a exportadores)
- Documentación utilizada como base del informe de Flujo de Bienes enviado a FLO- CERT
- Planes de abastecimiento (Específico de producto)
- Entrada o documento de recibo de los productos del comprador (aplicable cuando el vendedor no emita facturas)
- Recibo de carga (indicando comprador Fairtrade, empresa exportadora, enlace a la factura) - aplicable a exportadores
- Informe sobre reclamaciones de calidad su comunicación a la organización productora
- Prueba del pago del precio Fairtrade
- Deducciones aplicables al precio Fairtrade  
(Específico de producto) Prueba  
(evidencias documentales) del pago de la

**Apéndice 3: Observaciones importantes sobre el proceso de certificación**

Si el operador no facilita el acceso a algún documento o proceso mencionado en la información adjunta, podrá ser considerado por el auditor/a como un incumplimiento según establecen los Criterios Fairtrade FLO y los correspondientes criterios de cumplimiento de FLO-CERT.

Esto puede requerir la presentación de los documentos pendientes a FLO -CERT, o bien dar lugar a una auditoria de seguimiento adicional, a fin de confirmar su cumplimiento. Cuando se requieran auditorías de seguimiento adicionales FLO-CERT cobrará una cuota extra además de la cuota anual ordinaria que el operado

Prima Fairtrade Contrato de  
prefinanciación y documentación  
relacionada

## Cuestionario de solicitud para comerciantes

Por favor, rellene todas las casillas sombreadas en gris.

Identificador de solicitud: **SA00415**

Su identificador de solicitud individual se halla en el asunto del correo electrónico. No olvide conservar este identificador e incluirlo como referencia en todas sus comunicaciones y transacciones de pago.

### 1 Información general de la empresa

Empresa:	GOLDEN VALUE COMPANY GOVALUE S.A.
Identificador FLO (si corresponde):	SA00415
Identificador fiscal (si corresponde):	0992662360001
Dirección postal:	Km 1.5 Vía Samborondón
Ciudad:	SAMBORONDON
Código Postal:	092301
Región (si corresponde):	Costa
País:	Ecuador
Dirección física (si fuese distinta de la anterior):	n/a
Teléfono principal de la empresa:	+59342832543
Fax principal de la empresa:	n/a
Sitio web de la empresa:	<a href="http://www.goldenvaluecompany.com">www.goldenvaluecompany.com</a>
Responsable legal de la empresa (nombre, título):	Johnny Fernández Rodríguez. MBA
Correo electrónico del responsable:	<a href="mailto:director@goldenvaluecompany.com">director@goldenvaluecompany.com</a>
Teléfono del responsable:	+59342832543
Interlocutor con FLOCERT:	Fulton Quichimbo Goya
Función/cargo:	Auditor Interno
Correo electrónico del interlocutor:	<a href="mailto:fquichimbo@talentoempresarial.ec">fquichimbo@talentoempresarial.ec</a>
Teléfono del interlocutor:	+593985853071

**APROBADO**

Por Golden Value Company S.A. fecha 10:11 , 06/08/2015



## 2 Entidades adicionales

Especifique por favor las entidades adicionales que ha planeado utilizar. Nótese que las entidades adicionales incluyen también subcontratistas que presten servicios relacionados con el producto sin poseer su titularidad legal.

Nombre de entidad adicional	Correo electrónico	Dirección física de la entidad adicional (país incluido)	Tipo de cliente (p. ej. subcontratista, transportista, agente)	Función de la entidad adicional (p. ej. centro de producción, centro de almacenamiento, actividad de procesado, otros)

## 3 Actividades comerciales

### 3.1 Función(es) en la cadena de suministro

Para todos comerciantes: por favor, indique qué funciones desempeña su empresa en la cadena de suministro Fairtrade:

- Procesador/fabricante
- Exportador
- Importador
- Distribuidor
- Licenciario\*

Solo para comerciantes de algodón: por favor, especifique su función en la cadena de suministro Fairtrade:

- Desmotado
- Hilado
- Tejido (entrelazado)
- Tejido (punto)
- Teñido
- Corte y confección
- Bordado
- Lavado
- Estampado
- Blanqueado

\* Al final de una cadena de suministro hay una empresa poseedora de una licencia Fairtrade, que le da el derecho a usar el sello Fairtrade en un producto con certificación Fairtrade. Estas licencias no las concede FLOCERT, sino las Organizaciones Nacionales Fairtrade. La empresa licenciataria vende directamente al consumidor o a los minoristas y puede pedir a sus proveedores que incluyan el logotipo en sus nombres.

**APROBADO**

Por Golden Value Company S.A. fecha 10:11 , 06/08/2015

### 3.2 Productos

Por favor, indique los productos para los que desearía obtener una certificación Fairtrade:

**BANANO.**

### 3.3 Cadena de suministro Fairtrade.

Indique por favor el proveedor directo que le suministrará sus productos con certificación Fairtrade.

Producto	Nombre de la organización/empresa	Identificador FLO
Banano	Asociación Regional de Pequeños Productores Bananeros Cerro Azul	<b>2660</b>

### 3.4 Fruta preparada y en conserva

¿En qué forma adquiere la fruta de su proveedor directo?

Fruta p. ej. mango	Forma del producto p. ej. mango fresco para desecación; mango fresco para zumo; mango deshidratado; zumo de mango, etc.
Banano	Banano fresco

Los Estándares para Fruta en Conserva y Preparada incluyen todos los tipos de fruta deshidratada, zumos de fruta y vegetales deshidratados para los que existen precios Fairtrade. Para operadores comerciales, incluye asimismo frutas que hayan sido procesadas a lo largo de la cadena de suministro que estuviesen originalmente certificadas conforme al Estándar de Fruta Fresca. Para más información, sírvase a consultar: <http://www.fairtrade.net/our-standards.html>

### 3.5 Productos compuestos

¿Desea procesar/fabricar un producto compuesto Fairtrade?  Sí  No

Un producto compuesto Fairtrade es un producto fabricado o completamente procesado para su consumo, compuesto de más de un ingrediente, de los que al menos uno es un producto Fairtrade. Si usted produce/vende un producto compuesto Fairtrade, asegúrese de que el comprador de su producto haya recibido aprobación para ese producto compuesto de la organización Fairtrade del país correspondiente. Para más información, sírvase a consultar: <http://www.fairtrade.net/composite-products.html>

### 3.6 Productos cosméticos

¿Desea procesar/fabricar/vender un producto cosmético Fairtrade?  Sí  No

Si produce/vende un producto cosmético Fairtrade, por favor asegúrese de que el comprador de su producto haya recibido aprobación para ese producto cosmético de su organización nacional Fairtrade. Para más información, sírvase a consultar: <http://www.fairtrade.net/fairtrade-organizations.html>

### 3.7 Programas de Fairtrade para cacao y azúcar

Para clientes que comercializan **cacao y/o azúcar**: Por favor indicar con que programa de Fairtrade trabaja (puede seleccionar más de uno):

Certificación Fairtrade 

Programa de Cacao Fairtrade 

**APROBADO**



Programa de Azúcar Fairtrade



Para más información sobre los Programas de Abastecimiento Fairtrade: <http://www.fairtrade.net/fsp-overview.html?&L=1>

### 3.8 Fairtrade Material de plantas jóvenes

Para clientes que comercializan **material de plantas jóvenes Comercio Justo Fairtrade**: Por favor indicar el promedio de tiempo necesario para los siguientes pasos de producción, por especie:

Especie vegetal	Tiempo que lleva producir el material de plantas jóvenes (propagar y hacer crecer las plantas madre) en el país de origen.	Tiempo que lleva crecer el material de plantas jóvenes al tamaño final de venta en el país importador/ consumidor.

## 4 Información de pago del canon de solicitud

Por el trámite y evaluación de su solicitud, FLOCERT impone un canon administrativo. Tras la recepción del pago, FLOCERT iniciará el trámite de su solicitud. Se ruega incluir su identificador de solicitud individual en el pago y remitir el justificante del mismo.

Información bancaria de FLOCERT:	
IBAN:	DE58370501981909151431
Nº de cuenta:	1909151431
Banco del beneficiario:	Sparkasse Koeln Bonn Dirección: Firmencenter 712, Thomas-Mann-Str. 61, 53111 Bonn, Germany
Beneficiario:	FLO-CERT GmbH
Código BIC/SWIFT:	COLSDE33

**APROBADO**

Por Golden Value Company S.A. fecha 10:11 , 06/08/2015

## 5 Documentos adicionales

Complete por favor su solicitud mediante el envío de los siguientes documentos junto con el cuestionario. Tenga en cuenta que si la solicitud estuviese incompleta, FLOCERT podría invalidarla.

### 5.1 Para todas las solicitudes

1. Contrato firmado de certificación de FLOCERT (se aceptan documentos escaneados).
2. Certificado de constitución (documentos que muestren el registro legal de su empresa).
3. Justificante de pago del canon de solicitud.

### 5.2 Para procesadores de algodón

1. Contrato firmado de certificación de FLOCERT (se aceptan documentos escaneados).
2. Certificado de constitución (documentos que muestren el registro legal de su empresa).
3. Justificante de pago del canon de solicitud.
4. Prueba documental de indicador social.
5. Prueba documental de indicadores sociales para todos los subcontratistas/entidades adicionales (si corresponde).

## 6 Declaración

En representación de la empresa arriba denominada, solicito la certificación Fairtrade para los productos anteriormente mencionados. He completado este cuestionario de solicitud a mi mejor saber y entender y la información suministrada es exacta y completa. Confirmando que ostento la responsabilidad oficial de la certificación Fairtrade de la empresa arriba denominada.

Confirmando que he descargado y leído los Estándares Fairtrade <http://www.fairtrade.net/standards.html>. Confirmando asimismo que he entendido todos los requisitos para la certificación.

Consiento a que FLOCERT, en su desempeño como organización certificadora, se ponga en contacto con clientes y otras organizaciones si fuese necesario para verificar la información reseñada arriba. No obstante, FLOCERT garantiza que mantendrá como confidencial cualquier información comercial de ese carácter.

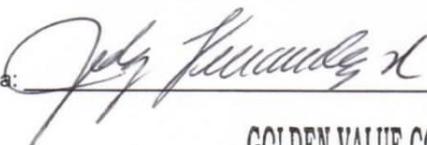
Nótese que la solicitud y la certificación pueden ser rechazadas si su empresa ha comercializado productos Fairtrade con anterioridad a la concesión del Permiso para Comerciar de FLOCERT.

Nombre en letra de imprenta: **JOHNNY FERNANDEZ RODRIGUEZ**

Cargo: **DIRECTOR EJECUTIVO**

Fecha: **24 DE ABRIL DEL 2015**

Firma: \_\_\_\_\_



**GOLDEN VALUE COMPANY S.A.**

Sello de la empresa:

**APROBADO**

Por Golden Value Company S.A. fecha 10:11 , 06/08/2015



Se ruega el envío del cuestionario debidamente cumplimentado y los documentos a la dirección de correo electrónico que corresponda:

Asia (incl. Islas del Pacífico), Australia y Nueva Zelanda:	<a href="mailto:asia@flocert.net">asia@flocert.net</a>
Sudamérica, Centroamérica (incl. El Caribe):	<a href="mailto:la@flocert.net">la@flocert.net</a>
África (incl. Palestina y Oriente Medio):	<a href="mailto:africa@flocert.net">africa@flocert.net</a>
Europa y América del Norte:	<a href="mailto:europa@flocert.net">europa@flocert.net</a>

Para más información sobre los procesos de solicitud y certificación y sus cánones asociados, sírvase consultar el sitio web de FLOCERT [www.flocert.net](http://www.flocert.net)

**APROBADO**

Por Golden Value Company S.A. fecha 10:11 , 06/08/2015



# Contrato de Certificación

entre

**FLO-CERT GmbH**

Y

GOLDEN VALUE COMPANY S.A.

GOVALUE S.A.

SA00415 TC - ECUADOR

Denominación legal del Cliente

## Partes

- (1) FLO-CERT GmbH, constituida y registrada en Bonn (Alemania), con el número de sociedad 12937, cuyo domicilio social se encuentra sito en Bonner Talweg 177, 53129 Bonn, Alemania. **FLO-CERT**
- (2) Nombre del Cliente, cuyo domicilio social se encuentra sito en [DOMICILIO SOCIAL o DIRECCIÓN OFICIAL]. **Cliente**

## Condiciones contractuales

### 1 Definiciones

Las Partes acuerdan que los siguientes términos tendrán el significado que se les atribuye a continuación.

**Auditoría:** proceso de recopilación de pruebas a fin de evaluar si un Cliente y/o un producto cumple ciertos criterios. Podrán realizarse auditorías in situ o a distancia y con o sin preaviso.

**Auditor:** persona cualificada para realizar auditorías en nombre de FLO-CERT. El Auditor puede ser un empleado de FLO-CERT o una persona física o jurídica contratada de forma independiente.

**Certificado:** documento emitido por FLO-CERT que describe el alcance y la duración de la Certificación que FLO-CERT emite a favor de un cliente. Un certificado que goce de validez autoriza al portador a comercializar Productos Fairtrade.

**Certificación:** proceso mediante el cual FLO-CERT determina que un Operador cumple los Criterios Fairtrade, incluidos los Criterios de Cumplimiento de FLO-CERT.

**Cuota de Certificación:** importe que debe pagar el Cliente a FLO-CERT según se establece en el Apéndice 1.

**Cliente:** entidad certificada por FLO-CERT que ha firmado un Contrato de Certificación.



**Información Confidencial:** información que podría considerarse confidencial a juicio de una persona de negocios razonable en relación con:

- (i) los negocios, asuntos, clientes, proveedores y planes de la parte que revela la información (o de un socio del grupo de empresas al que pertenece la parte que revela la información); y
- (ii) las operaciones, procesos, información del producto, know-how, diseños, secretos comerciales o software de la parte que revela la información (o de un socio del grupo de empresas al que pertenece la parte que revela la información).

**Producto Convencional:** producto que no tiene la certificación Fairtrade.

**Fecha de entrada en vigor:** fecha en que el Cliente y FLO-CERT suscriben este Contrato.

**Fairtrade:** Fairtrade hace referencia a la totalidad o parte de las actividades de FLO, FLO-CERT, las redes de productores de Fairtrade, las Iniciativas de Sello de Comercio Justo Fairtrade y las organizaciones de promoción del comercio justo Fairtrade. El término Fairtrade alude también al sistema de certificación de productos gestionado por Fairtrade International (FLO).

**Marca de Certificación Fairtrade:** marca comercial registrada y propiedad de FLO que se sublicencia a Iniciativas del Sello de Comercio Justo Fairtrade (LI según sus siglas en inglés). La Marca de Certificación Fairtrade se utiliza solamente en productos de consumo minorista que satisfacen los Criterios Fairtrade y para la promoción de dichos productos por parte de licenciatarios, operadores certificados y terceros.

**Fairtrade International (FLO):** organización sin ánimo de lucro integrada por diversas partes interesadas cuyo objetivo es promover, a través del comercio, la autonomía de productores y trabajadores de países en vía de desarrollo. FLO proporciona la dirección, herramientas y servicios necesarios para conectar a productores con consumidores, promover condiciones de comercio más justas e impulsar medios de vida sostenibles. Fairtrade Labelling Organizations International e.V. es la denominación legal registrada de "Fairtrade International".

**Productos Fairtrade:** productos que se producen, procesan y comercializan cumpliendo con los Criterios Fairtrade al amparo de un Certificado válido.

**Criterios Fairtrade:** los Criterios Fairtrade y los Criterios Fairtrade específicos para Productos son requisitos que deben cumplir productores y comerciantes para poder obtener la certificación de producto Fairtrade. Fairtrade International es la encargada de establecer los criterios. En la siguiente dirección puede consultarse la lista actualizada de Criterios Fairtrade: <http://www.fairtrade.net/standards.html>

**Iniciativa de Sello de Comercio Justo Fairtrade:** una Iniciativa de Sello de Comercio Justo Fairtrade (LI según sus siglas en inglés) es un miembro de pleno derecho de FLO, según se define en la constitución de FLO. Una LI es responsable de la concesión de licencias, marketing, desarrollo comercial y sensibilización sobre comercio justo en un área geográfica determinada. Una LI tiene derecho a conceder sublicencias de Marca de Certificación Fairtrade a licenciatarios y terceros situados en su área geográfica. En la siguiente dirección puede consultarse la lista actualizada de organizaciones miembro: [http://www.fairtrade.net/labelling\\_initiatives1.html](http://www.fairtrade.net/labelling_initiatives1.html)

**Productor:** todo Cliente que haya sido certificado conforme a los Criterios Fairtrade aplicables a la producción y cualquier criterio aplicable sobre productos.

**Comerciante:** todo Cliente que haya sido certificado conforme a los Criterios Comerciales Genéricos Fairtrade y cualquier criterio aplicable sobre productos.

## 2 Objeto del contrato

- 2.1 Este contrato es un acuerdo para la prestación de servicios de Certificación al Cliente por parte de FLO-CERT y para el pago de una Cuota de Certificación a FLO-CERT por parte del Cliente.
- 2.2 El objeto de este contrato es facultar a FLO-CERT para certificar al Cliente conforme a los Criterios Fairtrade y los Criterios de Cumplimiento de FLO-CERT pertinentes.

**APROBADO**

Por Golden Value Company S.A. fecha 10:08 , 06/08/2015



### 3 Obligaciones del Cliente

- 3.1 El Cliente llevará a cabo cuantos actos sean necesarios para recibir y mantener la Certificación. Esto incluye el cumplimiento de los Criterios Fairtrade y los Criterios de Cumplimiento de FLO-CERT pertinentes, los cuales se enumeran en su totalidad en el Apéndice 2.
- (a) En caso de que el cliente incumpla los Criterios Fairtrade, los Criterios de Cumplimiento de FLO-CERT o las Políticas de FLO-CERT, FLO-CERT estará autorizado a imponer sanciones respecto al estado de certificación del Cliente.
  - (b) Las sanciones aplicables se detallan en el Procedimiento Estándar Operativo (SOP según sus siglas en inglés) para la Certificación al que se hace referencia en el Apéndice 2. El Cliente reconoce explícitamente la validez de la lista de sanciones.
- 3.2 El Cliente permitirá a FLO-CERT y su(s) Auditor(es) acceder de forma libre e ilimitada a todas las áreas, archivos (incluidos los informes de auditoría internos) y personal necesarios en el proceso de evaluación para la Certificación.
- 3.3 El Cliente acepta que FLO-CERT podrá subcontratar la realización de Auditorías.
- 3.4 El Cliente no hará uso de su Certificación de manera que perjudique la reputación de FLO-CERT, y no hará ninguna declaración sobre su Certificación que induzca a error o no haya sido autorizada.
- 3.5 El Cliente no hará ninguna manifestación sobre su Certificación más allá del alcance establecido en su Certificado.
- 3.6 Respecto a la comercialización de Productos Fairtrade, el Cliente solo comercializará los Productos Fairtrade detallados en su Certificado.
- 3.7 El Cliente utilizará la Certificación solamente para indicar que sus productos han sido certificados por cumplir los Criterios Fairtrade.
- 3.8 El Cliente solo hará referencia a la certificación de su producto en medios de comunicación como documentos, folletos o publicidad de otro tipo, y ello con arreglo a los requisitos establecidos por FLO-CERT.
- 3.9 El Cliente tiene la obligación de informar oportunamente a FLO-CERT y facilitará a FLO-CERT la siguiente información de manera periódica y continua:
- (a) Una lista actualizada de los miembros del grupo del productor;
  - (b) Una lista actualizada de los lugares de producción;
  - (c) Una lista actualizada de los lugares de los subcontratistas, en su caso; e
  - (d) Informes periódicos de compras, ventas y procesamiento de Productos Fairtrade, acuses de recibo de las Primas Fairtrade y otros informes según se describen en las Políticas de FLO-CERT y los Criterios de Cumplimiento de FLO-CERT; e
  - (e) Información sobre todo cambio que afecte significativamente al diseño o las especificaciones de un Producto Fairtrade, o un aviso de que un determinado producto Fairtrade podría haber dejado de cumplir los requisitos de Certificación de FLO-CERT.
  - (f) Información sobre cambios relativos a la organización del Cliente, por ejemplo si pasa de Productor de monoplantación a Productor de multiplantación o si pasa de Productor de 1er Grado a Productor de 2do o 3er Grado.
  - (g) Toda información relativa a un conflicto de intereses potencial o real entre el Cliente y un Auditor o un empleado de FLO-CERT que mantenga contacto directo con el Cliente.
  - (h) Toda información que implique un cambio en los honorarios que cobra FLO-CERT.



- 3.10 El Cliente mantendrá un registro de todas las reclamaciones puestas en su conocimiento en relación con el cumplimiento de los criterios aplicables a cualquier Producto Fairtrade. El Cliente tomará las medidas adecuadas para gestionar dichas reclamaciones y resolver cualquier deficiencia encontrada en los productos o servicios que afecte al cumplimiento de los requisitos de Certificación, y mantendrá un registro de dichas medidas. El Cliente pondrá estos registros a disposición de FLO-CERT a instancias de esta.

## **4 Cuotas de Certificación y Pago**

- 4.1 El Cliente pagará las Cuotas de Certificación, las cuales no son reembolsables. El impago de las cuotas es motivo de rescisión inmediata de este Contrato y retirada del Certificado del Cliente.
- 4.2 FLO-CERT podrá efectuar cambios en las Cuotas de Certificación tras notificar al Cliente con un preaviso de tres meses, tal y como se establece en la cláusula 8.2. El Cliente podrá rescindir este contrato cuando se produzca un cambio en las Cuotas de Certificación, tal y como se establece en la cláusula 8.3.
- 4.3 Las Cuotas de Certificación vencerán y serán exigibles en la fecha de vencimiento indicada en la factura que FLO-CERT envía al cliente con periodicidad anual.

## **5 Obligaciones de FLO-CERT**

- 5.1 FLO-CERT realizará auditorías para evaluar a todos los Clientes conforme a los Criterios Fairtrade, los Criterios de Cumplimiento de FLO-CERT y las Políticas de FLO-CERT pertinentes.
- 5.2 FLO-CERT facilitará a los Clientes una descripción detallada y actualizada de los procedimientos de evaluación y Certificación, así como los documentos donde se establezcan los requisitos de certificación y los derechos y obligaciones de los solicitantes, incluidas las Cuotas de Certificación.
- 5.3 FLO-CERT entregará un Certificado a los Clientes que superen el proceso de Certificación.
- 5.4 FLO-CERT dispone de procedimientos para tramitar alegaciones, reclamaciones, apelaciones y controversias presentadas por Clientes o terceros sobre cuestiones relativas a la Certificación. Los procedimientos actuales se describen en los documentos pertinentes enumerados en el Apéndice 2.
- 5.5 FLO-CERT solamente utilizará en sus Auditorías a Auditores debidamente capacitados y competentes.
- 5.6 FLO-CERT publicará una lista de Clientes certificados en su sitio web con una indicación del nombre y la función del Cliente.

## **6 Información Confidencial y de Dominio Público**

- 6.1 Ambas Partes acuerdan mantener la Información Confidencial de cada uno de manera confidencial.
- 6.2 La siguiente información no se considera Información Confidencial y podrá ser revelada por ambas partes:
- (a) Información de dominio público;
  - (b) Información cuya propiedad ostentaba legítimamente cualquiera de las partes antes de celebrar este Contrato;
  - (c) Información que ha sido revelada a cualquiera de las partes de forma legítima por un tercero que no tenía restricciones de revelación de información;

**APROBADO**

Por Golden Value Company S.A. fecha 10:09 , 06/08/2015



- (d) Información elaborada de forma independiente por cualquiera de las partes, por ejemplo, listas del Comerciante y el Productor donde se haga constar el nombre y la dirección del Cliente, el alcance y el estado de la Certificación;
  - (e) Información que las partes acuerden por escrito que no es confidencial o puede ser revelada;
  - (f) Información que debe ser revelada por imperativo legal o porque lo ordene un tribunal o un organismo reglamentario o administrativo competentes.
  - (g) Todos los datos integrados en un conjunto de datos que no puedan identificarse con una entidad individual.
  - (h) **Datos del Productor:** datos necesarios para generar información esencial sobre marketing e impacto como, por ejemplo, los perfiles del productor para información de los consumidores. Esto incluye: los datos sobre el número de miembros / trabajadores, y el desglose por sexo; la capacidad de producción total de Productos Fairtrade y el desglose por productos orgánicos / convencionales; el área cultivada con Productos Fairtrade; ejemplos del uso de las Primas Fairtrade; y datos similares.
- 6.3 Una parte podrá revelar la Información Confidencial de la otra a aquellos de sus representantes y socios que necesiten conocer dicha información para los fines indicados de cumplir sus obligaciones previstas en este contrato, o para promover las actividades de Fairtrade en beneficio de Productores y Comerciantes, permitir la verificación del flujo de bienes y facilitar datos sobre la cadena de suministro o las ventas transfronterizas, a condición de que:
- (a) informe a dichos representantes y socios de la naturaleza confidencial de la Información Confidencial antes de proceder a la revelación; y
  - (b) sea responsable en todo momento del cumplimiento por parte de dichos representantes o socio de la obligación de confidencialidad prevista en esta cláusula.

- 6.4 FLO-CERT garantiza al Cliente que ha celebrado acuerdos con todos sus socios que reciban Información Confidencial a fin de garantizar que dicha Información Confidencial no sea revelada al público ni a la competencia del Cliente.

## 7 Duración y Rescisión del Contrato

- 7.1 Este Contrato será válido a partir de la Fecha de Entrada en Vigor y seguirá vigente hasta su rescisión con arreglo a esta cláusula 7, reemplazando a cualquier Contrato de Certificación previo suscrito por las Partes.
- 7.2 Este Contrato podrá ser rescindido por cualquiera de las partes por cualquier motivo, previa notificación por escrito a la otra parte con un mínimo de 3 meses naturales de antelación.
- 7.3 FLO-CERT podrá rescindir este contrato con efectos inmediatos si:
- (a) el Cliente hace referencias incorrectas al sistema de Certificación o utilice licencias, Certificados o la Marca de Certificación Fairtrade de manera engañosa o indebida. las normas sobre el uso del sello Fairtrade están sujetas a Contratos de Licencia con Iniciativas de Sello de Comercio Justo Fairtrade y pueden ser obtenidas de ellos;
  - (b) El Cliente es también un Licenciatarío Internacional de Fairtrade y el Contrato de Licencia se hubiera rescindido por cualquier motivo;
  - (c) El Cliente no paga las cuotas de certificación;
  - (d) Se retira la certificación al Cliente;
  - (e) En el supuesto de que el Cliente incurra en un incumplimiento de cualquier disposición de este contrato que sea susceptible de reparación y no haya procedido a reparar dicho incumplimiento en un plazo de 15 días tras ser notificado por FLO-CERT al respecto. Esto incluye el impago de las Cuotas de Certificación;



- (f) Si el Cliente se declara en quiebra o entra en liquidación;
  - (g) Si el Cliente y/o sus activos son comprados por otra entidad.
- 7.4 Cuando se rescinda este Contrato, FLO-CERT deberá publicar el cambio en el estado de certificación causado por la rescisión de este Contrato.
- 7.5 La rescisión de este Contrato no exime al Cliente de la obligación de pagar todas las Cuotas de Certificación debidas.
- 7.6 La rescisión de este Contrato conllevará para el Cliente la pérdida de su estado de Productor o Comerciante Fairtrade y tendrá las siguientes consecuencias:
- (a) El Cliente interrumpirá el uso de cualquier publicidad o empaquetado que haga referencia a la Certificación emitida por FLO-CERT.
  - (b) El Cliente informará a sus proveedores y clientes del cambio de estado de la Certificación.
  - (c) El Cliente podrá liquidar las existencias de Productos Fairtrade disponibles en la fecha de la notificación de rescisión durante un periodo de 3 meses naturales tras dicha fecha con arreglo a la cláusula 7.2. Todos los contratos de venta celebrados antes de la notificación de cancelación podrán ser ejecutados durante dicho periodo.
  - (d) En el supuesto de rescisión de este contrato con arreglo a la cláusula 7.3, el Cliente dejará de vender todos los productos Fairtrade que tenga en existencia en la fecha de la notificación de rescisión.

## 8 Modificaciones

- 8.1 Toda modificación a este contrato debe ser acordada por ambas partes y se hará constar generalmente por escrito.
- 8.2 A efectos prácticos, FLO-CERT podrá modificar este contrato mediante notificación por escrito tres meses antes de la entrada en vigor prevista del cambio. Se considerará que el cliente ha dado su aprobación si sigue satisfaciendo el pago de las Cuotas de Certificación con arreglo a la cláusula 4.
- 8.3 En caso de que el Cliente no acepte el cambio previsto, el Cliente podrá rescindir este contrato por escrito
- (a) en el plazo de 30 días tras la recepción de la notificación por escrito de FLO-CERT, y
  - (b) la rescisión surtirá efectos en la fecha del cambio.

## 9 Indemnización y Limitación de Responsabilidad

- 9.1 Salvo en los casos de intencionalidad o negligencia grave, se eximirá de responsabilidad a ambas partes y sus agentes o asistentes cuando actúen en cumplimiento del Contrato. No obstante, lo anterior no se aplica a casos de incumplimiento de obligaciones contractuales fundamentales o daños a la integridad física o la salud. Las obligaciones contractuales fundamentales son aquellas obligaciones esenciales del contrato y cuyo cumplimiento permite la ejecución correcta del mismo, de manera que las partes confían en que estas se cumplen de manera continua.

La responsabilidad por daños se limitará a los daños previsibles habituales.

- 9.2 El Cliente indemnizará a FLO-CERT por toda reclamación interpuesta contra FLO-CERT por un tercero en relación con el fallecimiento, lesiones personales o daños materiales, en la medida que el defecto encontrado en los bienes sea imputable a los actos u omisiones del Cliente, sus empleados, agentes o subcontratistas;

**APROBADO**

Por Golden Value Company S.A. fecha 10:09 , 06/08/2015

- 9.3 Nada de lo previsto en esta cláusula restringirá o limitará la obligación legal general de ambas partes de mitigar las pérdidas que podrían sufrir o incurrir como consecuencia de un acontecimiento que pueda dar lugar a una reclamación en virtud de este derecho de indemnización.

## 10 Fuerza Mayor

- 10.1 Ninguna parte será responsable a efectos de reparación jurídica por retrasos o incumplimientos de las disposiciones del presente cuando dicho retraso o incumplimiento se produzca por factores ajenos a su control razonable, lo cual incluye, entre otros, desastres naturales, restricciones gubernamentales (como pueden ser la denegación o cancelación de una licencia de exportación o de otro tipo necesario), guerras, insurrecciones y/o cualquier otra causa ajena al control de la parte cuyo cumplimiento se vio comprometido. El derecho de rescisión no se verá afectado por lo anterior.
- 10.2 Si una de las partes sufre impedimentos o retrasos a la hora de cumplir cualquier obligación prevista en este contrato, dicha parte deberá notificar inmediatamente a la otra parte de tal circunstancia, de la obligación en cuestión y de la duración prevista de la circunstancia.
- 10.3 En caso de que un acontecimiento de fuerza mayor impida o retrase el cumplimiento de cualquier obligación prevista en este contrato durante más de sesenta días, cualquiera de las partes podrá rescindir el contrato notificándolo debidamente a la otra parte.

## 11 Cesión

- 11.1 Ninguna de las partes podrá ceder, transferir ni delegar de ninguna manera en un tercero los derechos u obligaciones previstos en el presente Contrato salvo que la otra parte dé su conformidad por escrito.

## 12 Forma escrita

- 12.1 El requisito de la forma escrita también será aplicable a cualquier acuerdo, garantía o alteración posterior adicional, incluida la cancelación del contrato; los acuerdos verbales suplementarios no surtirán efectos y sólo serán válidos si se hacen constar por escrito.
- 12.2 Además de los requisitos legales de la República Federal Alemana que regulan la forma escrita, esta obligación se cumplirá:
- (a) cuando la copia escaneada electrónica del documento original en formato PDF se transmita por correo electrónico, o
  - (b) cuando el documento original se transmita por carta o fax.

## 13 Legislación y Jurisdicción

- 13.1 El lugar exclusivo para la resolución y jurisdicción de todas las controversias derivadas de este contrato será Bonn, República Federal Alemana, para ambas partes, siempre que esto fuera posible. FLO-CERT se reserva el derecho de incoar un procedimiento legal en el lugar en que el Cliente tenga su domicilio social.
- 13.2 En el caso de una controversia derivada de este Contrato, las partes podrán recurrir al procedimiento de arbitraje. El Árbitro será acordado por ambas partes y cualquier decisión de este será vinculante para las partes. El coste del arbitraje correrá a cargo de las partes en la proporción que determine el Árbitro.
- 13.3 Este contrato y todas las cuestiones referentes a su ejecución, validez e interpretación serán regulados por la legislación de la República Federal Alemana. Este contrato no incluirá, incorporará ni estará sujeto a las disposiciones del Convenio de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías.



## 14 Obligatoriedad

- 14.1 Si cualquiera de las disposiciones individuales de este Contrato son o devienen inválidas parcial o totalmente, o si hubiera una omisión en el presente Contrato, las disposiciones restantes del presente Contrato seguirán siendo válidas.

Acordado y firmado el día [Fecha].

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

FLO-CERT

JOHNNY FERNANDEZ RODRIGUEZ

DIRECTOR EJECUTIVO GOVALUE S.A.

Cliente

GOLDEN VALUE COMPANY S.A.

**APROBADO**

Por Golden Value Company S.A. fecha 10:09 , 06/08/2015



FAIRTRADE

# Certificado Fairtrade

---

---

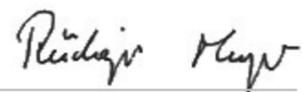
**Golden Value  
Company**

FLO ID  
33268

**cumple los criterios Fairtrade y los criterios de  
certificación FLOCERT de acuerdo con el  
alcance abajo:**

Producto(s) Banano

Para los detalles sobre el tipo de producto específico véase  
anexo 2.


# Certificado Fairtrade

Golden Value  
Company

---

---

FLO ID  
33268

Anex  
o 1:

## Lista de los criterios Fairtrade y los criterios de certificación FLOCERT

**La organización Golden Value Company con FLO ID 33268  
... cumple los siguientes criterios Fairtrade**

Trader SCORE

- Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Comerciantes
- Criterio Fairtrade para Fruta Fresca para Trabajo Contratado o para Organizaciones de Pequeños Productores

**... cumple los siguientes criterios de certificación FLOCERT**

Trader SCORE

- FLOCERT Lista Pública de Criterios de Cumplimiento - Certificación Comercial



# Certificado Fairtrade

**Golden Value Company**

FLO ID 33268

**Anexo 2:  
Alcance de producto**

La organización Golden Value Company con el FLO ID 33268 esta  
certificado para los productos siguientes:

Trader SCORE

Fecha de	Función	Categoría de	Tipo de producto
30 may 2016	Comerciante	Banano	Banana
22 jul 2016	Fabricante/Procesador	Banano	Banana





**Union Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral UROCAL**

Dirección CAMILO PONCE ENRIQUEZ/ A ZHUMIRAL PRINCI  
 Matriz:  
 Dirección CAMILO PONCE ENRIQUEZ/ A ZHUMIRAL PRINCI  
 Sucursal:  
 email: facturacion.urocal@hotmail.com  
 Telefono: 072939627  
 Contribuyente Especial Nro: 00570  
 OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

**R.U.C.: 0190153797001**

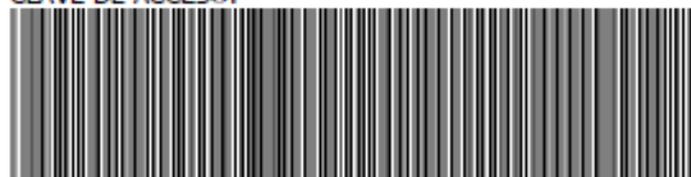
**FACTURA**

**Nro.:** 002-004-000000304

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN  
 2908201612353401901537970010055410226

FECHA Y HORA DE AUT.2016-08-29T12:35:34-05:00

AMBIENTE: PRODUCCION  
 EMISIÓN: NORMAL  
 CLAVE DE ACCESO:



2508201601019015379700120020040000003040000030419

Razón Social/Nombres Apellidos: GOLDEN VALUE COMPANY S.A.

R.U.C./C.I./Otros: 0992662360001

Fecha Emision Fact.: 25/08/2016

CODIGO PRINCIPAL	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNIT.	% DESC.	PRECIO TOTAL
137	480.00	BONIFIC. PREMIO FAIR TRADE FYFFES	1.00	0.00	480.00

**INFORMACION ADICIONAL:**

Email:jpilozo@goldenvaluecompany.com;exportadon@urocal.org;info@urocal.org

SEMANA:34

MARCA:FYFFES FAIRTRADE

VENDEDOR FLO ID:2554

COMPRADO FLO ID:33268

<b>SUBOTAL IVA:</b>	<b>0.00</b>
<b>SUBTOTAL 0%:</b>	<b>480.00</b>
<b>SUBTOTAL SIN IVA:</b>	<b>0.00</b>
<b>SUBTOTAL IVA EXENTO:</b>	<b>0.00</b>
<b>SUBTOTAL SIN IMPUESTOS:</b>	<b>480.00</b>
<b>TOTAL DESC.:</b>	<b>0.00</b>
<b>ICE:</b>	<b>0.00</b>
<b>IVA 14%:</b>	<b>0.00</b>
<b>IRBPN:</b>	<b>0.00</b>
<b>VALOR TOTAL:</b>	<b>480.00</b>

## Fulton Quichimbo

---

**De:** Johnny Fernandez <jfernandez@represensa.com>  
**Enviado el:** Wednesday, August 05, 2015 3:27 PM  
**Para:** fquichimbo@talentoempresarial.ec  
**Asunto:** RV: Transferencia Externa fue recibida por Banca En-Línea

**Importancia:** Alta

Te adjunto el pago ya realizado

---

**De:** ebanking@pichinchamiami.com [mailto:ebanking@pichinchamiami.com]  
**Enviado el:** miércoles, 5 de agosto de 2015 14:27  
**Para:** jfernandez@represensa.com  
**Asunto:** Transferencia Externa fue recibida por Banca En-Línea  
**Importancia:** Alta



Banca En-Línea

---

Estimado(a) JOHNNY FERNANDEZ:

La siguiente Orden de Transferencia Externa ha sido recibida por Banca En-Línea. Esta transferencia puede estar sujeto a un examen adicional o validación previa a su ejecución por Banco Pichincha Miami Agency.

**Cuenta a Debitar:** Terminada en \*\*\*\*5330

**Nombre del Beneficiario:** FLO-CERT GmbH

**Monto a Transferir:** \$585,02 Dólar USA

En Banco Pichincha Miami Agency nos interesamos por su seguridad, y para su protección estamos notificándole de esta actividad. Si no reconoce esta actividad, por favor contáctenos inmediatamente por teléfono al (305) 372-3601

Gracias por utilizar Banca En-Línea,

**Banco Pichincha Miami Agency**

Servicios de Banca En-Línea

---

*Por favor no responda a este mensaje*

Deseamos recordar a nuestros clientes que no podemos garantizar la confidencialidad de la información enviada al Banco a través de Correo Electrónico. Como tal, aconsejamos a nuestros clientes evitar el envío de información confidencial, incluyendo números y nombres de cuentas, saldos, descripción de transacciones sin antes consultar con un representante del Banco. Por lo tanto, no somos responsables de cualquier perjuicio resultado de la diseminación incorrecta de dicha información. Banco Pichincha Miami Agency.

The information contained in this transmission includes privileged or confidential information intended only for the use of the person(s) named above. If you are not the intended recipient, you are hereby notified that any review, use, dissemination or copying of this message, or of the information contained herein, is strictly prohibited. If you are not the intended recipient, please immediately contact that sender by e-mail and destroy all copies of the message.

Internet communications are not secure and therefore Banco Pichincha Miami does not accept legal responsibility for the contents of this message.

Any views or opinions presented are solely those of the author and do not necessarily represent those of Banco Pichincha - Miami Agency unless otherwise specifically stated.

Banco Pichincha - Miami Agency – 396 Alhambra Circle, Coral Gables, FL 33134 -  
(305 372 3601)

website:  
[www.pichinchamia.com](http://www.pichinchamia.com)

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Calderón Mendoza, Andrea Belén** con C.C: # 0925638009 autora del **componente práctico del examen complejo: Análisis de la implementación de la certificación Fairtrade en una exportadora de banano en la ciudad de Samborondón** previo a la obtención del título de **INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 26 de septiembre del 2016

f. 

Nombre: **Calderón Mendoza, Andrea Belén**

C.C: **0925638009**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Análisis de la implementación de la certificación Fairtrade en una exportadora de banano en la ciudad de Samborondón		
<b>AUTOR(ES)</b>	Andrea Belén, Calderón Mendoza		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Ing. Diana Verónica, Terán Molina		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
<b>CARRERA:</b>	Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	26 de septiembre del 2016	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	78
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Comercio Exterior, Comercio Justo,		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Sustentable, Ecológico, productores, certificación, beneficios, comercio, pago justo, desarrollo		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>	<p>La certificación Fairtrade busca un desarrollo sustentable y el comercio justo para los pequeños productores agrícolas y en vista del cambio de la matriz productiva que se está dando en el Ecuador, la empresa Golden Value ha decidido optar por comerciar de manera justa, lo cual afirma su interés por el desarrollo sustentable de la economía productiva nacional. El mercado ecuatoriano, lleno de injusticias en el pago a los pequeños productores, toma otra perspectiva por la tendencia de comerciar justamente a criterio de la certificación Fairtrade, para esto es necesario que la exportadora cumpla con los requisitos que le son impuestos por la certificación y así demostrar que se realiza un pago justo a los productores, garantizando no solamente la explotación sustentable y ecológica de la tierra sino también el pago justo al capital humano que la trabaja. La certificación le abre las puertas a la exportadora para comerciar sus productos en los mejores mercados de Europa y América, por lo cual la demanda de producto bananero sube y los productores tienen asegurada la venta de su producción. Es necesario mencionar que la exportadora Golden Value debe pasar por el arduo proceso de certificación y corregir las prácticas que no estén de acuerdo a los criterios del comercio justo o Fairtrade y de esta manera, una vez obtenida la certificación acceder a todos los beneficios antes mencionados y mejorar el desarrollo agrícola en el país y subsecuentemente la matriz productiva del mismo.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-995949414	<b>E-mail:</b> belencalde@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> Ing. Román Bermeo, Cynthia Lizbeth		
	<b>Teléfono:</b> +593-9-84228698		
	<b>E-mail:</b> cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			