

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**
INTERNACIONALES

“ASOCIACIONES AGROPECUARIAS Y
COMERCIO JUSTO EN LA SELVA PERUANA: UN
ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO Y ECOLÓGICO,
AMAZONAS 2023”.

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autora:

Alexandra Nicole Barro Chale

Asesor:

Mg. Franklin Cordova Buiza

<https://orcid.org/0000-0002-7623-7472>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Victor Hugo Haro Hidalgo	09862514
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Juan Carlos Ganoza Aleman	30835154
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Gaby Monica Felipe Bravo	03877830
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

ASOCIACIONES AGROPECUARIAS Y COMERCIO JUSTO EN LA SELVA PERUANA

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	www.businessperspectives.org Fuente de Internet	5%
2	repositorio.untrm.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
4	www.ssoar.info Fuente de Internet	1%
5	www.scielo.cl Fuente de Internet	1%
6	www.scielo.org.bo Fuente de Internet	1%

Excluir citas Apagado Excluir coincidencias < 1%
 Excluir bibliografía Apagado

DEDICATORIA

Dedicar la presente tesis a mis padres, por su apoyo
incondicional e incentivar me desde siempre.
A familia por motivarme a cumplir mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a mis padres, quienes estuvieron siempre para mí. Agradezco a mi familia, por sus consejos y apoyo.

TABLA DE CONTENIDOS

JURADO EVALUADOR.....	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO.....	5
TABLA DE CONTENIDOS.....	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II. MÉTODO.....	35
CAPÍTULO III. RESULTADOS	42
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	48
REFERENCIAS	55
ANEXOS	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Resumen de Procesamiento de Datos	37
Tabla 2 Datos demográficos	38
Tabla 3 Conservación Ambiental.....	42
Tabla 4 Sobre Responsabilidad Social y Subdimensiones.....	44
Tabla 5 Prácticas de Comercio Justo y Subdimensiones	45
Tabla 6 Estadísticas de Fiabilidad.....	46
Tabla 7 Estadísticas de Total de Elemento	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Distrito de Omia	12
--	----

RESUMEN

Las iniciativas de comercio justo representan un apoyo fundamental para las escasas oportunidades que se han presentado en el sector agropecuario, ya que abarcan diversas áreas que contribuyen a incrementar las buenas prácticas comerciales. El objetivo principal de esta investigación fue determinar cómo se aplica el comercio justo en el ámbito socioeconómico y ecológico en una asociación de productores agropecuarios sostenibles de Amazonas. Se trata de una investigación cuantitativa con un diseño transversal no experimental, mediante la técnica de la encuesta y se aplicó un cuestionario a 99 productores agrícolas de la región amazónica del Perú. Además, se realizó el análisis y procesamiento de datos con Microsoft Office Excel y SPSS. Los resultados muestran que el 51% de los productores encuestados se han sensibilizado para adoptar acciones socialmente responsables encaminadas a fortalecer el desarrollo sostenible, la responsabilidad social y las buenas prácticas de comercio justo a favor de la preservación de los recursos de la Amazonía peruana, así como el entorno socioeconómico, desarrollo de los agricultores y de la propia región. Asimismo, 47% realiza actividades de responsabilidad social bajo la guía de la organización de Comercio Justo, que ha acompañado a los agricultores a obtener la certificación. Además, el 59% de los encuestados dice participar en una competencia sana que genera confianza entre los agricultores. El comercio justo permite a los agricultores asociados mejorar su comportamiento ético y el respeto por sus derechos y los de toda la comunidad. Es fundamental resaltar el aporte del comercio justo en las zonas urbanas y rurales, ya que se convierte en un valioso incentivo para la diferenciación.

Palabras clave: comercio justo, productores agropecuarios, impacto ambiental, responsabilidad social, desarrollo económico, huella ambiental.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En el contexto internacional, el comercio justo se ha ido fortaleciendo desde 1940 hasta la actualidad como manifestación del deterioro del comercio tradicional con la principal determinación de comprometer mejores estándares de producción que sean sustentables y posean un compromiso con el medio ambiente, trata de implementar mayores beneficios a los pequeños productores con inconvenientes socioeconómicos y medioambientales. La paulatina globalización ha originado que los productores menos favorecidos, que no disponen de mercados alternativos para comercializar, se vean forzados a suministrar sus productos a un limitado precio con respecto a su producción; de allí que el comercio justo es una gran alternativa para reducir la pobreza y marginación en las que se encuentran los pequeños productores provenientes de países en desarrollo, promoviendo de esta forma un trato más equitativo y sostenible basado en la colaboración (Araya et al., 2019).

Cabe mencionar que las desigualdades generan profundos desequilibrios, no solo en países en crecimiento sino también en las economías más potentes en el cual ciertos grupos con poco conocimiento puedan verse afectados en la generación de sus ingresos (Sama et al., 2019). En perspectiva de ello, las iniciativas del comercio justo representan un apoyo imprescindible ante las escasas oportunidades para los productores, ya que abarca diversos ámbitos que ayudarán a los países en desarrollo a incrementar las vías de acceso. El comercio justo ofrece a los productores mejores prácticas comerciales y más provechosas, siendo justamente un modo eficiente de aminorar la pobreza, incrementando oportunidades y mejorando las circunstancias de trabajo y de vida (Montenegro et al., 2018). En el contexto actual con el COVID-19, es fundamental no pasar por alto el aspecto holístico de la sostenibilidad con una perspectiva socioeconómica, es por ello que debemos continuamente brindar ayuda al adquirir esta

clase de productos sostenibles, siendo flexibles y resilientes. Ante lo mencionado, se debe considerar el aspecto social, porque el Perú se encuentra en una etapa de restablecimiento nacional, ello involucra, que las organizaciones busquen la seguridad de sus grupos de interés (Huerta & Gaete, 2017). Según Herman (2019) considera que Fairtrade surge como un sistema para mejorar las oportunidades y para que se puedan aplicar nuevas alternativas sostenibles de producción. Es primordial destacar la aportación del comercio justo en las zonas urbanas y rurales, ya que las certificaciones voluntarias se convierten en una herramienta sustancial y en un incentivo de valor para diferenciarse.

Las asociaciones relacionadas con el sector agropecuario, como los productores de la selva peruana de la región Amazonas, específicamente del distrito de Omia, cuentan con importantes recursos naturales y se han desarrollado socioeconómicamente. En agosto, en el sector agropecuario de Amazonas, los indicadores económicos mostraron un desempeño favorable, al crecer un 2,7% respecto a igual mes del año anterior, motivado por el aumento de la producción pecuaria en un 2,6%, la producción agrícola en un 2,7% y mayores áreas cosechadas (Banco Central de Reserva del Perú [BCRP], 2021).

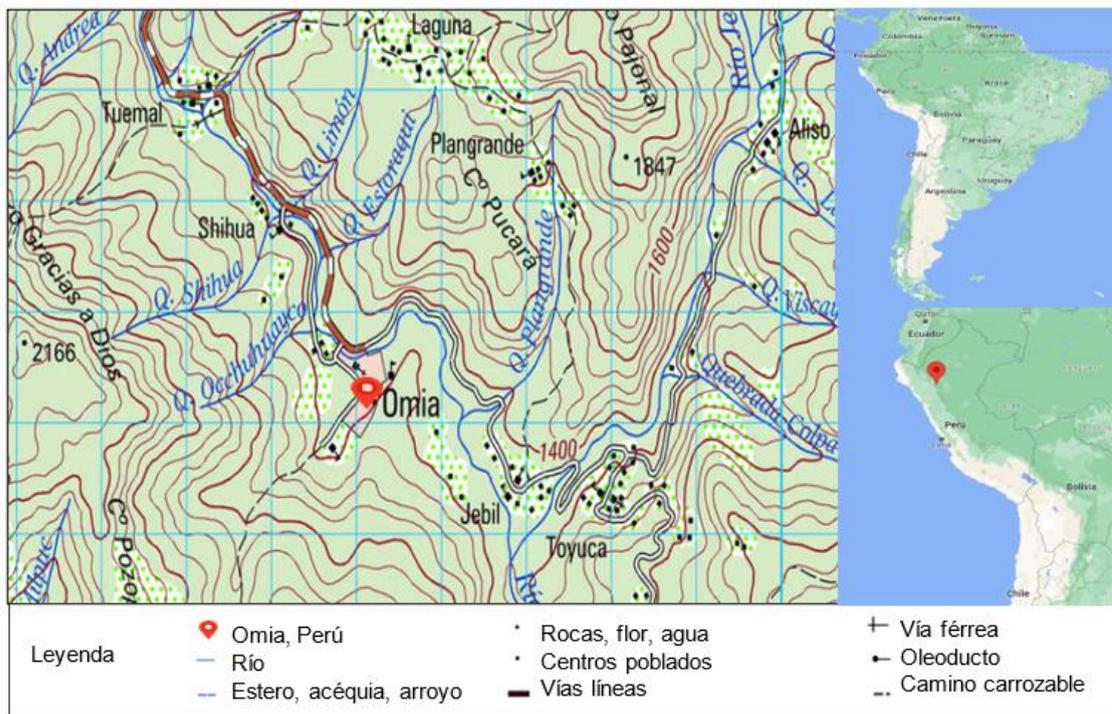
Rodríguez de Mendoza es una de las 7 provincias pluriculturales de la región Amazonas, una de las 25 regiones del Perú (ver Figura 1). Posee un gran capital económico que gira en torno a la agricultura y la crianza de animales, representando ello casi el 40% de su Producto Bruto Interno [PIB] (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2021).

Sin embargo, actualmente las decisiones para su progreso por parte de las autoridades son limitadas y desarticuladas puesto que se desconoce la cantidad y las circunstancias en las que se encuentra actualmente; es primordial obtener información relevante mediante estudios de evaluación y valoración de los recursos naturales,

multiplicidad biológica, y servicios ambientales como planificación para la preservación, desarrollo sustentable de los ecosistemas, la biodiversidad y el bienestar de la población; los datos recolectados permitirán adecuadas políticas y normas ambientales a fin de cooperar a la toma de decisiones acertadas a nivel local (Municipalidad Provincial Rodríguez de Mendoza, 2020). La presente investigación será de gran ayuda para futuras investigaciones ya que se ha desarrollado estrategias para proteger los derechos de los pequeños productores, así como el medio ambiente. Asimismo, se ha buscado que se implementen mayores técnicas de producción ecológicas y respetuosas que ayuden a cumplir los estándares del comercio justo.

Figura 1

Distrito de Omia



Nota. Distrito de Omia, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas. Fuente: Instituto Geográfico Nacional.

En la mencionada provincia se ubica la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, quienes se dedicaban a las actividades

comercializadoras a partir del 2004 con el objetivo de fabricar seda, al ser este mercado muy limitado, los directivos deciden cambiar de rubro viendo una posibilidad en que sus socios contaban con áreas de café. Es así que, a partir del año 2014, se dedicaron entonces a consolidar su producción agroecológica. Según la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba (2022) la principal actividad a la que se dedican es al acopio, recepción, proceso de selección y embarque de café en grano verde, que se compromete a cumplir con los requisitos de los clientes relacionados a las características físico-sensoriales del producto, cantidad, tiempos de entrega y atención oportuna. La asociación posee un café especial, con origen de finca y con una inspección total de la cadena y desde sus inicios, uno de los objetivos de la asociación ha sido poseer una gestión total del proceso, por eso invirtieron en innovación, acompañamiento técnico e instrucción para el desarrollo de la producción del café en la finca.

Actualmente están construyendo un vivero para mejorar la calidad de los cafetales, árboles forestales y árboles frutales. Conjuntamente, según la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba (2022) detallan que la asociación empezó a conformar aliados estratégicos para la comercialización de café en el mercado internacional de Canadá a través de contratos, el notable logro que han obtenido ha sido un mejoramiento fundamental en la calidad del café para que pueda ser internacionalizado, al tratar de efectuar año tras año una serie de estándares de producción, con ello le permite garantizar el cumplimiento a las expectativas, exigencias y requerimientos de los clientes y del mercado internacional.

Los mecanismos de fijación de precios permiten que a los asociados se les proporcione una retribución de beneficios sociales justa por su trabajo, mediante el precio mínimo Fairtrade, sirve como red de seguridad cuando los precios del mercado disminuyen. La prima Fairtrade, se brinda en relación al precio final y ofrece a los

productores y trabajadores un modo de invertir en su comunidad, su negocio y su entorno, ello supone una gran ayuda para los agricultores, específicamente a los más vulnerables y marginados (Comercio Justo Ibérica, 2022).

En virtud de lo expuesto, hoy en día existe una mayor conciencia de los problemas medioambientales que se han ido generando, por lo que se ha incrementado la cantidad de productores que desean comprometerse con el desarrollo sustentable y con una agricultura ecológica, paulatinamente comunidades y gobiernos locales identifican que las instituciones pueden trabajar en conjunto en busca del desarrollo sostenible (Cordova-Buiza et al., 2021).

En este sentido, en el Perú se debe priorizar la implementación de planes de acción enfocados en prácticas justas y fortalecimiento ambiental, esto ayudará a realizar una estrategia de evaluación y una gestión eficiente.

Los planes inician con un diagnóstico situacional del sector, por ello esta investigación busca responder a la interrogante: ¿Cómo es la forma de aplicación del comercio justo, en el ámbito socioeconómico y ecológico en la Asociación de productores agrícolas sostenibles de Amazonas 2023?.

En Perú según la Comisión de Promoción del Perú [Promperú], (2020) principalmente en las principales regiones productoras de café no suelen implementar o poner en marcha una alterna comercial como lo son las buenas prácticas comerciales, no existen herramientas que logren integrar sus procesos, por lo cual no todas las asociaciones poseen ese conocimiento para el cumplimiento de las normas de fabricación orgánica. A la par, no poseen una optimización de materias primas para su producción, así como el uso de la energía, agua y la disminución la huella ambiental mediante los procesos que realizan. Mediante la revisión de la literatura científica se sostiene que los programas de sostenibilidad lograrán adaptarse e integrarse a mayores mercados, pero

existe un vacío por lo cual no se suelen implementar en gran proporción en pequeñas asociaciones agropecuarias. De la misma manera, no presentan una valoración socioeconómica y ecológica que permitirá implementar mejores estrategias. Es por ello que la presente investigación abarca estos temas y permite vincular ámbitos para un mayor impulso del desarrollo sostenible. La estructura del documento presenta una revisión de la literatura con un marco teórico y antecedentes de investigación sobre el comercio justo, luego la metodología aplicada, los resultados dispuestos en tablas, la discusión comparando los resultados con los de otras investigaciones, y finalmente las conclusiones en forma de forma clara y concisa.

Según Ñaupas et al. (2018) detalla que la justificación es el ¿para qué? de la tesis, se pueden agrupar en teóricas, metodológicas, y sociales. Asimismo, Hernández et al. (2018) analiza que adicionalmente a los elementos previos, es infalible que justifiquemos el estudio que efectuaremos, basándonos en los objetivos y las preguntas de la investigación.

En ese sentido, es conveniente llevar a cabo esta investigación ya que se pretende determinar la forma de aplicación del comercio justo, en el ámbito socioeconómico y ecológico en la Asociación de productores Agropecuarios Sostenibles del Valle de Huayabamba, a su vez se pretende evaluar la diferenciación comercial, el fortalecimiento en el tema social tanto en el mercado nacional como internacional debido al café especializado que ofrecen.

Adicionalmente se debe considerar que hoy en día en este mundo globalizado existe un sinnúmero de productos que pueden alcanzar a satisfacer nuestras necesidades, por lo que ha generado que los consumidores primordialmente en algunos nichos de mercado que se caracterizan por ser compradores responsables sean conscientes en las tendencias de cooperar a mitigar los impactos y repensar su conducta en relación a su

consumo. Según Infante (2023) desde el inicio del comercio justo se han atravesado momentos críticos por lo que examinar estas nuevas iniciativas, y aplicar estrategias sostenibles para las certificaciones del comercio justo son urgentemente necesarias para aminorar estos tipos de problemas, es por ello que este estudio es muy importante ya que poseerá una mejor perspectiva de la realidad problemática. Lo indicado se considerará mediante las siguientes dimensiones tales como práctica, teórica y metodológica.

Por medio de la justificación práctica, se pretende realizar un análisis socioeconómico y ecológico del comercio justo en la Asociación agrícola de la Selva Peruana, tomando en consideración las nuevas formas de entender la real problemática y las dificultades que se poseen. En efecto, ello le permitirá a la Asociación con dicha información recolectada contribuir con los objetivos del desarrollo sostenible e implementarla como una alternativa al comercio convencional.

El comercio justo mediante la justificación teórica es una variable de estudio de suma importancia, por lo que la presente investigación contribuirá con el enriquecimiento a un análisis exhaustivo. Asimismo, permitirá a otros autores considerar la investigación como fuente de consulta y ser visualizada en los repositorios institucionales. Ante los datos recolectados, el comercio justo desempeña un papel vital ya que brinda a los asociados agropecuarios mejores oportunidades desde una propuesta metodológica al comercio justo como un mecanismo promotor del desarrollo local que permite la consecución de un desarrollo eficiente, equitativo y sustentable, para ello sería necesario enfocarlo principalmente en la potencialidad del fomento y desarrollo de actividades productivas locales o microemprendimientos.

Mediante la justificación metodológica, se tiene como sustento una metodología de investigación, en base a aplicar nuestro instrumento, esta investigación se pretende

generar un análisis socioeconómico y ecológico del comercio justo en las Asociaciones agrícolas de la selva peruana 2023, siendo nuestra población de estudio los productores Agropecuarios Sostenibles de Amazonas, distrito de Omia, Provincia Rodríguez de Mendoza.

Según los antecedentes internacionales, Montenegro et al. (2018) explica que diversas teorías han abordado el tema, se puede determinar que el comercio justo es una práctica comercial alterna que propone una mayor moderación en el comercio internacional mediante la instauración de mejores circunstancias comerciales que respeten los derechos de los productores y trabajadores marginados, con el fin trascendental de reducir las circunstancias de escasez en las que viven un sinnúmero de pequeños productores en países de desarrollo. A su vez, Hernández et al. (2022) argumenta que el comercio justo es una tendencia social que ayuda a los productores de los países en crecimiento a promover la sostenibilidad mediante prácticas comerciales justas, siguiendo principalmente los objetivos de desarrollo sostenible y para restablecer las circunstancias sociales, así mismo, existen demasiados retos para adquirir su implementación, es por ello que es definitivo el impulso tanto en el desarrollo social y regional. Es así que, según lo expuesto en el artículo, se encontró una carencia de estudios que evalúen de manera detallada si la certificación cumple con sus objetivos establecidos por lo cual ayudaría a una producción sostenible.

Por otro lado, según Hernández et al. (2022) el comercio justo es uno de los sistemas que ha sido creado para impulsar una producción sostenible a través de un punto de vista multidimensional integrado y que está estrechamente relacionado a brindar mejores oportunidades comerciales a los productores. Específicamente, detallan los investigadores Pyk & Hatab (2018) que el comercio justo brinda a los pequeños agricultores ventajas en prefinanciamiento, respaldo ante las fluctuaciones de precios y

primas que les permiten implementar técnicas de producción sostenibles. Conjuntamente, los hallazgos deben corroborar la responsabilidad que posee Fairtrade con los pequeños agricultores desfavorecidos. A su vez, el instrumento aplicado debe diseñarse de manera que se equilibren los resultados económicos, sociales y ambientales entre los pequeños agricultores. Según Siegmann (2022) sostiene que Fairtrade International coordina uno de los movimientos sociales más ambiciosos del sector agroalimentario enfocado tanto por la integridad como por preocupaciones económicas. El significativo desarrollo de la certificación del comercio justo se aborda como una posibilidad que afronta los impactos insostenibles en el consumo ya analiza los desafíos, en este caso el estudio debe brindar soluciones a las empresas, ONG, productores y consumidores para que el modelo Fairtrade se involucre más con los productos básicos.

Según Ribeiro et al. (2021) precisa que el comercio justo es una relación comercial administrativa que integra diversos principios, entre los cuales podemos considerar: desarrollo sostenible, responsabilidad social y prácticas comerciales justas, es por esta razón que las tres dimensiones del comercio justo presentan una relación entre sí. Ante esto, según Ortiz (2015) evalúa cada uno de los componentes del informe de investigación, y así, se tendrán en cuenta varias dimensiones, atributos o criterios que pudieran orientarse. Asimismo, Valenciano et al. (2021) enfatiza que las certificaciones ambientales voluntarias se utilizan con mayor frecuencia mundialmente hacia una visión de alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible. Mediante las investigaciones de Cantu et al. (2018) y Posso et al. (2022) la dimensión desarrollo sostenible es la responsabilidad que implica una conducta ética ambiental, la cual permite evaluar las fortalezas y debilidades en la toma de decisiones acerca de los impactos ambientales que se pudieran presentar. A pesar de ello, se debe considerar acerca de la concientización sobre la protección del medio ambiente, esto permitirá que se tome acciones a partir de una

orientación social y para una nueva perspectiva del crecimiento, se tiene que proponer un cambio de actividades comunicativas.

A través del artículo publicado de González (2017) detalla que mediante la educación ambiental se pretende identificar las iniciativas de los problemas ecológicos derivados de la hiperindustrialización, para que tomen conciencia y sean comprensivos ante las posibles consecuencias de los fenómenos económicos, sociales y ambientales, rescatando así los valores integrativos como conductores de las relaciones entre los sistemas sociales y la naturaleza. Los estándares del movimiento comercial alternativo priorizan mejores prácticas sociales y ambientales, relacionadas principalmente con las prácticas sostenibles: gestión ambiental, social, salud, seguridad, económica y agrícola.

Se centra en una evaluación concerniente con los problemas ambientales que hoy en día se están presentando, por lo cual se tendría que incluir nuevos ámbitos relacionados al comercio justo. En el artículo solo se centra en un análisis que abarca la problemática ambiental y el poco compromiso que se tiene, es así que se tendría que abordar nuevos campos de estudio con un enfoque que involucre mayores impactos de los productos certificados.

Del mismo modo, según Kudama et al. (2021) describen instrucciones relacionadas a una producción sostenible y prácticas ambientales, permite enseñar a los agricultores sobre lo primordial que son las prácticas sostenibles ante los desafíos ambientales y climáticos actuales y la urgencia de aminorar los efectos nocivos que están afectando al desarrollo de una producción sostenible. Sin embargo, este estudio no pudo implementar un tamaño de muestra más alto, lo que genera una limitación para la recopilación de datos. Asimismo, esto origina que no se haya podido evaluar de manera objetiva la desigualdad de oportunidades y los factores que involucran, por lo tanto, los hallazgos en este estudio se deben reforzar a ofrecer herramientas políticas más eficaces

para promover la adopción de prácticas sostenibles que permitan un planteamiento integral.

Por consiguiente, Sanhueza (2018) y Córdor et al. (2022) detallan que el desarrollo social puede impulsar un desarrollo integral si se complementa con políticas favorables, lo que implica una enseñanza medioambiental, así como el cumplimiento de los objetivos pautados. Si bien la investigación solo posee una visión holística, esto no nos facilita para contrarrestar con los efectos nefastos de la industrialización, ya que esto genera una indagación de los principios del comercio justo y vincularlos hacia desarrollo sostenible.

Según De Mesa & Cecchini (2022) revelan que la protección social universal es necesaria para cumplir los objetivos de desarrollo sostenible como una política clave para desarrollarnos hacia una implementación eficaz. De este modo, en la investigación se debe plantear sistemas sostenibles que permitan aminorar las limitaciones de la certificación Fairtrade y de esta manera originar un mayor progreso.

En relación a la dimensión de responsabilidad social, según Fonseca et al. (2022) explica que es denominada como una ideología que se conecta con las acciones y se gestionan mediante los directivos de las empresas, bien sea por responsabilidad o compromiso con la comunidad. Ello significa principalmente un compromiso ético por responsabilidad moral y no por una necesidad jurídica o reglamentada, asimismo, abarca acciones que buscan impulsar el bienestar social, más allá de los objetivos de la empresa y de lo que la legislación establece. Estas acciones de responsabilidad social generan valor al incrementar la posibilidad de éxito debido al fortalecimiento a largo plazo de la legitimidad social, es así que, a partir de esta perspectiva se genera valor.

A pesar de lo especificado anteriormente, existe una carencia de publicaciones con relación al compromiso social, por lo cual se debería implementar estrategias para

impulsar y expandir. Según Sánchez y Bejarano (2022) sostienen que la responsabilidad social se puede volver una actividad creadora de valor, impactando a nivel organizacional la implementación de un compromiso ético, es por esta razón que la responsabilidad social se presenta como un desafío tanto para las empresas, el Estado y las comunidades.

La responsabilidad social es aceptada como parte de la filosofía social y de la ética en relación con los actos humanos, en los cuales, ser responsable es ser consecuente de los daños que nuestras acciones pueden originar a determinados colectivos sociales y ambientales. No obstante, la muestra de eventos para el contexto colombiano es relativamente pequeña, lo que no permitiría evaluar las principales desigualdades del comercio tradicional y apoyar a los productores para el desarrollo sostenible en los países subdesarrollados.

Según Medina et al. (2022) especifica que principalmente existe un enfoque hacia el futuro, de liderazgos, con un compromiso más condescendiente hacia los otros y con el planeta, ya que concuerda con el progreso de las políticas medioambientales propuestas y con la premura de defender una sociedad más justa. En este artículo se tiene que tomar en cuenta que la responsabilidad social empresarial no son exclusivamente normativas jurídicas, es un enfoque que prioriza el desarrollo sostenible, es por ello que en la investigación de Medina et al. (2022) se tiene que implementar metas sociales, económicas y ambientales, puesto que solo así se puede estar realmente comprometido con el desarrollo ambiental.

Finalmente, la dimensión práctica comercial justa se refiere a la acción de compromiso responsable de la compañía, los proveedores y los clientes, mostrando solidaridad y humildad en el comercio. Sincrónicamente, en las negociaciones se desea alcanzar la seguridad de los productores y no maximizar las ganancias a costa de ellos, ello permite la diferenciación y un incentivo a la sostenibilidad (Comisión de Promoción

del Perú [Promperú], 2020). Según la organización mundial de comercio justo Latinoamérica (2022) se debe poseer un compromiso con el bienestar ambiental y socioeconómico de los pequeños productores marginados, así como brindar una igualdad de oportunidades. Las principales prácticas comerciales abarcan las relaciones a largo plazo basadas en la confianza, el respeto y la solidaridad mutua que contribuyen al desarrollo y al crecimiento del comercio justo. Conjuntamente, se mantiene una comunicación clara con los socios comerciales, las partes involucradas buscan acrecentar el volumen productivo entre ellas y la diversidad de la oferta de sus productos con el fin de incrementar sus ingresos. Fairtrade representaría un progreso para las organizaciones ya que generaría mayor equidad en el comercio internacional y para abordar el tema de la desigualdad en este artículo, se tendría que enfocar en proponer estrategias claves o planes de acción que ayuden a los pequeños productores marginados, solo así representaría una herramienta de responsabilidad y desarrollo para las organizaciones.

Se identificaron importantes estudios previos referentes al comercio justo. La investigación de Viswanathan (2021) examina los efectos de varios sistemas de certificación en el desarrollo del estatus socioeconómico de los trabajadores y las circunstancias de trabajo para proponer iniciativas que podrían mejorar la participación de los trabajadores de las plantaciones y así fomentar el dinamismo del sector de las estas. Del mismo modo, analiza los diversos aspectos de las privaciones económicas y sociales que afectan constantemente a los trabajadores. Las plantaciones no visualizan mejoras significativas principalmente al hecho de que las primas que reciben las plantaciones son cambiables con el transcurso del tiempo, por lo cual la investigación mencionada anteriormente tendría que centrarse en los estándares de certificación que permita integrar mejor los beneficios que poseen los agricultores y esto ayudaría la situación actual que tienen y a incrementar sus ingresos. Según los estudios de Herman (2021) y

Abdu & Mutuku (2021) contribuyen a la literatura al puntualizar que es imprescindible aplicar ciertos requisitos en términos de trazabilidad, protección ambiental, contratos, finanzas, bienestar social y circunstancias laborales seguras. Analizan que el comercio justo ha cambiado significativamente, puesto que desde su surgimiento incentivan prácticas justas y explican la preferencia de los consumidores en apreciar los atributos ambientales y sociales de los bienes producidos de un modo sostenible.

No obstante, en esta investigación no pudieron facilitar una muestra completa que abarque cómo afecta el eco etiquetado en la decisión de compra de los consumidores en este último periodo, lo que genera que los hallazgos de estos estudios no puedan ser utilizados como un instrumento para aplicar una producción sostenible ante la aplicaron estudios primarios individuales. A pesar de la revisión de la literatura en la cual detallan que se ha generado en las actividades comerciales poca certidumbre al igual que poca disposición a pagar, no se precisa en la manera clara en cómo se ha establecido el estudio.

Siguiendo con la investigación de Durevall (2020) detalla que actualmente el etiquetado Fairtrade, tiene el potencial de incrementar la eficiencia del mercado al relacionar a los agricultores con consumidores altruistas que están dispuestos a pagar una prima por productos con certificación de sostenibilidad. Para reconocer el impacto del comercio justo, se evaluó que la venta de productos ha crecido rápidamente en los últimos años, en parte debido a una mayor demanda de los consumidores y también debido a la certificación de ciudades, pueblos y regiones Fairtrade que están comprometidas con el impulso y adquisición de este tipo de productos. No obstante, según lo detallado anteriormente, para mayores beneficios hacia los agricultores es que se les brinde ayuda económica en relación a la prima que se les otorga a las asociaciones directamente. Por lo cual, una interrogante es si la certificación sostenible es capaz de brindar un mayor soporte y si los productores ven un cambio al obtener la certificación sostenible.

De igual forma, Reynolds (2021) comprueba cómo el comercio justo busca fortalecer los derechos a través de acciones individuales y estándares de creación de capacidades colectivas. Mediante sus hallazgos revelan cómo el desarrollo del empoderamiento individual sirve como condición previa para el empoderamiento colectivo, y cómo enfocarse en los derechos laborales tradicionales. Es indudable que la investigación analiza los impactos de género de Fairtrade en los agricultores, por lo cual es limitado en gran parte, asimismo, los estudios existentes se centran en profundidad en los pequeños agricultores de América Latina y África lo que no permitiría fortalecer y ofrecer una mejor ayuda a las zonas no subdesarrolladas.

Según los hallazgos de Sellare et al. (2020) y Knöbldorfer et al. (2021) señalan que a partir de una proposición metodológica, el comercio justo se profundiza en la dimensión social de la sostenibilidad, tomando en consideración ciertos objetivos ambientales, normas y reglamentos interconectados que permitan determinar otros estándares de sostenibilidad para su mejora, los principales impactos positivos están relacionados a factores tales como la convicción de liderazgo, un sistema democrático interno y la trascendente colaboración de todos los productores. Aun cuando los resultados son limitados, se tiene que prestar atención a algunas diferencias significativas tales como el delimitar que los efectos ambientales y otros estándares inapropiados, ya que hoy en día se han creado herramientas que pueden desarrollarse en direcciones opuestas. Cabe resaltar que las cooperativas representan la clave vital para que los estándares de sostenibilidad mejoren y así remediar las desventajas que poseen.

Los estudios de Caviedes et al. (2020) y Aguiar et al. (2022) establecen el impacto ambiental generado ante los diferentes sellos de buenas prácticas agrícolas y socioeconómicas en las diversas regiones productoras, estas investigaciones permiten valorar las relaciones de confianza, colaboración y comunicación entre los actores ante

el fortalecimiento del comercio justo.

A su vez al identificar las investigaciones de D'Souza et al. (2020), Stelzer y Gonçalves (2021) relacionadas a las alternativas para las prácticas comerciales justas, explican que la Organización mundial del comercio permite desarrollar y experimentar un modelo teórico que respalda los objetivos de desarrollo sostenible, abordando el nexo entre las creencias de un mundo justo. Al tomar en cuenta las diferencias, se debe impulsar la autonomía de los productores e implementar herramientas alternativas que permitan un desarrollo estratégico y un bienestar integral.

De las investigaciones de Caviedes (2020) y Suzianti et al. (2019) establecieron los impactos de mayor importancia, así como los de mayor singularidad que se presentan hoy en día. En tal sentido, el ofrecer protección a los productores menos favorecidos es vital, en especial a aquellos provenientes de países en vías de desarrollo a través de las ventajas que el comercio justo les brinda; de este modo se podrán replantear de manera constante los desafíos hacia el auge de la sostenibilidad. A pesar de ello, en el artículo se debe dar mayor importancia en relación al incremento de los beneficios para los agricultores, puesto que con poca frecuencia son recompensados directamente. Al tomar en consideración desde una la perspectiva económica, Fairtrade brindaría soluciones empezando por salarios justos para los pequeños productores, así como una materia prima que origina un mayor compensación en toda la cadena de suministro.

Adicionalmente, se identificó que Lyall & Havice (2019), Araya et al. (2019) y Montenegro et al. (2018) evalúan que los productores elaboran una planificación estratégica de comercialización efectiva enfocada en el cumplimiento de aportar una protección al consumo referente a la base de principios éticos y responsables con comportamientos socialmente progresivos. A su vez, priorizan que los principales mercados internacionales demandantes de productos agroalimentarios permiten a los

productores certificados con comercio justo diseñar estrategias de comercialización efectivas enfocadas en el cumplimiento de los requerimientos actuales. Existen diversos retos para conseguir la implementación en los países detallados en el artículo, esto se da debido a que existen grandes adversidades para que estos tipos de productos logren posicionarse.

Por esta razón, es necesario concientizar en este artículo sobre la urgencia de requerir que la producción de diversas materias primas cumpla con los criterios socialmente éticos y se tiene que proporcionar un equilibrio de beneficios para todos los actores más desfavorecidos. Igualmente, Kossmann & Gomez (2019) y Aksoy & Özsonmez (2019) indican que Fairtrade y otras organizaciones buscan corregir los efectos del comercio no regulado para garantizar las valoraciones de los productos, principalmente para los productores menos favorecidos o poco conocidos. El primordial factor para la participación de estos productos es la confianza del consumidor en el enfoque de Fairtrade, sin embargo, no ha existido una evolución notable en los últimos años. Ante esto, se debe proponer soluciones que estén orientadas a tomar acciones que implican un desarrollo estratégico.

Según De Fries et al. (2017) especifica que la certificación voluntaria se ha transformado en un enfoque clave para originar cadenas de suministro sostenibles para productos básicos agrícolas, teniendo en cuenta los datos brindados, se ha logrado reconocer que al establecer un nuevo sistema alternativo se necesitaría realizar un análisis más riguroso, además de una evaluación para darle seguimiento a los principales beneficios que ha ido brindado la certificación del comercio justo al obtenerla. Es importante tener en cuenta que lamentablemente en el Perú no se suele tomar la debida importancia a la producción sostenible y más que todo no se suele implementar regulaciones ambientales y laborales efectivas, lo que genera la poca integración de

Fairtrade en países no subdesarrollados.

Desde la posición de Cermelli & Trápaga (2021) argumentan que es indispensable un cambio en el sistema económico para que se pueda desarrollar el mercado laboral, el crecimiento y empleo decente deben ir de la mano, junto con las cooperativas que son las entidades idóneas para el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible. Pese a lo detallado anteriormente, esto implica un cambio para lograr una mejor evolución, es por ello que el artículo necesitaría orientarse hacia el logro del desarrollo económico social, lo que permitiría aminorar la desigualdad de oportunidades, es exactamente por lo cual se tendría que proponer un valor inclusivo que coopere hacia un objetivo de integración. El sistema económico propuesto tiene que ser capaz de brindar beneficios para optimizar el progreso las zonas urbanas y rurales menos desarrolladas.

Teniendo en cuenta a Do Nascimento et al. (2020) afirma que el cambio climático supone la necesidad de estudiar cómo relocalizar economías, lo cual es clave para la pequeña agricultura. Sin embargo, se detectó que las nuevas propuestas que abarcan el desarrollo sostenible en diversos ámbitos no logran potenciar el crecimiento esperado, debido a la utilización de materiales externos y en el poco conocimiento de sistemas para una producción sostenible. Se debe brindar un enfoque en el cual complemente y aborte una mejor sistematización de los procesos.

Existe una relación entre comercio justo y los factores socioeconómicos y ecológicos para medir la evaluación de dichos aspectos, esto se mide con el instrumento de la encuesta utilizada por Mendoza et al. (2020) en su estudio relacionado en la valoración socioeconómica y ecológica en la dinámica del comercio justo de los usuarios del ecosistema del manglar, con el que se determina la valoración de las necesidades de un comercio justo, que permite alcanzar un mejor precio en beneficio de todos los

consumidores y que favorece un mayor desarrollo social y ecológico de las comunidades del área natural.

Con respecto a las bases teóricas, el comercio justo representa una nueva manera del comercio convencional que, conjuntamente de los criterios económicos, tiene en consideración los valores éticos que abarcan aspectos sociales y ambientales logrando respaldar económicamente al agricultor dado que respeta los precios pagados al productor independientemente sin vincular a las variaciones de la oferta y la demanda del mercado. Adicionalmente toma en cuenta que:

La tendencia de Comercio Justo inicia luego de la segunda guerra mundial como prospecto para apoyar a los países más pobres, cuando el enfoque de ayuda a los países devastados generó desigualdades y el constante crecimiento económico diferenciado para algunos países, permitiendo nacer un -movimiento por el comercio justo- como una alternativa de comercialización sur - norte, pretendiendo limitar los aspectos negativos del comercio internacional. (Alcocer et al., 2020, p. 2)

En virtud de lo expuesto, Staricco y Naranjo (2018) contrastan que el concepto del comercio justo engloba una amplia gama de iniciativas que aspiran a implementar alternativas económicas que han permitido su progreso incesante en las últimas décadas. Además, se podría reconocer que el comercio justo busca impulsar las circunstancias de producción económica, social y ecológicamente sustentables.

Cabe resaltar que es complejo concretar en un solo concepto nuestra variable dentro de una multiplicidad de autores y un variado panorama general con diferentes grados de complejidad, son aún una gran pluralidad de menciones que el comercio Justo recibe en la literatura, por lo que en base a esta visión se considera igualmente que se propone como una aplicación de relación para un futuro modelo de progreso y

desarrollo económico apoyado en principios de honradez socioeconómica (Sánchez , 2018). Múltiples definiciones que engloban diversos enfoques y según Thorne et al. (2017) pone énfasis a que el comercio justo es un procedimiento comercial orientado en la plática, la transparencia y el respeto; explora una mayor integridad en el comercio internacional, contribuye al desenvolvimiento sostenible ofreciendo mejores circunstancias comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, principalmente del sur. La manera de designación por parte de Parodi (2015) involucra al sistema del comercio justo en una forma de comercialización a escala de nivel internacional, donde se basa principalmente en revalorizar la relación de intercambio Norte-Sur desde la inclusión de pequeñas unidades productivas en el mercado mundial de materias primas.

En este sentido, las principales dimensiones del comercio justo es buenas prácticas comerciales, según la Comisión de Promoción del Perú [Promperú], (2020) detalla que las buenas prácticas comerciales se basan hacia el resultado de un modo de compromiso responsable dentro de la compañía, de esta forma tanto en sus proveedores como en los clientes, mostrando responsabilidad y respeto en el comercio. Simultáneamente en todas las negociaciones se desea obtener el bienestar de los productores y no maximizar las ganancias a su costa, esto se da ya que existía la necesidad de las empresas del sector textil y alimentos de disponer con herramientas de diferenciación que promuevan la sostenibilidad.

En este sentido, se promueve e impulsa las buenas prácticas comerciales que están ligados al comercio justo, en proporción a desarrollar considerablemente las prácticas democráticas al interior de las instituciones, así como en el exterior de las organizaciones de base de los productores. Es por ello que un gran segmento del desarrollo de innovación tiene que abordar y profundizar desde las experiencias de los

productores del Sur (Coscione, 2015).

Las motivaciones de diversas organizaciones buscan principalmente instituir prácticas comerciales equitativas percibidas como legítimas, para ayudar, o consecuentemente perfeccionar mecanismos internos que obedecen a las regulaciones de estándares, de normas y de valores frecuentemente aceptados por la manufactura de las certificaciones sostenibles (Núñez y Berthelot, 2012). Ante lo mencionado es significativo destacar que se ha ido fortaleciendo desde sus inicios hasta la fecha tenazmente a la instauración de oportunidades para las partes interesadas, el desembolso del precio justo y el fortalecimiento de capacidades, buscando aminorar la cantidad de intermediarios entre los productores, así como desplegar prácticas socialmente responsables (Pineda et al., 2014).

El comercio justo impulsa las prácticas agrícolas respetuosas del medio ambiente. Es característico el énfasis en el empleo limitado de agroquímicos, una administración adecuada y segura de residuos, la preservación de la fertilidad de los suelos y de los recursos hidrológicos, y el no uso de transgénicos. En el tema de las situaciones de trabajo concertado, de alguna organización de pequeños productores o alguna firma de comercialización, importación-exportación, desee trabajar con productos del CJ, los Criterios Genéricos exigen a la compañía que otorgue derechos sociales y seguridad laboral a sus trabajadores. Entre los principales elementos que se deben considerar es: ofrecer excepcionalmente oportunidades de preparación , enseñanza, dejar de lado todo procedimiento discriminatorio en cuanto al empleo, ausencia de trabajo infantil, así como de cualquier otro modo de trabajo forzado, acceso constante a procesos de contratación colectiva y autonomía para conformar y formar parte en sindicatos, condiciones de empleo que sobrepasen los requisitos mínimos legales, adecuadas circunstancias de salvaguardia, higiene y sanitarias, así como

suficientes facilidades para que los trabajadores administren la prima de comercio justo (Chávez & Patraca, 2011).

Según Huahualuque et al. (2015) toma en consideración que las empresas que acceden deben comprometerse a instaurar relaciones comerciales de largo plazo con sus trabajadores y proveedores, generando sus acuerdos comerciales y cumpliendo con ellos. Esto se puede proporcionar a través de la investigación, establecimiento, enseñanza y cumplimiento con los acuerdos de pagos, brindar un adelanto del monto concertado del pedido, estipular con sus proveedores una retribución del nivel de implementación del plan de capacitación hacia los trabajadores y un nivel de implementación del procedimiento de fortalecimiento de las relaciones con los proveedores de servicios. En base a esta visión, es indispensable que las actividades implementadas logren convertirse en prosperidad social, como bienestar o educación.

En relación al desarrollo ambiental, Xercavins et al. (2015) definen que el desarrollo ambiental es aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, y, por tanto, la distribución equitativa (solidaridad intrageneracional) se convierte en un requisito previo para cumplir el objetivo básico de preservar y perdurar el medio ambiente ya que no comprometería la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.

En este sentido, según Coscione y Mulder (2017) detallan que el movimiento por un comercio justo y solidario viene proponiendo, desde los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, un enfoque de desarrollo multidimensional. Hoy en día, se hace cada vez más evidente el construir una alianza global para el desarrollo ambiental, eso obliga a repensar tanto en sensibilizar en las reglas de convivencia a nivel local,

nacional, regional o global en relación al respeto al medio ambiente. Uno de los movimientos que propone reescribir estas reglas es el comercio justo, basada en la búsqueda de la sostenibilidad en todas sus dimensiones, es así que, en varios países latinoamericanos y caribeños, el comercio justo ha demostrado que puede realizar un aporte al desarrollo sostenible, incorporando las diferentes esferas de la sostenibilidad a su quehacer.

Adicionalmente, el comercio justo se inscribe en la estrategia nacional de desarrollo, contribuyendo y ofreciendo mejores condiciones comerciales asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente a los del sur (García, 2011).

En virtud de lo expuesto, las empresas con certificación internacional deben emplear actividades empresariales que respondan y contribuyan a los objetivos de desarrollo sostenible que prevén la disminución de las desigualdades, la eliminación de la pobreza, igualdad de género, trabajo decente y crecimiento económico, producción y consumo responsable, ciudades y comunidades sostenibles, entre otros, en el que se involucra la participación de gobiernos, empresas privadas y el factor de comunidades involucradas (Montenegro et al., 2018).

Coscione (2012) explica que, a través del apoyo a la agricultura sostenible de pequeños productores, el movimiento por el comercio justo fomenta el respeto por el medio ambiente, genera conocimientos medioambientales y favorece toda una cultura que llama a repensar tanto las relaciones entre el ser humano y la naturaleza como los métodos de producción, es importante resaltar que según los principios del comercio justo siempre se impulsará el desarrollo sostenible y agricultura ecológica.

Asimismo, responsabilidad Social es definido según Teodoro & Meneses (2023)

detallan que se puede reconocer como la responsabilidad voluntaria hacia el progreso de la comunidad y la protección del medio ambiente, desde un comportamiento comprometido hacia un enfoque dirigido a los problemas ecológicos o ambientales.

Por otro lado, la definición conceptual de buenas prácticas comerciales se basa hacia el resultado de un modo de compromiso responsable dentro de la compañía, de esta forma tanto en sus proveedores como en los clientes, mostrando responsabilidad y respeto en el comercio. Simultáneamente en todas las negociaciones se desea obtener el bienestar de los productores y no maximizar las ganancias a su costa, esto se da ya que existía la necesidad de las empresas del sector textil y alimentos de disponer con herramientas de diferenciación que promuevan la sostenibilidad (Comisión de Promoción del Perú [Promperú], 2020).

Se desarrolló la definición conceptual del desarrollo ambiental, lo cual es aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, y, por tanto, la distribución equitativa se convierte en un requisito previo para cumplir el objetivo básico de preservar y perdurar el medio ambiente ya que no comprometería la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades (Xercavins et al., 2015).

La definición conceptual de responsabilidad social es, fundamentalmente, un concepto ético, implica modificar ideas sobre el bienestar humano, y destaca el interés en las dimensiones sociales de la actividad de negocios que se relacionan con el mejoramiento de la calidad de vida (Gilli, 2023).

Esta investigación pretende responder la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo es la forma de aplicación del comercio justo, en el ámbito socioeconómico y ecológico Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023?. En este sentido los problemas específicos a considerar

son:

- a. ¿De qué manera se promueve el desarrollo ambiental en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023?
- b. ¿Cómo se ha ido implementando responsabilidad social en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023?
- c. ¿Cómo se ha ido desarrollando las buenas prácticas comerciales en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023?

El objetivo general de la principal investigación es determinar la forma de aplicación del comercio justo, en el ámbito socioeconómico y ecológico en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba 2023. Conjuntamente, los objetivos específicos a considerar son los siguientes:

- a. Identificar cómo se promueve el desarrollo ambiental en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023.
- b. Determinar cómo se ha ido implementando la responsabilidad social en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023.
- c. Determinar las buenas prácticas comerciales en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023.

CAPÍTULO II. MÉTODO

El tipo de investigación que se aplicó a este estudio es básico, debido a que se pretende analizar el problema permitiendo primordialmente descubrir nuevos conocimientos y profundizarlos. Según De la Orden et al. (2018) explica que el propósito esencial de toda investigación básica es la exploración del conocimiento por el conocimiento propio, sin contemplar sus posibles aplicaciones prácticas con el objetivo primordial de ampliar y acrecentar los conocimientos acerca de la realidad y, dado que el conocimiento que está en construcción es científico, se enfoca en la elaboración de generalizaciones frecuentemente mayores entre ellas teorías para detallar y entender los objetos o fenómenos estudiados.

El nivel de investigación utilizado fue descriptivo exploratorio ya que proporcionó información de nuestra variable para la recolección de datos en un contexto específico, de esto modo se recolectan datos y reportan información sobre diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema a investigar. Según Ñaupas et al. (2018) la investigación descriptiva, comprende la recopilación de datos para contrastar las preguntas concernientes al contexto de los sujetos del estudio.

La presente investigación es de enfoque cuantitativo, según Ñaupas et al. (2018) precisa que en este enfoque utiliza la recopilación y la investigación de datos para las preguntas de indagación formuladas anticipadamente, conjuntamente confía en el cálculo de variables e instrumentos mediante el uso de la estadística descriptiva e inferencial en procedimientos estadísticos.

Esta investigación se encontró dentro del diseño no experimental ya que no se manipuló la variable, según Hernández y Mendoza (2018) especifican que es una investigación en el cual no se altera intencionalmente las variables independientes, lo

cual se mide fenómenos tal y como se dan en su contexto espontáneo, para posteriormente analizarlos. La presente investigación es de corte transversal lo cual se enfocó en un momento determinado, según Hernández y Mendoza (2018) profundizan que se estudia la incidencia de determinadas variables, así como su interrelación en un momento. En este caso se realizó un análisis socioeconómico y ecológico del comercio justo en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba agrícolas y comercio justo en la selva peruana, en un solo periodo de tiempo 2023.

La población de estudio de la presente investigación corresponde al conjunto de individuos que tienen una o más características similares, es por ello que la investigación posee una población correspondiente a 131 colaboradores debido a que laboran en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Provincia Rodríguez de Mendoza. La población de estudio de la presente investigación representa al conjunto de todos los casos que tienen similitud con determinadas especificaciones, la limitación de las características de la población tiene relación con los objetivos de la investigación De la Orden et al. (2018) el conjunto compuesto por la totalidad de los elementos, individuos o factores que son parte de nuestro objeto de investigación y, en un territorio y tiempo determinados, se le denomina población.

La muestra es fundamental para la investigación por la cual una parte representativa de la población que se seleccionará, se obtendrá información para el desarrollo correcto del estudio. Según Muñoz (2015) la muestra es parte de la población que se considera representativa de un universo y se selecciona para conseguir información acerca de las variables objeto de estudio, parte imprescindible de la investigación científica es afianzar que la muestra seleccionada represente a la población

o al universo que estamos investigando, solo de este procedimiento los resultados de la investigación tendrán representatividad. La representatividad de la muestra se logra en compostura en que la muestra contenga los rasgos y características que tiene el universo, en virtud de lo anteriormente expuesto, el método de selección de muestra fue de tipo no probabilística y por conveniencia.

Tabla 1

Resumen de Procesamiento de Datos

		N	%
Casos	Válido	99	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	99	100,0

Nota: La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento. Fuente: IBM SPSS Statistics 25.

Los criterios de inclusión de la unidad de análisis corresponden a una muestra de 99 colaboradores de la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba con edades comprendidas desde los 18 años hasta los 65 años de ambos géneros, y entre ellos se consideró a quienes se encontraban laborando dentro del periodo establecido durante el año 2022-2023. Asimismo, sus funciones debían estar directamente relacionadas con el sector agropecuario debido a que ellos representarían el progreso económico ante las actividades que realizan hacia los principales mercados internacionales demandantes de productos agroalimentarios. Los criterios de exclusión de la investigación son todos aquellos que no lo cumplieran, en este caso no se consideró a menores de edad, ni asociados que formen parte de otros sectores tales como textiles, pesca, minería o servicios. Conjuntamente, no se tomó en cuenta a quienes no se

encuentran laborando en la Asociación indicada, así como los que no brindaron su consentimiento para poder aplicar el instrumento.

Las características básicas de los agricultores que participaron en este estudio se muestran en la Tabla 3, se contó con un total de 99 agricultores de ambos sexos, residentes en el distrito de Omia, provincia de Rodríguez de Mendoza. Los hombres representaron la mayoría con el 65% en comparación con el 35% representado por mujeres agricultoras. Aproximadamente el 51% tenía entre 30 y 41 años, el 25% tenía entre 42 y 53 años y el 5% tenía entre 54 y 65 años.

Tabla 2

Datos demográficos

Datos	Elementos	Cantidad	%
Género	Femenino	34	34%
	Masculino	75	66%
Edad	18 - 29	19	19%
	30 - 41	50	51%
	42 - 53	25	25%
	54 - 65	5	5%
	66 o más	0	0%

Nota: El documento identifica las características básicas de los agricultores. Fuente: Elaboración propia.

Ante el estudio cuantitativo, como técnica de investigación se realizó encuestas, la cual la Asociación de productores agropecuarios del Valle de Huayabamba responden a 18 cuestiones elaboradas en función a las dimensiones del comercio justo permitiendo así evaluar el discernimiento adquirido por parte de los encuestados y contrastar las problemáticas más significativas en el ámbito socioeconómico y ecológico de los usuarios de estas áreas habitables. Según Hernández y Mendoza (2018) la encuesta es la utilización de un cuestionario a un conjunto representativo del universo que estamos

estudiando.

Mediante las subvariables que se establecieron en la matriz de consistencia se optó por cuestionarios en vista que permitirá introducir preguntas para alcanzar los objetivos del proyecto de investigación, recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y ayudó a no limitar la autopercepción de los productores en el resultado, además de ser pertinente con el planteamiento del problema y lograr abordar las tres dimensiones del establecidas. Según Baena (2017) el cuestionario es el instrumento fundamental de las técnicas de interrogación, hay elementos que debemos tomar en cuenta en la ejecución de las preguntas, tanto su clase como el modo de redactarlas y de ordenarlas en el cuestionario. El cuestionario estuvo compuesto por 18 ítems destinados a recolectar información sustantiva en base a las tres dimensiones de la variable: Desarrollo Sostenible, Responsabilidad Social y Buenas Prácticas Comerciales.

Los primeros 3 ítems permitieron la recolección de datos demográficos y el consentimiento de los encuestados, los siguientes 2 ítems estaban relacionados con la dimensión de desarrollo sostenible y buscaban recopilar información sobre la conservación de la Amazonía y sus recursos. Los siguientes 13 ítems estaban relacionados con las dimensiones de responsabilidad social y prácticas comerciales justas. La escala utilizada para las alternativas estuvo en el rango de 1 a 10, y los ítems fueron redactados de tal forma que sean fácilmente comprensibles por los encuestados.

Este instrumento fue adaptado de Mendoza et al. (2020) cuyo estudio analiza la valoración socioeconómica y ecológica en la dinámica del comercio justo de los manglares del Golfo de Guayaquil. Asimismo, la investigación fue publicada en la Revista Business Perspectives.

Para realizar las encuestas se coordinó primero con los colaboradores de la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba ubicada

en el departamento de Amazonas para su previa autorización y coordinación, ante la actual pandemia, se decidió realizar de manera remota a los que cumplan los requisitos establecidos. El procedimiento por seguir para la recolección de datos fue de manera virtual mediante Google Forms, que permitió evaluar los indicadores de cada una de las dimensiones de la variable. Asimismo, en el formulario se consideró las ideas más relevantes de la unidad de investigación y las preguntas fueron redactadas de tal manera que sean comprendidas con facilidad por los productores agropecuarios, posteriormente a la codificación de preguntas se representó los datos obtenidos.

En el procedimiento estadístico de datos, análisis e interpretación se realizó mediante Microsoft Office Excel, lo cual se utilizó estadísticos como la media moda, mediana, varianza y la desviación estándar, representando ello un análisis propicio de las respuestas obtenidas. El análisis de datos resulta fundamental, por lo cual se procedió a aplicar el instrumento a los colaboradores de Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, posteriormente se realizó un análisis propicio de las respuestas obtenidas en relación a cada dimensión abordada en la investigación. Ello permitió obtener datos que se convirtieron en información viable para el análisis socioeconómico y ecológico de las asociaciones agrícolas y comercio justo en la selva peruana 2023. Es importante mencionar que los estudios cuantitativos según Hernández & Mendoza (2018) son considerados un importante método de recolección y análisis de datos enfocado a la generación de nuevo conocimiento.

En relación a los aspectos éticos, los colaboradores de la asociación del estudio brindaron su consentimiento informado previo al aplicar el instrumento con el propósito de proteger la confidencialidad de los participantes y de los datos suministrados, fueron seleccionados tal y como se evidencia en el proceso obtención de la muestra, no se les ofreció ningún tipo de compensación económica y se respetó la veracidad de los

resultados. Cabe resaltar además que la presente investigación es de propiedad intelectual, se citó las fuentes utilizadas y expuestas por la idea de otros autores para obtener un mayor sustento evidenciando en las referencias bibliográficas de la información.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

La variable comercio justo se analizó bajo las 3 dimensiones. En relación al desarrollo sostenible, los resultados que se muestran en la Tabla 3, respecto al conocimiento de conservación de la Amazonía que tienen los encuestados ahora versus lo que sabían hace 3 años, se encontró que el 44% de los participantes que indicaron “Casi siempre”, son los que tienen más conocimiento ahora que hace 3 años, en este caso se implementa un plan que consiste en el cuidado de las cabeceras de cuenca, la utilización eficiente de los residuos mediante compost pues ayuda a incorporar materia orgánica y carga microbiana al suelo contribuyendo a la descomposición de nutrientes y al mejoramiento de los suelos de las parcelas.; luego, el 42% detalló “a veces”, ya que en gran proporción se encontraban capacitados en el cuidado de los bosques y, en consecuencia, beneficiando a las futuras generaciones. El 2% consideró “nunca” ya que no recibió capacitación en el manejo adecuado de recursos y residuos. Finalmente, el 5% consideró “casi nunca” debido a su poco dominio en la implementación de prácticas ambientalmente sostenibles que contribuyan a una producción amigable con el medio ambiente,

Tabla 3

Conservación Ambiental

Escala Likert	Femenino	Masculino	Total	%
Siempre	0	6	6	6%
Casi siempre	15	29	44	44%
A veces	19	23	42	42%
Casi nunca	0	5	5	5%
Nunca	0	2	2	2%
Total	34	65	99	100%

Nota: Se presentan los conocimientos de conservación de la Amazonía. Fuente:

Elaboración propia

En relación a la segunda dimensión responsabilidad social. Los datos de la Tabla 4 sobre la dimensión Responsabilidad Social y la subdimensión Derechos Humanos, buscaban revelar si los encuestados respetan y promueven los derechos humanos en su trabajo diario, así como en su comunidad, al respecto, un significativo 72% indicó que “siempre” y “casi siempre” adopta ampliamente estas prácticas; a continuación, el 18% de ellos refirió que “a veces” lo hace, mientras que el 5% respondió “casi nunca” y solo el 4% de los encuestados indicó que “nunca” lo hace; apreciando una mayoría socialmente responsable. En cuanto al compromiso social que muestran los encuestados en su comunidad, el 51% dijo “siempre” y el 21% “casi siempre”, es decir, el 72% de los agricultores son respetuosos del compromiso social; luego, el 11% eligieron “a veces”; además, 15% y 2% indicaron “pocas veces” y “nunca” respectivamente; lo que revela que la mayoría de los encuestados están orientados hacia el compromiso social en su comunidad. Es así que se pudo identificar que se implementa el fortalecimiento de las capacidades empresariales y las capacidades técnicas de producción de café mediante las capacitaciones para poder planificar sus costos con una visión empresarial y el otro aspecto es el fortalecimiento de las labores culturales que implica la producción y postproducción logrando productos de calidad en sus parcelas de campo.

Finalmente, en relación al respeto a los intereses de las partes, donde los agricultores toman en cuenta las opiniones de sus pares para tomar decisiones, el 47% de ellos manifestó que “siempre” y “casi siempre” lo hacen; 26% se refirió “a veces”; 18%, “rara vez” y 8% “nunca”, significando ello que los resultados revelan principalmente que existe una tendencia a fortalecer prácticas saludables socialmente responsables que beneficien a toda la comunidad.

Tabla 4

Sobre Responsabilidad Social y Subdimensiones

Subdimensiones	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
Respeto a los Derechos Humanos	47%	25%	18%	5%	4%	100%
Femenino	17,17%	14,14%	3,03%	0%	0%	34,34%
Masculino	30,30%	11,11%	15,15%	5,05%	4,04%	65,66%
Compromiso Social	51%	21%	11%	15%	2%	100%
Femenino	14,14%	10,10%	5,05%	5,05%	0%	34,34%
Masculino	36,36%	11,11%	6,06%	10,10%	2,02%	65,66%
Respeto por el intereses	24%	23%	26%	18%	8%	100%
Femenino	8,08%	9,09%	11,11%	3,03%	3,03%	34,34%
Masculino	16,16%	14,14%	15,15%	15,15%	5,05%	65,66%

Nota: Los resultados muestran las opiniones de los agricultores que se indicaron.

Fuente: Elaboración propia

Respecto a las prácticas de comercio justo, la tabla 5 muestra que el 39% de los participantes siempre prefieren vender sus productos a precios similares a los de sus competidores, mientras que el 28% indicó que “casi siempre” prefieren hacerlo, evidenciando una tendencia a incrementar las buenas prácticas de comercio justo; a continuación, el 13% especificó “a veces”, seguido por el 15% que respondió “casi nunca” y un débil 4% consideró “nunca”, gracias a la certificación del Comercio Justo se posee una estrategia de negociación con los principales importadores ayudando a una creciente demanda del café con el pago de un precio justo. En cuanto a la Transparencia Externa, un abrumador 80% destacó “siempre” y “casi siempre” ejercen una sana competencia comercial para ellos y sus competidores; 10% detallaron “a veces”; seguido de un mínimo de 3% que especificaron “casi nunca” y 7% que seleccionaron “nunca”; esto demuestra que cada vez más agricultores buscan beneficios colectivos para su

comunidad. Con referencia a la Comparación de Precios, el 20% dijo “siempre”, así como el 33% “casi siempre”; esto revela que la mayoría de los participantes considera que la oferta de insumos es de calidad y a precios justos; el 31% representó “a veces”, así como el 5% “pocas veces” y el 10% “nunca”; estos valores indican que hay casi un tercio de los participantes que podrían considerar que los insumos de sus proveedores están a un precio justo, fortaleciendo aún más el desarrollo de sus buenas prácticas comerciales. En cuanto a las Condiciones de Mercado, estas reflejan circunstancias favorables para un comercio saludable para los agricultores, en este sentido el 36% indicó que en ocasiones sus competidores pueden vender sus productos de manera desleal y que por supuesto, esto los perjudica; un tímido 8% dijo “siempre”; el 18% detalló “casi siempre”, seguido por el 12% que se enfocó en “pocas veces”; finalmente, el 25% indicaron “nunca”; este último valor refleja la necesidad de seguir implementando permanentemente buenas prácticas de manera transparente y justa, que generen confianza en todos los agricultores de la Amazonía peruana.

Tabla 5

Prácticas de Comercio Justo y Subdimensiones

Subdimensiones	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
Negociación Colectiva	39%	28%	13%	15%	4%	100%
Femenino	13,13%	9,09%	6,06%	6,06%	0%	34,34%
Masculino	26,26%	19,19%	7,07%	9,09%	4,04%	65,66%
Transparencia Externo	59%	21%	10%	3%	7%	100%
Femenino	23,23%	6,06%	4,04%	1,01%	0%	34,34%
Masculino	35,35%	15,15%	6,06%	2,02%	7,07%	65,66%
Comparación Precio	20%	33%	31%	5%	10%	100%
Femenino	4,04%	10,10%	16,16%	0%	4,04%	34,34%
Masculino	16,16%	23,23%	15,15%	5,05%	6,06%	65,66%
Condiciones Mercado	8%	18%	36%	12%	25%	100%
Femenino	4,04%	8,08%	13,13%	2,02%	7,07%	34,34%

Masculino	4,04%	10,10%	23,23%	10,10%	18,18%	65,66%
-----------	-------	--------	--------	--------	--------	--------

Nota: Los resultados de los productores agropecuarios se indicaron en subdimensiones.

Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 6, se midió la confiabilidad del instrumento aplicado mediante el Alfa de Cronbach a una muestra total de 99 productores agropecuarios, en este sentido se obtuvo como resultado el total de 0.821 y mediante la escala de interpretación del coeficiente de confiabilidad la magnitud es alta. Según Ñaupas et al. (2018) establece que en este segmento se debe establecer la validez y confiabilidad de los instrumentos, por lo cual se implementó el método de coeficiente alfa de Cronbach y el valor de corte específico dependerá de factores como la cantidad de ítems en la investigación.

Tabla 6

Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,821	15

Nota: La confiabilidad se determinó con el método de coeficiente alfa de Cronbach.

Fuente: IBM SPSS Statistics 25.

El Alfa de Cronbach si se elimina el elemento, representa al valor si dejamos de considerar el ítem indicado en cada fila, en este caso se puede visualizar que, si eliminamos VAR00013 según la Tabla 7, el Alfa de Cronbach no aumentaría considerablemente.

Tabla 7

Estadísticas de Total de Elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	36,8052	99,001	,298	,823
VAR00002	36,7013	90,528	,440	,815
VAR00003	41,4545	100,935	,424	,812
VAR00004	41,3636	99,603	,442	,811
VAR00005	41,7013	96,554	,614	,801
VAR00006	40,6753	92,222	,666	,795
VAR00007	41,4156	91,957	,679	,794
VAR00008	41,1818	97,072	,496	,807
VAR00009	41,2987	103,712	,250	,822
VAR00010	40,4026	94,086	,614	,799
VAR00011	41,0390	97,933	,481	,808
VAR00012	41,6753	100,012	,444	,811
VAR00013	41,0000	105,316	,186	,825
VAR00014	40,2597	99,721	,378	,815
VAR00015	40,1169	102,341	,277	,821

Nota: Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido. Fuente: IBM SPSS Statistics

25.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Es importante detallar en cuanto a la dimensión desarrollo sostenible, se identificó que existe un mayor número de respuestas relacionadas con la escala de siempre, significando ello que los productores asociados poseen un conocimiento representativo en relación con la conservación de la Amazonía y sus principales recursos naturales en comparación a lo que conocían hace 3 años. Los asociados reciben capacitaciones constantes relacionadas a la gestión adecuada de los recursos y residuos, así como la implementación de prácticas ambientalmente sustentables para el cuidado de los árboles forestales. Mediante el comercio justo se incentiva a una agricultura sostenible, lo que permite un mayor conocimiento ambiental para implementar nuevos métodos de cuidado y desarrollo sostenible. Así, concluiríamos que el puntaje promedio en relación con el conocimiento sobre la conservación de la Amazonía ahora en comparación a lo que se conocía hace 3 años, es de 6.58 puntos, con una tendencia a variar de 1.5359 puntos. Esta información permite determinar que el rango de valores es amplio al promedio.

En relación a la dimensión de la responsabilidad social, se comprueba que los productores están tomando mayor conciencia en aplicar acciones sociales responsables al recibir capacitaciones relacionadas a los problemas ambientales, además, se incentiva hacia un consumo responsable para la preferencia de productos que se rijan a los estándares de una elaboración sostenible. A su vez, se logra identificar que respaldar los derechos de las comunidades es un elemento indispensable para los productores porque tienen el compromiso social de integrar y reducir la cultura discriminatoria hacia las comunidades.

Por otro lado, para los asociados es primordial las actividades de responsabilidad social debido a que tienen como iniciativa preservar los recursos de la Amazonía peruana mediante prácticas responsables.

En relación a la dimensión de prácticas de comercio justo, enfocarse en el fortalecimiento económico de las actividades productivas locales permitirá mejorar sus oportunidades de desarrollo, al respecto, los productores casi nunca reciben un pago justo por sus productos debido a que no hay una mejora en el acceso a adecuadas oportunidades comerciales adecuadas, pero mediante el comercio justo, como herramienta estratégica, permitiría el desarrollo de nuevas capacidades para los productores.

En este sentido, la mayoría de los encuestados afirmaron que siempre realizan una competencia sana y normalmente los proveedores les dan insumos de calidad a precios justos. A su vez, los asociados mencionan que casi nunca reciben el pago justo por sus productos, ya que se ha disminuido la rentabilidad económica y los precios del mercado fluctúan repentinamente, pero mediante la prima que reciben como compensación les permite alcanzar sus objetivos. El precio mínimo Fairtrade y la prima Fairtrade sirve como un sustento cuando los precios del mercado no son los estimados, ello coincide con la investigación de Viswanathan (2021) debido a la conclusión de que los dueños de las plantaciones igualmente poseen problemas relacionados con la volatilidad de los precios debido a los factores como el incremento de los costos de producción, mayores pagos salariales y limitaciones en la productividad.

Específicamente, en la investigación de Jena & Grote (2022) explica que el sistema Fairtrade se enfoca en la reducción de la pobreza y funciona con precios mínimos como red de seguridad para los agricultores en momentos de precios bajos en el mercado mundial, los precios de los productos orgánicos son normalmente más altos de los no certificados y, por lo tanto, compensan rendimientos a menudo más bajos.

El comercio justo es un instrumento de política basado en la reducción de la pobreza entre los más vulnerables y en la investigación de Herman (2021) especifica que la insuficiencia de seguridad económica significó un mayor enfoque en intervenir en las

relaciones de mercado, las cuales permanecieron limitadas debido a la marginación que existía.

Asimismo, cabe destacar lo evidenciado por los productores asociados, quienes indican que a veces existe una competencia desleal puesto que desvían sus clientes. En virtud de lo expuesto, Caviedes et al. (2020) explican que, si bien la certificación puede consolidar vínculos comerciales entre la producción local y los consumidores internacionales, existe la probabilidad y el riesgo de originar más vínculos de explotación.

De acuerdo con los resultados obtenidos, los productores siempre realizan actividades que ayuden al cuidado del medio ambiente fomentando el desarrollo sustentable y la agricultura orgánica. De igual modo en el estudio de Cordova et al. (2021) detallan que la implementación de programas de reciclaje garantizará la responsabilidad con el medio ambiente y las comunidades. Asimismo, en cuanto al indicador de comparativo de precios, los proveedores no suelen brindar insumos de calidad a precios justos, ello coincide con Lyall & Havice (2019) quienes comentan sobre los impedimentos que origina el incremento de los costos de los insumos, al igual que las altas tasas de interés para acceder a créditos bancarios y una competencia de mercado consolidada que han logrado fidelizar a sus clientes.

Se explica que los asociados apoyan los derechos de las comunidades puesto que forman parte de las rondas campesinas en defensa de las zonas rurales, fortaleciendo una visión de igualdad. Este punto de vista coincide con Reynolds (2021) quien argumenta que las plantaciones certificadas poseen la responsabilidad de contrarrestar la discriminación. La implementación de estos principios ayuda a limitar el perjuicio contra las personas con discapacidad, las comunidades indígenas y mujeres trabajadoras. En cuanto al indicador de desarrollo sostenible, se identificó que los

productores realizan actividades que ayudan a mejorar el cuidado del ambiente, en ese sentido Córdova et al. (2021) destacan la importancia de las acciones de responsabilidad social empresarial con un enfoque medioambiental, donde se debe implementar acciones para la disminución de los gases que dañan el medio ambiente.

Los resultados motivan el consumo responsable, ello coincide con con Araya et al. (2019) quienes recomiendan a las comunidades implementar plataformas virtuales relacionadas con el comercio justo porque fomentan la asociatividad y el compromiso entre los productores. Asimismo, cabe señalar lo que Villacrés et al. (2018) mencionan lo esencial que es participar activamente y en cumplimiento de los estándares de comercio justo.

La asociación de productores agropecuarios afirma que siempre realizan actividades relacionadas con el cuidado del medio ambiente, comprometiéndose con la conservación de suelo, esto en cierta medida, difiere de Reynolds (2021) quien argumenta que los agricultores de diversas partes del mundo dependen de productos químicos en su mayoría tóxicos, que lamentablemente son legales y contaminantes. Asimismo, Sellare et al. (2020) afirman que los agricultores implementan pesticidas contribuyendo potencialmente a altos niveles de toxicidad ambiental que son perjudiciales para la salud; en las regulaciones no especifican su prohibición lo que origina su uso constante.

Se identificaron limitaciones que dificultaron la investigación, la asociación de productores agropecuarios no contaba con un directorio actualizado; conjuntamente otra limitación del estudio es el enfoque en la selva peruana de la región de Amazonas, debido a que se encontraban en zonas remotas con poca cobertura, originando dificultades para aplicar el instrumento. Además, algunos productores asociados no podían proporcionar su tiempo para aplicar las encuestas y se tenía que coordinar nuevamente para realizarlas. Es significativo detallar que el enfoque de investigación se limita a 3 importantes

principios del comercio justo: desarrollo sostenible, responsabilidad social y prácticas comerciales justas. De igual modo, establecer las diferencias entre el comercio justo y otras variables relacionadas puesto que existían estudios más detallados que poseían otras perspectivas de nuestro tema de investigación

Finalmente, para futuras investigaciones se recomienda estudiar los sectores agroexportación y manufactura, contribuyendo así a la reducción de las desigualdades con el enfoque de comercio justo. A su vez, tomar en cuenta el ámbito del consumo ético, contribuyendo de esta manera a un impacto positivo generando mayores oportunidades de desarrollo basadas en principios sostenibles. Por otro lado, se recomienda resumir y analizar los artículos de interés de tal forma que se pueda contrastar los aportes con otros artículos similares, sería necesario que las buenas prácticas del comercio justo puedan englobar otros sectores debido a que desde sus inicios ha atravesado momentos críticos y el implementar nuevas iniciativas, satisfacer las nuevas exigencias del consumidor y emplear estrategias para el sello de comercio justo son urgentemente necesarias para aminorar estos tipos de problemas.

En base a los objetivos de la investigación, se concluye que el comercio justo brinda una red de seguridad en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, debido a que anteriormente al no poseer esta certificación no tenían los beneficios que hoy en día se les brindan, antes tenían una diferenciación comercial pero no mantenían un precio estable o una protección a causa de la fluctuación constante. Actualmente, se les ha otorgado un fortalecimiento en el tema social y en especial ser más competitivos tanto en el mercado nacional como internacional debido al café especializado que ofrecen. Se permite a los colaboradores agropecuarios lograr una mejor valoración socioeconómica, ya que incide positivamente en aspectos relacionados con el comportamiento ético, respeto de los derechos humanos, aumento de ingresos, así

como mejores condiciones de trabajo.

Es preciso detallar que se promueve el desarrollo sostenible en la cooperativa mediante una correcta gestión de los recursos, entre ellas se aplica un tratamiento de los desechos orgánicos, compostaje de la caficultura, incentivan el desarrollo sostenible mediante la disminución y distribución de los desechos tanto orgánicos como inorgánicos priorizando así el cuidado de la huella de carbono que producen. A su vez, se concluye que se podría mejorar el cuidado del medio ambiente al reutilizar toda la materia orgánica recolectada en la producción, así como la implementación de aguas residuales en pozos de oxidación.

Se implementa la responsabilidad social cumpliendo con la retribución de beneficios a través de incentivos económicos adicionales a los asociados y mejores márgenes de ganancias para mejorar sus condiciones económicas, la asociación brinda todos los implementos necesarios para que puedan operar sin ningún problema y brindan capacitaciones relacionadas a cualquier circunstancia de peligro. Se argumenta que el aumento del conocimiento relacionado con la conservación de la Amazonía y sus principales recursos naturales permitirá a los miembros de la asociación a contribuir voluntariamente hacia una mayor responsabilidad social.

Finalmente, se desarrolla las buenas prácticas comerciales mediante el cumplimiento de los diferentes criterios que posee la cooperativa, entre ellas se basa en la igualdad de oportunidades a los productores asociados que ayudó en disminuir las desigualdades que se presentan en el comercio convencional, es por esta razón que es necesario optimizar siempre la gestión de buenas prácticas comerciales porque permite tener condiciones más justas entre agricultores y en gran medida, es necesario detallar que, para cubrir las posibles fluctuaciones de los costos adicionales a su producción, los asociados perciban un pago mayor al precio mínimo establecido por Fairtrade o reciban

una prima extra que compensa cualquier inconveniente económico que podría surgir.

REFERENCIAS

- Abdu, N. y Mutuku, J. (2021). Disposición a pagar por productos socialmente responsables: un metanálisis del ecoetiquetado del café. *Heliyón*, 7(6).
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07043>.
- Aguiar, B., Romaniello, M. y Pelegrini, D. (2022). La influencia del Comercio Justo en el Desarrollo del Capital: El caso de la Cooperativa Cafetalera Dos Costas. *Revista de Economía y Sociología Rural*, 60(2).<https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.224545>.
- Aksoy, H., & Özsönmez, C. (2019). How millennials' knowledge, trust, and product involvement affect the willingness to pay a premium price for fairtrade products?. *Asian Journal of Business Research*, 9(2), 95-112.
<https://doi.org/10.14707/ajbr.190062>.
- Alcocer, E., Ayaviri, D., & Romero, M. (2020). Sistemas productivos locales en el comercio justo. Un estudio en el área rural del Ecuador. *Revista Perspectivas*, 46, 103-118. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332020000200005&lng=es&tlng=es.
- Araya, S., & Araya, C. (2019). Priorización Multicriterio de Mercados Potenciales de Comercio Justo. *Información Tecnológica*, 30(5):309–318.
<https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000500309>.
- Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba (2022). *Brochure APASVAHU*. <https://wiconnect.iadb.org/osc/asociacion-de-productores-agropecuarios-sostenibles-valle-del-huayabamba-apas-vahu/>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60279867/metodologia_de_la_investigacion_20190813-23490-1h6ayjn-libre.pdf?1565709740=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodologia_de_la_investigacion_Grupo_Ed.pdf&Expires=1678656596&Signature=XPPjAmljitCH5tNEhh1jKh2Mmy9i44u1NTGyYmllOztMgyKVdjtLIZ93mlXwmg9mlDwxV~qvKWWOWdlVTovgp7c2nPLD6b2qqFv1O7Vn8eG0z0CF3B-9ZxKXDvNnfYTppmgUintJUjI1-WisxP-KeHG1QhWpidMZdBK1Mty-9qRygorPwx3CC6waN1JiP1UpuW53oANZT7izOhqiZ2qBNUNafPYjgTB11wgm1qzli4l58tZhDp4aVqsDqYRD90ICdpaRnTH7sOHMh-1OOop-FoB0RyTrP7f2WFQvUfQUotF7HmLUD1ZSIcbfjGtVMpkXo-QK0fkyq1ZAOxPwPmo7dg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Banco Central de Reserva del Perú (2021). *Amazonas: Síntesis de Actividad Económica*
- agosto 2021.

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Piura/2021/presentacion-amazonas-08-2021.pdf>

Cantu, J, Estrada J, Hinojosa V (2018). La percepción del consumidor en la innovación ecológica. *Revista Espacios* 39(33).

<https://www.revistaespacios.com/a18v39n33/a18v39n33p01.pdf>

Caviedes, D., & Olaya, A. (2020). Impacto ecológico, social y económico de fincas certificadas en buenas prácticas agrícolas y comercio justo. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 17(85):1–19. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr17.iese>.

Cermelli, M., & Trápaga, A. (2021). Sustainable development goals, economic growth, and decent work: Cooperatives as a way to achieve the goals. *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo*, (59), 339-361.

<https://doi.org/10.18543/baidc-59-2021pp339-361>.

Chávez, C., & Patraca, V. (2011). El comercio justo y la responsabilidad social empresarial: Reflexiones desde los sistemas de certificación autónoma. *Argumentos*, 24(65), 229-259.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952011000100009&lng=es&tlng=es.

Comercio Justo Ibérica (19 de Octubre de 2022). *¿Cómo certificar tus productos con Fairtrade?*. Fairtrade. <https://www.fairtrade.es/empresas/como-certificar-tus-productos/>.

Comisión de Promoción del Perú (2020). *Comercio Sostenible*. https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4560/buenas_practicas_comercio_justo_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Consultado el 28 de marzo del 2022.

Cóndor, E., Yuli, R. & Rutti, J. (2022). Educación ambiental: Desafíos para la agenda de desarrollo sostenible 2030. *Revista De Filosofía*, 39(100), 448-460.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.6001700>.

Córdova-Buiza, F., Huaranga, F. & Trillo, C. (2021). Acciones de responsabilidad social empresarial en agronegocios: Hacia un desarrollo comunitario sustentable. *Conferencia Internacional de Investigación de Ciencias y Humanidades del IEEE*, 1-4. <https://doi.org/10.1109/SHIRCON53068.2021.9652243>.

Coscione, M. (2012). Las metas del milenio y los principios del comercio justo. *El ágora usb*, 12(1), 167-182. ISSN: 1657-8031.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=407736375010>.

Coscione, M. (2015). América Latina y el sentido originario del comercio justo. *Eutopía*

- *Revista De Desarrollo Económico Territorial*, (7), 11-26.
<https://doi.org/10.17141/eutopia.7.2015.1633>.

Coscione, M., & Mulder, N. (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*.
<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/42404>.

De Fries, R., Fanzo, J., Mondal, P., Remans, R. & Wood, S. (2017). ¿La certificación voluntaria de productos agrícolas tropicales está logrando objetivos de sostenibilidad para los pequeños productores?. *Cartas de investigación ambiental*, 12(3). <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aa625e>.

De la Orden, A., Estrada, R. & Pimienta, J. (2018). *Metodología de la Investigación*. Pearson Hispanoamérica.

De Mesa, A. y Cecchini, S. (2022). Igualdad y protección social: Claves para un desarrollo inclusivo y sostenible. *Trimestre Económico*, 89(33), 277-309.
<https://doi.org/10.20430/ETE.V89I352.1407>.

Do Nascimento, F., Calle-Collado, A., & Benito, R. (2020). Economía social y solidaria y agroecología en cooperativas de agricultura familiar en Brasil como forma de desarrollo de la agricultura sostenible. *CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (98), 189-211. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.98.14161>.

D'Souza, C., Apaolaza, V., Hartmann, P. y Gilmore, A. (2020). Nexos de comercio justo entre las creencias del mundo justo y los antecedentes normativos. *Planificación e inteligencia de marketing*, 38(7):991-1005. <https://doi.org/10.1108/mip-04-2020-0170>.

Durevall, D. (2020). Comercio justo y eficiencia del mercado: café con etiqueta de comercio justo en el mercado sueco del café. *Economías*, 8(2):30.

<https://doi.org/10.3390/economies8020030> .

Fonseca, I., Bernate, J., Tuay, D. (2022). La responsabilidad social corporativa y los eventos deportivos. Una revisión sistemática de la producción científica. *Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte*, 11(8).
<https://doi.org/10.6018/sportk.470131>.

García, A. (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local?. *Polis*, 7(1), 105-140. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332011000100005&lng=es&tlng=es.

Gilli, J. (2006). Responsabilidad Social. *Revista Científica "Visión de Futuro"* .5(1). ISSN: 1669-7634.<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357935464004>.

González, C. (2017). The environmental education on the ethical development problem. *Revista Electrónica Educare*, 21(2). <https://doi.org/10.15359/ree.21-2.14>.

Herman, A. (2019). Ensamblando comercio justo: Prácticas de progreso y convencionalización en la industria vitivinícola chilena. *Medio Ambiente y Planificación A*, 51(1), 51-68. <https://doi.org/10.1177/0308518X18805747>.

Herman, A. (2021). Gobernando el Comercio Justo: ética del cuidado y la justicia en la vitivinicultura argentina. *Geografía social y cultural*, 22(3):425-446. <https://doi.org/ezproxybib.pucp.edu.pe/10.1080/14649365.2019.1593493>.

Hernandez, G., Efraim, P., De Andrade Silva, A., & De Castilho Queiroz, G. (2022). Carbon footprint of Brazilian cocoa produced in Pará state. *Brazilian Journal of Food Technology*, 25. <https://doi.org/10.1590/1981-6723.26320>.

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill, México.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65000949/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA-libre.pdf?1606028883=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMETODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA.pdf&Expires=1680846128&Signature=gWkCjQ~Bkmht8YnXpOoSp~DOceKP-6VWyZ-~ANDB~wZRJnhSEndpabOCOaXZuDyrmAWbMppEEGZKcF2wktOJvEMsokEQStR-HTJiwTGeHzTXiTWkpohh9bbisNgszSHGDZxaeG7xBxHcWaNjF4aoxsuDGR-CAMEXwOOWILd-Bg13G2Hm4czC6JapZ-xJ8IHW6f1jyeWsVEoC-1fQwB6Zg3rfkDqvCg2GXmDZRFXd249a-bpMle3O6EO7QG~e97EIci-VP8W~j5iDb4TF-kKCpsd7GpCLKk~L6yhmIWYr4QyYUvFeqWo8l4z2nS652vpsP9-0aEoKZzkdWnr-c~RPPQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Huahualluque, A., Peñarrieta, L., & Rodríguez, L. (2015). Aplicación del fairtrade por las empresas exportadoras de artesanía textil de la región Puno: caso Jomatex S.R.L - Sumac Perú S.C.R.L - Perú. *Comunicación*, 6(1), 29-47. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682015000100004&lng=es&tlng=es.

Huerta, P., & Gaete, H. (2017). Responsabilidad social universitaria a través de los reportes de sostenibilidad del Global Reporting Initiative: experiencia de una universidad pública. *Revista iberoamericana de educación superior*, 8(23):120-137. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5218922>.

Infante, E. (2023). Comercio justo: una propuesta histórica y conceptual. *Suma de Negocios*, 3(2), 123-134. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=609966986009>.

Jena, P., & Grote, U. (2022). Do certification schemes enhance coffee yields and

- household income? lessons learned across continents. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 5. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2021.716904>.
- Knösslsdorfer , I. , Sellare , J. y Qaim, M. (2021). Efectos de Fairtrade en la seguridad alimentaria y el nivel de vida de los hogares agrícolas: Perspectivas de Côte d'Ivoire. *Seguridad alimentaria mundial*, 29:100535. <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2021.100535> .
- Kossmann, E. & Gómez-Suárez, M. (2019). Brecha entre palabras y hechos para la compra de productos de comercio justo: una revisión sistemática de la literatura. *Fronteras en Psicología*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02705>.
- Kudama, G., Wana, H. y Dangia , M. (2021). La adopción de prácticas ambientales y agrícolas sostenibles por parte de los productores de café en el suroeste de Etiopía. *Revista Mundo Científico*. <https://doi.org/10.1155/2021/9954230>.
- Lyll, A. y Havice, E. (2019). La política de métrica y medición del desarrollo: evaluaciones de impacto en la agricultura de plantación certificada por Fairtrade. *Desarrollo y Cambio*, 50(6):1531–1553. <https://doi.org/10.1111/dech.12452> .
- Medina, C., Segura, S., & Obando, E. (2022). Corporate social responsibility and sustainable development: Reflections from applied ethics. *Revista De Filosofía*, 39(100), 409-420. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2021.716904.10.5281/zenodo.5990284>.
- Mendoza, H., Barreto, Á., Morla, J., Mera, P., & López, E. (2020). Valoración socioeconómica y ecológica en la dinámica del comercio justo de los usuarios del ecosistema de manglar. *Revista Universidad y Sociedad* ,12(6): 170-175.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2021). *Reporte del Comercio Regional*. https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4986/Reporte_

_Comercio_Regional_Amazonas_2020_keyword_principal.pdf?sequence=1&is
Allowed=y.

Montenegro, Y. , & Cabrera, K. (2018).El mercado de los productos con denominación de origen a través del comercio justo. *Perspectivas y retos*. Boletín mexicano de derecho comparado, 51(152):655-677.
<https://doi.org/10.22201/ijj.24484873e.2018.152.12921>.

Municipalidad Provincial Rodríguez de Mendoza (2020). *Resolución de Alcaldía*.
<http://siar.regionamazonas.gob.pe/fuente-informacion/municipalidad-provincial-rodriguez-mendoza>.

Muñoz, C. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Progreso.
Organización Internacional del Trabajo. Mejore su negocio: Compras y Control de Existencias. Ginebra: Primera. <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/08/56-Metodologia-de-la-investigacion-Carlos-I.-Munoz-Rocha.pdf>.

Núñez, J., & Berthelot, S. (2012). Los programas y sellos de certificación en comercio justo: Una lectura neo-institucional con ilustraciones canadienses. *CIRIEC - Espana*, (75), 301-320. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/los-programas-y-sellos-de-certificación-en/docview/1369310839/se-2?accountid=36937>.

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U.
https://edicionesdelau.com/wp-content/uploads/2018/09/Anexos-Metodologia_%C3%91aupas_5aEd.pdf.

Organización Mundial de Comercio Justo Latinoamérica (2022). *10 principios del comercio justo*. <https://www.wfto-la.org/comerciojusto/>.

- Ortiz, A. (2015). Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales y humanas. *Ediciones de la U*.
https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=dTOjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=Enfoques+y+m%C3%A9todos+de+investigaci%C3%B3n+en+las+ciencias+sociales+y+humanas&ots=xXuO8RhVYb&sig=3mriaGn8ehCJXFMs0tCsOVQ_twA#v=onepage&q=Enfoques%20y%20m%C3%A9todos%20de%20investigaci%C3%B3n%20en%20las%20ciencias%20sociales%20y%20humanas&f=false.
- Parodi, G. (2015). Comercio justo, tipología de actores y prácticas comerciales controvertidas. *Papeles de trabajo - Centro de Estudios Interdisciplinarios en Etnolingüística y Antropología Sociocultural*, (29), 89-111.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-45082015000100006&lng=es&tlng=es
- Pineda, M., Díaz, A., & Pérez, A. (2014). Un sistema alternativo de intercambio comercial: el comercio justo. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 35(),1101-1110. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14131676019>.
- Posso, R., Córdor, M., Córdor, J., & Núñez, L. (2022). Desarrollo ambiental sostenible: Un nuevo enfoque de la educación física para la postpandemia en el Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 464-478.
<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.6>.
- Pyk , F. & Hatab, A. (2018). Comercio justo y sostenibilidad: Motivaciones para la certificación de comercio justo entre los pequeños productores de café en Tanzania. *Sostenibilidad*, 10(5). <https://doi.org/10.3390/su10051551>.
- Raynolds, L. (2021). Equidad de género, derechos laborales y empoderamiento de la

- mujer: lecciones de la certificación Fairtrade en plantaciones de flores de Ecuador. *Agricultura y valores humanos*, 38(3):657–675. <https://doi.org/10.1007/s10460-020-10171-0>.
- Ribeiro, A., Gale, F. y Murphy, H. (2021). Comercio justo y alimentos básicos: una revisión sistemática. *Journal of Cleaner Production*, 279. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 464-478. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123586>.
- Sama, C., Crespo, E., Díaz, C., & Mesías, F. (2019). Análisis de las preferencias de los consumidores españoles hacia la miel de producción social y ambientalmente responsable frente a la de Comercio Justo. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 464-478. <https://doi.org/10.21071/az.v68i264.4988>.
- Sánchez, C. (2018). Comercio justo y economía social y solidaria: historia y evolución de sus instituciones de fomento. *Equidad y Desarrollo*, 30, 149–172. <https://doi.org/10.19052/ed.4216>.
- Sánchez, J., & Bejarano, J. (2022). Does the market recognize corporate social responsibility?. *Rae Revista De Administracao De Empresas*, 62(2). <https://doi.org/10.1590/S0034-759020220205>.
- Sanhueza, C. (2018). Ética de la tierra y justicia ambiental: Reflexiones sobre la responsabilidad del ser humano en los desarrollos actuales desde un enfoque social y filosófico. *Atenea*, (517), 167-180. <https://doi.org/10.4067/S0718-04622018000100167>.
- Sellare, J., Meemken, E. y Qaim, M. (2020). Comercio justo, uso de insumos agroquímicos y efectos en la salud humana y el medio ambiente. *Economía ecológica*, 176: 106718. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2020.106718>.
- Siegmann, K. (2022). Consentimiento de cosecha: la experiencia de los trabajadores de

las plantaciones de té del sur de Asia con la certificación de comercio justo.

Revista de Estudios Campesinos.

<https://doi.org/10.1080/03066150.2022.2060080>.

Staricco, J., & Naranjo, M. (2018). ¿Llevando justicia al comercio internacional?: Una introducción a la propuesta de Fairtrade. *Trabajo y sociedad*, (30), 175-195.

[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1514-](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1514-68712018000100010&lng=es&tlng=es)

[68712018000100010&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1514-68712018000100010&lng=es&tlng=es).

Stelzer, J. y Gonçalves, E. (2021). Fair trade e comércio justo: a justiça comercial sob diferentes perspectivas. *Revista Jurídica*, 1(63):266-288.

<http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/view/5169>.

Suzianti, A., Mubarak, A., Firdaus, A. y Arif, N. (2019). Implementación del comercio justo en la etapa inicial y su impacto en la cadena de suministro sostenible. *Earth and Environmental Science*, 219(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/219/1/012028>.

Teodoro, A., & Meneses, J. (2023). Responsabilidad Social Corporativa en empresas con Impacto Ambiental. *Revista de Investigación en Ciencias Contables y Administrativas*, 8(1), 32-43.

<https://ricca.umich.mx/index.php/ricca/article/view/92>.

Thorne, E. B., Chong, M. C., & Túpac, L. V. (2017). Biocomercio, comercio justo y asociatividad modelo para los superfoods peruanos. *Industrial data*, 20(2), 71-77.

<https://doi.org/10.15381/idata.v20i2.13948>

Valenciano, J., & André, F., Soliño, M. (2021). Paying for sustainable coffee in a developing country: Consumers' profile in Costa Rica. *Sustainability*, 13(16).

<https://doi.org/10.3390/su13169360>.

Villacrés, R., Bonilla, M., Fierro, S., & Escobar, M. (2018). El Comercio Justo: Factor Clave de Disminución de la Pobreza en la Provincia Los Ríos, Ecuador. *European Scientific Journal*, 14(9):1857-7881.
<https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n9p382>.

Viswanathan, P. (2021). ¿Las certificaciones comerciales alivian las privaciones económicas y sociales de los trabajadores de las plantaciones? Un estudio del sector de las plantaciones de té en la India. *Organización del Trabajo, Trabajo y Globalización*, 15(2):46-72.
<https://doi.org/10.13169/workorgalaboglob.15.2.0046> .

Xercavins, J. Cayuela, D. y Cervantes, G. (2015). Desarrollo sostenible. *Universitat Politècnica de Catalunya*. <https://elibro.net/es/lc/upnorte/titulos/61392>.

ANEXOS

ANEXO 1 Matriz de consistencia “Asociaciones agrícolas y comercio justo en la selva peruana: un análisis socioeconómico y ecológico 2023”

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	CATEGORÍAS	METODOLOGÍA
1. Problema General: ¿Cómo es la forma de aplicación del Comercio Justo, en el ámbito socioeconómico y ecológico en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023?	1. Objetivo General: Determinar la forma de aplicación del Comercio Justo, en el ámbito socioeconómico y ecológico en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023.	Comercio Justo	Desarrollo ambiental	1. Tipo de Investigación: Básica 2. Nivel de la Investigación: Descriptiva - exploratoria 3. Diseño de la Investigación: No experimental de corte transversal 4. Enfoque: Cuantitativo 5. Población: 131 colaboradores de la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023 6. Muestra: 99 productores la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023 7. Unidad de Estudio: Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023. 8. Técnica de Recolección: Encuesta 9. Instrumento de Recolección: Cuestionario
2. Problemas Específicos: ¿De qué manera se promueve el desarrollo ambiental en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023?	2. Objetivos Específicos: Identificar cómo se promueve el desarrollo ambiental en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023.			
¿Cómo se ha ido implementando responsabilidad social en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023?	Determinar cómo se ha ido implementando la responsabilidad social la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023.		Buenas prácticas comerciales	
¿Cómo se ha desarrollado las buenas prácticas comerciales en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023?	Determinar las buenas prácticas comerciales en la Asociación de productores agropecuarios sostenibles del Valle de Huayabamba, Amazonas 2023.			

ANEXO 2 Matriz de Operacionalización “Asociaciones agrícolas y comercio justo en la selva peruana: un análisis socioeconómico y ecológico 2023”

TEMA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	CATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS	SUB-CATEGORÍAS	ITEM	
Comercio Justo	Para Montenegro et al. (2018) el Comercio Justo es un sistema comercial alternativo que busca alcanzar mayor equidad en el comercio internacional mediante el establecimiento de mejores condiciones comerciales que garantizan los derechos de los productores y trabajadores marginados, tiene como objetivo principal disminuir las condiciones de marginación y pobreza en las que viven millones de campesinos y pequeños productores provenientes de países en desarrollo.	La variable Comercio Justo está organizada por tres dimensiones buenas prácticas comerciales, desarrollo sostenible y condición laboral segura, los cuales serán medidos mediante el instrumento de recolección el cuestionario	Buenas prácticas comerciales	Las buenas prácticas comerciales se basan hacia el resultado de un modo de compromiso responsable dentro de la compañía, de esta forma tanto en sus proveedores como en los clientes, mostrando responsabilidad y respeto en el comercio (Promperú, 2020).	Igualdad de Oportunidades	Ítem 1	
					Fortalecimiento en capacidades	Ítem 2	
					Clientes	Ítem 3	
					Colaboración con socios comerciales	Ítem 4	
			Desarrollo sostenible	El desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, y, por tanto, la distribución equitativa se convierte en un requisito previo para cumplir el objetivo básico de preservar y perdurar el medio ambiente (Xercavins et al. 2015).	Gestión de los recursos naturales	Ítem 1	
						Sistema diversificado de producción	Ítem 2
						Métodos de eliminación de desechos	Ítem 3
						Impacto ambiental	Ítem 4
						Saneamiento ambiental	Ítem 5
						Preservación de la biodiversidad	Ítem 6
			Condición laboral segura	El trabajo tiene que ser digno, desempeñarse con las leyes nacionales y los convenios internacionales de la Organización Internacional del Trabajo. Las relaciones del comercio justo solo se pueden ejecutar si la organización involucrada proporciona un entorno de trabajo seguro y beneficioso para los empleados y/o miembros (Coscione, 2012).	Gestión de la seguridad laboral	Ítem 1	
						Derechos laborales del trabajador	Ítem 2
						Política de seguridad	Ítem 3
						Beneficios sociales	Ítem 4
						Legislación laboral	Ítem 5
						Fiscalización laboral	Ítem 6

ANEXO 3 Cuestionario Aplicado

1. Acepto dar mi consentimiento para responder las siguientes preguntas:

a) Sí

b) No

2. Género:

a) Femenino

b) Masculino

3. Edad (años)

a) 18 - 29

b) 30 - 41

c) 42 - 53

d) 54 - 65

e) 66 a más

4. ¿Señale cuánto conoce sobre la conservación de la Amazonía ahora, en comparación a lo que conocía hace 3 años?

a) 0

b) 1

c) 2

d) 3

e) 4

f) 5

g) 6

h) 7

i) 8

j) 9

k) 10

5. ¿Señale cuánto conoce sobre los recursos naturales en Rodríguez de Mendoza
ahora, en comparación a lo que conocía hace 3 años?

a) 0

b) 1

c) 2

d) 3

e) 4

f) 5

g) 6

h) 7

i) 8

j) 9

k) 10

Responsabilidad Social

Sabiendo que Responsabilidad Social es el compromiso u obligación que tienen los miembros de una sociedad o empresa para contribuir voluntariamente en hacer una sociedad más justa y proteger el medio ambiente. Con respecto a la aplicación de la Responsabilidad Social en la Amazonía de la provincia de Rodríguez de Mendoza, responda las siguientes preguntas:

6. ¿Realiza usted actividades que ayuden a mejorar el cuidado del ambiente?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

7. ¿Motiva el consumo responsable de sus productos?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

8. ¿Usted rechaza las prácticas ilegales? (corrupción, coima, etc)

- a) Siempre
- b) Casi siempre

c) A veces

d) Casi nunca

e) Nunca

9. ¿Recibe usted información de los problemas que afectan el medio ambiente?

(fertilizantes dañinos, falta de autorización sanitaria, etc.)

a) Siempre

b) Casi siempre

c) A veces

d) Casi nunca

e) Nunca

10. ¿Realiza usted actividades de responsabilidad social? (ayuda a comunidades,

reciclaje, cuidado del medio ambiente, etc.)

a) Siempre

b) Casi siempre

c) A veces

d) Casi nunca

e) Nunca

11. ¿Apoya los derechos de las comunidades?

a) Siempre

b) Casi siempre

- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

Prácticas comerciales y precio justo

En cuanto a su actividad comercial y al precio justo:

12. ¿Considera usted que recibe el pago justo por sus productos?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

13. ¿Los precios de sus productos son semejantes a los de su competencia?

(otros lugares que vendan sus mismos productos)

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

14. ¿Realiza usted una competencia sana, sin dañar a sus competidores?

a) Siempre

b) Casi siempre

c) A veces

d) Casi nunca

e) Nunca

15. ¿Sus proveedores le dan a usted insumos o productos de calidad a precios justos?

a) Siempre

b) Casi siempre

c) A veces

d) Casi nunca

e) Nunca

16. ¿Siente que la competencia lo perjudica?

a) Siempre

b) Casi siempre

c) A veces

d) Casi nunca

e) Nunca

17. ¿Cree que la competencia vende de manera desleal? (venden productos muy por debajo del precio de mercado, les roban a los clientes, realizan

promociones exageradas)

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca