

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

ESCUELA DE POSGRADO



**IMPACTO DEL SELLO DE COMERCIO JUSTO EN EL
DESARROLLO DE LOS AGRICULTORES DE LA COOPERATIVA
AGRARIA DE CACAO AROMÁTICO COLPA DE LOROS,
DISTRITO DE NESHUYA, UCAYALI**

Tesis para optar el grado académico de
MAESTRO EN CIENCIAS EN MEDIO AMBIENTE, GESTIÓN
SOSTENIBLE Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

MIGUEL TORRES GARCIA

Pucallpa, Perú

2025



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
ESCUELA DE POSGRADO



ANEXO N° 4

ACTA DE DEFENSA DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACION PARA
OBTENCION DEL GRADO DE MAESTRO O MAESTRO EN CIENCIAS

En la Sala de Grados de la Universidad Nacional de Ucayali siendo las 8...horas, del día 2 de Agosto....., ante el Jurado de Tesis o trabajo de investigación constituido por :

Dr. WALTER FERNANDO PINEDA AGUILARPresidente
Dr. WILMER ORTEGA CHAVEZSecretario
M.sc. MARIA ADELAIDA PILCO LOZANOVocal

El aspirante al GRADO DE MAESTRO O MAESTRO EN CIENCIAS enMención:

MEIO AMBIENTE GESTION SOSTENIBLE Y RESPAS SOCIAL.
Don(ña)..... MIGUEL TORRES GARCIA.....

Procedió al acto de Defensa:

a. Con la exposición de la tesis o trabajo de investigación, titulada:

"IMPACTO DEL SELLO DE COMERCIO JUSTO EN EL DESARROLLO DE LOS AGRICULTORES DE LA COOPERATIVA AGRARIA DE CACAO AROMATICO "COLPA DE LOROS", DISTRITO DE NESHUYA, UCAYALI.

b. Respondiendo las preguntas formuladas por los miembros del Jurado y público asistente.

Concluido el acto de defensa, cada miembro del Jurado procedió a la evaluación del aspirante a Maestro, teniendo presente los criterios siguientes:



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
ESCUELA DE POSGRADO



- a) Presentación personal.
- b) Exposición: El problema a resolver, hipótesis, objetivos, resultados, conclusiones, los aportes, contribución a la ciencia y/o solución a un problema social y recomendaciones.
- c) Grado de convicción y sustento bibliográfico utilizados para las respuestas a las interrogantes del Jurado y público asistente.
- d) Dicción y dominio de escenario.

Así mismo, el Jurado plantea a la tesis o trabajo de investigación las **observaciones** siguientes:

.....

.....

.....

.....

.....

Obteniendo en consecuencia el Maestría la Nota de *Distinta (16)*
Equivalente a *Bueno*, por lo que se recomienda

(aprobado o desaprobado)

Los miembros del Jurado, firman el presente ACTA en señal de conformidad, en Pucallpa, siendo las *9* horas del *02* de *agosto* del 20*24*.


PRESIDENTE


SECRETARIO


VOCAL



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL

CONSTANCIA

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Nº V/0201-2024.

La Dirección de Producción Intelectual de la Universidad Nacional de Ucayali, hace constar por la presente, que el trabajo académico de investigación, titulado:

“IMPACTO DEL SELLO DE COMERCIO JUSTO EN EL DESARROLLO DE LOS AGRICULTORES DE LA COOPERATIVA AGRARIA DE CACAO AROMÁTICO “COLPA DE LOROS”, DISTRITO DE NESHUYA, UCAYALI”

Autor(es) : TORRES GARCIA, MIGUEL
Escuela : POSGRADO
Maestría : CIENCIAS EN MEDIO AMBIENTE, GESTIÓN SOSTENIBLE Y RESPONSABILIDAD SOCIAL.
Asesor(a) : Mg. VILLEGAS PANDURO PABLO PEDRO

Presenta un **porcentaje de similitud de 10%**, verificado en el Sistema Antiplagio COMPILATIO, De acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO, el cual indica que todo trabajo de investigación no debe superar el 10%. **En tal sentido, se declara, que el presente trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud,** procediéndose a emitir la presente Constancia de Originalidad de Trabajo de Investigación (COTI) a solicitud del asesor.

En señal de conformidad se firma y sella el presente documento.

Fecha: 07/05/2024



Mg. JOSÉ MANUEL CÁRDENAS BERNAOLA
Director de Producción Intelectual



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Repositorio de la Universidad Nacional de Ucayali

Yo, MIGUEL TORRES GARCIA

Autor de la tesis titulada : IMPACTO DEL SELLO DE COMERCIO JUSTO EN EL DESARROLLO DE LOS AGRICULTORES DE LA COOPERATIVA AGRARIA DE CACAO AROMATICO COLPA DE LOROS, DISTRITO DE NESHUYA, UCAYALI

Sustentada el año 2024

Asesor(a): PABLO PEDRO VILLEGAS PANABURO

Escuela de Posgrado

Maestría: MEDIOAMBIENTE, GESTION SOSTENIBLE Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Mención: MEDIOAMBIENTE Y GESTION SOSTENIBLE

Autorizo la publicación:

PARCIAL TOTAL

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria y el Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 23/01/2025

Email: MIGUELLTORRES@HOTMAIL.COM Firma: 

Teléfono: 996480583 DNI: 00034772

www.repositorio.unu.edu.pe
repositorio@unu.edu.pe

DEDICATORIA

A mi esposa Mirza y en la memoria de mi madre Elena y mi hermana Martha Alida, ambas en la gloria.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a la Universidad Nacional de Ucayali, por la brindarme la oportunidad para lograr este objetivo; a mi asesor M.Sc Pablo Pedro Villegas Panduro, a mis Jurados, Dr. Walter Fernando Pineda Aguilar, Dr. Wilmer Ortega Chavez y M.Sc Maria Adelaida Pilco Lozano, al gerente de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromatico *Colpa de Loros* Ernesto Parra y Guerra.

RESUMEN

El cultivo del cacao es importante en la economía de la población rural. La constante variación de precios la ha convertido en una actividad casi insostenible. Una alternativa para contrarrestar esta tendencia es incursionar en el mercado del Comercio Justo, modelo comercial que protege los derechos humanos y el medio ambiente. En tal sentido, la investigación tuvo como objetivo evaluar el impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “*Colpa de Loros*” en el aspecto económico, social, ambiental y de conocimiento del sello. Se obtuvo una muestra de 100 productores de cacao, socios de la cooperativa. El nivel de estudio fue descriptivo y comparativo (correlacional). Se realizó 4 cuestionarios con un total de 68 preguntas, las cuales fueron procesadas y analizadas con el Programa SPSS 26. Los resultados indican que, existe relación significativa entre el Comercio Justo y el incremento de ingresos económicos, donde el coeficiente de determinación ($r^2=0.6287$), indica que este incremento depende en un 62.87% de este sello y el 37.13% de otros factores. Existe también una relación significativa entre el Comercio Justo y el mayor desarrollo social, donde el coeficiente de determinación ($r^2=0.6897$), indica que este mayor desarrollo social depende en un 68.97% del de este sello y el 31.03% de otros factores. Existe una relación significativa entre el Comercio Justo y una mayor preservación del medio ambiente, donde el coeficiente de determinación ($r^2=0.5194$), indica que esta preservación depende en un 51.94% de este sello y el 48.06% de otros factores. Además, todos los agricultores de la cooperativa presentan conocimiento sobre el sello del Comercio Justo.

Palabras clave: Comercio justo, Incremento de ingresos económicos, Desarrollo social, Preservación del medio ambiente, Población rural, Insostenibilidad.

ABSTRACT

The cultivation of cocoa is important in the economy of the rural population. The constant variation in prices has made it an almost unsustainable activity. An alternative to counteract this trend is to enter the Fair Trade market, a business model that protects human rights and the environment. In this sense, the research aimed to evaluate the impact of Fair Trade on the development of the farmers of the Aromatic Cocoa Agrarian Cooperative "Colpa de Loros" in the economic, social, environmental and knowledge aspects of the seal. A sample of 100 cocoa producers, members of the cooperative, was obtained. The level of study was descriptive and comparative (correlational). 4 questionnaires were carried out with a total of 68 questions, which were processed and analyzed with the SPSS 26 Program. The results indicate that there is a significant relationship between Fair Trade and the increase in economic income, where the coefficient of determination ($r^2= 0.6287$), indicates that this increase depends 62.87% on this seal and 37.13% on other factors. There is also a significant relationship between Fair Trade and greater social development, where the coefficient of determination ($r^2=0.6897$) indicates that this greater social development depends 68.97% on that of this seal and 31.03% on other factors. There is a significant relationship between Fair Trade and greater preservation of the environment, where the coefficient of determination ($r^2=0.5194$, indicates that this preservation depends 51.94% on this seal and 48.06% on other factors. In addition, all farmers in the cooperative present knowledge of the Fair Trade seal.

Keywords: Fair trade; Increase in economic income, social development; Environmental preservation, Rural population, Unsustainability.

INTRODUCCION

El Comercio Justo es un movimiento internacional que lucha por una mayor equidad global en lo económico, social, humano y medioambiental y está basado en el diálogo, la transparencia y el respeto. Para ello ha desarrollado un modelo comercial que resguarda los derechos humanos y el medio ambiente, que busca una mayor justicia en el comercio internacional brindando especial atención a criterios sociales y medioambientales.

El funcionamiento del Comercio Justo está basado en el cooperativismo. Según los principios del Comercio Justo, la mayoría de los miembros son pequeños agricultores, que producen prioritariamente por medio de su propio trabajo y el trabajo de los integrantes de su familia.

Se carece de información que nos permita ilustrar los beneficios económicos, sociales y ambientales que logran los productores cacaoteros y sus organizaciones bajo estos estándares de producción y comercialización en el ámbito y si las prácticas requeridas son suficientes para promover una transformación y lograr una producción sostenible.

Los socios de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático "*Colpa de Loros*", están involucrados en este tipo de producción y comercialización y a través de esta investigación se tiene una percepción de cómo actúa este involucramiento comercial en la parte económica, social y ambiental en los socios y su organización cooperativa.

Estructurado donde el capítulo uno se determina el problema de investigación, el capítulo dos los antecedentes, el capítulo tres la metodología, tipo diseño y técnica de investigación, el capítulo cuatro los resultados y análisis y el capítulo quinto la discusión de resultados y luego conclusiones y recomendaciones.

INDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCION	x
INDICE GENERAL.....	xi
INDICE DE TABLAS	xiii
INDICE DE FIGURAS	xiv
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1. Descripción del problema.....	16
1.2. Formulación del problema.....	19
1.2.1. Problema general.....	19
1.2.2. Problemas específicos.....	19
1.3. Objetivo general y Objetivos específicos.....	20
1.3.1. Objetivo general.....	20
1.3.2. Objetivos específicos	20
1.4. Hipótesis y/o sistemas de hipótesis	20
1.4.1. Hipótesis general	20
1.5 Variables.....	20
1.6. Justificación e Importancia	21
1.7. Viabilidad	22
1.8. Limitaciones	22
CAPÍTULO II: MARCO TEORICO	23
2.1. Antecedentes	23
2.1.1. A nivel Internacional.....	23

2.1.2. A nivel Nacional	27
2.1.3. A nivel Local.....	30
2.2. Bases teóricas.....	32
2.3. Definiciones conceptuales	32
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	42
3.1. Ubicación del estudio	42
3.2. Tipo de investigación	43
3.3. Diseño y esquema de la investigación	43
3.4. Poblacion y muestra.....	43
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	44
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	49
4.1. RESULTADOS.....	49
CAPITULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	67
CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	73
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	74

INDICE DE TABLAS

	<u>Pág.</u>
Tabla 1. Categorizacion de la variable independiente.....	45
Tabla 2. Relacion de la variable del sello del Comercio Justo y el incremento economico, mayor desarrollo social, y preservacion del medio ambiente.....	46
Tabla 3. Correlacion de la variable independiente y dependiente	48
Tabla 4. Relacion de la variable de estudios	49
Tabla 5. Distribucion de frecuencia del nivel de conocimiento sobre el Comercio Justo	64
Tabla 6. Nivel de conocimiento de los agricultores sobre el Comercio Justo...64	

INDICE DE FIGURAS

	<u>Pág.</u>
<i>Figura 1.</i> Ubicación del ambito	42
<i>Figura 2.</i> Relacion entre el sello de Comercio Justo y el incremento de ingresos economicos.....	50
<i>Figura 3.</i> Areas de cacao en produccion	51
<i>Figura 4.</i> Beneficios economicos a traves del Comercio Justo y expectativas	51
<i>Figura 5.</i> Ingresos adicionales por la venta de cacao al Comercio Justo	52
<i>Figura 6.</i> Capacitaciones en administrar ingresos economicos	52
<i>Figura 7.</i> Relacion entre el sello de Comercio Justo y un mayor desarrollo social.....	53
<i>Figura 8.</i> Asistencia tecnica	54
<i>Figura 9.</i> Capacitaciones sobre sistema organizativo de la cooperativa.....	54
<i>Figura 10.</i> Actividades culturales o deportivas por parte de la cooperativa.....	55
<i>Figura 11.</i> Servicios en la vivienda	55
<i>Figura 12.</i> Participacion de la mujer en las capacitaciones tecnicas.	56
<i>Figura 13.</i> Participacion de la mujer en las asambleas de la cooperativa	56
<i>Figura 14.</i> Sobre cargos relevantes en la directiva ocupados por mujeres	57
<i>Figura 15.</i> Comunicación entre socios, la gerencia y directivos	57
<i>Figura 16.</i> Conocimientos sobre gastos economicos y planes anuales de la cooperativa	58
<i>Figura 17.</i> Identificacion del socio con su cooperativa.....	58
<i>Figura 18.</i> Proyectos de desarrollo comunitario sectorial por la cooperativa	59
<i>Figura 19.</i> Acceso a creditos a traves de la cooperativa	59
<i>Figura 20.</i> Relacion entre el sello de Comercio Justo y mayor preservacion del medio ambiente.....	60
<i>Figura 21.</i> Capacitaciones sobre conservacion del medioambiente	61

<i>Figura 22.</i> Capacitacion sobre riesgos ambientales	61
<i>Figura 23.</i> Analisis de suelos e instalacion de composteras	62
<i>Figura 24.</i> Fertilizaciones y practicas de conservacion de suelos	62
<i>Figura 25.</i> Uso de agua y evacuacion de residuos liquidos	63
<i>Figura 26.</i> Areas con reservas forestales	63
<i>Figura 27.</i> Nivel de conocimiento del Comercio Justo	65
<i>Figura 28.</i> Nivel de modernizacion de la produccion y ventas	65
<i>Figura 29.</i> Diversificacion productiva con el Comercio Justo.....	66
<i>Figura 30.</i> Ampliacion del Comercio Justo a otros productos.....	66

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

Brown (1998) en el trabajo de investigación denominado “*Comercio justo, comercio injusto, hacia una nueva cooperación internacional*”, manifiesta que, el sistema de relaciones comerciales internacionales no ha hecho más que incrementar la pobreza en el mundo, la desigualdad entre países pobres y ricos y el deterioro del medio ambiente. Ante esta situación económica, un nuevo orden económico debe construirse bajo nuevas formas de cooperación democrática y ecológicamente sostenibles. El Comercio Justo puede ayudar a ello, al propiciar los intercambios directos en los mercados mundiales y la colaboración entre los productores del Sur y los consumidores del Norte. De lo que se trata con esta practica es de pagar un precio justo por los productos del sur a partir de nuevas formas de producción en redes, que respeten el medio ambiente y den mayor calidad de vida a las comunidades productoras.

Según Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2023) “El comercio justo es un método comercial fundamentado en el respeto, la transparencia y el dialogo, que propone una mayor igualdad en el comercio internacional poniendo énfasis y especial atención a criterios sociales y medioambientales”. Aporta al desarrollo sostenible, ofertando mejores condiciones comerciales y fortaleciendo los derechos de productores pobres.

García (2011) en, *El Comercio Justo: una alternativa de desarrollo local?*, concluye que, el mayor aporte de este tipo de mercado del Comercio Justo no tanto es el llamado “precio justo”, que sigue siendo escaso, o la prima social, que se diluye entre el número de productores, sino el soporte de despegue que implica para el productor pequeño la razón de pertenecer a una cooperativa o a un grupo organizado. Esta posición acredita al productor para dar un valor adicional a su producto gracias a que se

complementan localmente cada vez más pasos y procesos en la conversión de los productos agrícolas o en el planeamiento y comercialización de los productos artesanales.

Egas (2017), en su investigación *Comercio justo o economía solidaria. Revista AFESE*, concluye que, es fundamental que entre los actores involucrados en una economía solidaria o comercio justo se establezcan convivencias y alianzas transparentes y durables, orientadas a avigorar sus aspiraciones y que los actores en el esquema del comercio justo intervengan en el mercado, con oferta de productos y servicios de calidad, añadiendo afectuosidad humana y buen trato al consumidor directo. Agrega además que, es importante que los involucrados con el Comercio Justo preserven la tierra, el aire y el agua con miras a contrapesar los efectos nocivos de la contaminación.

Toscano (2017), en su estudio *“Influencia del comercio justo en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos – Ecuador”*, manifiesta que, existe inconsecuencias praxiológicas para la materialización de los principios y directrices que norman el Comercio Justo en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao, algunas de orden objetivo y otras del espacio subjetivo. Sin embargo, los precios mínimos y el plus de desarrollo han posibilitado progresivas mejoras en los ingresos de los productores cooperativistas de cacao, pero el conocimiento de los productores de cacao sobre las prerrogativas y particularidades del Comercio Justo es aún deficiente y la disminución de la pobreza es mínima.

Garza (2017), en su estudio *“Alcances y limitaciones del cooperativismo y el comercio justo frente a la desigualdad: el caso de los pequeños productores de café en Chiapas, México”*, considera que, la certificación del Comercio Justo puede fortalecer a las organizaciones de productores, así como afianzar el compromiso de los productores socios, sólo en la medida en que este esquema comercial sea económicamente eficiente; por lo tanto, que cada uno de los actores participantes en la

cadena de valor, deben cumplir estrictamente con los estándares que dicta la certificación. El impacto de este esquema comercial en el desarrollo de los productores depende de la capacidad que tiene la certificación para asegurar el cumplimiento de reglas de negociación que contemplen principios de equidad en las transacciones económicas, así como de garantizar que sus miembros cuenten con un espacio en el mercado. Es importante que los sistemas de regulación voluntaria dirigidos a las organizaciones de pequeños productores, como es el caso de la certificación en Comercio Justo, diseñen políticas y estándares consistentes con las normas de conducta que prevalecen en las comunidades en donde se encuentran insertas las sociedades cooperativas, de manera que no se afecten los incentivos que tienen los productores para participar en este tipo de asociaciones.

Aguilar y Flores (2015) en su estudio *“Impacto de la práctica comercial justa Fairtrade del comercio internacional, en el desarrollo socio-económico de las familias cafetaleras de la Cooperativa Chaco Huayanay en la Convención – Cusco, período 2010 al 2014”*, concluye que, no siempre las certificaciones de Comercio Justo impactan de manera positiva en los niveles socioeconómicos de las cooperativas y en muchas ocasiones hay una correlación poco favorable debido a que no reflejan la ejecución de los principios básicos del Comercio Justo; las familias implicadas mantienen su mismo estatus social, el nivel de conocimiento de los productores involucrados respecto a la prestación que brindan las cooperativas es escaso y en muchos casos nulo, porque no hay una estructura de divulgación de información adecuada por falta de información por parte de los dirigentes hacia sus productores, los cuales ignoran que ciertos productos que producen tienen un beneficio económico. De la misma manera con respecto a la promoción social en múltiples casos no sufre alteración conveniente, porque se reflejan desigualdades en las retribuciones económicas, más aun, el crecimiento económico no tiene mejoras trascendentales, porque no reciben el importe real por obtener dicha certificación.

Fukuy & Huancas (2017), en su investigación “*Impacto del comercio justo en el desarrollo socioeconómico de la asociación de microproductores de banano orgánico del alto chira margen izquierda (Ampbao) distrito de Sullana-Piura, período 2012-2016*”, concluye que la disyunción de la aplicación del Comercio Justo reside en la claridad con respecto al manejo de la *prima* Fairtrade, ya que en múltiples casos esta no se emplea óptimamente para el desarrollo social ni económico de la colectividad, ya que la inversión de esta en cuanto al desarrollo social y ambiental es mínima.

Por otra parte, manifiesta, que hay poca disposición de parte de los directivos en cuanto a comunicar y retroalimentar acerca de los informes y balances generales, funciones de sus directivos y la realimentación sobre el uso de la prima del Comercio Justo Fairtrade, siendo esto una desventaja y limitante para el productor que no puede clamar sus derechos por falta de conocimiento en cuanto al Comercio Justo.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el impacto del sello de Comercio Justo en el desarrollo sostenible de los agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático *Colpa de Loros*?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo impacta el sello de Comercio Justo en el desarrollo económico de los agricultores?
- ¿Cómo impacta el sello de Comercio Justo en el desarrollo social de los agricultores?
- ¿Cómo impacta el sello de Comercio Justo el aspecto ambiental en los agricultores?
- ¿Cuál será el conocimiento sobre el sello de Comercio Justo de los agricultores?

1.3. Objetivo general y Objetivos específicos

1.3.1. Objetivo general

- Evaluar el impacto del sello de Comercio Justo en el desarrollo sostenible de los agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático *Colpa de Loros*

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar el impacto del sello de Comercio Justo en el desarrollo económico de los agricultores.
- Analizar el impacto del sello de Comercio Justo en el desarrollo social de los agricultores.
- Analizar el impacto del sello de Comercio Justo en el aspecto ambiental de los agricultores.
- Determinar el nivel de conocimiento sobre el sello del Comercio Justo de los agricultores.

1.4. Hipótesis y/o sistemas de hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

El sello de Comercio Justo generara un impacto positivo en el desarrollo sostenible de los agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático *Colpa de Loros*

1.5. Variables

Independiente (X)

X_i: Comercio Justo

Dependiente (Y)

Y₁: Incremento de los ingresos económicos

Y₂: Mayor desarrollo social

Y₃: Mayor preservación del medio ambiente

1.6. Justificación e Importancia

Justificación: El presente trabajo se realizó en un grupo de productores cacaoteros involucrados en la propuesta del Comercio Justo de la Cooperativa Colpa de Loros, con el fin de determinar características (ventajas o desventajas) de este tipo de comercialización en el aspecto económico, social y ambiental. El análisis de los datos que surjan de este trabajo podrá ser utilizados para fortalecer o no este tipo de comercialización.

Debido al interés mostrado por muchas organizaciones cooperativas agrícolas del ámbito en involucrarse en el Comercio Justo, esta investigación puede contribuir entender mejor este tipo de comercialización y a diseñar y mejorar políticas organizativas que favorezcan la estabilidad, credibilidad y desarrollo del sistema cooperativo agrícola en el medio, con miras a optimizar las operaciones encaminadas al desarrollo y mejora de vida del agricultor rural y la conservación del medio ambiente.

También podrá ser un gran aporte para las instituciones gubernamentales que tengan alianzas público privadas y optimizar la realización de labores de asistencia técnica agrícola, conservación medioambiental, fortalecimiento social, mercadeo, empoderamiento de liderazgo y hasta créditos agrarios.

Esto posibilitará no solo aumentar la eficiencia en relación con proyectos de desarrollo de largo plazo, sino también planificar con mejores resultados las estrategias de codificación en los proyectos de esta naturaleza que ya se puedan encontrar en curso.

Importancia: Este estudio pretende analizar los beneficios del Comercio Justo en el desarrollo los agricultores de la entidad cooperativa a través del impacto que pueda causar en la parte económica y social y en la conservación medioambiental.

Esto beneficiará significativamente a la empresa cooperativa involucrada y a los productores socios ya que a través de ella podrán mejorar su orientación de responsabilidad social hacia sus asociados, su actual estrategia de marketing y su planificación de cuidado al medioambiente.

Además, a través del análisis realizado por este estudio, las demás entidades e instituciones tendrán un nuevo enfoque sobre cómo tratar este principio de comercialización solidaria al conocer su influencia en esta organización y también aportará información valiosa para futuras investigaciones que exploren esta orientación comercial.

1.7. Viabilidad

La investigación se llevó a cabo en el ámbito de influencia de la Cooperativa Agraria Cacaotera “Colpa de Loros” en los distritos de Neshuya, Campo Verde y Alexander von Humboldt en el departamento de Ucayali y el distrito de Puerto Inca del departamento de Huanuco.

Se utilizó boletas de encuesta con las preguntas diseñadas según los indicadores determinados. La unidad de análisis fue el agricultor cacaotero socio de la cooperativa involucrado en el Comercio Justo.

El presente trabajo de investigación fue viable porque permitió evaluar el impacto económico, social y ambiental del Comercio Justo en los productores involucrados, de tal manera se pueda contribuir a determinar resultados que puedan ser utilizados en la toma de decisiones y sirva de antecedentes a otras investigaciones relacionadas. Asimismo, se tiene respaldo bibliográfico que hace posible las consultas pertinentes y los instrumentos de medición que permitan procesar y garantizar los resultados para responder a las interrogantes y objetivos planteados. Además, esta viabilidad se vio reforzada debido a que fue factible tomar información de la población involucrada, así como el acceso a los predios de producción cacaotera en estudio, Además ya existen metodologías para la aplicación de instrumentos de encuestas y entrevistas a la población involucrada en el estudio y para los análisis de calidad correspondientes.

1.8. Limitaciones

El ámbito rural, siempre es una limitante a tomar en cuenta en el levantamiento de información del tipo de investigación que se realizó. El tiempo que tomó en recolectar los datos fue nuestro sesgo. La limitación metodológica fue mínima ya que se tuvo un nivel de confianza respecto a la veracidad de nuestro estudio por los análisis estadísticos confiables.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO.

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel Internacional

Rosero (2015), en su estudio *“Diagnóstico prospectivo de los factores socioeconómicos sostenibles del comercio justo, en la producción de banano orgánico en la provincia del Guayas: caso de estudio unión regional de organizaciones campesinas de Litoral”*, concluye que gran parte de la producción platanera ecuatoriana está comprometido en el Comercio Justo; teniendo como objetivo cambiar las relaciones económicas y productivas basado en el cambio de actitud de los productores y de sus orientadores y aliados en el sentido de ser protagonistas y representantes en la gestión, a la vez que se les dé el empoderamiento para enfrentar los males estructurales que causan inequidad, desaliento y violencia y que solo buscan alcanzar un mejor bienestar de vida y que perciban que tienen el sostén de su gobierno en materia de ayuda social en colaboración con certificaciones como el Fairtrade. Uno de los inconvenientes dentro de los productores banaderos era el uso de la tecnología habitual de monocultivo, ya que ellos habían abandonado la práctica de cultivar productos para su propio dispendio, pero todo esto pudo cambiar a partir del Comercio Justo que proveyó de capacitaciones que garantizo un mejor estilo de vida en materia de salud y no solo de beneficio económico. Cuando los gobiernos fomentan a sus productores a involucrarse en certificaciones como el Comercio Justo los efectos pueden ser muy benéficos y gratificantes tanto en el nivel económico y social que se puede obtener a raíz de poder conseguir un precio justo por sus productos y mayores capacidades en materia de cultivo y cuidado de las tierras y el medioambiente, pero que todo se puede ver reflejado en un mayor nivel de educación y salud por parte de las familias de los agricultores.

Celeita (2012), en su estudio *“Prácticas de comercio justo en Colombia y programas de inclusión que permiten el desarrollo económico,*

social y ambiental del sector rural en el municipio de Tibasosa departamento de Boyacá”, concluye que, este modelo de comercio alternativo contribuye como instrumento de responsabilidad social al promover la asociatividad entre productores y por tanto alcanzar mejores beneficios por parte del estado; asimismo, especifica que si bien el impacto económico no se puede medir a detalle dado a diversas causas que influyen dentro de los productores, lo que si puede ser cierto es que el Comercio Justo entre uno de sus beneficios faculta tener precios más competitivos lo cual puede disponer una mejor calidad de vida, como la supresión del trabajo infantil y una mayor disposición a servicios básicos. Por otro lado, expresa que el estar certificado en el Comercio Justo, implica también tener responsabilidad social con toda la cadena productiva de las organizaciones, desde los agricultores hasta los responsables de llevar las materias primas a los centros de acopio. Es así que, al tener una política de inserción dentro del comercio internacional, se puede conseguir que solo exista un intermediario entre los consumidores y el agricultor, aminorando las primas e impuestos que perjudican en mayoría a los productores. Además, el hecho de estar bajo este nuevo procedimiento, diferente al habitual, trae como valor, una huella que también influye en el medio ambiente, al usar menos pesticidas y aplicar abonos naturales, cuidamos la biodiversidad del medio. A través de esta también se pudo determinar las grandes prerrogativas de la asociatividad como táctica para lograr un mayor crecimiento de los productores pobres a través de la implementación del Comercio Justo, la cual también fomenta y promueve lo que se conoce como responsabilidad social.

Sanabria & Tibaquirá (2013), en su investigación *“Comportamiento y perspectiva del comercio justo como herramienta de responsabilidad social empresarial en América Latina desde la experiencia de Argentina, Brasil y Colombia”*, analiza el comportamiento del Comercio Justo como herramienta de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en América Latina desde la experiencia de Argentina, Brasil y Colombia, en los productos café, cacao y banano identifica algunos factores que han impulsado la práctica del Comercio Justo. Los resultados del estudio evidencian una tendencia de los mercados de la región por aumentar sus iniciativas de Comercio Justo y

aumentar su participación en mercados desarrollados; también tubo en cuenta temas como la certificación y nuevas tendencias de consumo responsable en países del sur, que puede resultar en nuevas iniciativas de Comercio Justo sur-sur y la importancia del impacto de la práctica del Comercio Justo en los stakeholders a lo largo de la cadena de valor. Menciona además que siendo América Latina una de las regiones del mundo con mayor número de organizaciones de productores de Comercio Justo, existe una persistente falta de información respecto al tema en la región.

Coscione et al. (2017), en su investigación "*El aporte del Comercio Justo al Desarrollo Sostenible*"; manifiestan que el Comercio Justo plantea un nuevo modo de comprender la producción y el consumo, desde una orientación multidimensional que implica aspectos económicos, sociales, medioambientales y políticos. El Comercio Justo busca un desarrollo más inclusivo, justo y sostenible, mediante la promoción de patrones productivos y de consumos alternativos y solidarios. Su orientación de desarrollo es multi-stakeholder, porque insertan a varios actores de las cadenas globales de valor: productores, trabajadores, cooperativas, empresas, exportadores, importadores, supermercados, tiendas especializadas y consumidores finales. Según el análisis el Comercio Justo trajo resultados positivos en América Latina como: una mejor inclusión en el mercado internacional, mayores ingresos, mejores vínculos laborales y empoderamiento del productor, mejor calidad de vida y mayor sostenibilidad ambiental; pero también existen una serie de desafíos y dificultades a los que se confrontan los pequeños productores que pertenecen al Comercio Justo: la perseverancia de la desigualdad de género, falta de mayor determinación en el combate contra el trabajo infantil, los niveles de educación de los agricultores siguen siendo muy bajos; por tanto, es imperioso una mayor diversificación de la producción de Comercio Justo, la desigualdad estructural dificulta el empoderamiento de los productores y se requiere disminuir la contaminación y mejorar la gestión ambiental sostenible.

Stoler (2012) en su estudio "*El justo sabor del cacao: Desafíos y ventajas del comercio justo del cacao*" concluye que, el comercio del cacao

ocupa un lugar destacado para los pequeños productores dentro de la economía integral. Sin embargo, una gran parte de ellos están en situaciones de pobreza y su desventajosa situación en la cadena de comercialización les concede un débil poder de negociación. La certificación del Comercio Justo tiene sus fortalezas y debilidades. Algunos analistas explican que los modelos del Comercio Justo están distantes de la realidad de los productores, otros explican que el alto costo de la certificación relega a los grupos de productores más excluidos. Sin embargo, la certificación trae beneficios económicos y una asociación cooperativa con una óptima organización interna es capaz de confrontar la burocracia de la certificación y puede lograr aumentos en sus ingresos debido al “premium” que se concede. Una de las soluciones a estas debilidades de la certificación del Comercio Justo sería el comercio directo que procura eliminar el pago a las certificadoras, crear correlaciones íntimas entre los compradores y los productores y suprimir los trámites burocráticos de estas relaciones. Sin embargo, la eliminación del intermediario de la cadena de comercialización suscita importantes retos logísticos para los productores y no admite que los compradores que determinen utilizar esta modalidad puedan favorecerse de una economía de escala.

Nielsdottir (2017), “*El comercio justo y los efectos para los pequeños productores de café nicaragüenses*”, concluye que el Comercio Justo ha tenido éxito limitado en la obtención del Objetivo de Desarrollo de Milenio de las Naciones Unidas en cuanto al alivio de la pobreza extrema y hambre en el sector cafetalero en Nicaragua. En un período corto, los pequeños productores de Comercio Justo en Nicaragua se han vuelto más pobres en comparación con los productores convencionales. Además se señala que los mercados de Comercio Justo ofrecen pocos beneficios a los pequeños productores pobres en estos tiempos de precios altos de café a nivel internacional, ya que cada productor de café está en realidad recibiendo el precio del mercado convencional. Dentro de estas condiciones las ventajas en términos económicos del Comercio Justo no aparecen muy claras, aunque se ha aumentado el nivel de educación, se ha contribuido al empoderamiento de las mujeres y el aumento de acceso a créditos.

Además, aunque el Comercio Justo ha demostrado que hasta cierto punto beneficia a los pequeños productores, no les resulta suficiente para sostener una vida decente.

Rubio & Amaya (2020), en su estudio "*Impacto ecológico, social y económico de fincas certificadas en buenas prácticas agrícolas y comercio justo*" manifiestan que el impacto de mayor predominancia causado por las certificaciones, siendo uno de ellos la del Comercio Justo en los principales países productores de café en el mundo, es el incremento de los ingresos netos que viene siendo finalmente lo que motiva a los caficultores a adoptar este tipo de programas en sus fincas, ya que incrementa su poder adquisitivo y acceso a los aspectos que se supone mejoran su calidad de vida. No obstante, un importante grupo de estudios en los diferentes continentes productores indican que las diferencias de estos ingresos comparados con los de los productores no certificados no es muy significativa, lo que conduce a dudar de la eficiencia de este mecanismo para reducir la pobreza en sector rural. Por otro lado, estos programas de certificación han demostrado su impacto positivo a los agroecosistemas; la certificación incluye importantes garantías de beneficios para la conservación de la biodiversidad, pero hay una necesidad de considerar mejor el papel dominante de los procesos a escala de paisaje en el mantenimiento de la biodiversidad y no la fragmentación que aún se presenta. La comprensión de los beneficios relativos a los factores económicos y ecológicos, puede ser importante para la consecución de los sistemas agrícolas sostenibles que contribuyen a los medios de vida de los agricultores y la protección del medioambiente.

2.1.2. A nivel Nacional

Chagua & Zúñiga (2018), en su estudio "*Impacto del comercio justo en el desarrollo socio-económico de los socios de la Cooperativa Agraria Cafetalera Pangoa LTDA. en el periodo 2015-2016*", concluyen que, el Comercio Justo mejora la situación y las condiciones de vida de los productores proporcionándoles empoderamiento social y concediéndoles un

impacto positivo en la forma de vivir, constituyendo programas sociales de acuerdo a los menesteres requeridos bajo un fondo de salud y anexionando la promoción en su zona donde se les brinda capacitaciones con especialistas para continuar con la aplicación de buenas prácticas de cultivo, acrecentando y mejorando la infraestructura de la zona y sus servicios, aplicando los fundamentos en los que se imparte responsabilidad y compromiso por parte de los administrativos de la cooperativa en cuanto a la retribución de salarios dignos y justos. Esta investigación visualiza la implementación del Comercio Justo que plantea hábitos responsables y justos para los productores y el medio ambiente además de ejecutar algunas observaciones como la de promover información sobre el Comercio Justo, sobre análisis económico - financieros de la organización hacia sus socios y que se tenga mayor aparición de la organización en los lugares más apartados con el fin de poder ocuparse de las necesidades prioritarias de los socios.

Flores (2019), en su investigación "*El Comercio Justo: Su impacto y propuesta de mejora en el Municipio de Arequipa, Perú*", analiza el impacto social y económico del Comercio Justo en las PYMES del sector textil, en la región de Arequipa. Su objetivo fue determinar el impacto social y económico del plan de Buenas Prácticas de Comercio Justo, para conocer los cambios a nivel individual, familiar, microempresarial, entre los propietarios y trabajadores de las PYME textiles. El resultado de la investigación fue positivo, en relación a las hipótesis planteadas en el diseño de la investigación. Entre los resultados más relevantes se puede mencionar una mejora en las capacidades empresariales de los propietarios y en las capacidades operativas de los trabajadores, también menciona que se ha constatado un avance positivo, en la calidad de vida de los trabajadores de PYME textiles, esta mejora es uno de los principios que sustentan el Comercio Justo, ratificando que es una alternativa de desarrollo a nivel familiar, microempresarial y comunitario en la región de Arequipa, y otras regiones del Perú.

Marcos & Camacho (2019), en su estudio *“La certificación de comercio justo en la exportación de cacao en grano”*, concluyen que si bien el Comercio Justo, asegura una demanda constante y a un buen precio que beneficia a todos los integrantes de la cadena productiva, además de permitir abrir nuevos mercados internacionales; es necesario el conocimiento adecuado de la teoría y los procedimientos por parte de los involucrados, así como de los beneficios, desventajas y limitaciones. Y si bien existe mucha información especializada sobre el Comercio Justo, es necesario que esta información llegue directamente a los productores para que puedan organizarse óptimamente y hacer uso de esta importante herramienta de desarrollo. La certificación de Comercio Justo influye positivamente en las exportaciones, ya que favorece la promoción de los productos en otros mercados y por el contrario la producción tradicional de cacao que no toma en cuenta las certificaciones internacionales se ve afectada por los intermediarios y la competencia. Con una buena estrategia de exportación, a través del Comercio Justo, puede no solo mejorar las ventas, sino elevar la calidad de vida de toda una comunidad.

Keisling (2013), en su estudio *“La realidad de comercio justo: una investigación de las fallas y los éxitos del sistema en el valle de La Convención, Perú, desde la perspectiva de los productores”*, concluye que si bien el Comercio Justo procura excluir a los intermediarios de la cadena de producción, algunas asociaciones de cooperativas pueden actuar como intermediarios, realizando deducciones de dinero muy significativas para la economía de su propio agricultor. Además, igual como una cooperativa puede ser el cuerpo de apoyo para sus productores, también algunas pueden ser una fuente de argucia, por la falta de una óptima democracia, transparencia y confianza, haciendo un sistema cooperativo que no garantiza la equidad y justicia; en estos casos para un método basado en el fundamento de transparencia como lo es el Comercio Justo, falta mucha claridad. Por otra parte, hay bastante falta de comprensión del Comercio Justo por parte de los productores agrícolas y por ende una falta de entendimiento de sus deberes y derechos. Según los mismos involucrados, tiene que haber más presencia y comunicación directa por parte de las

cooperativas y de FLO y más compromiso y consideración por parte de su propia institución.

Cárdenas, Sánchez y Soto (2019), en su estudio *“Conocimientos y expectativas a cerca del Comercio Justo. Estudio de caso: Asociación de productores de Quinoa y granos de la región Ayacucho – APOQUA”*, concluye que, existe un bajo vinculo del Comercio Justo con el principio de óptimas condiciones laborales donde gran parte de los asociados poseen escasos conocimientos sobre las capacidades de gestión de este tipo de mercado. Las perspectivas de los miembros de la asociación en estudio con alta participación son más demarcadas y enfiladas con los principios de Comercio Justo en comparación con las perspectivas de los socios con baja participación en este tipo de comercialización. Esto se debería a que los asociados de alta participación disponen de mayor y mejor información de la organización y de los mercados agropecuarios, lo que les admite entonar sus perspectivas a dichas realidades, pero recalca que, ambos grupos han generado altas perspectivas. Todo esto es un indicador de la disposición y la expectativa general con respecto al Comercio Justo en regiones con marcados componentes rurales y agropecuarias de bajos ingresos como el estudiado en Ayacucho.

2.1.3. Nivel Local

Arbildo & Robles (2018), en su estudio *“Aporte económico de la producción agrícola de cacao en el departamento de Ucayali 2000 – 2015”*, concluyen que la actividad agrícola es la tercera de mayor importancia en la economía del departamento de Ucayali, después del comercio y la manufactura. En Ucayali, el proceso de la producción agrícola del cacao durante el periodo de estudio (2000-2016), mostro un incremento muy significativo, sobre todo en los últimos años, habiéndose dado en etapas muy determinadas: de recesión entre los años 2000-2003, de recuperación entre los años 2004-2010, de crecimiento moderado entre los años 2011-2014 y de crecimiento acelerado en los años 2015 y 2016. El aporte económico que se gesta en la producción agrícola del cacao está simbolizado en una media

de 65% del valor de la producción. Los productores agrícolas de cacao en Ucayali, presentan niveles socioeconómicos bajos y medios. Una mejora significativa del nivel socioeconómico de los productores de cacao no está relacionada de manera importante con la producción agrícola de cacao. La mejoría solo está limitada a las unidades móviles adquiridas y al equipamiento del hogar y la relación de estas mejorías con la producción de cacao es de significación baja y que lo aportado económicamente por la producción agrícola del cacao ha sido significativo para la economía de la región Ucayali durante el periodo 2011- 2016.

Bartra & Crisostomo (2017), en su estudio *“Influencia de la producción del cacao en el nivel de vida de los productores cacaoteros del distrito de Alexander Von Humboldt en el periodo 2012-2016”*, concluyen que, hay una fuerte influencia de la producción del cacao en el cambio del nivel de vida de los productores cacaoteros del distrito de Von Humboldt y que el efecto del rendimiento de la producción de cacao es un factor muy importante para generar mayores ingresos. Determina que, la comercialización tiene muy poca influencia en el mejoramiento del nivel de vida de los productores cacaoteros ya que no reciben una adecuada atención de parte de las organizaciones a las que pertenecen. Y también que el cambio del nivel de vida de los productores cacaoteros fue positivo, por el aumento en la adquisición de electrodomésticos, movilidad, propiedades, entre otros. Que son los resultados por el incremento de hectáreas en producción de cacao que conjuntamente con el buen precio de venta.

Suarez (2020), en su estudio *“Planeación estratégica y comercialización en la Cooperativa Agraria Colpa de Loros, en el periodo 2019”*, manifiesta que existe una relación significativa entre la dimensión diseño e implementación de la Planeación Estratégica y la Comercialización y una relación entre la Planeación Estratégica y la Dimensión Ventas y Comercialización en la Cooperativa Agraria Colpa de Loros periodo 2019.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Comercio Justo.

El Comercio Justo es una asociación comercial, que se basa en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Es una forma alterna de comercio impulsada por muchas organizaciones no gubernamentales, por la Organización de las Naciones Unidas y por corrientes sociales y políticas que fomentan un vínculo comercial voluntario y justo entre productores y clientes.

El término “Comercio Justo”, que viene de la concepción inglesa “Fair Trade”, se refiere a intercambios de bienes y servicios en donde se asegura a los productores más vulnerables y pobres una retribución justa por su trabajo. Desde este panorama el “comercio justo” se trata de una alternativa del comercio habitual que busca en que los clientes - consumidores obtengan los productos lo más directamente posible de los agricultores que los producen, dando lugar a que mediante la exclusión de los intermediarios se rebaje el costo de transacción (Cleves, 2013).

2.2.2 Productos Fair Trade

Hay miles de productos que llevan el Sello de Certificación de Comercio Justo - Fair Trade. Existen principios Fair Trade para productos alimenticios que comprenden muchos productos desde el té. Hay también principios para los productos no alimenticios, como flores y plantas, balones deportivos y semillas de algodón. Los productos Fair Trade son sencillos de reconocer, sólo hace falta percatarse si el embalaje lleva el sello Fair Trade. Todos los productos que lo lucen satisfacen los estándares de Fair Trade International para el Comercio Justo. En España y Portugal más de 2.000 comercios, bares, restaurantes y hoteles ofrecen productos Fair Trade a sus clientes. Se trata de unos 200 productos diferentes de 70 marcas y cada año la propuesta se va ampliando. Los artículos de Comercio Justo se consiguen en casi todas las cadenas de

reparto, según la cadena tienen entre uno y diez o más productos diferentes. Se encuentran productos de Comercio Justo por ejemplo en Al Campo, BonPreu, Carrefour, Consum, Coop, El Corte Inglés, Eroski, HiperCor, LeClerc, Natura, OpenCor, Simple, Super Cor, Super Cor Expres, 44 Veritas, así como muchas cadenas regionales. También muchos herbolarios ofertan productos de Comercio Justo. Y por supuesto están las tiendas diligenciadas por ONG de Comercio Justo. En estas tiendas todos los productos que se ofrecen proceden de Comercio Justo (Sello comercio justo, 2015).

2.2.3 Certificación Fair Trade

La Certificación Fairtrade (FLO - Fairtrade Labelling Organization), es un sistema de certificación de productos donde los aspectos sociales, económicos y ambientales de la producción están certificados según los Estándares Fairtrade para Productores y Comerciantes. El sistema Fairtrade monitorea la compra y la venta del producto hasta que se envasa y etiqueta listo para el consumidor. Los certificados solo se emiten después de que una inspección física haya confirmado que se han cumplido todos los Estándares Fairtrade aplicables. (Fairtrade International, 2015).

2.2.4 El Comercio Justo en el cultivo de cacao en el Perú

El Comercio Justo en el Perú es un método que aplica a pequeños agricultores que estén asociados necesariamente en organizaciones, como las cooperativas. Tanto las cooperativas como el Comercio Justo comparten muchas particularidades como que ambos se concentran en los individuos y buscan asignar de forma justa la riqueza, preservando valores como la fidelidad, responsabilidad, transparencia, puntualidad además del desarrollo sostenible.

La Coordinadora Estatal del Comercio Justo (2021), en su artículo "*Comercio Justo en el contexto del cacao peruano: El caso Acopagro*", Higuchi y Rubiños (2021) afirman que, a los

productores de cacao Fairtrade se les retribuye por sus mercancías un importe mínimo Fairtrade, que refugia al productor contra los declives del precio de mercado; asimismo, se motiva la producción orgánica con un precio minúsculo más elevado que el convencional. En el caso de la cooperativa Acopagro, la exportación de cacao que se lleva a cabo es entre 95 y 99% de cacao Fairtrade orgánico. Es notable resaltar que esta retribución por cacao Fairtrade es transbordado al agricultor, explicándoles de manera clara y traslucida la valorización del producto entregado y así, mejorando la posición económica y social de cada productor asociado. Esta transparencia en la comunicación y en la apreciación de los beneficios por el cacao obtenido ha permitido que cada asociado sepa y aprecie el producto que desarrolla; esto, aumenta el compromiso para optimizar cada vez más la calidad que oferta.

Según La Universidad Nacional Mayor de San Marcos (2020) afirma que: La Coordinadora Nacional de Comercio Justo en Perú se crea con la intención de ayudar a los pequeños productores, quienes están conformados en ámbitos ante diferentes instancias de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), Organización Internacional de Certificación de Comercio Justo (FLO) y otros sellos. Como dato importante podemos encontrar la Secretaria Técnica de la Coordinadora ubicada en la ciudad de Lima. Entre sus miembros cuenta con 94 organizaciones productoras de café; 32 de cacao; 26 de banano; 3 de hortalizas, legumbres y papas; 1 de quinua; 6 de fruta fresca; 4 de azúcar de caña; 1 de hierbas y especias; 1 de jugos de frutas; 1 de semillas y frutos oleaginosos; 2 de pulpa y 1 de nueces.

2.2.5 Desarrollo sostenible

Canesa & Garcia (2005) en su artículo menciona que La definición mundialmente aceptada es la planteada por la Comisión Brundtland/ONU es “el desarrollo que permite satisfacer las

necesidades de la generación de hoy sin perjudicar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer las suyas”. Informe «Nuestro futuro común» de 1987, Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo

Alaña, Capa & Sotomayor (2017) mencionan que el concepto de desarrollo sostenible implica el desarrollo equilibrado de las siguientes tres dimensiones:

Dimensión Económica: Esta dimensión no sólo incluye la información financiera de la empresa, si no también incluye factores como los salarios y beneficios, productividad laboral, creación de empleo, gastos en tercerización, gastos en investigación y desarrollo, gastos en capacitaciones, entre otros.

Dimensión Ambiental: Esta dimensión incluye los impactos que causan los procesos, productos y servicios de la organización en el aire, el agua, la tierra, la biodiversidad y la salud humana.

Dimensión Social: Esta dimensión incluye factores como la seguridad y salud en el área de trabajo, la rotación del personal, derechos laborales, derechos humanos, salarios y condiciones laborales de las empresas service. Asimismo, en esta dimensión se incluye la interacción entre la organización y su comunidad.

2.2.6 Responsabilidad Social Empresarial

Chávez & Patraca (2011), definen que Responsabilidad Social Empresarial, es el compromiso sensato y coherente de cumplir cabalmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, honrando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, manifestando consideración por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la cimentación del bien común. La Responsabilidad Social Empresarial es una nueva forma de hacer negocios en la que la empresa ejecuta sus operaciones de forma sustentable en lo económico, lo social y lo ambiental, admitiendo los intereses de los distintos públicos con los que se vincula y relaciona, buscando

la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

2.2.7 Asociatividad

Rosales (1997), citado por Vergara et al. (2012), define la asociatividad como un mecanismo de cooperación entre organizaciones, empresas o territorios (que mantienen su independencia jurídica y su autonomía) que admite la unión facultativa de esfuerzos de un grupo para la búsqueda de objetivos, oportunidades y metas comunes. Entre las manifestaciones específicas de la asociación entre sujetos se incluye la satisfacción de objetivos comunes, cooperación (todos ganan o pierden), apertura, diálogo y confianza mutua.

Goshs (1996), citado por Mariño (2012), destaca las siguientes características de la asociatividad:

- Permite resolver problemas conjuntos manteniendo la autonomía gerencial de las empresas participantes por lo que cada empresa vinculada toma sus decisiones en forma independiente.
- Puede adoptar diversas modalidades jurídicas y organizacionales.
- Brinda una amplia gama de posibilidades dentro de las actividades empresariales como el financiamiento, la inversión y la operación en sí sin que existan restricciones de participación por tipo de actividad de las empresas vinculadas.
- No excluye a ninguna empresa por el mercado en el que opera dándoles una alta flexibilidad de afiliación, operación y ámbito de acción que puede ser empleado tanto por empresas insertadas en redes verticales u horizontales o, incluso, para aquellas que no pertenezcan a ninguna red.

2.2.8 Mercado de economía solidaria

La economía solidaria, es un sistema de producción, distribución y consumo de bienes y servicios que actúa con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, en un territorio determinado, constituida tanto por empresas y entidades de la economía solidaria y social como por consumidores/as individuales y colectivos.

Ovando (2009), Economía solidaria. *Alteridad*, 4(1), 88-97, manifiesta que la economía solidaria es una forma de producción, consumo, y distribución de riqueza concentrada en la valorización del ser humano y no en la priorización del capital. Fomenta la asociatividad, la cooperación y la autogestión y está encaminada a la producción, al consumo y a la comercialización de bienes y servicios, de un modo principalmente autogestionado, teniendo como propósito el desarrollo ampliado de la vida. Preconiza el entendimiento del trabajo como un medio de liberación humana, en el marco de un proceso de democratización económica, creando una alternativa viable a la dimensión generalmente alienante y asalariada del desarrollo del trabajo capitalista.

2.3 Definiciones conceptuales

- **Cacao:** El cacao es un cultivo tropical que está ampliamente extendido en África, Asia, Oceanía y América en plantaciones destinadas a producir esencialmente sus granos o almendras y que son utilizadas principalmente para la producción de chocolates y grasas por industrias alimentarias o cosmetológicas. El cacao (*Theobroma cacao* L.), es una especie del género *Theobroma*, de la familia de las Malvaceae, la cual cuenta con más de 22 especies. Es originaria de Sudamérica y domesticada en Mesoamérica. El sistema tradicional de clasificación indica que existen básicamente tres tipologías de cultivares a partir de los cuales se desprenden las variedades, híbridos y clones que hoy se siembran a nivel mundial: los denominados criollos, forasteros y trinitarios (Arevalo et al., 2017).

- **Cooperativa agraria:** La cooperativa agraria es una sociedad de personas que realizan actividades agrícolas y/o forestales y/o ganaderas, que se han unido de modo voluntario mediante una empresa de propiedad conjunta y democráticamente inspeccionada que cumple con los principios cooperativos. Una cooperativa agraria se establece con el objeto de ofrecer servicios relacionados con la actividad agrícola, forestal o ganadera que sus socios realizan, practicando con ellos actos cooperativos. Entre los servicios que puede brindar una cooperativa a sus socios se encuentran el abastecimiento de productos y servicios, comercialización, procesamiento, transformación, servicios productivos y postproductivos y demás servicios de valor agregado, financiamiento y asesoría técnica; de manera enunciativa, el reglamento podrá establecer una lista de las actividades de transformación, sin que ello implique una demarcación de sus alcances dentro del proceso de producción.

Ley 31335 (julio 2021) Perfeccionamiento de la asociatividad de los productores agrarios en cooperativas agrarias ley de perfeccionamiento de la asociatividad de los productores agrarios en cooperativas agrarias - Artículo 2

- **Medioambiente.** Es un conjunto equilibrado de elementos que engloba la naturaleza, la vida, los elementos artificiales, la sociedad y la cultura que existen en un espacio y tiempo determinado. El medio ambiente está conformado por diversos componentes como son los físicos, los químicos y los biológicos, así como, los sociales y los culturales. Estos componentes, tangibles e intangibles, se encuentran relacionan unos con otros y establecen las características y el desarrollo de la vida de un lugar. "*Medioambiente*" en: Significados.com. Disponible en: <https://www.significados.com>>Ciencia> Biología. Consultado: 04 de mayo 2023
- **Agricultura sostenibles:** La agricultura sostenible es aquella que, en el largo plazo, contribuye a mejorar la calidad ambiental y los recursos básicos de los cuales depende la agricultura, satisface las necesidades

básicas de fibra y alimentos humanos, es económicamente viable y mejora la calidad de vida del productor y la sociedad toda.

Para Sánchez (2021), la agricultura sostenible es un sistema de producción agraria conservador de recursos, ambientalmente sano y económicamente viable. Al mismo tiempo debe reconocer los valores humanos, suministrando alimentos de alta calidad y manteniendo a la familia agricultora y a las comunidades rurales como parte de un sistema saludable.

- **Desarrollo económico:** El desarrollo económico se puede definir como la capacidad que tienen los países o regiones de producir y obtener riqueza. El desarrollo está ligado al sustento y la expansión económica de modo tal que garantice el bienestar, se mantenga la prosperidad y satisfaga las necesidades personales o sociales de las personas. (Desarrollo económico, 2022).
- **Desarrollo social:** Midgley (1995), el desarrollo social es “un proceso de promoción del bienestar de las personas en conjunción con un proceso dinámico de desarrollo económico”, es un proceso que conlleva al mejoramiento de las condiciones de vida de una población en los ámbitos de la salud, educación, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social, empleo, salarios, principalmente; implica también la reducción de la pobreza y la desigualdad en el ingreso. El desarrollo social se centra en la necesidad de "poner en primer lugar a las personas" en los procesos de desarrollo. El desarrollo social promueve la inclusión social de los pobres y vulnerables empoderando a las personas, creando sociedades cohesivas y resilientes, y mejorando la accesibilidad y la rendición de cuentas de las instituciones a los ciudadanos (Banco Mundial, 2022).
- **Impacto ambiental:** El impacto ambiental, impacto antrópico o impacto antropogénico abarca los distintos efectos que la actividad humana y el modelo de vida humano desatan sobre el medio ambiente natural.

Es la alteración o modificación que causa una acción humana sobre el medio ambiente. Debido a que todas las acciones del hombre repercuten de alguna manera sobre el medio ambiente, un impacto ambiental se diferencia de un simple efecto en el medio ambiente mediante una valoración que permita determinar si la acción efectuada es capaz de cambiar la calidad ambiental y así justificar la denominación de impacto ambiental (Impacto ambiental, 2022).

- **Sostenibilidad económica:** Hace referencia a la disposición de una organización de administrar los recursos que tiene y suscitar rentabilidad de forma responsable a largo plazo. Cuando se crea una empresa, se genera una estructura en la que hay unos costos y unos ingresos. En el momento en que se logra un equilibrio entre ambos factores, la empresa recibe unos beneficios (RSyS, 2022)
- **Sostenibilidad social:** Se refiere a acoger valores que generen conductas como el valor de la naturaleza, mantener niveles armónicos y convenientes de educación, capacitación y concienciación ofreciendo apoyo a la población de un país para progresar, mantener un buen nivel de vida y promoviendo que se involucren estas mismas personas para crear algo nuevo en la sociedad de la que forman parte hoy en día (RSyS, 2022).
- **Sostenibilidad ambiental:** La sostenibilidad ambiental es la que se centra en la preservación de la biodiversidad sin renunciar al progreso económico y social. Se refiere a la disposición de poder mantener los aspectos biológicos en su productividad y heterogeneidad a lo largo del tiempo y, de esta manera, ocuparse por la preservación de los recursos naturales impulsando una responsabilidad consciente sobre lo ecológico y al mismo tiempo, crecer en el desarrollo humano cuidando el ambiente donde vive (RSyS, 2022).

2.4 Bases Epistemológicas

La metodología utilizada para este estudio es mediante la observación, identificación y análisis, el mismo que se contrasta con el paradigma del positivismo. Este paradigma establece que la realidad y el mundo es centrado y concreto por lo que el objetivo de la investigación es describir la realidad orientada a un objeto de estudio absolutamente observable, aplicando herramientas brindadas por el método científico, que son únicas, por ello aplicándolo a las ciencias sociales, se busca las causas de los temas de investigación de la presente y que sus explicaciones sean demostradas por leyes objetivas.

El bienestar humano tiene una serie de parámetros identificables, lo que ahora se conoce como *calidad de vida*, la cual es una combinación compleja de muchas variables que hacen a nuestro bienestar; es un concepto que integra el bienestar físico, mental, social y de entorno de cada persona y de cada grupo social. Y es precisamente sobre todo el contexto social lo que el Comercio Justo trata de mejorar a través del empoderamiento de grupos asociativos como es el caso del universo de estudio del presente tema de investigación.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Ubicación del estudio

El estudio se desarrolló en el ámbito de influencia de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático *Colpa de Loros* en los distritos de Neshuya, Campo Verde y Alexander von Humboldt en el departamento de Ucayali y el distrito de Puerto Inca del departamento de Huanuco.

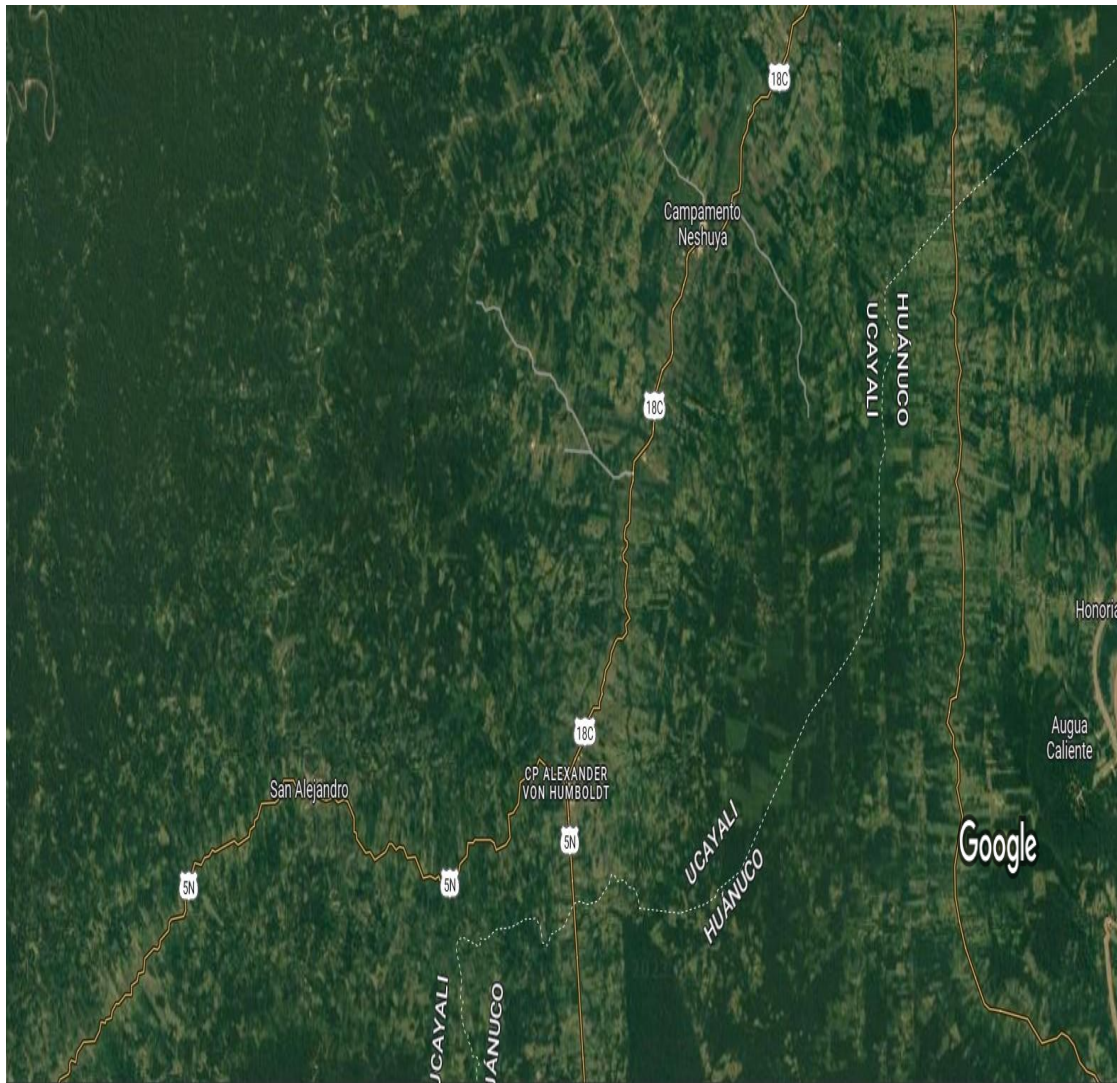


Figura 1. Ubicación del ámbito.

Fuente: Google earth

3.2. Tipo de investigación

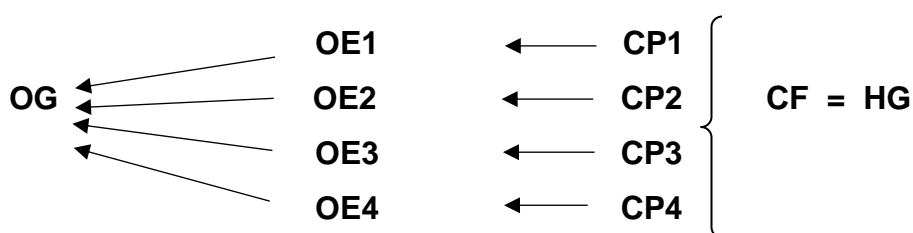
Fue de tipo descriptivo ya que se describió los hechos que se dio durante la ejecución de la investigación y a la vez fue correlacional porque se pretendió relacionar el impacto del sello del Comercio Justo en la parte económica, social y ambiental de los agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático *Colpa de Loros*.

3.3. Diseño y Esquema de la Investigación (Diseño metodológico)

3.3.1. Diseño de la investigación

El diseño de investigación fue no experimental ya que no se manipuló las variables que se identificó sobre el impacto del Comercio Justo, sencillamente se observó, se analizó tal y como son. Transversal descriptivo, por cuanto se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único. El propósito fue indagar el impacto del sello de Comercio Justo y los valores en que se manifiestan entre las variables en el aspecto social, económico y ambiental por parte de los agricultores (Hernández, Fernández y Baptista, 2003)

3.3.2. Esquema de la investigación



Dónde:

- OG** = Objetivo General.
- OE** = Objetivo Específico.
- CP** = Conclusión Parcial.
- CF** = Conclusión Final.
- HG** = Hipótesis General.

3.4. Población y muestra

Población: La población fue finita y estuvo constituida por 100 productores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros”, con sede en el distrito de Neshuya, Padre Abad.

Muestra: La muestra fue la misma población ($N=n$) y estuvo representada por los 100 productores, por lo que no existió criterios de exclusión ya que todos participaron en la ejecución de los instrumentos de recolección de datos.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Técnicas

Encuesta: Fue una técnica diseñada con 68 preguntas cerradas divididas en 4 cuestionarios: Comercio justo, Ingresos económicos, Desarrollo social y Preservación del medio ambiente.

Entrevista: La entrevista se dio con un tiempo de unos 5 minutos aproximadamente por persona.

3.5.2. Instrumentos

Cuestionario con escala de Likert: estuvo estructurado bajo 5 alternativas de respuestas (Definitivamente sí, Probablemente sí, Indeciso, Probablemente no y Definitivamente no)

3.5.3. Técnicas de recojo y procesamiento de datos

Técnicas de recolección de datos

El instrumento fue un cuestionario diseñado con preguntas bajo escala de Likert a los productores involucrados en el Comercio Justo de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático *Colpa de Loros* para así conocer el impacto del Comercio Justo en el desarrollo socioeconómico y ambiental de los mismos. Para evaluar los incrementos de los ingresos económicos, un mayor desarrollo social y mayor preservación del medio ambiente se aplicó un cuestionario

adaptado al modelo Likert. El cuestionario contiene 68 ítems que corresponden a 12 dimensiones: Producción y productividad del cacao, calidad del cacao, ventas del cacao, educación, salud, vivienda - habitad, genero, organizacion, educación ambiental, conservación de suelos, conservacion de agua y aire – reciclaje y conservación de áreas arbustivas.

La alternativa o puntos tipo Likert utilizado que corresponde a las opciones de respuesta de los cuestionarios fue:

Alternativa 1: Definitivamente si

Alternativa 2: Probablemente si

Alternativa 3: Indeciso

Alternativa 4: Probablemente no

Alternativa 5: Definitivamente no

Los puntajes que son los valores que se les asignen a los indicadores constitutivos como opciones de respuesta, se obtendrán al sumar los valores obtenidos respecto a cada dimensión. El puntaje mínimo resultara de la multiplicación del número de ítems por 1. La puntuación se considerará alta o baja al respecto del puntaje total, este último dado por el número de ítems o afirmaciones, multiplicado por 5.

Para obtener el nivel de conocimiento sobre lo que es el sello de Comercio Justo, esta variable será categorizada de la siguiente manera:

Tabla 1

Categorización de la variable independiente

Variable Independiente	Categoría	Indicadores
Conocimiento sobre el sello de comercio justo	Alto	24 - 30
	Medio	17 – 23
	Bajo	10 – 16

Y para estimar el impacto del sello de Comercio Justo con el incremento económico, mayor desarrollo social y preservación del ambiente se correlacionará como se muestra a continuación:

Tabla 2.

Relación de la variable sello del Comercio Justo y el incremento económico, mayor desarrollo social y preservación del medio ambiente

Variable independiente	Variable dependiente	Correlación de Pearson (r)	p-valor
Sello del comercio justo	Incremento económico Mayor desarrollo social Preservación del ambiente		

Nota: p-valor < 0,05 existe relación significativa y si el p-valor < 0,01 existe relación altamente significativa.

3.5.4 Instrumentos de recolección de datos

- ✓ Ficha de evaluación económica
- ✓ Ficha de evaluación social
- ✓ Ficha de evaluación medioambiental
- ✓ Ficha de evaluación de percepción del comercio justo
- ✓ Cuaderno de registro de ingresos económicos por la venta del comercio justo

3.5.5. Validación y confiabilidad del instrumento

Los instrumentos se validaron mediante juicio de expertos, mínimo tres expertos sobre el tema a evaluar.

3.5.6 Métodos de análisis de datos

Para procesar la información, se creó una base de datos en el programa Excel, para el análisis de las variables, estructurando las dimensiones en forma horizontal, donde se pudo visualizar ítems y la opción de respuestas por cada uno de ellos y las encuestas se registraron en forma ascendente, procedimiento que permitió obtener el puntaje total por dimensión y categoría a nivel global. Obteniendo

porcentajes de los grupos según sus actividades recreativas y su grado de satisfacción; que fueron interpretados por medio de gráficos circulares y barras.

3.5.7. Materiales, herramientas y equipos

- Encuestas
- Lapiceros
- Cámaras fotográficas
- Lap Top
- Tableros y libretas de campo
- Dispositivo USB (Universal Serial Bus)

3.5.8. Procedimiento de recolección de datos

3.5.8.1. Viajes a la zona de influencia de la Cooperativa Agraria de Cacao Cromatico *Colpa de Loros*. Partiendo desde la ciudad de Pucallpa via terrestre, siendo el tiempo de viaje de unos 60 minutos.

3.5.8.2. Permiso de la gerencia y la junta directiva de la cooperativa. Se llegaba a la localidad de Nehuya a oficinas de la cooperativa, se ubicaba al gerente de la cooperativa para poner en conocimiento la aplicación de la investigación.

3.5.8.3. Ubicación de los miembros socios designados para la encuesta y entrevista en sus fincas.

3.5.9. Tratamientos de Datos

- **Para obtener información de la variable independiente: Nivel de conocimiento del Comercio Justo:**

Medición del conocimiento sobre Comercio Justo

N° ítems	máximo ()	mínimo ()	rango	N° Intervalos	Amplitud
----------	------------	------------	-------	---------------	----------

- **Para estimar el nivel de conocimiento sobre el Comercio Justo se tuvo en cuenta la siguiente categorización:**

Bajo: 10 – 17 puntos

Medio: 18 – 23 puntos

Alto: 24 – 30 puntos

- **Para determinar la relación se usó el coeficiente de correlación (r)**

Tabla 3. Correlacion de la Variable Independiente: Percepcion del Comercio Justo y Dependiente: Impacto economico, social y ambiental del comercio justo

Correlaciones		Variable dependiente
Variable independiente	Correlación de Pearson (r)	
	Sig. (bilateral)	
	N	

En donde:

r : coeficiente de correlación de Pearson

N: número de datos

si el:

Sig. < 0,05 habrá relación significativa (*) y si el Sig.< 0,01 habrá relación altamente significativa (**)

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. RESULTADOS

Se muestran los resultados de forma ordenada y relacionada, con los parámetros y criterios que permitieron realizar la encuesta a 100 productores de cacao, socios de la cooperativa *Colpa de Loros* involucrados en el Comercio Justo seleccionados al azar. De las 100 personas encuestadas el 67% lo conforman personas de género masculino y el 33% conformado por personas de género femenino. Las encuestas incluyeron cuatro cuestionarios en base a la categorización de las variables: aspecto económico, aspecto social, aspecto ambiental y conocimiento y persecución del Comercio Justo con un total de 68 preguntas.

El aspecto económico: sobre producción y productividad del cacao, la calidad del cacao y las ventas, con 15 preguntas. El aspecto social: sobre acceso a educación, la salud, vivienda, empoderamiento de género y la confianza en la organización, con 27 preguntas. El aspecto ambiental: sobre educación ambiental, conservación del agua y aire, manejo de residuos y conservación de áreas arbustiva, con 17 preguntas. El conocimiento del Comercio Justo: en el mejoramiento de las condiciones del productor, con 9 preguntas.

4.1.1 Relación entre el sello de Comercio Justo y el incremento de ingresos económicos, preservación del medio ambiente y desarrollo social de la cooperativa agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros”.

Tabla 4. Relación de las variables de estudio.

Variables		r ² *100 (%)	r	r _{tabular}		Sig.
				r _{0.05}	r _{0.01}	
Sello del Comercio Justo	Incremento de los ingresos económicos	62.87	0.80	0.166	0.232	**
	Mayor preservación del medio ambiente	51.94	0.85	0.166	0.232	**

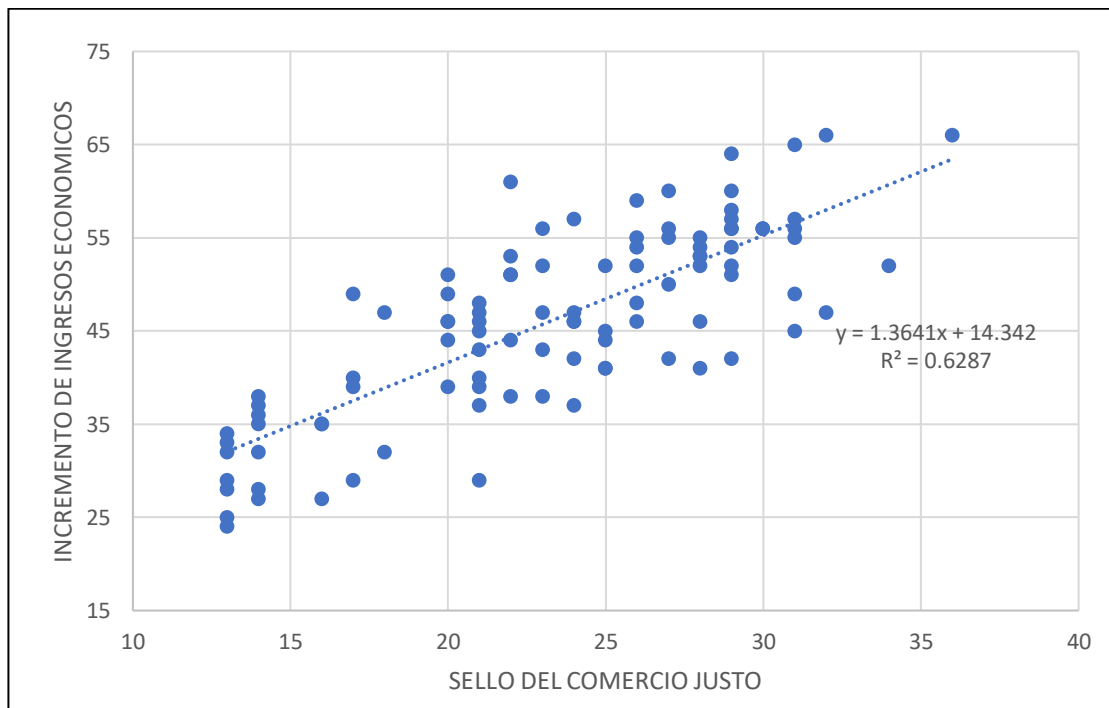
Mayor desarrollo social	68.97	0.83	0.166	0.232	**
-------------------------	-------	------	-------	-------	----

Nota: **= relación altamente significativa

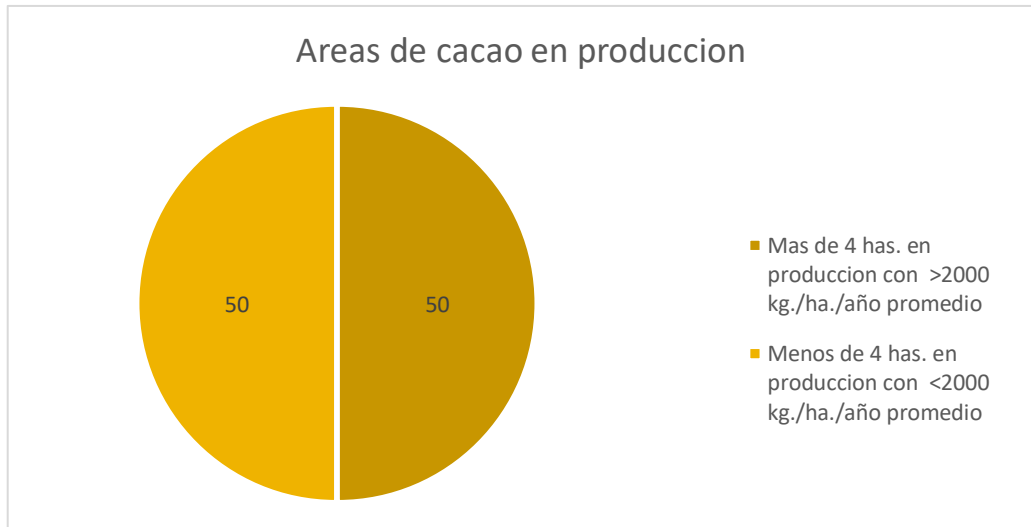
4.1.2 Impacto del sello de Comercio Justo en el incremento de ingresos económicos de los agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros”

Figura 2

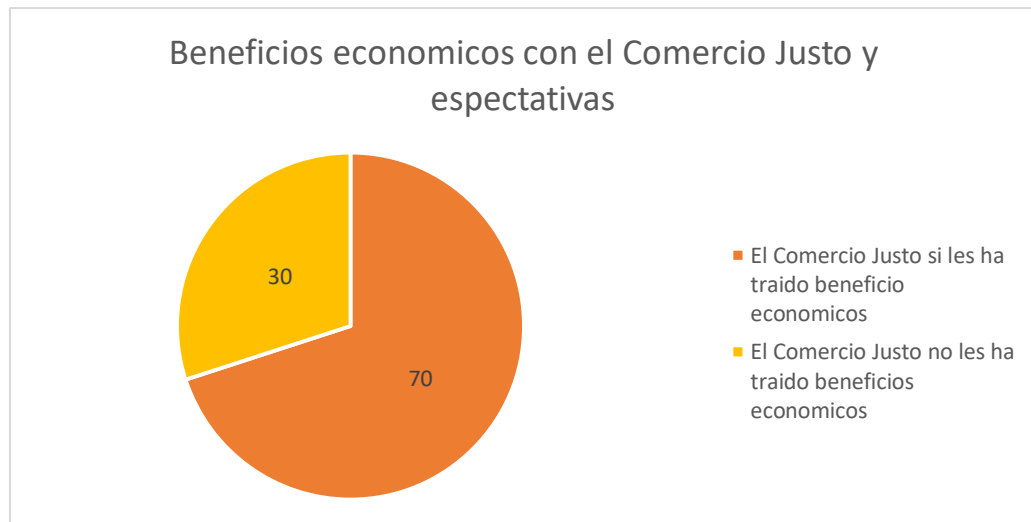
Relación del sello del comercio justo y el incremento de ingresos económicos



Según los resultados, existe una relación altamente significativa entre el sello del Comercio Justo y el incremento de ingresos económicos, por lo que se deduce que el sello del comercio justo influye en el incremento de los ingresos económicos de los agricultores. La ecuación que las relaciona es de tipo lineal lo que indica que conforme aumenta el uso del sello del Comercio Justo origina un incremento de los ingresos económicos de los agricultores. Así mismo el coeficiente de determinación ($r^2=0.6287$) indica que el incremento de los ingresos económicos depende en un 62.87% del sello del Comercio Justo y el 37.13% depende de otros factores (accesibilidad de fertilizantes agrícolas, competencia de la demanda del cacao).

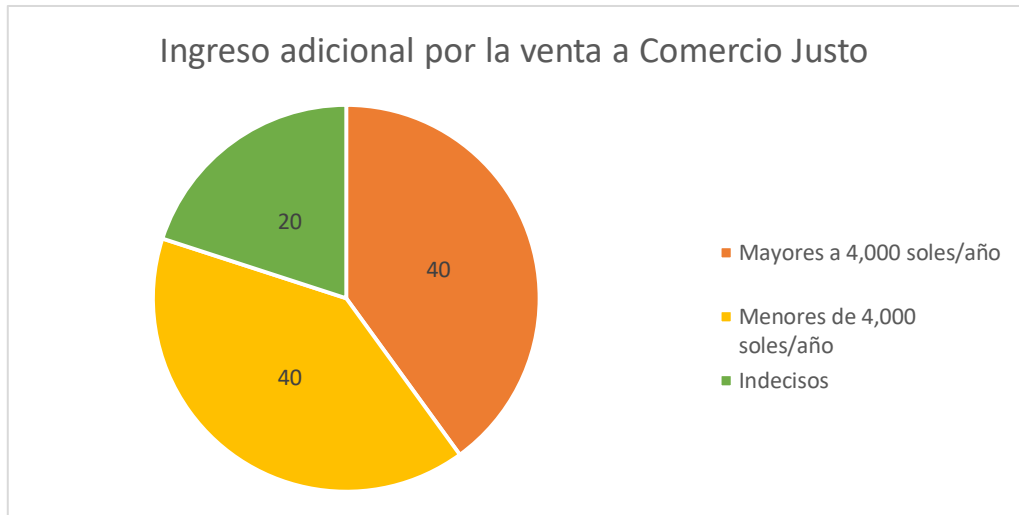
Figura 3. Areas de cacao en produccion

En la figura 3, el 50% de los agricultores tiene mas de 4 has. cacao en producción con mas de 2000 kg./ha./año y el otro 50% tiene menos de 4 has. cacao con menos de 2000 kg./ha./año

Figura 4. Beneficios económicos a través del Comercio Justo y expectativas

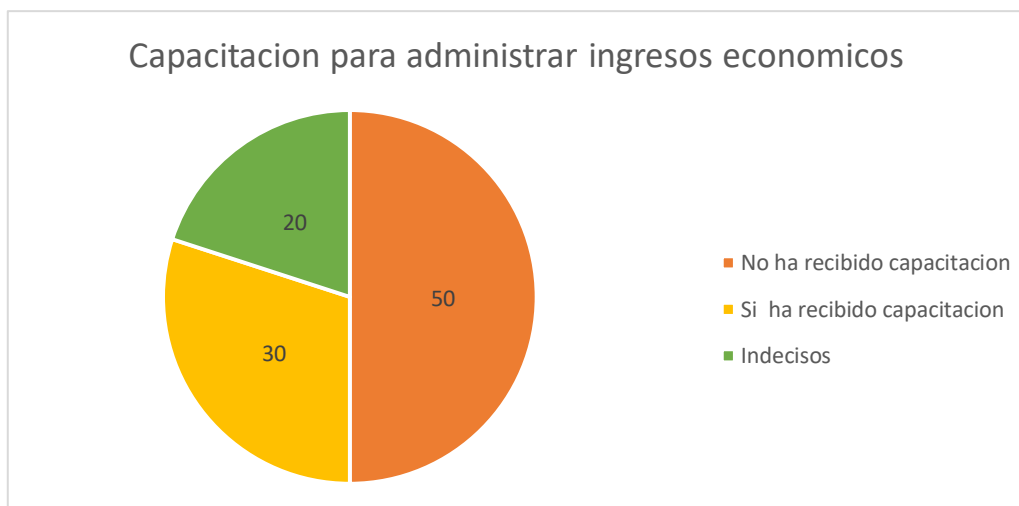
En la figura 4, el 70% de los productores manifiestan que el estar involucrado en el Comercio Justo si les ha traído mejores beneficios económicos y ha superado las expectativas, el 30% dice que no les ha traído beneficios económicos.

Figura 5. Ingresos adicionales por la venta del cacao al Comercio Justo



En la figura 5, el 40% de los productores manifiesta que los ingresos adicionales por la venta del cacao al Comercio Justo superan los S/ 4,000 soles/año, mientras que un 40% dice que no supera esa cantidad y un 20% esta indeciso.

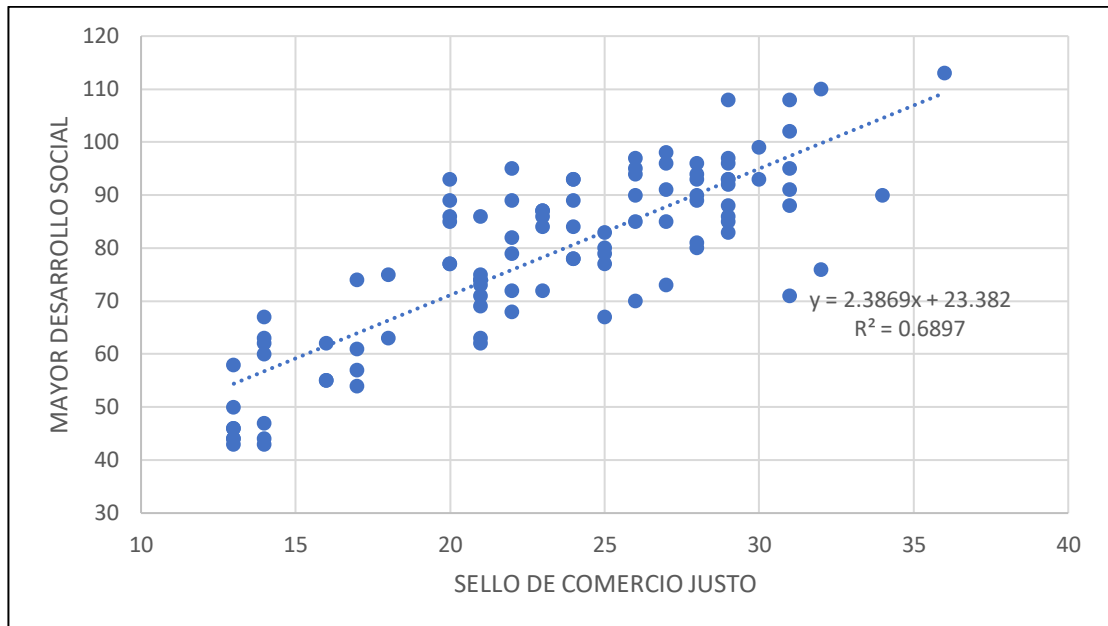
Figura 6. Capacitaciones en administrar ingresos económicos



En la figura 6, el 50% manifiestan que no han recibido capacitaciones de como administrar mejor sus ingresos económicos provenientes del Comercio Justo, un 30% dice que si recibio capacitación alguna y un 20% indeciso.

4.1.3. Impacto del sello de Comercio Justo en el desarrollo social por parte de los agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros”

Figura 7. Relación entre el sello del Comercio Justo y un mayor desarrollo social.



Según los resultados, existe una relación altamente significativa entre el sello del Comercio Justo y el mayor desarrollo social, por lo que se deduce que el sello del Comercio Justo influye en mejorar el desarrollo social de la cooperativa agraria. La ecuación que las relaciona es de tipo lineal lo que indica que conforme aumenta el uso del sello del Comercio Justo origina un mejor desarrollo social de la cooperativa. Así mismo el coeficiente de determinación ($r^2=0.6897$) indica que el mayor desarrollo social de la cooperativa depende en un 68.97% del sello del Comercio Justo y el 31.03% depende de otros factores (mayor conciencia organizativa de los productores, mayor presencia gubernamental en el medio).

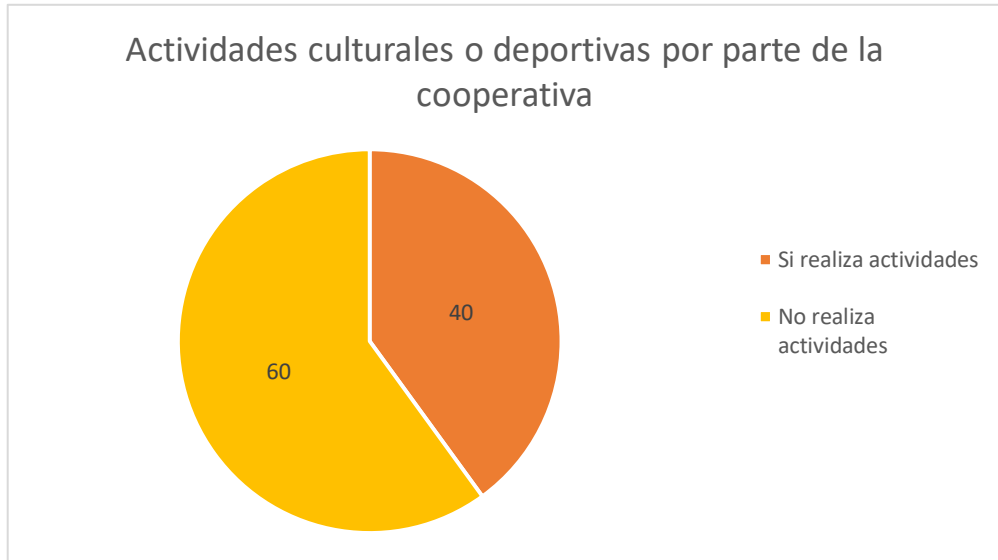
Figura 8. Asistencia técnica.

En la figura 8, el 70% de los productores reciben asistencia técnica para mejorar la producción y calidad del cacao por parte de su cooperativa y el 30% restante dice no recibir dicha asistencia técnica.

Figura 9. Capacitaciones sobre sistema organizativo de la cooperativa.

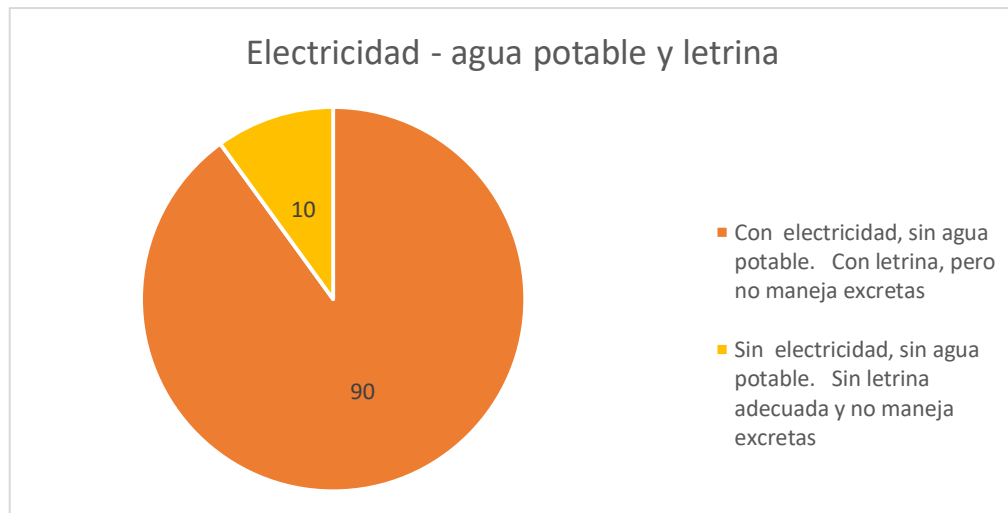
En la figura 9, el 50 % manifiesta que si ha recibido capacitación sobre el sistema organizativo de su cooperativa, un 30% manifiesta que no ha recibido capacitación alguna y un 20% indeciso.

Figura 10. Actividades culturales o deportivas por parte de la cooperativa.



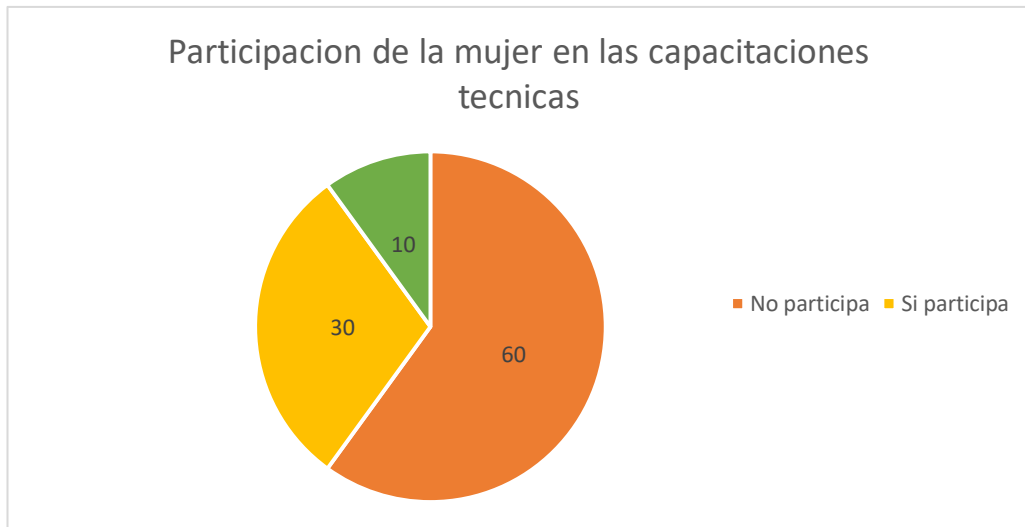
En la Figura 10, el 60% manifiesta que la cooperativa no realiza actividades culturales o deportivas para con sus socios y un 40% manifiesta que si lo realiza.

Figura 11. Servicios en la vivienda.



En la figura 11, el 90% tienen servicio de electricidad y agua no potabilizada y tienen acceso a letrinas en su hogar, pero no manejan sus residuos de excretas. El 10% no tiene servicio de electricidad y agua adecuada.

Figura 12. Participacion de la mujer en las capacitaciones técnicas sobre el cacao.



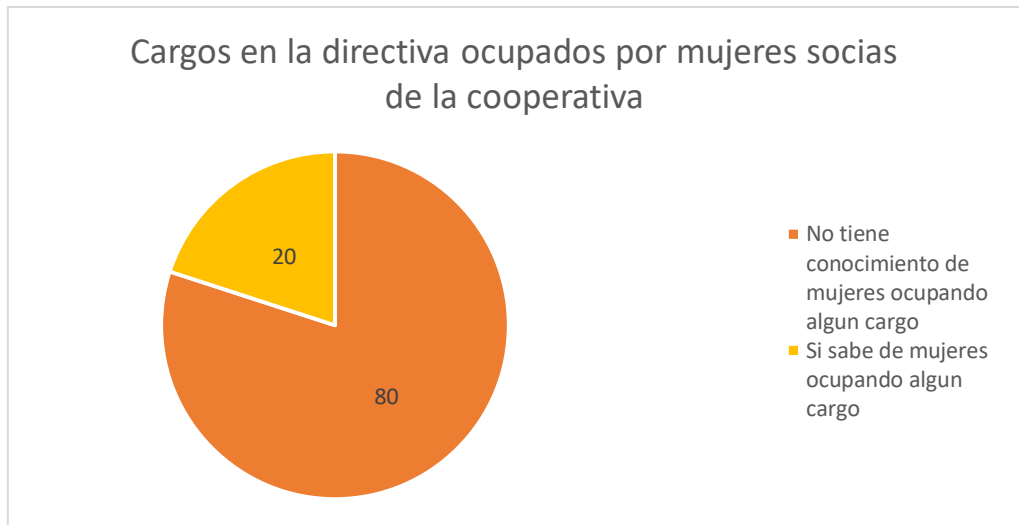
En la figura 12, el 60% de las mujeres de las familias no participan en las capacitaciones técnicas sobre el cacao que brinda la cooperativa, mientras que el 30% dicen que si las mujeres participan en las capacitaciones técnicas y un 10% indeciso.

Figura 13. Participacion de la mujer en las asambleas de la cooperativa.



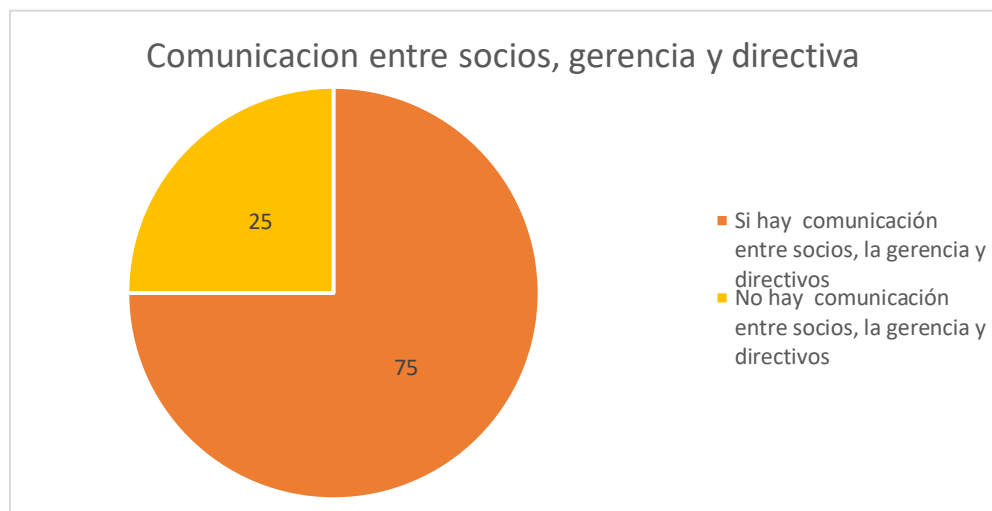
En la figura 13, un 60% dicen que las mujeres si participan en las asambleas generales que convoca la cooperativa, un 20% dice que no participan y un 20% esta indeciso.

Figura 14. Sobre cargos relevantes en la directiva ocupados por mujeres socias de la cooperativa.



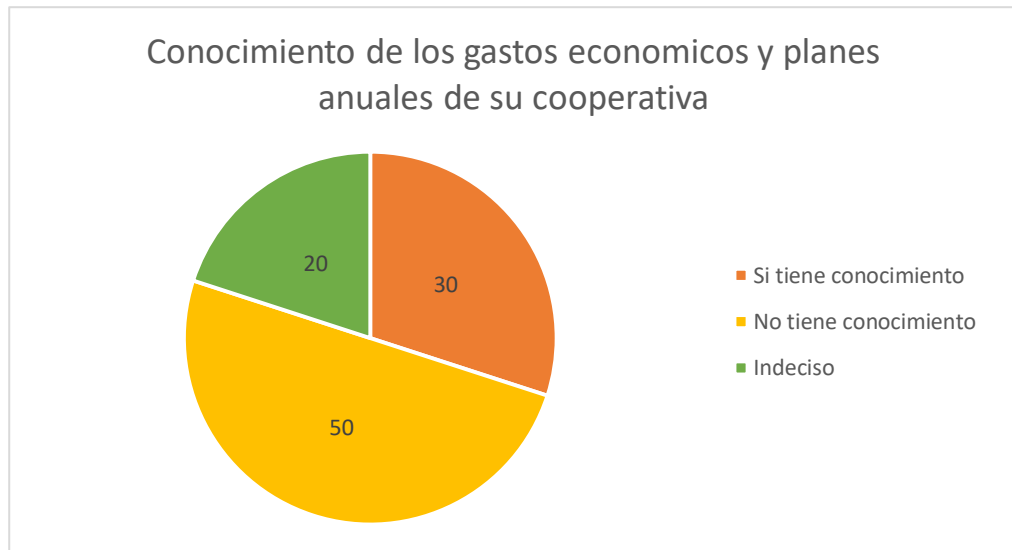
En la figura 14, el 80% dice no tener conocimiento que algunas mujeres socias de la cooperativa estén ocupando cargos relevantes en la directiva, mientras un 20% si dice tener conocimiento sobre algunos cargos ocupados por mujeres socias en la directiva de la cooperativa.

Figura 15. Comunicación entre socios, gerencia y directivos de la cooperativa.



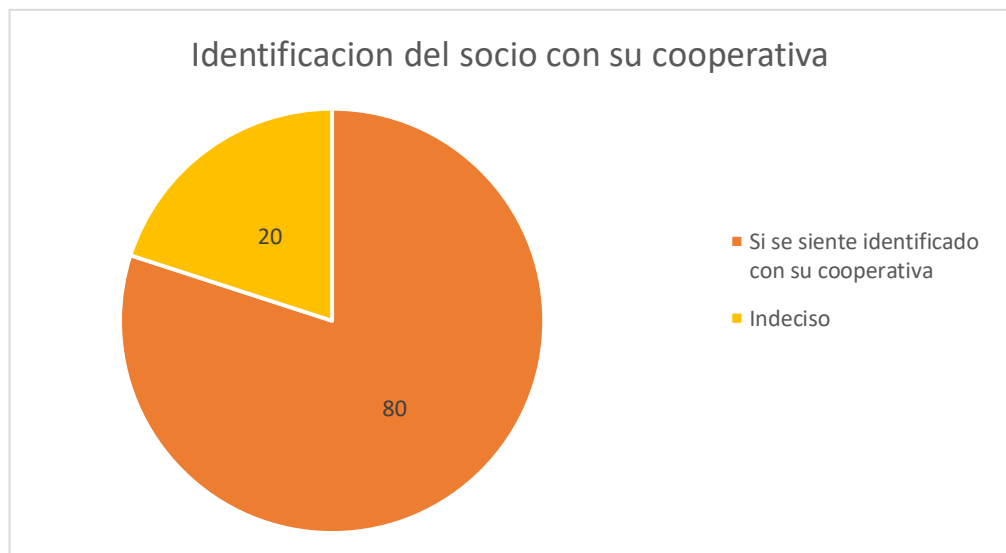
En la figura 15, el 75 % manifiesta que, si hay una buena comunicación fluida entre los socios, la gerencia y los dirigentes de la cooperativa y un 25% dice que no.

Figura 16. Conocimientos sobre los gastos económicos y planes anuales de la cooperativa



En la Figura 16, un 50% dice no tener conocimiento de los gastos económicos ni de los planes anuales que tiene o proyecta su cooperativa, el otro 30% dice tener conocimiento de estos gastos económicos y planes anuales y un 20% indeciso.

Figura 17. Identificación del socio con la cooperativa.



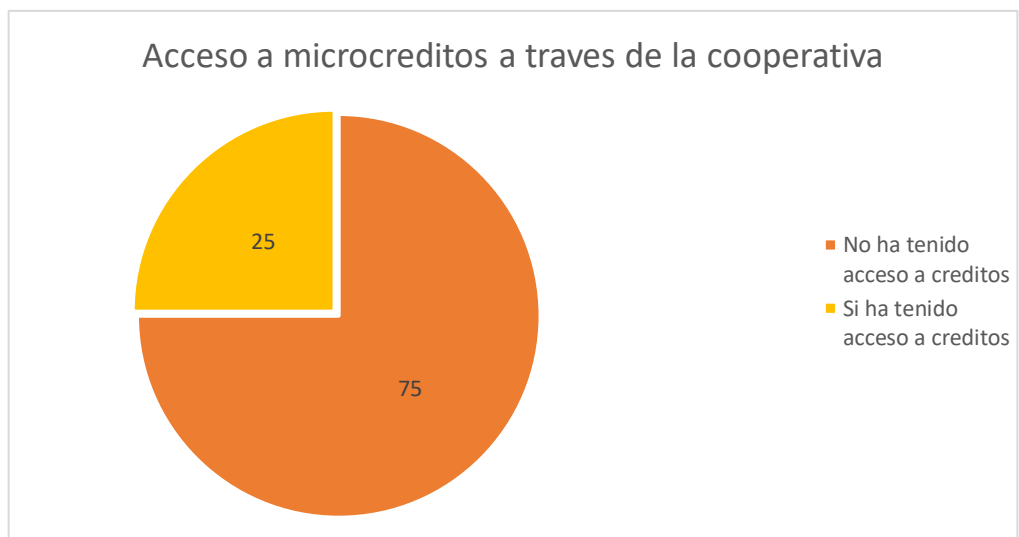
En la figura 17, el 80% si se siente identificado con su cooperativa, el otro 20% se manifiesta indeciso.

Figura 18. Proyectos de desarrollo comunitario sectorial realizados por la cooperativa



En la figura 18, el 90% manifiesta que la cooperativa no realiza ningún proyecto de desarrollo comunitario en su sector o caserío y un 10% está indeciso o desconoce.

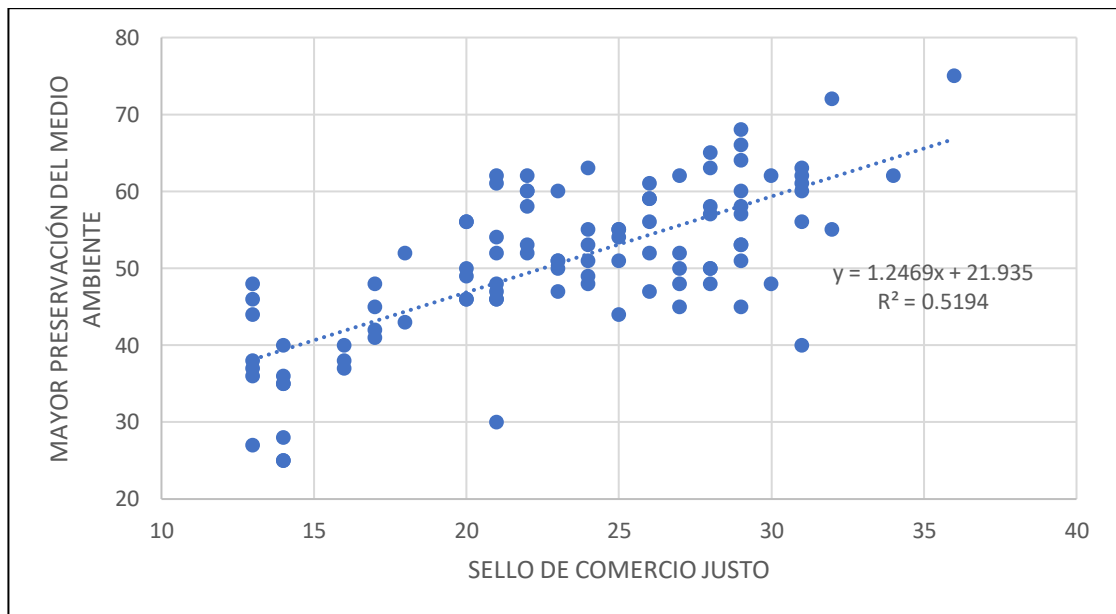
Figura 19. Acceso a créditos a través de la cooperativa.



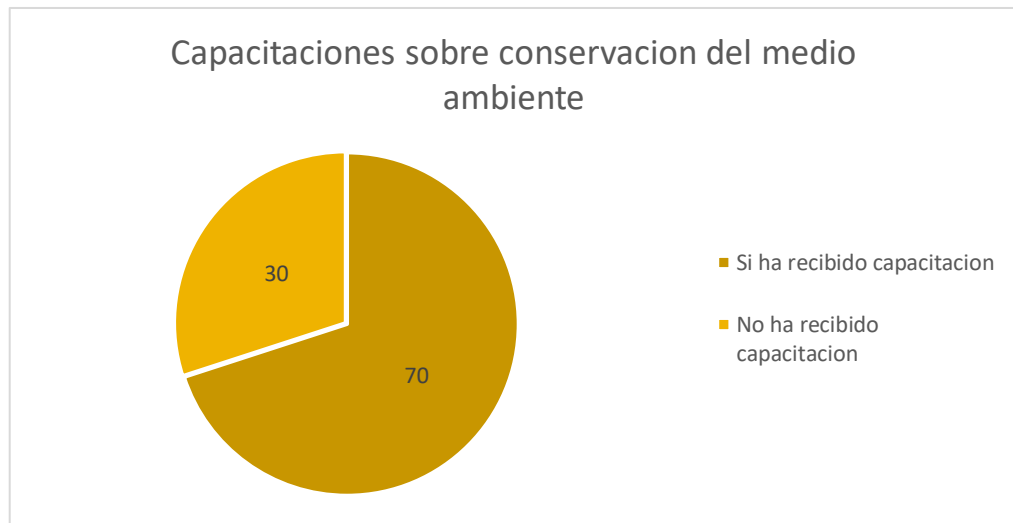
En la Figura 19, el 75% manifiesta no haber tenido acceso a microcréditos a través de su cooperativa y un 25% manifiesta que si ha recibido créditos para su parcela agrícola.

1.1.4. Impacto del sello de Comercio Justo en la preservación del medio ambiente durante las actividades agrícolas de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros”

Figura 20. Relación entre el sello del Comercio Justo y mayor preservación del medio ambiente



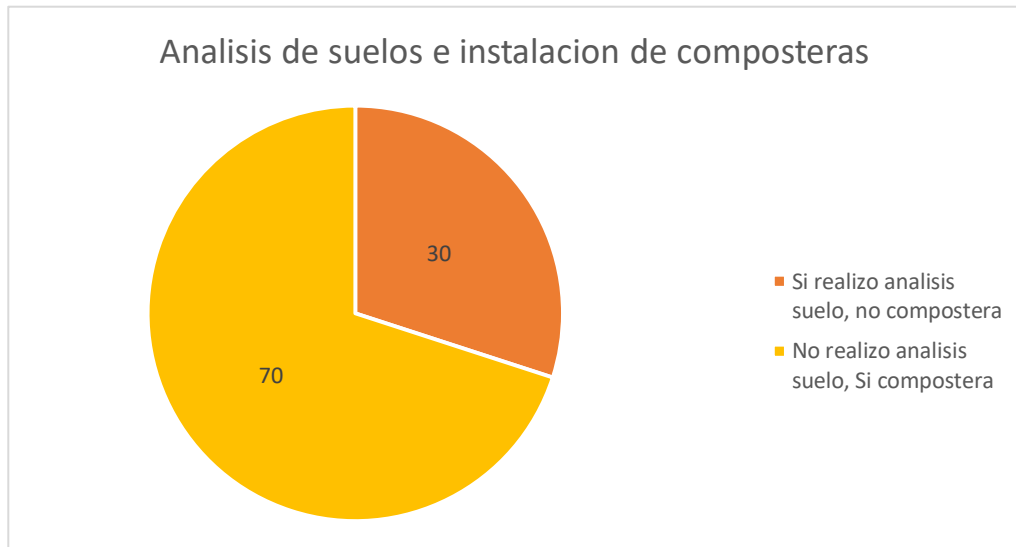
Según los resultados, existe una relación altamente significativa entre el sello del Comercio Justo y la mayor preservación del medio ambiente, por lo que se deduce que el sello del Comercio Justo influye en la preservación del medio ambiente por los agricultores. La ecuación que las relaciona es de tipo lineal, lo que indica que conforme aumenta el uso del sello del Comercio Justo origina una mejor preservación del medio ambiente por parte de los agricultores. Así mismo el coeficiente de determinación ($r^2=0.5194$) indica que la preservación del medio ambiente depende en un 51.94% del sello del comercio justo y el 48.06% depende de otros factores (riegos de amenazas ambientales en el ambito, mayor concientización ambiental del productor).

Figura 21. Capacitaciones sobre conservación del medio ambiente.

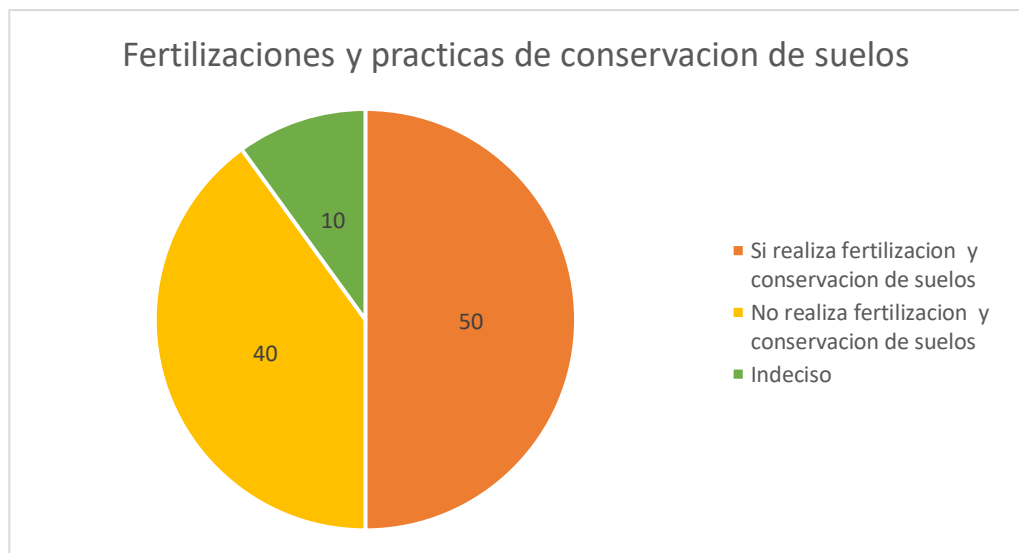
En la figura 21, el 70 % si ha recibido capacitación sobre medio ambiente y un 30% no ha recibido ninguna capacitación al respecto.

Figura 22. Capacitaciones y prevención sobre riesgos ambientales.

En la figura 22, el 70% no realiza ninguna prevención contra posibles riesgos ambientales y control de incendios forestales en su medio o chacra. Un 30% dice que si hace alguna prevención.

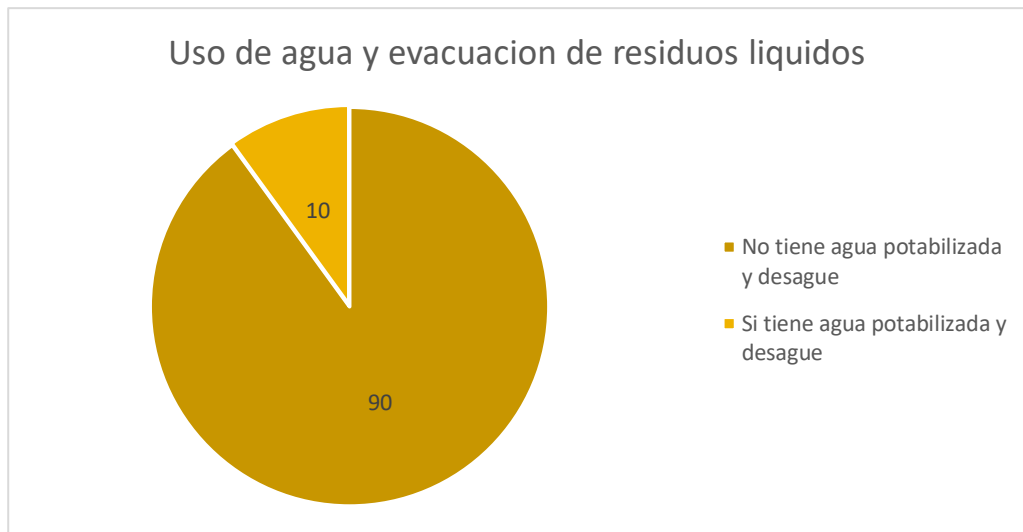
Figura 23. Analisis de suelo e instalación de composteras.

En la figura 23, el 70% ha realizado algún análisis de su suelo agrícola y además no tienen instalados composteras y un 30% dice que no ha realizado ningún análisis de suelo y tienen instalados composteras de residuos orgánicos.

Figura 24. Fertilizaciones y practicas de conservación de suelos.

En la figura 24, el 50 % realiza abonamientos o fertilizaciones a su cacao y algunas practicas de conservación de suelos en su chacra y un 40% no realiza ningún tipo de fertilizacion y conservación de suelos y un 10% indeciso.

Figura 25. Uso de agua y evacuación de residuos líquidos.



En la figura 25, el 90% hace uso de agua no potabilizada y no realiza adecuada evacuación y manejo de sus residuos líquidos. Un 10% si tiene agua potabilizada y desagüe.

Figura 26. Areas con reservas forestales.



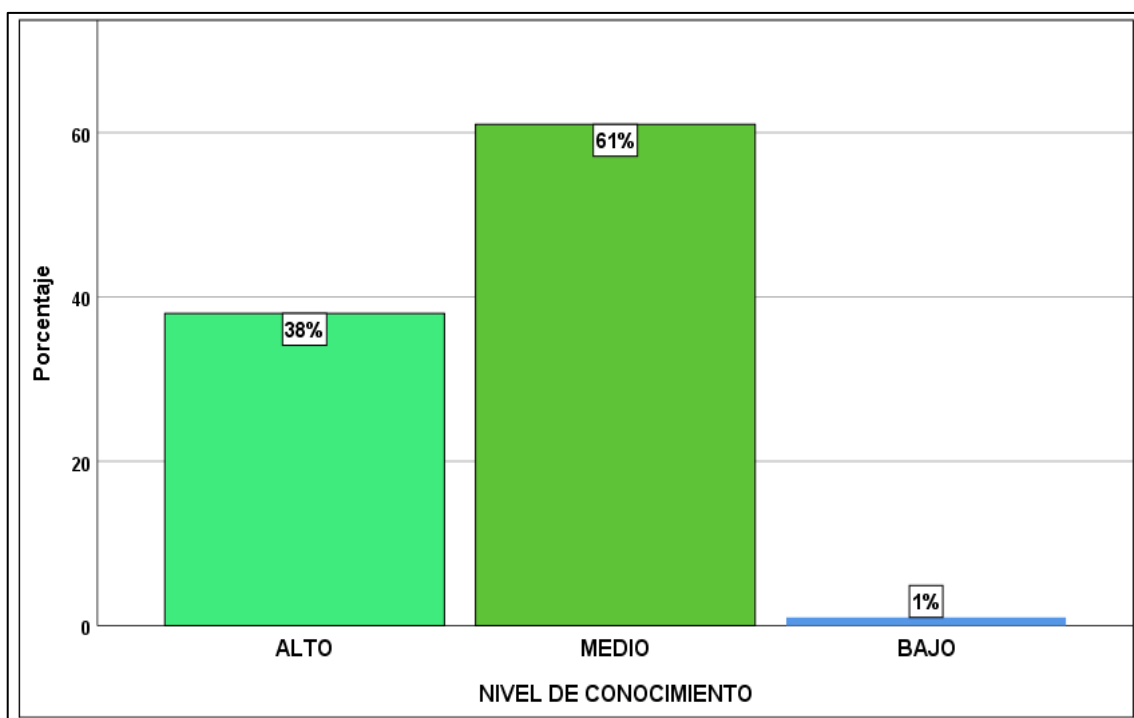
En la figura 26, el 80% tiene algunas áreas con reservas forestales en su chacra, pero en su mayoría estas no superan las 300 unidades de árboles forestales y un 20% no tiene area forestal.

4.1.5. Nivel de conocimiento sobre el sello del Comercio Justo

Tabla 5. Distribución de frecuencia del nivel de conocimiento sobre el sello del Comercio Justo de los agricultores.

Nivel de conocimiento	Frecuencia	Frecuencia Porcentual	Porcentaje acumulado
ALTO	38	38	38
MEDIO	61	61	99
BAJO	1	1	100
TOTAL	100	100	

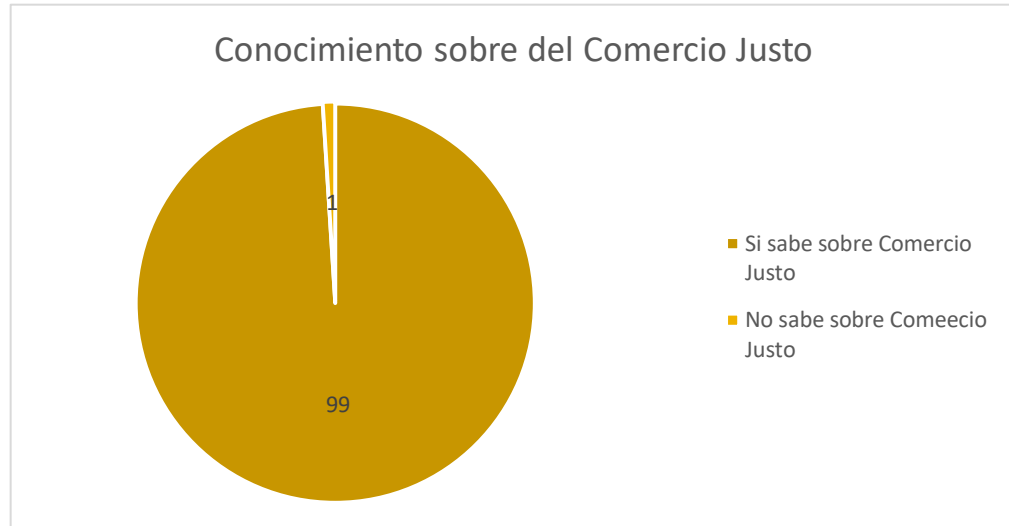
Tabla 6 Nivel de conocimiento de los agricultores sobre el sello del Comercio Justo



La tabla indica que el 99% de agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático "Colpa de Loros – Neshuya presentan conocimiento sobre el sello del Comercio Justo en donde un 38% presenta un nivel de conocimiento alto, un 61% presenta un nivel medio y solo 1% presenta nivel de conocimiento bajo; tal es así que el grupo alto y medio, desearía ampliar

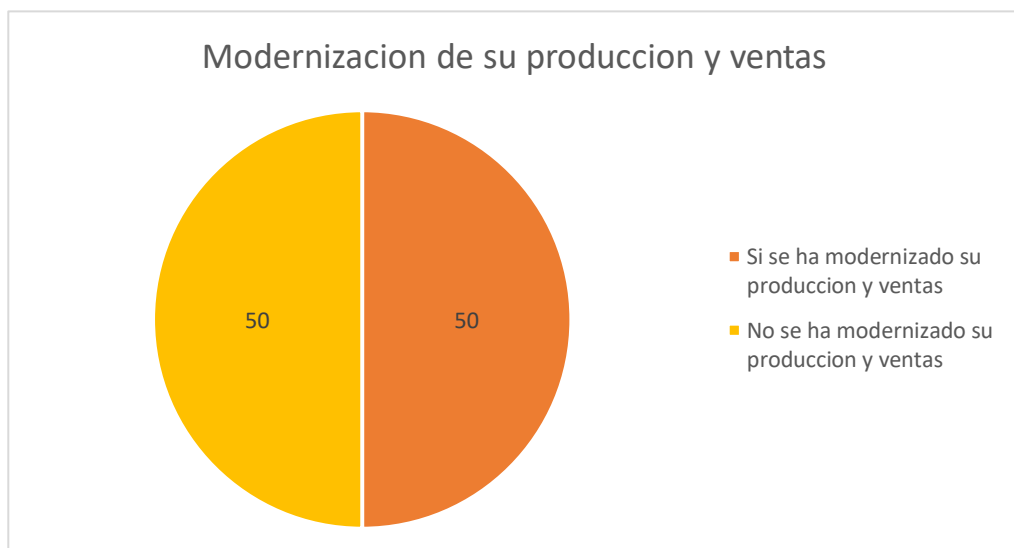
el sello del Comercio Justo a otros productos por la experiencia positiva que tienen.

Figura 27. Nivel de conocimiento del Comercio Justo.

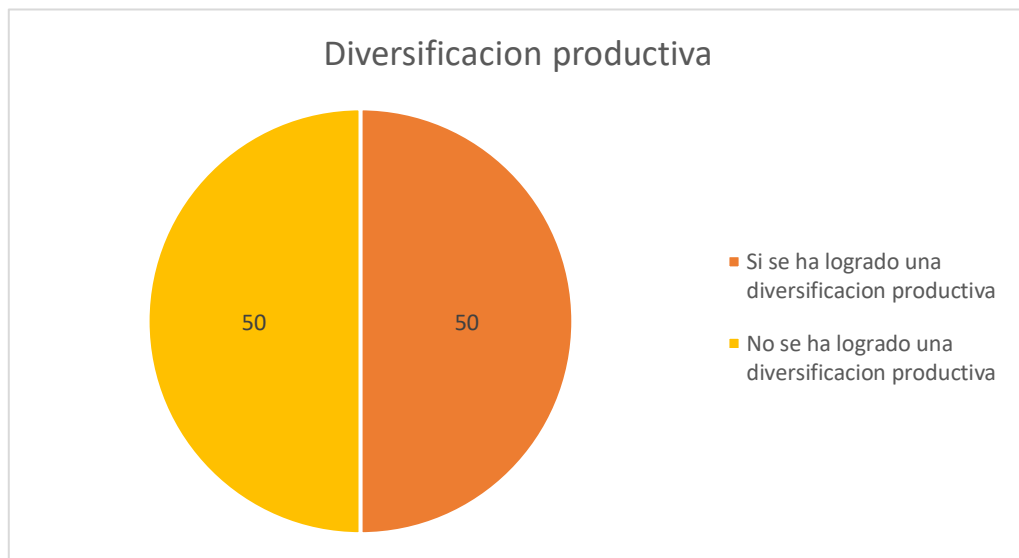


En la figura 27, el 99% del total de encuestados si sabe o tiene conocimiento sobre el Comercio Justo.

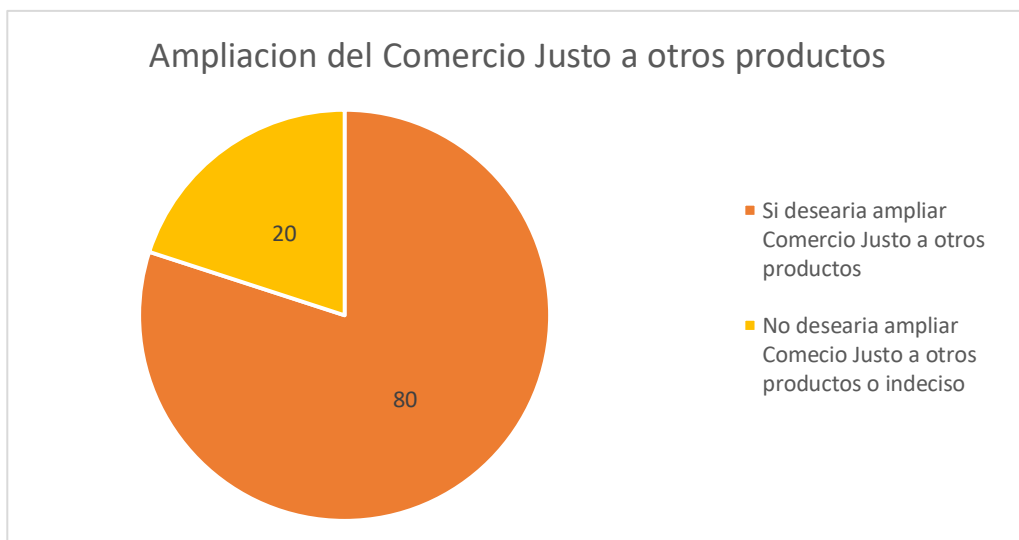
Figura 28. Nivel de modernización de la producción y ventas con el Comercio Justo



En la figura 28, el 50% manifiesta que si se ha modernizado el sistema de producción y ventas con el Comercio Justo, el otro 50% dice que no se ha modernizado su sistema de producción y ventas del cacao.

Figura 29. Diversificación productiva con el Comercio Justo.

En la figura 29, el 50% manifiesta que si se ha logrado una diversificación productiva a través del Comercio Justo, el otro 50% dice que no ha logrado la diversificación productiva.

Figura 30. Ampliación del Comercio Justo a otros productos.

En la Figura 30, el 80% manifiesta que si desearía ampliar el Comercio Justo a otros productos de su finca, el 20% no lo desearía o esta indeciso.

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los miembros de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromatico *Colpa de Loros*, presentan un nivel de conocimiento alto y medio sobre el tema, debido a las capacitaciones y las ventas que tienen de manera favorable.

Los resultados en la investigación nos permiten afirmar que el mercado del Comercio Justo tiene un impacto significativo en los ingresos económicos de los agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático *Colpa de Loros*, por cuanto casi todos los productores de la cooperativa producen cacao organico *fino de aroma* y eso hace que obtengan algunos ingresos adicionales que si bien no superan los S/. 20,000 soles al año, frente a los ingresos promedios de productores no involucrados es algo muy significativo; además el 50% de los productores tienen más de 4 hectáreas de cacao en producción con promedios aproximados de productividad de más de 2,000 kilos de cacao/año en total, avances muy importantes; tal es así que el 70% de los productores manifiestan que el cacao vendido a precios diferenciados por el Comercio Justo si ha superado las expectativas esperadas.

Sin embargo Rosero (2015), menciona que no necesariamente un nivel de conocimiento alto medio mejora la producción y productividad del cacao ya que el objetivo del Comercio Justo es transformar las relaciones económicas y productivas basado en el cambio de actitud de los productores y que es corroborado por Rubio & Amaya (2020), los cuales afirman que, el impacto de mayor predominancia causado por las certificaciones es el incremento de los ingresos económicos que viene siendo finalmente lo que motiva a los agricultores a adoptar este tipo de programas.

Pero, por otra parte, más del 50% de los productores no reciben adecuadas capacitaciones para administrar y distribuir mejor sus ingresos económicos provenientes de la venta de su cacao, lo que implica la falta de generación de algunas capacidades y competencias en los productores.

Lo manifiesta Arredondo & Camacho (2019) que, si bien el Comercio Justo, asegura una demanda constante a un buen precio que beneficia a los integrantes de la cadena productiva, es necesario brindar más conocimiento adecuado de la teoría, los procedimientos y los resultados del Comercio Justo a los involucrados, así como de los beneficios, sus desventajas y limitaciones.

También los resultados en la investigación nos permiten afirmar que, el mercado del Comercio Justo tiene un impacto en el desarrollo social de los agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático *Colpa de Loros*, ya que ha mejorado en muchos aspectos el bienestar social, como que el 70% de los productores si reciben asistencia técnica para mejorar la producción, productividad y la calidad de su producto; además el 50 % manifiesta que si ha recibido alguna capacitación sobre el sistema organizativo de su cooperativa. El 90% de los involucrados tienen servicio de fluido eléctrico y servicios de agua y acceso a letrinas en sus hogares. Un 90% manifiesta que las mujeres de las familias si participan en la producción, cosecha y post cosecha del cacao y en las decisiones relevantes del hogar; además que un 60% dicen que las mujeres si participan en las asambleas generales que convoca la cooperativa; pero también un 60% mencionan que las mujeres de las familias no participan en las capacitaciones técnicas sobre el cacao que brindan y un 80% dice no tener conocimiento de que algunas mujeres socias de la cooperativa estén ocupando cargos relevantes en la directiva. Además, el 75% de los encuestados manifiestan que, si hay una buena comunicación fluida entre los socios, la gerencia y los dirigentes de la cooperativa y la mayoría de los productores si se sienten identificados con su cooperativa. Tal como lo manifiesta Chagua & Zuñiga (2018) que, el Comercio Justo mejora las condiciones y la calidad de vida de los productores trayéndoles empoderamiento social y otorgándoles un impacto positivo en la forma de vivir, estableciendo programas sociales de acuerdo a las necesidades donde se les brinda capacitaciones con especialistas para continuar con la aplicación de la tecnificación del cultivo; lo que corrobora Rosero (2015) que cuando los gobiernos incentivan a sus productores a formar parte de certificaciones como el Comercio Justo el reflejo es un mayor nivel de educación, salud y bienestar por parte de las familias de los agricultores.

Por otra parte, el 60% de los entrevistados manifiestan que la cooperativa no realiza actividades culturales o deportivas o proyectos de desarrollo comunitario en sus sectores; un 50% dice no tener conocimiento de los gastos económicos ni de los planes anuales que tiene o proyecta su cooperativa y el 75% dice no haber tenido acceso a microcréditos a través de su cooperativa, lo que evidencia la falta de trabajo que la organización tiene que realizar en ese aspecto. Lo corrobora Keisling (2013) que manifiesta que en muchos casos hay una falta de entendimiento del Comercio Justo por parte de los productores agrícolas y por tanto una falta de conciencia de sus derechos.

Los resultados en la investigación nos permiten afirmar también que el mercado del Comercio Justo tiene un impacto en la preservación del medio ambiente en el ámbito de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático *Colpa de Loros*, por cuanto la evaluación lo evidencia, como que el 70% de encuestados manifiestan haber recibido alguna capacitación sobre concientización y sensibilización de la conservación del medio ambiente y de bosques; pero también el 70% manifiesta no realizar ninguna prevención contra posibles riesgos ambientales. También el 70% ha realizado análisis de su suelo agrícola a través de la cooperativa aun no teniendo los resultados de dichos análisis; el 50 % si realiza fertilizaciones y algunas practicas de conservación de suelos agrícolas en sus plantaciones de cacao. Por otra parte, el 90% hace uso de agua de pozo, de tanque o de riachuelo, pero también no realiza una adecuada evacuación y manejo de sus residuos líquidos o aguas servidas. Además el 80% tiene algunas áreas con reservas forestales en su chacra y manifiestan no tener emisiones de gases contaminantes en su medio, lo que evidencia en gran medida que el mercado del Comercio Justo tiene un impacto en la preservación del medio ambiente. Manifestado por Rubio & Amaya (2020) que estos programas de certificación del comercio justo han demostrado su impacto positivo a los agroecosistemas donde la certificación incluye importantes garantías de beneficios para la conservación de la biodiversidad.

En cuanto al nivel de percepción sobre el sello del Comercio Justo, el 99% de los productores encuestados si sabe que está involucrado en el Comercio Justo y que con ello ha mejorado su condición de vida, porque el 85% manifiesta

que si hay diferencia de mejores precios por el pago de su cacao a través de este sistema. El 50% manifiestan que si se ha modernizado su sistema de producción y ventas de cacao con el Comercio Justo; además, un 50% dice que, a través del Comercio Justo si ha logrado una mayor diversificación productiva en su chacra. Por otra parte un 80% si desearía ampliar la comercialización de otros productos agropecuarios al Comercio Justo, lo que evidencia que los productores si tienen buen conocimiento de esta actividad. Como manifiesta Coscione et al. (2017) que el Comercio Justo propone una nueva manera de entender la producción y el consumo, desde un enfoque multidimensional que involucra aspectos económicos, sociales, medioambientales y políticos. El Comercio Justo busca un desarrollo más inclusivo, justo y sostenible, mediante el fomento de patrones productivos y de consumos alternativos y solidarios.

CONCLUSIONES

- El impacto del sello de Comercio Justo en el desarrollo sostenible de los agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático *Colpa de Loros*, tiene una relación altamente significativa en el incremento de los ingresos económicos, un mayor desarrollo social, una mayor preservación del medio ambiente y presentan conocimientos sobre el Comercio Justo.
- Existe una relación altamente significativa entre el sello del Comercio Justo y el incremento de ingresos económicos de los productores. El coeficiente de determinación ($r^2=0.6287$) indica que el incremento de los ingresos económicos depende en un 62.87% del sello del Comercio Justo y el 37.13% depende de otros factores. El uso y la aplicabilidad del sello del Comercio Justo aporta notoriamente a la calidad de vida de los productores involucrados a través del incremento de ingresos económicos.
- Existe una relación altamente significativa entre el sello del Comercio Justo y el mayor desarrollo social de los productores, por cuanto influye en mejorar el desarrollo social de la cooperativa. El coeficiente de determinación ($r^2=0.6897$) indica que el mayor desarrollo social de la cooperativa depende en un 68.97% del sello del Comercio Justo y el 31.03% depende de otros factores. El uso y la aplicabilidad del sello del Comercio Justo aporta notoriamente a la calidad de vida de los productores involucrados a través de un mayor desarrollo social.
- Existe una relación altamente significativa entre el sello del Comercio Justo y la mayor preservación del medio ambiente en el ámbito de influencia de los socios de la cooperativa. El coeficiente de determinación ($r^2=0.5194$) indica que la preservación del medio ambiente depende en un 51.94% del sello del Comercio Justo y el 48.06% depende de otros factores. El uso y la aplicabilidad del sello del Comercio Justo aporta notoriamente a la calidad de vida de los productores involucrados a través de una mayor preservación del medio ambiente en el ámbito.

- Sobre el nivel de conocimiento del sello de Comercio Justo en los agricultores; el 99% de agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático "*Colpa de Loros* presentan conocimientos sobre el sello del Comercio Justo, en donde un 38% presenta un nivel de conocimiento alto, un 61% presenta un nivel medio y solo 1% presenta nivel de conocimiento bajo.

RECOMENDACIONES

- Tomando en consideracion que la asociatividad y la participación son principios fundamentales del Comercio Justo, se recomienda que la organización cooperativa empodere mejor a sus socios participantes en esta propuesta comercial a través de algunas actividades como: mejorar las capacitaciones que brinda su equipo técnico con adecuados y optimos planes de desarrollo; dar mayor información constante a los socios involucrados sobre los gastos económicos y los planes anuales de la cooperativa. Se debe reestructurar mejor el plan de fertilización ya que la productividad del cacao es el eje principal para el desarrollo economico social.

Todo esto estaria complementado con otras acciones para un desarrollo sostenible como: un mejor empoderamiento de las mujeres en cada familia cacaotera; la realización de análisis físico sensorial de cacao de todos y mapeo de calidad; capacitaciones en prevención y control de riesgos ambientales y adecuada nutricion balanceada familiar; mejorar la estrategia en el incremento de áreas forestales y capacitaciones familiares en adecuados manejos de residuos liquidos y solidos.

- En en futuras investigaciones enfocar su estudio en la gestión administrativa de las organizaciones cooperativas, asi como las expectativas de otros grupos de actores relacionados al Comercio Justo como las instituciones certificadoras, las empresas exportadoras, los actuales y potenciales consumidores; lo que permitiría tener un mayor acceso al sistema operativo, la gestión administrativa y a las funciones que ejercen, que conlleven tener una amplia proyección sobre las dimensiones sociales y economicas de la gestión.
- El sistema de Comercio Justo es una de las pocas alternativas viables para mejorar condiciones de vida de productores agrícolas pobres y marginales, por lo que se recomienda a las instituciones y organizaciones relacionadas a esta propuesta, difundir y promocionar mas este modelo sobre todo a otros pequeños y medianos productores. Para ello, no solo se requieren actores relacionados directamente con el Comercio Justo, sino también de organizaciones académicas, educativas y sociales que fomenten el interés de investigar y profundizar aspectos de esta propuesta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, E. Y. y Flores, K. W. (2015). *Impacto de la práctica comercial justa Fairtrade del comercio internacional, en el desarrollo socio-económico de las familias cafetaleras de la Cooperativa Chaco Huayanay en la Convención – Cusco, período 2010 al 2014.*
- Aguilar, J. (2012). *Impacto socioeconómico y ambiental de la certificación organica – comercio justo de café (Coffea arabica) en la Región Frailesca, Chiapas, Mexico.* Tesis, Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza. Escuela de Pos Grado, Turrialba - Costa Rica.
- Alejos, M. y Neciosup, N. (2021). *Influencia de la certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca.* Tesis, Universidad Cesar Vallejo. Facultad de Ciencias Empresariales, Chiclayo – Peru.
- Arrasco, C. B. y Torres, C. D. (2021). *El comercio justo en los niveles socioeconómicos de los productores de la Cooperativa Agraria Pueblo Nuevo Huangala - Piura,* Tesis - Universidad de San Martín de Porres – Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Chiclayo – Perú.
- Calisto, M. (2016). *Comercio justo seguridad alimentaria y globalización: construyendo sistemas alimentarios alternativos,* Íconos. Revista de Ciencias Sociales. Num. 55, Quito, mayo 2016, pp. 215-240 © Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Sede Académica de Ecuador.
- Calle, B. (2018). *Gestión comercial y certificación Fair Trade en la Asociación de Recolectores Orgánicos de la Nuez Amazónica del Perú, provincia de Tahuamanu, región de Madre de Dios.* Tesis Universidad Alas Peruanas. Facultad de Ciencias Empresariales y Educación, Madre de Dios – Peru.
- Caviedes, D. y Olaya, A. (2020). *Impacto ecológico social y económico de fincas certificadas en buenas prácticas agrícolas y comercio justo.* Cuadernos de Desarrollo Rural, 17. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr17.iese>.

- Chávez, C. y Patraca, V. (2011) *El Comercio Justo y la Responsabilidad Social Empresarial: Reflexiones desde los sistemas de certificación autónoma*. Argumentos México. [online]. 2011, vol.24, n.65, pp.229-259. ISSN 0187-5795.
- Cuellar, C. (2018) *La certificación Fair Trade y su incidencia en el desarrollo social y comercial de la empresa Candela Peru en el 2017*. Tesis, Universidad Cesar Vallejo. Facultad de Ciencias Empresariales, Lima – Peru.
- Espín, W.P., Bastidas, M.B. y Durán, A. (2017). *Propuesta metodológica de evaluación del balance social en asociaciones de economía popular y solidaria del Ecuador*. - CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa n.90, pp 123-157.
- Hernandez, R., Fernandez, C. & Batista, P. (2024) *Metodología de la investigación*. 533.
- Keisling, K. (2013). *La realidad de Comercio Justo: una investigación de las fallas y los éxitos del sistema en el Valle de la Convención, Perú, desde la perspectiva de los productores*. SIT Digital Collections, SIT Graduate Institute / SIT Study Abroad.
- Núñez, J. y Berthelot, S. (2012). *Los programas y sellos de certificación en comercio justo: una lectura neo-institucional con ilustraciones canadienses*. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 75, Agosto 2012, pp. 301-320.
- Quispe, J. L. (2017). *Caracterización del impacto ambiental y productivo de las diferentes normas de certificación de café en Costa Rica*. Tesis Magister Scientiae en Agricultura Ecológica. Costa Rica - CATIE Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza Tropical Agricultura.
- Rappo, S. E. (2009). *Agricultura orgánica y comercio justo: estrategia de sobrevivencia para los pequeños productores rurales*. Aportes, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. Vol. XIV, núm. 40, pp. 59-81.

- Sanabria, J. A. y Tibaquirá, N. (2013). *Comportamiento y perspectiva del comercio justo como herramienta de responsabilidad social empresarial en América Latina desde la experiencia de Argentina, Brasil y Colombia*. Tesis. Universidad de La Salle. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Finanzas y Comercio Internacional Bogotá, Colombia.
- Sánchez, M. D. (2011). *La responsabilidad social organizativa: stakeholders futuros directivos*. Revista Internacional Administración & Finanzas Volumen 4 Numero 4 - Universidad de La Coruña.
- Socias, A y Horrach P. (2013). *Enfoque de la responsabilidad social y la transparencia en empresas de economía solidaria*. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa n. 77 pp 31-57.
- Stoler, M. (2012). *El justo sabor del cacao: Desafíos y ventajas del comercio justo del cacao*. Tesis, Universidad Andina Simón Bolívar - Sede Ecuador. Área de Estudios Sociales y Globales. Ecuador.
- Toscano, D. F. (2017). *Influencia del comercio justo en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la provincia de Los Ríos – Ecuador*. Tesis, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Ciencias Administrativas, Lima – Perú.
- Yáñez, M. y Capa, L (2016). *Impacto de la producción orgánica y el comercio justo: una organización ecuatoriana*. Revista Universidad y Sociedad, 8 (3). pp. 121 -127.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

Título: “Impacto del sello de comercio justo en el desarrollo de los agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático *Colpa de Loros*, distrito de Neshuya, Ucayali”

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores
<p>GENERAL:</p> <p>La pregunta problema del caso es: ¿Cuál es el impacto del sello de Comercio Justo en el desarrollo de los agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros”?</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como impacta el sello de Comercio Justo en el desarrollo económico en los agricultores? - Como impacta el sello de Comercio Justo en el desarrollo social en los agricultores? - Como impacta el sello de Comercio Justo el aspecto ambiental en los agricultores? 	<p>GENERAL:</p> <p>Determinar el impacto del sello de Comercio Justo en el desarrollo sostenible de los agricultores de la Cooperativa Agraria de Cacao Aromático “Colpa de Loros - Neshuya</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar el impacto del sello de Comercio Justo en el desarrollo económico de los agricultores - Analizar el impacto del sello de Comercio Justo en el desarrollo social de los agricultores - Determinar el impacto del sello de Comercio Justo en el aspecto ambiental de los agricultores 	<p>GENERAL:</p> <p>El sello de Comercio Justo genera un impacto positivo en el desarrollo sostenible de los agricultores de la Cooperativa agraria de cacao aromático <i>Colpa de Loros</i></p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El sello de Comercio Justo genera un incremento de los ingresos económicos en los agricultores - El sello de Comercio Justo genera desarrollo social en los agricultores - El sello de Comercio Justo trae mayor conservación del medio ambiente 	<p>INDEPENDIENTE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comercio Justo <p>DEPENDIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incremento de los ingresos económicos - Mayor Desarrollo social - Mayor preservación del medio ambiente 	<p>Nivel de conocimiento sobre el sello de comercio justo.</p> <p>Alto Medio Bajo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Producción y productividad - Calidad de cacao - Ventas del cacao - Educación - Salud - Vivienda – habitad - Genero - Confianza organizacional - Educación ambiental - Suelos agrícolas - Conservacion de agua y aire - Conservación de áreas forestales 	<ul style="list-style-type: none"> - Areas y Producción cacao - Consumo horas/hombre trabajando en Campo - Ingresos económicos familiares - Calidad del cacao - Infraestructura de beneficio del cacao - Analisis físico sensorial del cacao - Nichos especiales del mercado - Ventas del cacao - Servicios de educación - Capacidades y competencias individuales - Capacidad de organización - Actividades socio culturales de la organizacion - Servicios básicos de salud - Alimentación - Vivienda - Servicios básicos - Capacidades de genero - Acceso a oportunidades de genero - Acceso a planes de la organizacion - Compartimiento de logros - Acceso a creditos - Desarrollo de habilidades ambientales - Gestión de riesgo ambiental - Aplicación de fertilizantes - Conservacion de suelos - Uso del agua - Uso del aire - Reciclaje de residuos - Aguas servidas - Reservas forestales - Viveros de plántulas forestales

Anexo 2. Variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición (puntos)	Instrumento	Escala de medición
Variable independiente. Comercio justo	Modelo comercial que protege los derechos humanos y el medio ambiente.	Para determinar el impacto del sello de Comercio Justo se aplicará un cuestionario a los productores involucrados en la propuesta el cual estará estructurado en 3 dimensiones y se evaluará en una escala del 1 al 5.	Nivel de conocimiento	ALTO	24 - 30	Cuestionarios	Discreta
				MEDIO	18 - 23		
				BAJO	10 - 17		
Variable dependiente.			Producción y productividad	<ul style="list-style-type: none"> - Áreas y Producción cacao - Consumo de horas/hombre trabajando en campo - Ingresos económicos familiares 	<ul style="list-style-type: none"> - Áreas cacao en producción kilos de cacao/ha. - Cantidad de horas/hombre trabajadas en campo - Ingresos económicos totales por familia/año 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionarios Tableros Encuestas Muestras de cacao Balanzas Lapiceros Cámaras fotográficas Filmadora 	Ordinal Intervalo Razón
Incremento de los ingresos económicos	El ingreso económico es la cantidad de recursos monetarios, dinero, que se asigna a cada factor por su contribución al proceso productivo	Se elaborará un cuestionario para determinar el incremento de los ingresos económicos, el desarrollo social y la preservación del medio ambiente	Calidad de cacao	<ul style="list-style-type: none"> -Infraestructura de beneficio del cacao - Análisis físico sensorial del cacao 	<ul style="list-style-type: none"> - Cajones fermentadores y secadores solares - Proceso de aguas mieles - Analisis y puntaje físico - Organoléptico, cacao 		
			Ventas del cacao	<ul style="list-style-type: none"> - Nichos especiales del mercado - Ventas del cacao 	<ul style="list-style-type: none"> - Cacao fino de aroma - Satisfacción con las ventas que realiza al comercio justo - Beneficios económicos del comercio justo 		

Mayor desarrollo social	El desarrollo social es un proceso que, en el transcurso del tiempo, conduce al mejoramiento de las condiciones de vida de toda la población en diferentes ámbitos	Educación	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios de educación - Capacidades y competencias - Capacidad de organización - Actividades socio culturales de la organización 	<ul style="list-style-type: none"> - Cacao vendido a precios diferenciados - Conocimiento de administración de sus ingresos económicos - Ingresos promedio anual/familia por venta cacao - Acceso a educación primarias y secundaria - Asistencia técnica en producción y calidad, cacao - Cursos de capacitación organizacional - Visitas de pasantía externas - Actividades socio culturales, deportivas de la organización
		Salud	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios básicos de salud - Alimentación 	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a postas y servicios médicos - Vacunaciones y prevención de enfermedades - Botiquines familiares - Acceso a seguro accidentes y sepelio - Dieta y nutrición balanceada - Vivienda saludable - Contaminación acústica o lumínica u otras molestias
		Vivienda – Habitad	<ul style="list-style-type: none"> - Vivienda - Servicios básicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios básicos agua potable y electricidad - Servicios de letrinas y manejo de residuos - Participación de la mujer en la producción y cosecha del cacao
		Genero	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidades de genero - Acceso a oportunidades de genero 	<ul style="list-style-type: none"> - Participacion de la mujer en las capacitaciones técnicas. - Acceso a empoderamiento

<p>Mayor preservación del medio ambiente</p>	<p>El medio ambiente es el compendio de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida material y psicológica del hombre y en el futuro de generaciones venideras.</p>	<p>Confianza organizacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a planes de la organización - Compartimientos de logros - Acceso a créditos 	<ul style="list-style-type: none"> - Participación de la mujer en las asambleas de la organización - Participación en las decisiones relevantes del hogar - Cargos importantes ocupados por mujeres en la organización - La comunicación entre las áreas de la cooperativa - Conocimiento de las Funciones, gastos económicos y planes anuales de la organización - Identificación del socio con su cooperativa - Proyectos de desarrollo Comunitario por parte de la cooperativa
		<p>Educación ambiental</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de capacidades ambientales - Gestión de riesgo ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a microcréditos - Capacitaciones en conservación del medio ambiente y bosques - Capacitaciones en prevención y control de incendios forestales - Conocimiento, planificación y prevención de riesgos ambientales
		<p>Suelos agrícolas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de fertilizantes - Conservación de suelos 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de suelo agrícola - Aplicación de abonos y fertilizantes orgánicos - Instalación y manejo de composteras y bioles - Prácticas de conservación de suelos

Conservacion de agua y aire	<ul style="list-style-type: none">- Uso del agua- Uso de aire- Reciclaje de residuos- Aguas servidas	<ul style="list-style-type: none">-Tipo de servicio de agua- Evacuacion de residuos liquidos- Emisiones de gases cotaminantes- Manejo y reciclaje de residuos solidos- Manejo de aguas servidas
Coconservacion de áreas forestales	<ul style="list-style-type: none">- Reservas forestales- Viveros de plántulas forestales	<ul style="list-style-type: none">-Areas con arboles forestales en finca- Promedio de arboles de especies forestales/finca- Viveros de plántulas forestales

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3. Fichas de Encuestas**INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN****CUESTIONARIO 1****Sello del Comercio Justo**

Variable independiente	ítems	1	2	3	4	5
Sello del comercio justo	Usted sabe que está involucrado en el comercio justo					
	Cree que ha mejorado su condición de vida con el comercio justo					
	Hay mayor acceso de los productores a otros tipos de certificaciones especiales del cacao a través de los grupos asociativos					
	Se ha modernizado su sistema de producción y ventas de cacao con el comercio justo					
	Ha notado diferencia de mejores precios en el pago de su cacao por la certificación de comercio justo					
	Existe inconformidad de algunos socios con los pagos e ingresos por la certificación de comercio justo					
	Ha logrado mayor diversificación productiva en su chacra a través del comercio justo					
	Tiene confianza en los líderes de su cooperativa en el manejo del comercio justo					
	Desearía ampliar la comercialización de otros productos agropecuarios al comercio justo					

Alternativa 1: Definitivamente si

Alternativa 2: Probablemente si

Alternativa 3: Indeciso

Alternativa 4: Probablemente no

Alternativa 5: Definitivamente no

CUESTIONARIO 2

Incremento de los ingresos económicos

Variable dependiente	Dimensiones	Ítems	1	2	3	4	5
Incremento de los ingresos económicos	Producción y productividad	Toda la obtención de su cacao es de producción orgánica					
		Tiene más de 4 hectáreas de cacao en producción					
		En total cosecha aproximadamente más de 2000 kilos de cacao al año					
		Trabajan más de 2 personas diariamente en la chacra (en su cacaotal)					
		Los ingresos de toda la familia superan los 20,000 soles al año					
	Calidad de cacao	Vende su cacao en baba					
		Tiene cajones fermentadores y secadores solares para el beneficio del cacao					
		Procesa sus aguas mieles (producto del fermentado del cacao)					
		Ha realizado análisis físico - sensorial de su cacao					
		Si se ha realizado análisis a su cacao, el puntaje supero los 80 puntos					
	Ventas del cacao	Tiene en producción cacao fino de aroma					
		El cacao vendido a su cooperativa a precio diferenciados por el Comercio Justo supera las expectativas esperadas					
		Cree que estar involucrado en el Comercio Justo le ha traído mejores beneficios económicos					
		Sus ingresos adicionales por la venta de su cacao a través del comercio justo es más de 4,000 soles/año					
		Ha recibido capacitaciones de cómo administrar mejor sus ingresos económicos provenientes de la venta de su cacao					

Alternativa 1: Definitivamente si

Alternativa 2: Probablemente si

Alternativa 3: Indeciso

Alternativa 4: Probablemente no

Alternativa 5: Definitivamente no

CUESTIONARIO 3

Mayor desarrollo social

Variable dependiente	Dimensiones	Ítems	1	2	3	4	5
Mayor desarrollo social	Educación	Sus hijos tienen acceso a educación primaria y secundaria					
		Recibe asistencia técnica para mejorar la producción y calidad de su cacao por parte de la cooperativa					
		Cree que la asistencia técnica que recibe es óptima o adecuada					
		Ha recibido alguna capacitación sobre el sistema organizativo de su cooperativa					
		Ha realizado algunas visitas de pasantías externas con otros socios de la cooperativa					
		La cooperativa realiza con frecuencia actividades culturales o deportivas para sus socios					
	Salud	Su familia tiene acceso a servicios médicos oportunos cuando lo necesita					
		Recibe las vacunaciones respectivas para prevención de enfermedades					
		Posee un botiquín familiar de primeros auxilios en su hogar					
		Usted y su familia tiene algún seguro de accidentes y seguro de sepelio					
		Ha recibido o tiene conocimientos sobre nutrición balanceada					
	Vivienda - habitad	Considera su vivienda saludable					
		Existe ruidos u otras molestias perjudiciales en el lugar o cerca de donde vive					
		Tiene servicios de electricidad en su vivienda					
		Tiene acceso a agua potabilizada en su vivienda					
	Genero	Posee servicios de letrina y manejo de sus residuos					
		Participan las mujeres de su hogar en la producción, cosecha y post cosecha de su cacao					
		Participan las mujeres de su hogar en las asambleas de la cooperativa					
		Las mujeres de su hogar participan en las capacitaciones técnicas sobre el cacao que brinda la cooperativa					
		Las mujeres participan en las decisiones relevantes de su hogar					
	Organización	Hay mujeres ocupando algunos cargos importantes en la directiva de su cooperativa					
		Cree que hay comunicación fluida entre los dirigentes, la gerencia de la cooperativa y los socios					
		Tiene conocimiento sobre los gastos económicos que se realizan en su cooperativa					
		Tiene conocimiento sobre los planes anuales de su cooperativa					
Se siente muy identificado con su cooperativa							
La cooperativa realiza proyectos de desarrollo comunitario en su sector o caserío							
		Ha tenido acceso a microcréditos a través de la cooperativa					

Alternativa 1: Definitivamente si

Alternativa 2: Probablemente si

Alternativa 3: Indeciso

Alternativa 4: Probablemente no

Alternativa 5: Definitivamente no

CUESTIONARIO 4

Mayor preservación del medio ambiente

Variable dependiente	Dimensiones	Ítems	1	2	3	4	5
Mayor preservación del medio ambiente	Educación ambiental	Ha recibido capacitaciones sobre concientización y sensibilización de la conservación del medio ambiente					
		Ha recibido capacitaciones sobre conservación de bosques					
		Ha recibido alguna capacitación sobre los riesgos ambientales del medio en que vive					
		Sabe algo sobre prevención y control de incendios forestales					
		Realiza alguna planificación contra posibles riesgos ambientales en su chacra					
	Conservación de suelos	Ha realizado análisis de su suelo agrícola					
		Realiza aplicación de abonos o fertilizantes orgánicos a su cacaotal					
		Tiene instalado compostera o bioles para mejorar el abonamiento de sus plantas					
		Realiza algunas prácticas de conservación de suelos en su chacra (coberturas, sombras, barreras)					
	Conservación de agua y aire Reciclaje	Utiliza agua de río o de pozo en su vivienda					
		Realiza evacuación adecuada de sus residuos líquidos					
		Hay alguna emisión de gases contaminantes cerca de su vivienda o su comunidad					
		Realiza algún manejo o reciclaje de sus residuos sólidos					
		Las aguas servidas que genera en su vivienda, los bota al riachuelo o a la calle					
	Conservación de áreas arborescentes	Tiene área de bosques con especies forestales en su chacra					
		Los árboles forestales en su chacra, superan las 300 unidades aproximadamente					
		Tiene viveros con plántulas forestales actualmente					

- Alternativa 1: Definitivamente si
 Alternativa 2: Probablemente si
 Alternativa 3: Indeciso
 Alternativa 4: Probablemente no
 Alternativa 5: Definitivamente no

Anexo 4. Base de Datos

CUESTIONARIO 1

Sello del Comercio Justo

Variable independiente	Ítems	1	2	3	4	5
Sello del comercio justo	Usted sabe que está involucrado en el comercio justo	45%	40%	10%	5%	
	Cree que ha mejorado su condición de vida con el comercio justo	20%	40%	20%	10%	10%
	Hay un mayor acceso de los productores a otros tipos de certificaciones especiales de cacao a través de los grupos asociativos	20%	20%	10%	30%	20%
	Se ha modernizado su sistema de producción y ventas de cacao con el comercio justo	10%	30%	10%	20%	20%
	Ha notado diferencia de mejores precios en el pago de su cacao por la certificación de comercio justo	40%	40%	10%	10%	
	Existe inconformidad de algunos socios con los pagos e ingresos por la certificación de comercio justo		10%	20%	40%	30%
	Ha logrado una mayor diversificación productiva en su chacra a través del comercio justo	20%	20%	10%	30%	20%
	Tiene confianza en los líderes de su cooperativa en el manejo del comercio justo	30%	50%	10%	10%	
	Desearía ampliar la comercialización de otros productos agropecuarios al comercio justo	40%	40%	10%	10%	

- Alternativa 1: Definitivamente si
 Alternativa 2: Probablemente si
 Alternativa 3: Indeciso
 Alternativa 4: Probablemente no
 Alternativa 5: Definitivamente no

CUESTIONARIO 2

Incremento de los ingresos económicos

Variable dependiente	Dimensiones	Ítems	1	2	3	4	5
Incremento de los ingresos económicos	Producción y productividad	Toda la obtención de su cacao es de producción orgánica	40%	55%	5%		
		Tiene más de 4 hectáreas de cacao en producción	10%	30%	30%	30%	
		En total cosecha aproximadamente más de 2000 kilos de cacao al año	10%	20%	20%	40%	10%
		Trabajan más de 2 personas diariamente en la chacra (en su cacaotal)	10%	30%	10%	30%	20%
		Los ingresos de toda la familia superan los 20,000 soles al año	10%	20%	30%	30%	10%
	Calidad de cacao	Vende su cacao en baba	20%	60%	10%	10%	
		Tiene cajones fermentadores y secadores solares para el beneficio del cacao		10%	10%	40%	40%
		Procesa sus aguas mieles (producto del fermentado del cacao)		10%	10%	40%	40%
		Ha realizado análisis físico - sensorial de su cacao			10%	10%	80%
		Si se ha realizado análisis a su cacao, el puntaje supero los 80 puntos			10%	10%	80%
	Ventas del cacao	Tiene en producción cacao fino de aroma	65%	30%	5%		
		El cacao vendido a su cooperativa a precios diferenciados por el Comercio Justo supera las expectativas esperadas	30%	30%	20%	20%	
		Cree que estar involucrado en el Comercio Justo le ha traído mejores beneficios económicos	20%	40%	20%	20%	
		Sus ingresos adicionales por la venta de su cacao a través del comercio justo es más de 4,000 soles/año	20%	20%	20%	30%	10%
		Ha recibido capacitaciones de cómo administrar mejor sus ingresos económicos provenientes de la venta de su cacao	10%	20%	20%	30%	20%

Alternativa 1: Definitivamente si

Alternativa 2: Probablemente si

Alternativa 3: Indeciso

Alternativa 4: Probablemente no

Alternativa 5: Definitivamente no

CUESTIONARIO 3

Mayor desarrollo social

Variable dependiente	Dimensiones	Ítems	1	2	3	4	5
Mayor desarrollo social	Educación	Sus hijos tienen acceso a una educación primaria y secundaria	30%	60%	10%		
		Recibe asistencia técnica para mejorar la producción y calidad de su cacao por parte de la cooperativa	30%	30%	10%	20%	10%
		Cree que la asistencia técnica que recibe es óptima o adecuada	10%	20%	20%	30%	20%
		Ha recibido alguna capacitación sobre el sistema organizativo de su cooperativa	20%	30%	20%	20%	10%
		Ha realizado algunas visitas de pasantías externas con otros socios de la cooperativa	10%	20%	30%	20%	20%
		La cooperativa realiza con frecuencia actividades culturales o deportivas para sus socios	10%	30%	10%	30%	20%
	Salud	Su familia tiene acceso a servicios médicos oportunos cuando lo necesita	40%	40%	20%		
		Recibe las vacunaciones respectivas para prevención de enfermedades	30%	50%	20%		
		Posee un botiquín familiar de primeros auxilios en su hogar		10%	10%	40%	40%
		Usted y su familia tiene algún seguro de accidentes y seguro de sepelio			20%	40%	40%
		Ha recibido o tiene conocimientos sobre nutrición balanceada	10%	20%	10%	30%	30%
	Vivienda - habitad	Considera su vivienda saludable	30%	40%	20%	10%	
		Existe ruidos u otras molestias perjudiciales en el lugar o cerca de donde vive			20%	40%	40%
		Tiene servicios de electricidad en su vivienda	20%	75%	5%		
		Tiene acceso a agua potabilizada en su vivienda		10%	10%	50%	30%
		Posee servicios de letrina y manejo de sus residuos	25%	70%		5%	
	Genero	Participan las mujeres de su hogar en la producción, cosecha y post cosecha de su cacao	30%	30%	30%	10%	
		Las mujeres de su hogar participan en las capacitaciones técnicas sobre el cacao que brinda la cooperativa	10%	20%	10%	30%	30%
		Participan las mujeres de su hogar en las asambleas de la cooperativa	30%	30%	20%	20%	
		Las mujeres participan en las decisiones relevantes de su hogar	20%	40%	20%	20%	
		Hay mujeres ocupando algunos cargos importantes en la directiva de su cooperativa	10%	10%	20%	30%	30%
	Organización	Cree que hay comunicación fluida entre los dirigentes, la gerencia de la cooperativa y los socios	30%	40%	10%	20%	
		Tiene conocimiento sobre los gastos económicos que se realizan en su cooperativa	10%	20%	20%	30%	20%
		Tiene conocimiento sobre los planes anuales de su cooperativa	10%	20%	10%	40%	20%
		Se siente muy identificado con su cooperativa	35%	40%	20%	5%	
		La cooperativa realiza proyectos de desarrollo comunitario en su sector o caserío			20%	40%	40%
		Ha tenido acceso a microcréditos a través de la cooperativa	5%	20%	10%	35%	30%

- Alternativa 1: Definitivamente si
 Alternativa 2: Probablemente si
 Alternativa 3: Indeciso
 Alternativa 4: Probablemente no
 Alternativa 5: Definitivamente no

CUESTIONARIO 4

Mayor preservación del medio ambiente

Variable dependiente	Dimensiones	Ítems	1	2	3	4	5
	Educación ambiental	Ha recibido capacitaciones sobre concientización y sensibilización de la conservación del medio ambiente	30%	30%	10%	20%	10%
		Ha recibido capacitaciones sobre conservación de bosques	35%	30%	10%	20%	5%
		Ha recibido alguna capacitación sobre los riesgos ambientales del medio en que vive	10%	20%	10%	30%	30%
		Sabe algo sobre prevención y control de incendios forestales	10%	20%	20%	30%	20%
		Realiza alguna planificación contra posibles riesgos ambientales en su chacra	10%	10%	10%	40%	30%
	Conservación de suelos	Ha realizado análisis de su suelo agrícola	20%	40%	20%	10%	10%
		Realiza aplicación de abonos o fertilizantes orgánicos a su cacaotal	20%	30%	10%	20%	20%
		Tiene instalado compostera o bioles en su chacra para mejorar el abonamiento de sus plantas	10%	10%	20%	30%	30%
		Realiza algunas prácticas de conservación de suelos en su chacra (coberturas, sombras, barreras)	20%	30%	10%	30%	10%
	Conservación de agua y aire	Utiliza agua de río o de pozo en su vivienda	40%	40%	10%	10%	
		Realiza evacuación adecuada de sus residuos líquidos	10%	30%	20%	20%	20%
		Hay alguna emisión de gases contaminantes cerca de su vivienda o su comunidad		5%	10%	45%	40%
		Realiza algún manejo o reciclaje de sus residuos sólidos	10%	10%	10%	40%	30%
		Las aguas servidas que genera en su vivienda los bota al riachuelo o a la calle	40%	40%	10%	10%	
	Conservación de áreas arbustivas	Tiene área de bosques con especies forestales en su chacra	30%	40%	20%	10%	
		Los árboles forestales en su chacra, superan las 300 unidades aproximadamente	10%	30%	10%	40%	10%
		Tiene viveros con plántulas forestales actualmente		20%	20%	30%	30%

Alternativa 1: Definitivamente si

Alternativa 2: Probablemente si

Alternativa 3: Indeciso

Alternativa 4: Probablemente no

Alternativa 5: Definitivamente no

Anexo 5. Base de Datos para correlación

Nivel de conocimiento sobre el Comercio Justo

CASERIO - SECTOR	NOMBRE	DNI	Sello del Comercio Justo									
			¿Usted sabe que está involucrado en el comercio justo?	¿Cree que ha mejorado su condición de vida con el comercio justo?	¿Hay mayor acceso de los productores a otros tipos de certificaciones espaciales del cacao a través de los grupos asociativos?	¿Se ha modernizado su sistema de producción y ventas de cacao con el comercio justo?	¿Ha notado diferencias en el precio de su cacao por la certificación de comercio justo?	¿Existe información de algunos socios con los pagos e ingresos por la certificación de comercio justo?	¿Ha logrado mayor diversificación productiva en su chacra a través del comercio justo?	¿Tiene confianza en los líderes de su cooperativa en el manejo del comercio justo?	¿Desearía ampliar la comercialización de otros productos agropecuarios al comercio justo?	
Nolbeth del Alto Urubá	María Machado Ordoñez	00948262	1	1	1	1	1	1	4	1	1	2
	Pablo Granda Jiménez	41676029	1	1	1	1	1	5	4	1	1	1
	Elías Montoya Mejía	27697539	1	1	2	2	1	5	1	2	2	2
	Polidor Salazar Culle	00934169	1	1	2	2	1	5	1	2	1	1
	Wilson Fabian Calderón	40308008	1	1	1	1	1	5	1	1	2	1
	Edith Pizango Ahuanari	48821958	1	1	1	1	1	5	4	2	1	1
	Santos Castillo Hernández	42885531	3	1	2	2	1	5	1	2	1	1
	Vilma Campos Enrípe	00988602	1	1	1	1	1	5	1	1	2	1
	Alfredo Castillo García	00949095	1	5	2	2	2	4	1	2	2	2
	Liborio Pinedo Sopan	01014095	2	2	1	1	2	5	4	3	1	1
Virgen del Carmen	Enrique Melendez Tuanama	47026729	1	2	2	2	1	5	3	2	3	
	Silvia Iparraguirre Paredes	00978456	2	2	1	1	1	5	1	2	2	
	Hernán Castillo Cordova	00924462	1	2	2	2	2	4	2	1	1	
	Ulises Maldonado Chinchay	46819850	1	3	2	2	3	4	3	2	2	
	Salvador Teodoro Quispe Infantas	29621158	2	5	1	4	1	5	1	1	1	
	Jose Alcibiades Zamora Bustamante	33585461	1	2	2	2	1	5	1	1	2	
	Florencio Pedro Villanueva Agüero	00888940	1	2	1	4	1	5	2	1	1	
	Andrés Osorio de la Cruz	00186116	2	5	2	2	1	5	1	2	1	
	Merlin Moreto Mondragon	43319004	1	1	1	1	1	5	2	1	1	
	Martha Irene Chamaya Correa	10106805	1	1	1	1	1	5	1	1	2	
Cadena Tropical	Adriano Mondragon Torres	01153238	2	3	2	2	2	4	4	2	1	
	Octavio Trujillo Quezada	19424274	1	3	2	2	2	4	5	2	1	
	Dione Muñoz Perez	44949335	2	2	2	2	1	5	2	2	2	
	Gilberto Cabanillas Villanueva	42771416	1	5	2	2	3	5	2	2	3	
	Francisco Bacalla Servan	00120552	1	2	2	2	1	5	4	2	1	
	Yareli Villareal Tapullima	76586185	2	2	2	2	3	4	5	2	3	
	Riquelme Arevalo Vasquez	47902125	4	2	5	4	3	3	3	3	2	
	Manuel Fasabi Tapullima	00874544	1	2	5	4	4	4	4	3	4	
	Vicente Echevarría Agüero	32918712	2	2	2	4	2	3	3	1	1	
	Adela Rosa Carrascal Guevara	00163990	2	5	1	4	1	4	4	2	2	
Nuevo Juanjui	Guisselle Marilín Mestanza Ríos	45997080	1	2	2	2	1	5	4	2	1	
	María Elena Quevedo Bermeo	01172035	1	5	5	4	2	3	3	2	2	
	Rosario Zevallos Cardenas	00186650	1	2	3	4	4	4	4	3	4	
	Aron Castillo Cerón	00998817	2	2	2	2	3	4	3	4	1	
	Cornelio Paitampoma Dávila	20416202	1	1	1	1	1	5	1	1	2	
	Yonel Walter Luciano Domínguez	22989689	1	2	2	2	3	5	2	1	2	
	Pablo Calderón Jesús	41347511	2	3	4	4	2	4	2	1	1	
	Gonzalo Perez Lino	23140375	1	3	4	2	1	4	2	2	3	
	Jhon Rosales Huaman	47203220	1	3	4	4	1	4	2	2	2	
	Liz Melina Luna Zumaeta	43455396	2	2	4	2	2	3	4	4	1	
Mar del Plata	Tereza Joseviche Prada	00103114	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
	Efraim Mallqui Cáceres	85189736	3	3	4	3	4	4	3	4	3	
	Nazaret del Pilar Espinoza Dahua	00125550	3	2	4	4	2	4	2	1	1	
	Nee Pedro Lizarbe Gómez	40634792	2	2	4	4	2	4	4	1	1	
	Marelith Ríos Vásquez	01072256	2	5	4	1	2	4	5	2	1	
	Luz Gonzales Maguin	43980503	1	5	4	1	2	4	2	2	2	
	Rosa Eugenio Durand	44844237	2	2	4	4	2	4	2	2	1	
	Gean Arellano Santillan	00925325	2	2	3	3	2	4	5	2	2	
	Feliz Juan Amayo Yupanqui	21002093	3	3	3	3	3	3	3	2	1	
	Florentino Ceanto Egoavil	00922462	2	5	4	4	2	4	4	2	1	
Hernando de Soto Hernoza Selva	Teodoro Rubina Canduelas	42682047	1	3	4	4	2	4	4	3	1	
	Rosa Esther Ruiz Orbezo	41886225	2	5	4	4	1	5	5	4	2	
	Alberto Sinarahua Sinarahua	00922297	1	1	1	1	1	5	1	1	1	
	Narciso Vásquez del Castillo	43018015	1	1	1	1	1	5	2	1	1	
	David Herrera Naranda	45910628	1	1	1	1	1	5	1	2	1	
	Victoria Eusebia Veliz Romero	20118011	2	2	4	2	2	3	4	1	1	
	Jorge Vidal Branda	42180467	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Pedro Pablo Domínguez Vargas	19424429	1	1	1	1	1	5	1	1	1	
	Catalino Cordova Maldonado	21148308	1	4	5	5	3	5	5	4	2	
	Saul Isuiza Tapullima	41338111	2	4	4	4	2	3	4	3	2	
San Juan	Hilda de la Cruz Julian	20077192	2	3	5	4	2	4	5	2	3	
	Tereza Villalobos Flores	1157861	2	3	3	3	1	3	2	1	2	
	Fabian Asencios Cristobal	00103298	2	4	5	5	3	3	2	1	1	
	Hipolito Pinedo Vernal	27691676	3	3	4	4	2	3	5	2	2	
	Orlando Sangama Salas	00889004	3	2	5	5	3	4	4	1	2	
	Diego Armando Vasquez Salas	45063458	2	2	5	4	2	4	2	2	2	
	Anabuario Fasabi Tapullima	00173847	1	1	1	1	1	5	1	1	1	
	Liwone Fasabi Fátima	43404694	2	2	4	4	1	5	2	1	1	
	Mauro Máximo Ávila Huaranga	09694565	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Macedonia Abad González	04324722	4	2	5	5	2	3	3	2	3	
El Milagro	Juan Paredes Vasquez	00174139	3	3	4	5	2	4	2	1	2	
	José Luis Condor Américo	40533201	2	4	4	5	2	4	2	4	2	
	Higuacio Ventura Trinidad	00183980	2	3	3	3	2	4	5	2	2	
	Enrique Justiniano Leon	22454174	3	3	5	5	2	4	5	2	4	
	Agapito Espiritu Durand	00173824	4	2	4	4	2	4	4	2	2	
	Lida Pardo Palacios	22527723	3	2	2	4	1	3	4	1	1	
	Toribio Penadillo Baltazar	22440182	2	2	4	4	1	2	4	2	1	
	Luisa Maritza Rodríguez Rojas	00183046	1	4	4	4	3	5	4	4	2	
	Juan Vásquez León	80690050	1	3	5	5	2	3	5	1	3	
	Percy Charle Guillermo Vela	40220573	2	2	4	4	2	3	2	3	2	
Aguaytillo	Manuel Cama Aranda	41754686	2	2	3	3	2	3	2	2	4	
	Abimael Pardo Palacios	43736557	3	4	4	4	4	3	4	2	2	
	Manuel Peña Huaman	80497847	2	3	3	3	2	2	5	4	3	
	Victor Aquino Lino	80038503	2	2	5	5	2	4	2	2	2	
	Judith Jesús Noriega Flores	41268337	2	2	4	4	2	4	2	1	1	
	Esther Herminia Simón García	00173449	1	2	3	3	1	4	2	1	1	
	Tomas Escobedo Simón	80423070	1	2	5	5	2	4	5	3	2	
	Edmundo Jeremias Condor Salcedo	00188087	1	4	4	5	2	4	4	2	3	
	Anita Ypushima García	23005064	3	2	5	5	2	4	5	2	2	
	Bertha Ávila Nieves	00181838	2	4	4	5	2	4	2	4	4	
Nuevo Ucayali	Soledad Valverde Chamorro	00127112	2	2	5	5	4	4	5	2	2	
	Juan Caclique Ipushima	70755438	4	2	5	5	4	2	3	4	2	
	Pedro Sumaran Rivera	43820392	4	4	5	5	4	2	4	4	4	
	Mirko Santamaria Echigoya	48894310	1	1	1	1	1	5	1	1	1	
	Estefani Gonzales Pinedo	42714230	1	3	4	4	2	2	5	4	2	
	Rosa Quispe Medrano	48705484	4	2	5	5	4	2	4	2	4	
	Jonatan Cespedes Camara	77340659	2	2	3	3	1	4	2	1	4	
	Felix Acosta Echigoya	40628987	2	2	4	5	1	4	4	2	2	
	Inecente Laurencio Castañeda	43037504	1	4	4	4	2	4	4	2	3	
	Rosa Elvira Rengifo Ruiz	40732942	2	3	5	5	2	3	5	2	4	
	1 SI		45%	20%	20	10	40		20	30	40	
	2 Probablemente SI		40%	40%	20	30	40	10	20	50	40	
	3 Indeciso		10%	20%	10	10	10	10	10	10	10	
	4 Probablemente NO		5%	10%	20	20	10	40	30	10	10	
	5 NO				20	20		30	20			

Impacto del Comercio Justo en el desarrollo economico

CASERIO - SECTOR	NOMBRE	DNI	Incremento de los ingresos economicos														
			Produccion y productividad				Calidad del cacao				Ventas						
			Area y produccion de cacao	Tiempo más de 4 hectáreas de cacao en producción	En total cosecha aproximada (mínimo más de 2000 kilos de cacao al año)	Trabajan más de 2 personas (sueldo mínimo de 2000 soles al año)	Ingresos economicos / familia	Infraestructura de beneficio del cacao	Analisis fisico sensorial del cacao	Analisis fisico sensorial del cacao	Si se ha realizado análisis a su cacao, el puntaje supera los 80 puntos	Tiene producción cacao fino de aroma	El cacao vendido a su precio diferenciado a por el Comercio Justo supera las expectativas	Cree que estar involucrado en el Comercio Justo ha traído mejores beneficios economicos	Si sus ingresos adicionales por la venta de su cacao a través del Comercio Justo son superiores a los 4000 soles/año	Ha recibido capacitación a de cómo administrar mejor sus ingresos economicos provenientes de la venta de su cacao	
Nolbeth del Alto Urutya	María Machado Ocedoñez	'00948262	1	2	2	2	2	2	3	3	4	4	1	2	2	2	2
	Pablo Granda Jiménez	41676029	1	1	3	1	2	2	3	3	5	5	1	1	1	1	5
	Elias Montoya Mejía	27697539	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	1	2	2	2	2
	Polidor Salazar Culle	'00934169	1	1	2	2	2	2	2	2	4	4	1	1	1	1	1
	Wilson Fabian Calderón	40380008	2	2	3	2	3	2	4	4	4	4	1	1	1	2	2
	Edith Pizango Ahumari	48821958	1	1	2	2	2	2	2	2	2	5	5	1	1	1	1
	Santos Castillo Hernández	42885531	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	1	2	2	2
	Vilma Campos Finipe	'00988602	1	1	2	1	2	2	2	4	4	5	5	1	1	1	5
	Alfredo Castillo Garcia	'00949095	1	3	3	2	1	4	4	5	5	5	5	1	2	2	2
	Liborio Pinedo Sopan	'01014095	1	2	2	4	4	2	4	4	4	4	2	2	2	4	4
Enrique Melendez Tuanama	47026729	2	2	4	4	3	1	5	5	5	5	2	1	1	4	4	
Silvia Iparaguire Paredez	'00978456	1	3	4	2	4	2	5	5	5	5	2	2	2	4	4	
Hernán Castillo Cordova	'00924462	2	2	2	4	2	2	4	4	5	5	5	1	1	1	4	
Elises Maldonado Chirchay	46819859	2	3	3	3	3	1	4	4	2	5	5	1	2	2	1	
Salvador Teodoro Quispe Infantas	29621158	1	1	2	2	2	2	2	2	2	4	4	1	1	2	2	
Jose Alcibiades Zamora Bustamante	33585461	1	1	3	1	5	2	2	4	4	4	4	1	2	2	1	
Florencio Pedro Villanueva Agüero	'00888940	1	3	2	2	3	2	2	2	3	3	1	1	1	1	5	
Andres Osorio de la Cruz	'00186116	1	2	2	1	2	2	5	5	4	4	1	2	2	2	2	
Merlin Moreto Mondragon	43319904	1	3	2	2	5	2	2	2	5	5	1	1	1	1	5	
Martha Irene Chamaya Correa	'0106805	1	2	2	1	2	2	4	4	5	5	1	1	1	2	2	
Adriano Mondragon Torres	'00819498	2	3	3	3	3	1	4	4	2	5	5	1	2	2	1	
Oscar Tutillo Quezada	19424274	2	2	4	2	2	2	5	5	4	4	2	2	2	4	4	
Dione Muñoz Perez	44949335	1	3	3	4	4	2	4	4	5	5	1	1	1	4	4	
Gilberto Cabanillas Villanueva	42771416	1	2	4	2	3	2	5	5	5	5	2	4	4	4	4	
Francisco Bacalla Servan	'00120562	2	3	4	1	4	2	5	5	5	5	1	4	4	3	3	
Yareli Villareal Tapullima	76586185	2	2	2	2	3	1	4	4	4	5	5	2	2	2	4	
Riquelme Arevalo Vasquez	47902125	2	3	3	3	3	2	1	4	4	5	5	1	1	2	3	
Manuel Fasabi Tapullima	'00874544	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	
Yonel Walter Luciano Dominguez	32918712	1	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	1	2	2	2	
Adela Rosa Carrascal Guevara	'00163990	1	2	2	1	4	2	5	5	5	5	1	1	1	1	5	
Guisselle Marilín Mestanza Ríos	45997080	1	2	4	2	3	2	4	4	4	5	5	1	2	2	2	
María Elena Quevedo Bermeo	'01172035	2	3	3	4	2	1	4	4	5	5	1	2	2	2	2	
Rosario Zevallos Cardenas	'00186650	5	4	3	3	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	
Aron Castillo Cerón	'00998817	2	3	3	3	2	2	2	2	2	5	5	1	2	2	2	
Cornelio Paitampoma Dávila	20416202	1	1	2	1	1	2	4	4	4	3	3	1	1	1	1	
Yonel Walter Luciano Dominguez	20989689	1	3	4	3	3	2	2	4	4	4	4	1	1	1	5	
Pablo Calderon Jesus	41247511	1	4	2	3	2	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	
Gonzalo Perez Lino	23140375	1	4	4	4	5	2	5	5	5	5	1	2	2	4	4	
Jhon Rosales Huaman	47203220	2	4	4	3	3	2	5	5	5	5	2	2	2	4	4	
Liz Melina Luna Zumaeta	43455396	1	2	3	4	3	1	4	4	5	5	1	4	4	3	3	
Tereza Joseviche Prada	'00103114	2	2	3	2	1	5	5	5	5	5	1	1	2	3	3	
Efraim Mallqui Cáceres	'00189736	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	
Pilar Espinoza Dahua	'00125450	1	2	2	2	3	2	4	4	4	5	5	1	2	2	2	
Noe Pedro Lizalde Gómez	40634792	1	2	4	2	3	2	2	2	2	5	5	1	2	2	2	
Marelieth Ríos Vásquez	'01072256	2	4	3	4	5	2	5	5	5	5	1	1	2	2	2	
Luz Gonzales Maguin	43980503	1	4	4	5	4	2	5	5	5	5	1	2	2	3	3	
Rosa Eugenio Durand	44844237	1	4	2	4	2	2	5	5	5	5	1	1	2	2	2	
Gean Arellano Santillan	'00925325	2	3	3	2	4	2	5	5	5	5	1	2	2	2	2	
Feliz Juan Arroyo Yupanqui	21002093	1	2	4	4	5	2	4	4	5	5	1	1	2	3	3	
Iorenimo Canto Egoavil	'00922462	2	3	3	1	3	1	4	4	5	5	1	2	2	2	2	
Teodoro Rubén Castañeda	42682047	1	2	4	5	3	1	5	5	5	5	1	1	2	3	3	
Rosa Esther Ruiz Orbegeza	41886225	2	2	5	4	3	2	4	4	4	5	5	1	2	2	3	
Alberto Sinarahua Sinarahua	'00922297	1	1	1	2	1	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1	
Narciso Vásquez del Castillo	23018015	1	1	1	2	1	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	
David Herrera Miranda	45010628	1	4	1	3	3	2	3	3	3	3	2	1	1	1	1	
Victoria Eusebia Veliz Romero	20118011	2	2	5	2	3	2	5	5	5	5	1	2	2	1	5	
Jorge Vidal Branda	42180467	1	4	1	2	1	2	3	3	3	3	2	1	1	1	1	
Percy Pablo Dominguez Vargas	19424429	1	2	4	3	3	2	3	3	3	3	2	1	1	1	1	
Catalino Cordova Maldonado	21148308	2	4	4	5	1	4	4	4	5	5	2	1	2	4	4	
Saul Iauiza Tapullima	1113811	5	3	2	4	2	5	5	5	5	5	2	3	3	3	3	
Hilda de la Cruz Julian	20077192	2	4	4	4	4	2	5	5	5	5	1	4	4	4	4	
Tereza Villalobos Flores	1157861	2	3	4	2	3	2	5	5	5	5	1	3	3	3	3	
Fabian Asencios Cristobal	'00103298	2	4	5	4	4	2	5	5	5	5	2	4	4	4	4	
Hipolito Pinedo Vernal	27674576	2	4	4	4	4	2	5	5	5	5	1	3	3	3	3	
Orlando Sanguama Salas	'00889004	2	4	5	5	4	3	1	4	4	5	5	1	4	4	4	
Diego Armando Vasquez Salas	45063458	2	4	5	5	5	4	3	3	3	3	5	2	3	3	3	
Anahuario Fasabi Tapullima	'00173847	1	3	1	3	3	2	4	4	3	3	1	1	1	1	1	
Liwone Fasabi Fátima	43404694	1	2	1	4	5	2	4	4	3	3	1	3	3	3	3	
Mauro Máximo Avila Huaranga	'09694565	1	1	2	1	2	1	2	3	3	3	1	1	1	1	1	
Macedonia Abad González	'04324722	2	2	3	5	4	1	3	3	3	3	5	2	4	4	4	
Juan Paredes Vasquez	'00174139	2	4	4	4	3	2	5	5	5	5	2	3	3	4	4	
José Luis Condor Américo	40533201	2	4	4	5	4	2	5	5	5	5	1	4	4	5	5	
Hignacio Ventura Trinidad	'00183980	1	4	4	4	3	2	4	4	4	5	5	2	3	3	4	
Enrique Justiniano Leon	22454174	2	3	5	5	4	1	5	5	5	5	1	4	4	4	4	
Agapito Espiritu Durand	'00173824	2	4	5	2	1	1	4	4	4	5	5	1	3	3	3	
Lida Pardo Palacios	22527723	2	2	4	4	4	2	5	5	5	5	1	1	2	2	2	
Torbio Penadillo Baltazar	22440182	2	3	4	4	3	2	4	4	4	5	5	1	2	2	3	
Luisa Maritza Rodríguez Rojas	'00183046	1	3	5	5	4	2	4	4	4	5	5	2	3	3	4	
Juan Vásquez León	40220573	2	4	4	5	3	2	5	5	5	5	1	3	3	5	5	
Manuel Cama Acanda	41754686	2	4	4	4	4	2	4	4	4	5	5	2	4	4	4	
Abimael Pardo Palacios	43736557	2	3	4	4	3	3	5	5	5	5	1	3	3	5	5	
Manuel Peña Huaman	80497847	2	4	4	2	4	4	4	4	4	5	5	2	4	4	4	
Victor Aquino Lino	80038503	2	3	4	5	3	1	5	5	5	5	2	3	3	4	4	
Judith Jesús Noriega Flores	41268337	2	2	4	4	5	4	1	5	5	5	5	1	3	3	3	
Ester Herminia Simón García	'00173445	2	3	5	4	1	3	4	4	4	5	5	1	2	2	3	
Tomás Escobedo Simón	80423070	2	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	1	2	2	3	
Edmundo Jeremias Condor Salcedo	'00188087	2	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	2	3	3	5	
Anita Ypushima Garcia	23005064	2	3	4	2	4	3	5	5	5	5	2	4	4	4	4	
Bertha Avila Nieves	'00181838	2	4	4	4	3	3	5	5	5	5	2	3	3	5	5	
Soledad Valverde Chamorro	'00127112	2	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	2	4	4	4	
Juan Cachique Ipushima	70754388	2	2	3	5	3	3	4	4	4	5	5	1	3	3	3	
Pedro Sumaran Rivera	43820392	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	
Mirko Santamaría Echigoya	48894310	1	3	1	2	1	2	3	3	3	3	1	2	2	1	5	
Estefani Gonzales Pinedo	42714230	2	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	1	3	3	4	
Rosa Quispe Medrano	48705484	2	3	4	5	3	4	4	4	4	5	5	1	4	4	4	
Jonatan Cespedes Camara</																	

Anexo 6. Validación de Instrumentos

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR CRITERIO DE JUECES

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del juez : DIAZ ZUÑIGA, EDOAR
 1.2 Cargo e institución donde labora : VICERECTOR ACADEMICO
 1.3 Nombre del instrumento evaluado : CUESTIONARIO SOBRE COMERCIO JUSTO
 1.4. Autor (es) del instrumento : MIGUEL TORRES FARCIA

II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 1	Baja 2	Regular 3	Buena 4	Muy buena 5
1.CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible					✓
2.OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables					✓
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					✓
4.ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					✓
5.SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente					✓
6.PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados					✓
7.CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos					✓
8.COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems					✓
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación					✓
10.APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					✓

CONTEO TOTAL DE MARCAS (realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)	A	B	C	D	E

$$\text{Coeficiente de Validez} = \frac{1 \times A + 2 \times B + 3 \times C + 4 \times D + 5 \times E}{50} = 100$$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubique el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA	INTERVALO
Desaprobado	[0,00 – 0,60]
Observado	<0,60 – 0,70]
Aprobado	<0,70 – 1,00]

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento debe aplicarse en función a los objetivos formulados para corroborar en los resultados.


Lugar: Pucallpa, 13 de marzo del 2023

Firma del juez

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL INSTRUMENTO:

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Nombres y Apellidos	EDGAR DIAZ ZUÑIGA	DNI N°	00045498
Dirección domiciliaria		Teléfono / Celular	961620857
Título profesional / Especialidad	ING. ZOO TECNISTA MSc. CIENCIAS - MENCIÓN SUECOS DR. MEDIOAMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	Firma	
Grado Académico	BACHILLER CIENCIAS PECUARIAS	Lugar y fecha	Puc 13/03/23
Metodólogo/ temático			

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

Nombre: EDGAR DIAZ ZUÑIGA
 Título profesional: INGENIERO ZOOTECNISTA
 Especialidad: SUELOS Y MEDIO AMBIENTE
 Grado académico: BACHILLER EN CIENCIAS PECUARIAS
 Fecha: 23 MARZO 2023

II. OBSERVACIONES PREFERENCIALES

- 2.1. FORMA:
CUESTIONARIO DEL INSTRUMENTO QUE PERMITE PROPORCIONAR RESPUESTAS RAPIDAS, FLEXIBLES Y OBJETIVAS
- 2.2. CONTENIDO:
CUESTIONARIO DE LA ENTREVISTA QUE TIENE LA CAPACIDAD DE MEDIR EL CONSTRUCTIVO PARA EL CUAL HA SIDO DISEÑADO
- 2.3. ESTRUCTURA:
INSTRUMENTO QUE PERMITE EXPLORAR Y ESTIMULAR LAS DIVERSAS PUNTAS DE VISTA DEL APLICATARIO

III. APORTES

HERRAMIENTA DE RECOLECCION DE DATOS DE INFORMACION FLEXIBLE

IV. SUGERENCIAS

EL ENTREVISTADOR TIENE QUE IDENTIFICAR PATRONES QUE PERMITAN EXPLORAR Y ESTIMULAR DIVERSAS PUNTOS DE VISTA

Luego de la revisión de instrumento, a su opinión procede a su aprobación:

Sí

No

 Nombre y firma

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
ESCUELA DE POST GRADO

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR CRITERIO DE JUECES

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del juez : **MORI MONTERO, CESAR**
 1.2 Cargo e institución donde labora : **DOCENTE ASOCIADO**
 1.3 Nombre del instrumento evaluado : **CUESTIONARIO SOBRE COMERCIO JUSTO**
 1.4. Autor (es) del instrumento : **MIGUEL TORRES GARCIA**

II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Baja	Regular	Buena	Muy buena
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible					✓
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					✓
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente					✓
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados					✓
7. CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos					✓
8. COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación					✓
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					✓

CONTEO TOTAL DE MARCAS (realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)	A	B	C	D	E

$$\text{Coeficiente de Validez} = \frac{1 \times A + 2 \times B + 3 \times C + 4 \times D + 5 \times E}{50} = \frac{100}{50}$$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubique el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORIA	INTERVALO
Desaprobado ○	[0,00 – 0,60]
Observado ○	<0,60 – 0,70]
Aprobado ○ x	<0,70 – 1,00]

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento debe aplicarse en función a los objetivos formulados para corroborar en los resultados.

Lugar: Pucallpa, 08 de marzo del 2023

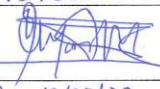

Firma del juez

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
ESCUELA DE POST GRADO

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL INSTRUMENTO:

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Nombres y Apellidos	CESAR MORI MONTERO	DNI N°	00093469
Dirección domiciliaria		Teléfono / Celular	961630542
Título profesional / Especialidad	ING. FORESTAL MSc. GESTION DE MANEJO DE BOSQUES DR. MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	Firma	
Grado Académico	BACHILLER CIENCIAS FORESTALES		
Metodólogo/ temático		Lugar y fecha	Puc. 13/03/23

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
ESCUELA DE POST GRADO

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

Nombre: CESAR MORI MONTERO
 Título profesional: INGENIERO FORESTAL
 Especialidad:
 Grado académico: BACHILLER CIENCIAS FORESTALES
 Fecha: 23 MARZO 2023

II. OBSERVACIONES PREFERENCIALES

2.1. FORMA:

..... INSTRUMENTO QUE MIDE OPTIMAMENTE
 LAS VARIABLES A INVESTIGAR
 PRESENTES EN LA HIPOTESIS

2.2. CONTENIDO:

..... LAS INTERACCIONES QUE SE GENERAN
 EN LA ENTREVISTA SE PRESENTAN
 DE FORMA SEMIESTRUCTURADA PARA
 GENERAR OPTIMAS IDEAS Y CONCEPTOS

2.3. ESTRUCTURA:

..... CUESTIONARIO QUE REFLEJA
 SEEN DISEÑO LOS OBJETIVOS DE
 LA INVESTIGACION

III. APORTES

..... INSTRUMENTO QUE REGISTRA PERCEPCION,
 INTERACCION, VIVENCIA, EXPRESADA EN
 UN LENGUAJE PROPICIO PARA EL ENTREVISTADO.

IV. SUGERENCIAS

..... BUENA RELACION CON LOS ENTREVISTADOS
 QUE GARANTICEN QUE REALMENTE SE
 RECOPILE Y TRANSCRIBA DATOS EFICACES

Luego de la revisión de instrumento, a su opinión procede a su aprobación:

Si

No


Nombre y firma

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
ESCUELA DE POST GRADO

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR CRITERIO DE JUECES

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del juez : **FERNANDO PEREZ LEAL**
 1.2 Cargo e institución donde labora :
 1.3 Nombre del instrumento evaluado : **CUESTIONARIO SOBRE COMERCIO JUSTO**
 1.4. Autor (es) del instrumento : **MIGUEL TORRES GARCIA**

II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Baja	Regular	Buena	Muy buena
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y comprensible					X
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					X
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente					X
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados					X
7. CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos				X	
8. COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación					X
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	

CONTEO TOTAL DE MARCAS	1	2	3	4	5
(realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)	A	B	C	D	E

$$\text{Coeficiente de Validez} = \frac{1 \times A + 2 \times B + 3 \times C + 4 \times D + 5 \times E}{50} = \frac{100}{50} = 2$$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubique el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORIA	INTERVALO
Desaprobado <input type="radio"/>	[0,00 - 0,60]
Observado <input type="radio"/>	<0,60 - 0,70]
Aprobado <input checked="" type="radio"/>	<0,70 - 1,00]

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento debe aplicarse en función a los objetivos formulados para corroborar en los resultados.

Lugar: Pucallpa, 13 de marzo del 2023

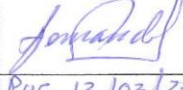
Fernando Pérez Leal
Firma del juez

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
ESCUELA DE POST GRADO

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL INSTRUMENTO:

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Nombres y Apellidos	FERNANDO PÉREZ LEAL	DNI N°	
Dirección domiciliaria		Teléfono / Celular	961942739
Título profesional / Especialidad	INGENIERO AGRÓNOMO MAESTRO EN AGRONOMIA - MORTICU DR. EN CIENCIAS AMBIENTALES Y ENERGÍAS RENOVABLES	Firma	
Grado Académico		Lugar y fecha	PUC. 13/03/23
Metodólogo/ temático	BACHILLER EN CIENCIAS AGRARIAS		

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
ESCUELA DE POST GRADO

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

Nombre: FERNANDO PEREZ LEAL
 Título profesional: INGENIERO AERONOMO
 Especialidad: AERONOMIA
 Grado académico: BACHILLER CIENCIAS AERIAS
 Fecha: 13 MARZO 2023

II. OBSERVACIONES PREFERENCIALES

2.1. FORMA:
 HAY UNA CLASIFICACION ORDINAL DE LOS
 ITEMS EN FUNCION DE LA PREFERENCIA
 Y JUSTIFICACION DE LA RESPUESTA

2.2. CONTENIDO:
 LA TERMINOLOGIA ESTA APUNTADA A
 LA POBLACION A LA CUAL SE QUIERE
 EVALUAR

2.3. ESTRUCTURA:
 EXISTE CONCORDANCIA ENTRE EL
 RESULTADO FINAL Y EL RESULTADO
 DE CADA UNO DE SUS ITEMS

III. APORTES

..... HAY UN BUEN ESTADO DE INTERRELACION
 Y COHERENCIA ENTRE ITEMS

IV. SUGERENCIAS

..... EL ENTREVISTADOR DEBE COMENTAR EL PORQUE
 ES IMPORTANTE QUE LA PERSONA RESPONDA
 CON LA MAYOR VERACIDAD A LAS PREGUNTAS DEL
 CUESTIONARIO

Luego de la revisión de instrumento, a su opinión procede a su aprobación:

Si

No


Nombre y firma

Anexo 7. Iconografía del estudio



Foto 1. Entrevista a socio cooperativista en Virgen del Carmen



Foto 2. Entrevista a socio cooperativista en Abejaico



Foto 3. Entrevista a socia cooperativista en Cadena Tropical



Foto 4. Entrevista a socio cooperativista en Condor



Foto 5. Entrevista a socia cooperativista en El Milagro



Foto 6. Entrevista a socia cooperativista en Aguaytillo



Foto 7. Entrevista a socio cooperativista en Nolbert del Alto Uruya



Foto 8. Entrevista a socio cooperativista en Miguel Grau



Foto 9. Entrevista a socio cooperativista en Nuevo Ucayali



Foto 10. Entrevista a socia cooperativista en Pumayacu



Foto 11. Entrevista a socia cooperativista en San Juan



Foto 12. Entrevista a socio cooperativista en Misquiyacu



Foto 13. Entrevista a socio cooperativista en Macuya