

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE COMERCIO Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES



**La certificación fairtrade en el bienestar de los socios de una
agroexportadora de cacao de Amazonas**

TESIS

Bach. Perez Vargas Jossy Cecilia

orcid.org/0009-0005-0625-2473

Bach. Saldaña Edquén Luz Elita

orcid.org/0009-0004-2188-0761

Para obtener el título profesional de

**LICENCIADO (A) EN COMERCIO Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Asesor:

DR. Idrogo Rengifo Wilson

orcid.org/0000-0002-1775-8710

Lambayeque-Perú

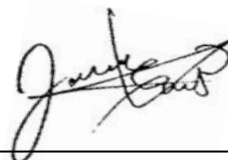
22 de julio del 2026

La certificación fairtrade en el bienestar de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas

Resolución de sustentación N°0594 -2026-UNPRG-FACEAC-D/JAM
de fecha 10 de junio de 2026



Saldaña Edquén Luz Elita
Bachiller 1



Perez Vargas Jossy Cecilia
Bachiller 2



Dr. Idrogo Rengifo Wilson
Asesor

Presentada para obtener el título Profesional de Licenciadas en Comercio y Negocios Internacionales.

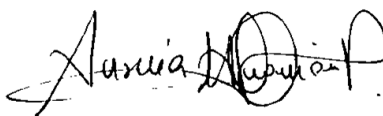
Aprobado por el jurado:



Dr. Gómez Navarro José Máximo
Presidente



Dra. Castro Espinoza Angela Yanina
Secretario



Dra. Huamán Paredes Aurelia Del Rosario
Vocal



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
UNIDAD DE INVESTIGACION



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 10:00 horas del día 22 de Julio del 2026, se dio inicio a la Sustentación de Tesis en forma PRESENCIAL con la participación de los miembros del jurado nombrado con Resolución N°046-2026-UNPRG-FACEAC-D/JAM de fecha 14 de enero de 2026, conformado por:

DR. JOSE MAXIMO GOMEZ NAVARRO	Presidente
DRA. ANGELA YANINA CASTRO ESPINOZA	Secretario
DRA. AURELIA DEL ROSARIO HUAMAN PAREDES	Vocal
DR. WILSON IDROGO RENGIFO	Asesor

Para evaluar el informe de tesis de los tesisistas PEREZ VARGAS, JOSSY CECILIA y SALDAÑA EDQUEN, LUZ ELITA; quienes desean obtener su título profesional de LICENCIADO(A) EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES, con la tesis titulada "LA CERTIFICACIÓN FAIRTRADE EN EL BIENESTAR DE LOS SOCIOS DE UNA AGROEXPORTADORA DE CACAO DE AMAZONAS"; El Sr. Presidente, después de transmitir el saludo a todos los participantes de la Sustentación ordenó la lectura de la Resolución decanal No0594-2026-UNPRG-FACEAC-D/JAM de fecha 10 de junio de 2026 que autoriza la Sustentación presencial del informe de tesis correspondiente, luego de lo cual autorizó a los candidatos a efectuar la sustentación otorgándole minutos de tiempo.

Culminada la exposición del sustentante, el presidente dispuso la intervención de los señores miembros del jurado, empezando con el señor(a) vocal, luego señor(a) secretario hasta culminar con el (la) señor(a) presidente, en ese orden los jurados plantearon preguntas y observaciones, las cuales fueron absueltas por el/los sustentantes en forma Satisfactoria.

El señor presidente invita al asesor para que exponga lo que considere conveniente respecto de la exposición de la tesis.

Culminadas las preguntas y respuestas, el (la) Sr.(a) presidente, dispuso que los asistentes incluido el asesor y el o los tesisistas abandonen temporalmente la sala, a fin de que el jurado delibere con plena libertad y pueda calificar la sustentación de la tesis.

Los jurados califican de acuerdo a la rúbrica de evaluación de la facultad. Culminada la deliberación y calificación el (la) sr.(a) presidente autorizo que ingresen a la sala de sustentaciones al tesista o los tesisistas, su asesor y público en general, y autorizó la lectura del acta por parte del señor(a) secretario(a). El señor(a) secretario(a) dio lectura al acta señalando que el tesista o los tesisistas: PEREZ VARGAS, JOSSY CECILIA y SALDAÑA EDQUEN, LUZ ELITA; han obtenido 18 puntos equivalentes a Muy Bueno quedando expedito para obtener el título profesional de LICENCIADO(A) EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Comunicado el resultado, el señor presidente da por concluido el acto académico a las 11:20 horas del mismo día y en señal de conformidad firman los señores miembros de jurado y asesor.

ESCALA: 20=Excelente; 19-18=Muy Bueno; 16-17= Bueno; 14-15 regular, menos de 14= Desaprobado.

DR. JOSE MAXIMO GOMEZ NAVARRO
PRESIDENTE

DRA. ANGELA YANINA CASTRO ESPINOZA
SECRETARIO

DRA. AURELIA DEL ROSARIO HUAMAN PAREDES
VOCAL

DR. WILSON IDROGO RENGIFO
ASESOR

CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo: DR.WILSON IDROGO RENGIFO, asesor de la tesis titulada:

**La certificación fairtrade en el bienestar de los socios de una
agroexportadora de cacao de Amazonas**

Presentado por las bachilleres de la escuela profesional de Comercio y Negocios Internacionales

Bach. Perez Vargas Jossy Cecilia

Bach. Saldaña Edquén Luz Elita

En mi calidad de asesor, doy fe y conformidad que la tesis tiene un índice de similitud del 17%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, convirtiendo a la tesis en aceptable y no constituye plagio de acuerdo al Reglamento de Investigación.

Por tanto, la tesis cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

Lambayeque, 14 de agosto del 2026



Dr. Wilson Idrogo Rengifo
DNI: 16607342
Asesor

Tesis: La certificación fairtrade en el bienestar de los socios de una agroexportadora de cacao de amazonas

INDICADORES DE ORIGINALIDAD

17%
ÍNDICE DE SIMILITUD

15%
FUENTES DE INTERNET

8%
PUBLICACIONES

8%
TRABAJO DEL ESTUDIANTE

FUENTES CONSULTADAS

1	hdl.handle.net	2%
2	www.coursehero.com	1%
3	repositorio.uncp.edu.pe	1%
4	upc.aws.openrepository.com	1%
5	Quenta Yupanqui, Maria Isabel. "Cultura organizacional y bienestar laboral de los colaboradores de la oficina de ejecución e inversiones de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno", Universidad Nacional del Altiplano de Puno (Peru) Publicación	1%
6	repositorio.unprg.edu.pe	1%
7	repositorio.unprg.edu.pe:8080	<1%
8	repositorioacademico.upc.edu.pe	<1%
9	repositorio.unsaac.edu.pe	<1%
10	repositorio.ucv.edu.pe	<1%
11	Submitted to Universidad Tecnológica del Peru	<1%
12	Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador	<1%
13	Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador	<1%



Dr. Wilson Idrogo Rengifo
DNI: 16607342
Asesor

14	Submitted to Universidad de Guayaquil Tu bajo del estudiante	<1 %
15	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Tu bajo del estudiante	<1 %
16	negociosenjapon.webnode.es Fuente de Internet	<1 %
17	repository.unipiloto.edu.co Fuente de Internet	<1 %
18	revistainvestiga.com Fuente de Internet	<1 %
19	Isla Chávez, Mario Genaro. "Relación entre competencia emocional del docente y la autodisciplina académica en estudiantes de pregrado de una institución de educación a distancia en el Perú.", Inter-American University of Puerto Rico (Puerto Rico) Publicación	<1 %
20	repositorio.upsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	kidenda.org Fuente de Internet	<1 %
22	www.yumpu.com Fuente de Internet	<1 %
23	Ashto Lugo, Nelson Jhon Medina Sanchez, Juan Marcelo Mejia Caceres, Edwin Nunez Santos, Ursula Asuncion. "Planeamiento Estratégico para la Provincia de Bongara, Amazonas.", Pontificia Universidad Católica del Perú - CENTRUM Católica (Perú), 2020 Publicación	<1 %
24	Submitted to Unviersidad de Granada Tu bajo del estudiante	<1 %
25	Ximena Elizabeth Quiñones Díaz, Eduardo Letelier Araya, Marco Coscione. "Estrategias asociativas de mejora de campesinos en mercados oligopsonicos: las organizaciones de viticultores certificadas Fairtrade en Chile", CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa, 2023 Publicación	<1 %
26	investigacion.teinco.edu.co Fuente de Internet	<1 %
27	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %



Dr. Wilson Idrogo Rengifo
DNI: 16607342
Asesor

28	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
29	Submitted to unibagua Trabajo del estudiante	<1 %
30	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
31	Submitted to Corporación Universitaria Iberoamericana Trabajo del estudiante	<1 %
32	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	<1 %
33	Submitted to Universidad Tecnológica de los Andes Trabajo del estudiante	<1 %
34	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
35	repositorio.undac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.uteq.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
37	repository.unipiloto.edu.co 8080 Fuente de Internet	<1 %
38	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
39	Hada Melissa Sáenz Vela. "Desigualdad regional y empobrecimiento. Gestión de los territorios con inclusión social", Universidad Nacional Autónoma de México, 2023 Publicación	<1 %
40	Submitted to National University College - Online Trabajo del estudiante	<1 %
41	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %
42	repositorio.uileam.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
43	Submitted to Uniminuto Virtual Trabajo del estudiante	<1 %
44	bibliotecadigitalLecon.uba.ar Fuente de Internet	



Dr. Wilson Idrogo Rengifo
DNI: 16607342
Asesor

		<1 %
45	www.arup.com Fuente de Internet	<1 %
46	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
47	www.bcie.org Fuente de Internet	<1 %
48	Submitted to Deerfield High School Trabajo del estudiante	<1 %
49	Diana Carolina Ponce Holguin, Rita Mayda Zambrano Loor. "The Impact of Financial Education on the Economic Sustainability of Enterprises in San Lorenzo Parish, Manta Canton", Alpha International Journal, 2026 Publicación	<1 %
50	Submitted to Docentes Trabajo del estudiante	<1 %
51	Submitted to Universidad de Huanuco Trabajo del estudiante	<1 %
52	Submitted to Universidad de Málaga - Tii Trabajo del estudiante	<1 %
53	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
54	Perez-Garcia, Maria Jesus. "La relevancia de la participacion infantil en la economia de Mexico, 1991-2004", El Colegio de Mexico, 2022 Publicación	<1 %
55	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	<1 %
56	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
57	agraria.pe Fuente de Internet	<1 %
58	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
59	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja	



Dr. Wilson Idrogo Rengifo
DNI: 16607342
Asesor



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Jossy Cecilia Pérez Vargas
 Título del ejercicio: Quick Submit
 Título de la entrega: Tesis: La certificación fairtrade en el bienestar de los socios de...
 Nombre del archivo: TESIS_INFORME_FINAL_Jossy_Perez_Vargas_Y_Salda_a_Edquen...
 Tamaño del archivo: 13.07M
 Total páginas: 143
 Total de palabras: 26,811
 Total de caracteres: 152,686
 Fecha de entrega: 14-ago-2026 06:01 p. m. (UTC-0500)
 Identificador de la entrega: 3012585870



Derechos de autor 2026 Turnitin. Todos los derechos reservados.

Dr. Wilson Idrogo Rengifo
 DNI: 16607342
 Asesor

Jossy Cecilia Pérez Vargas

Tesis: La certificación fairtrade en el bienestar de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas

 Quick Submit Quick Submit Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo

Detalles del documento

Identificador de la entrega
t13627554365

Fecha de entrega
14 ago 2026, 6:01 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
14 ago 2026, 6:16 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
TESIS INFORME FINAL Jossy Perez Vargas_Y Salida_a_Ediquen.docx

Tamaño del archivo
13.1 MB

143 páginas

25.811 palabras

152.686 caracteres



Dr. Wilson Idrogo Rengifo
DNI: 16607342
Asesor

*% detectado como IA

La detección de IA incluye la posibilidad de que haya falsos positivos. Aunque cierto texto en esta entrega se generó probablemente con IA, los puntajes inferiores al umbral del 20 % no aparecen porque tienen una mayor probabilidad de falsos positivos.

Presección: Se necesita revisión.

Es esencial comprender los límites de la detección de IA antes de tomar decisiones acerca del trabajo del estudiante. Te alentamos a obtener más información acerca de las funciones de detección de IA de Turnitin antes de usar la herramienta.

Aviso legal

Nuestra evaluación de escritura con IA está diseñada para ayudar a los académicos a identificar texto que podrían haberse preparado mediante una herramienta de IA generativa. Es posible que nuestra evaluación de escritura con IA no siempre sea precisa debido a la posibilidad de que identifique erróneamente redacciones probablemente generadas por humanos como generadas por IA, y redacciones probablemente generadas por IA como generadas por humanos, por lo que no debe usarse como único fundamento para aplicar sanciones a un estudiante. Para determinar si se trata de deshonestidad académica, se necesita de un escrutinio mayor y el juicio humano, junto con la aplicación de las políticas académicas específicas de la organización.



Dr. Wilson Idrogo Rengifo
DNI: 16607342
Asesor

DEDICATORIA

A Dios, fuente de mi fortaleza y luz constante, por sostenerme incluso en los momentos en que las fuerzas parecían faltar.

A mis amados padres, Raúl y Rosa, pilares de mi vida, por su amor que no conoce límites, por cada sacrificio silencioso y por enseñarme, con el ejemplo, el valor del esfuerzo y la perseverancia.

A mis profesores, sembradores de conocimiento y guía en mi formación, por compartir no solo su sabiduría, sino también su vocación y entrega.

Y a todas las personas que caminaron conmigo durante esta etapa, por sus palabras de aliento, su confianza y su compañía en este sueño hecho realidad.

JOSSY

A Dios, por ser mi fortaleza en todo momento, guiándome con sabiduría y dándome la perseverancia necesaria para alcanzar mis metas.

A mis padres, por su apoyo constante y por enseñarme el valor del esfuerzo y la dedicación.

A mis incondicionales Kathy, Joel y Roberth, por estar siempre a mi lado, brindándome su amistad, su cariño y amor, por la motivación y confianza en cada paso de este camino.

LUZ

AGRADECEMOS A

A nuestro asesor, el Dr. Wilson Idrogo Rengifo, por su orientación constante, disposición y valioso acompañamiento durante el desarrollo de esta investigación. Sus aportes, observaciones y confianza en nuestro trabajo fueron fundamentales para culminar satisfactoriamente esta tesis.

Asimismo, agradecemos al Dr. Willy Rolando Anaya Morales por su acompañamiento especial, su dedicación y sus valiosas orientaciones, que fortalecieron el enfoque y la calidad académica de este estudio. Su experiencia y compromiso fueron clave a lo largo de este proceso.

A todos los docentes de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, por su compromiso con nuestra formación profesional. Su dedicación al compartir sus conocimientos y experiencias ha sido esencial en nuestro desarrollo académico y personal.

ÍNDICE

Información General	17
RESUMEN	18
ABSTRACT	19
INTRODUCCIÓN	20
CAPÍTULO I. DISEÑO TEÓRICO	29
1.1 Antecedentes de la Investigación	29
1.2 Base Teórica	37
1.3 Un modelo para Perú	48
1.4 Definiciones	49
1.5. Marco Legal.....	52
1.6 Operacionalización de las Variables.....	56
1.7 Hipótesis	58
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	59
2.1 Tipo de investigación.....	59
2.2 Método de investigación.....	59
2.3 Diseño de Contrastación.....	59
2.4 Alcance de Contrastación	59
2.5 Población, muestra y muestreo	60
2.6 Técnicas, instrumentos, equipos y materiales de recolección de datos	61
CAPITULO III. RESULTADOS.....	63
3.1 Confiabilidad del instrumento	63
3.2 Validez del instrumento.....	64

3.3 Análisis estadístico descriptivo	65
3.4 Análisis estadístico inferencial	106
CAPITULO IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	113
CONCLUSIONES	120
RECOMENDACIONES.....	122
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	124
ANEXOS	132

Tablas

Tabla 1 Resumen de antecedentes de investigación	34
Tabla 2 Operacionalización de las Variables.....	56
Tabla 3 Estadística de Fiabilidad	63
Tabla 4 Total, de cuestionarios aplicados	64
Tabla 5 Perfil de los Socios/Productores de Cacao de la Cooperativa APROCAM- Bagua.....	65
Tabla 6 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°-subdimensión 1°- ítem 1°).....	70
Tabla 7 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°-subdimensión 1°- ítem 2°).....	71
Tabla 8 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- subdimensión 2°- ítem 3°).....	72
Tabla 9 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 2°-ítem 4°)	73
Tabla 10 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 3°-ítem 5°)	74
Tabla 11 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 3°-ítem 6°)	75
Tabla 12 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 4°-ítem 7°)	76
Tabla 13 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 4°-ítem 8°)	77
Tabla 14 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 5°-ítem 9°)	78
Tabla 15 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 5°-ítem 10°)	79
Tabla 16 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 6°-ítem 11°)	81
Tabla 17 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 6°-Ítem 12°)	82
Tabla 18 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 7°- Ítem 13°)	83
Tabla 19 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 7°-Ítem 14°).....	84
Tabla 20 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 8°-Ítem 15°)	85
Tabla 21 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 8°-Ítem 16°)	86
Tabla 22 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 9°-Ítem 17°).....	87
Tabla 23 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 9°-Ítem 18°).....	88
Tabla 24 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 10°-Ítem 19°).....	89
Tabla 25 Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 10°-Ítem 20°).....	90
Tabla 26 Análisis de Frecuencia (Dimensión 2- subdimensión 11-ítem 21).....	93
Tabla 27 Análisis de Frecuencia (Dimensión 2- subdimensión 11-ítem 22).....	94
Tabla 28 Análisis de Frecuencia (Dimensión 2- subdimensión 12-ítem 23).....	95
Tabla 29 Análisis de Frecuencia (Dimensión 2- subdimensión 12-ítem 24).....	96
Tabla 30 Análisis de Frecuencia (Dimensión 3°- ítem 25°)	98
Tabla 31 Análisis de Frecuencia (Dimensión 3°- ítem 26°)	98
Tabla 32 Análisis de Frecuencia (dimensión 4°- ítem 27°)	100
Tabla 33 Análisis de Frecuencia (dimensión 4°- ítem 28°).....	100
Tabla 34 Análisis de Frecuencia (dimensión 5°- ítem 29°).....	102
Tabla 35 Análisis de Frecuencia (dimensión 5°- ítem 30°).....	102
Tabla 36 Análisis de Frecuencia (dimensión 6°- ítem 31°).....	104
Tabla 37 Análisis de Frecuencia (dimensión 6°- ítem 32°).....	104
Tabla 38 Prueba de hipótesis- Objetivo General	106
Tabla 39 Prueba de hipótesis- Objetivo Específico 1	109

Tabla 40 Prueba de hipótesis- Objetivo Específico 2	110
Tabla 41 Prueba de hipótesis- Objetivo Específico 3	111
Tabla 42 Prueba de hipótesis- Objetivo Específico 4	112

FIGURAS

Figura 1 Modelo explicativo sobre la relación de las variables de estudio	49
Figura 2 Histograma de la variable Certificación Fair Trade	68
Figura 3 Histograma de la variable Bienestar de los Productores	69
Figura 4 Valoración promedio de los beneficios económicos de la certificación Fairtrade	92
Figura 5 Valoración promedio de los Beneficios económicos de la certificación Fairtrade	97
Figura 6 Niveles de la dimensión bienestar económico y de sus indicadores	99
Figura 7 Niveles de la dimensión bienestar económico y de sus indicadores	101
Figura 8 Niveles de la dimensión bienestar ambiental y de sus indicadores	103
Figura 9 Niveles de la dimensión bienestar laboral y de sus indicadores.....	105

Información General

La certificación fairtrade en el bienestar de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas

Personal investigador:

Autor 1	Saldaña Edquén Luz Elita
Autor 2	Perez Vargas Jossy Cecilia
Asesor especialista	Idrogo Rengifo Wilson
Asesor Metodológico	Anaya Morales Willy Rolando
Línea de investigación	Ciencias sociales y Humanidades
Lugar	Bagua-Amazonas

RESUMEN

La producción de cacao es una actividad clave en el sector agrícola peruano, especialmente para las comunidades rurales que dependen de este cultivo como principal fuente de ingresos. En un contexto de crecientes demandas de los mercados internacionales por productos éticos y sostenibles, las certificaciones como Fairtrade han surgido como herramientas esenciales para promover el desarrollo económico, social y ambiental de los pequeños socios. La presente investigación tiene como propósito mostrar evidencia de la influencia de la certificación Fairtrade en el bienestar integral de los socios productores, abordando dimensiones económicas, sociales, ambientales y laborales. Mediante una metodología cuantitativa y la aplicación de encuestas a los socios productores de la zona, se confirma que la certificación Fairtrade se relaciona positivamente con el bienestar de los socios, aunque de forma leve y desigual según sus diferentes dimensiones, pues su mayor impacto se da en el ámbito ambiental. En contraste, a los efectos en el bienestar económico, social y laboral que resultan más limitados, reflejando que, aunque los productores valoran los beneficios de la certificación, estos no siempre se traducen en mejoras sustanciales en sus ingresos o condiciones de vida.

Palabras claves: Certificación fairtrade, Bienestar de socios, Bienestar económico, Bienestar social, Bienestar ambiental y Bienestar laboral

ABSTRACT

Cacao production is a key activity in the Peruvian agricultural sector, particularly for rural communities that rely on this crop as their main source of income. In a context of increasing international demand for ethical and sustainable products, certifications such as Fairtrade have emerged as essential tools for promoting the economic, social, and environmental development of small-scale producers. This research aims to provide evidence of the influence of Fairtrade certification on the overall well-being of producers, addressing economic, social, environmental, and labor dimensions. Through a quantitative methodology and the application of surveys to local producers, the study confirms that the Fairtrade certification is positively associated with members' well-being, although the relationship is weak and uneven across its different dimensions, with the strongest impact observed in the environmental aspect. In contrast, the effects on economic and social well-being are more limited, indicating that although producers recognize and value the benefits of certification, these do not always translate into substantial improvements in their income or living conditions.

Keywords: Fairtrade Certification, Producer well-being, Economic well-being, *Social well-being, Environmental well-being, Work-related well-being.*

INTRODUCCIÓN

El Comercio Justo ha alcanzado una etapa de madurez considerable desde su origen en los años 50, cuando surgió como una respuesta a la desigualdad y la pobreza, promoviendo prácticas comerciales equitativas. Pasado más de medio siglo después, este movimiento se ha consolidado en una red global robusta, que incluye más de 2000 organizaciones productoras, 500 distribuidoras y 4000 tiendas especializadas, además de entidades de certificación e instituciones internacionales reguladoras. En la actualidad, el Comercio Justo está presente en más de 75 países de África, Asia, América Latina y el Caribe, involucrando a más de 2 millones de personas. África, con un millón de personas trabajando en Comercio Justo, es el continente más beneficiado según Fairtrade International, la entidad certificadora con mayor presencia mundial (Fairtrade Internacional, 2025).

Según la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2016), comenta que la certificación Fairtrade a nivel mundial, se estima que sólo el 0,01% del total de las ventas minoristas provienen de productos de comercio justo. Esto demuestra que, aunque el movimiento ha sido reconocido y apoyado, su impacto en el mercado aún es limitado. También existen desafíos relacionados con la transparencia y las diferencias en las condiciones laborales y ambientales entre regiones.

Además, el Comercio Justo tiene efectos beneficiosos en el medio ambiente, promoviendo la preservación de la tierra, el agua y la biodiversidad, y fomentando la agricultura ecológica, el impacto del Comercio Justo también se extiende a la organización política de las comunidades, aplicando modelos democráticos, participativos y transparentes.

Por lo tanto, para el Ámbito Social, Fairtrade Ibérica (2025) Menciona que las primas adicionales recibidas por las organizaciones productoras, que en 2014 sumaron 95 millones de dólares, se invierten en proyectos educativos, sanitarios, sociales y de infraestructuras, mejorando la calidad de vida de las comunidades. Así, el Comercio Justo se ha establecido como un modelo de comercio ético y responsable, que mejora las condiciones de vida de millones de personas y promueve un desarrollo sostenible y equitativo. Este movimiento demuestra que es posible integrar la justicia social y económica en el comercio global, beneficiando a todos los actores involucrados.

Según Guevara-Rosero et al. (2024) Tenemos conocimiento de que, en muchos países empobrecidos, millones de familias dependen de la exportación de materias primas como el café, el cacao, el azúcar o el algodón para subsistir. Sin embargo, los ingresos que obtienen de su arduo trabajo no son suficientes para vivir dignamente. Esta situación se debe, en gran parte, a la dependencia de los precios internacionales, que fluctúan constantemente en mercados globales como los de Londres y Nueva York. “Las economías de estas familias dependen principalmente de la producción agrícola y de materias primas, lo que las hace vulnerables a las fluctuaciones del mercado global. Los precios de estos productos son muy volátiles debido a factores como el clima, la demanda mundial, políticas comerciales y especulaciones financieras, impidiendo a los productores planificar a largo plazo y garantizar ingresos estables”

La Coordinadora Latinoamericana de pequeños Productores(as) y trabajadores de comercio Justo, representa un aproximado de 1,000 organizaciones con esta certificación, en los Países de América Latina y el Caribe, dentro de ella encontramos las coordinadoras Nacionales que abarcan que cuentan con la certificación Fairtrade. En los últimos años, el

Comercio Justo ha expandido su presencia en América Latina y el Caribe, lo que ha implicado para algunas comunidades participantes un cambio significativo en sus métodos de trabajo, comercialización y estilo de vida.

Desde el punto de vista de, Coscione (2019) En Colombia, gracias a la certificación y a los canales de comercio solidario, las organizaciones de pequeños productores han conseguido aumentar sus ventas internacionales tanto en volumen como en precios. Además, han logrado consolidarse como proveedores confiables de productos de alta calidad. El Comercio Justo ha sido clave para generar mayores ingresos para las familias productoras, permitiendo mejores inversiones en áreas productivas, sociales y ambientales en sus fincas y comunidades rurales.

Para Coscione y Mulder (2017) comentan que los estudios han demostrado que el Comercio Justo ha mejorado continuamente la calidad de vida de los productores asociados, abarcando aspectos cruciales como ingresos, educación y salud. También se ha observado una mejora en la sostenibilidad ambiental de las fincas y del entorno de las organizaciones, realizando un diagnóstico podemos encontrar resultados positivos obtenidos en Colombia, como el logro de una mejor participación, el logro efectivo del empoderamiento y la mejora en la autoestima de los productores, se comenzará a ver reflejado la reducción de la migración interna (campo- ciudad), la mejora de seguridad alimenticia, un crecimiento de las organizaciones y la mejora en la asociatividad en las zonas rurales, pero este crecimiento no es en un 100%, aún existe brechas que superar como la aún existente desigualdad de género frente a las mujeres, la falta de toma de decisiones para radicar el trabajo infantil, los niveles de educación aún bajos y aún no se visualiza una creciente diversificación de producción y de los mercados.

En Perú, el concepto de Comercio Justo es visto como un motor clave para una sociedad más equitativa, consciente y sostenible. Por ello Alex Condor, representante de la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Pequeños Productores de Perú (CNCJ-Perú), destaca que esta entidad, que agrupa a 350 asociaciones cultivadoras de 20 productos diferentes y representa a 75,000 familias de pequeños productores, es líder en América Latina en cuanto a organizaciones certificadas en Comercio Justo. Estos esfuerzos se concentran en productos como cacao, café, banano, mangos, quinua, té y jugos de frutas (León, 2021).

El comercio justo ha tenido un impacto significativo en el bienestar de los productores peruanos. Diversos estudios han demostrado que los productores involucrados en el comercio justo han experimentado mejoras significativas en sus niveles de ingreso y productividad. Desde hace más de dos décadas, las cooperativas cafetaleras peruanas han liderado la innovación en la producción de cafés de alta calidad, ganando un reconocimiento internacional por sus cafés orgánicos y de Comercio Justo. En 2019, Perú exportó más de un millón de quintales de café certificado por FLO, con un 80% de café orgánico, generando ingresos de 177 millones de dólares (Peralta, 2021).

No obstante, estos beneficios también dependen de factores como el entorno macroeconómico, el acceso al crédito, las políticas de desarrollo y el compromiso de los productores y sus asociaciones, por lo que aún a pesar de los beneficios, los productores enfrentan desafíos significativos, incluyendo el acceso limitado a mercados, la competencia desleal y la contaminación de tierras agrícolas.

Según Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [Promperú], (2023). El Perú considera que 45 organizaciones peruanas han obtenido la

certificación de Buenas Prácticas de Comercio Justo (BPCJ), lo que aumenta su competitividad en el mercado internacional. La creciente conciencia social sobre problemas medioambientales y éticos ha impulsado la demanda de productos que cumplan con altos estándares de responsabilidad social y ambiental, como los del Comercio Justo. En tal sentido, PROMPERÚ, alineada con el Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX al 2025, ha implementado programas para promover la sostenibilidad en empresas exportadoras, respondiendo a esta demanda.

Según estadísticas de Promperú, la región Amazonas ocupa el décimo lugar a nivel nacional en exportación de cacao, con una participación del 0,33% y un valor FOB de USD 2 461 224,11 hasta el 2024, siendo Lima (45%), San Martín (23%), Ucayali (12%), Junín (8%) y Cusco (7%) los departamentos que lideran la clasificación. Sin embargo, el cacao para Amazonas representa el segundo producto más exportado después del café, con un crecimiento de 108,2% respecto al año anterior. (Exportemos.pe,2024)

En la región Amazonas, se registran 23 organizaciones entre cooperativas, asociaciones y empresas del sector agro que participaron en las exportaciones durante el período 2022-2024. De estas organizaciones con certificación Fairtrade, el 74% se orienta exclusivamente a la exportación de café, el 9% a la exportación de cacao y el 13% a la exportación conjunta de ambos productos. Asimismo, el 4% de estas agroexportadoras se dedica a la comercialización de derivados, como pasta y cacao en polvo. La concentración de la actividad exportadora en un solo cultivo implica una alta dependencia del mercado del café, lo que expone a los productores a riesgos asociados a la volatilidad de precios y a factores climáticos que puedan afectar la producción cafetalera.

La distribución de las organizaciones exportadoras en la región Amazonas evidencia una marcada concentración en las provincias de Utcubamba (44%) y Rodríguez de Mendoza (30%). En contraste, Bagua y Luya apenas alcanzan el 9% cada una, Chachapoyas y Bongará el 4%, mientras que en Condorcanqui no se registran empresas exportadoras en los últimos dos años. Esta desigual distribución territorial refleja un acceso diferenciado a las oportunidades derivadas de la certificación Fairtrade, la cual no solo garantiza precios más estables y competitivos, sino que también otorga acceso a procesos de capacitación, asistencia técnica y recursos orientados a la sostenibilidad productiva. En consecuencia, las provincias con menor representación se encuentran en una posición de desventaja relativa, al disponer de menos oportunidades para fortalecer sus capacidades productivas y comerciales.

Sin embargo, la presencia mayoritaria de asociaciones y cooperativas dentro de las agroexportadoras de la región (87%) puede considerarse un elemento positivo para el bienestar de los productores, ya que estos modelos organizativos no solamente facilitan la participación democrática y la toma de decisiones colectivas, sino que también amplían el acceso a recursos, financiamiento y certificaciones internacionales como Fairtrade. A diferencia de las empresas privadas, que representan apenas el 13% y tienden a concentrar beneficios en función de intereses empresariales, las cooperativas garantizan una distribución más equitativa de los ingresos y fortalecen el capital social de las comunidades agrícolas.

APROCAM es una cooperativa agraria que tiene intervención en la producción de café y cacao en los distritos de Bagua, Copallin, La Peca e Imaza de la provincia de Bagua, dispone de un total de 1200 hectáreas, 495 ha destinadas a la producción de cacao, 235 ha

destinadas a la producción de café y el resto de territorio dispuesto para áreas de bosques de conservación. Con 160 productores asociados y la obtención de la certificación Fairtrade desde el 2012, esta cooperativa ha experimentado mejoras significativas en el bienestar de sus miembros. Ello ha sido posible gracias al incremento de la prima de USD 240 por tonelada exportada, lo que permitió financiar proyectos sociales y ambientales orientados a capacitaciones en liderazgo y emprendimiento para jóvenes y mujeres, asistencia técnica, provisión de abonos y herramientas, así como fondos de salud para los socios.

En la actualidad, APROCAM orienta sus operaciones de comercio exterior exclusivamente hacia la exportación de cacao, alcanzando en 2024 un valor FOB de USD 496,931; lo que refleja la consolidación de este cultivo como eje central de su estrategia productiva y comercial. Si bien la certificación de comercio justo ha generado beneficios significativos para los productores de cacao, especialmente en términos de ingresos y acceso a programas de apoyo, persisten importantes desigualdades en los distritos de La Peca, Copallín e Imaza, considerando que el 59.96% de los socios pertenecen a la etnia Awajun del distrito de Imaza y el 17.40% de los socios son mujeres. En estas zonas, la limitada disponibilidad de servicios básicos como agua potable y saneamiento adecuado no solo afecta la calidad de vida de los productores, sino que también restringe su capacidad de participación activa en las dinámicas organizativas de la cooperativa. Estas brechas reflejan que, aunque el modelo de comercio justo fortalece la competitividad y genera ingresos sostenibles, su impacto social se ve reducido cuando no se acompaña de políticas o programas orientados a superar las carencias estructurales de las comunidades rurales, especialmente aquellas con alta presencia de población indígena.

Considerando la importancia del comercio justo en el sector agrícola, en esta tesis se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la Influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas? ¿Qué dimensiones del bienestar de los productores se ven más influenciados por la Certificación Fairtrade?

Por consiguiente, el objetivo de la investigación general es: Determinar la Influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas, teniendo como objetivos específicos: (1) Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar económico de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas, (2) Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar social de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas, (3) Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar ambiental de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas y (4) Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar laboral de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas.

El primer capítulo de esta investigación corresponde al detalle del marco teórico, este contenido se divide en tres partes: antecedentes, donde se ha revisado la literatura académica de investigaciones internacionales y nacionales; seguidas de la base teórica, donde se describen las variables de la investigación. Posteriormente, el apartado precisa los conceptos fundamentales y la operacionalización de las variables extraídas de nuestro marco teórico.

El segundo capítulo, aborda el marco metodológico, donde se describe el tipo y diseño de investigación, el método, las técnicas, instrumentos y demás procedimientos para

la realización de la investigación. Del mismo modo, la identificación de la población y la elección de la muestra.

El tercer capítulo presenta los resultados del análisis de datos recopilados mediante encuestas a los socios productores de cacao de la Cooperativa APROCAM ubicada en la región Amazonas. Esta sección revela el grado de influencia que los estándares Fairtrade han tenido en diversos aspectos del bienestar de los agricultores.

En el cuarto capítulo de esta investigación, se realizó la discusión de los resultados obtenidos en contraste con los aportes de los autores expuestos en los antecedentes de investigación, observando su nivel de significancia a través del análisis de frecuencia, permitiendo identificar su influencia directa en la problemática estudiada.

Por último, se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio, destacando el cumplimiento de los objetivos e hipótesis planteados. Dentro de ello se precisan pautas clave para la mejora de las prácticas asociadas a la certificación Fairtrade, contribuyendo a la sostenibilidad y el bienestar de los socios productores de una agroexportadora de cacao de la región Amazonas.

CAPÍTULO I. DISEÑO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la Investigación

En el ámbito internacional se ha valorado la tesis de (Ibarra, 2023) titulada *“La Asociatividad y su incidencia en el adecuado cumplimiento de criterios ambientales de la certificación Fairtrade. El caso de la Asociación de Producción Agropecuaria Cacao Aroma – ASOCAROMA (2019-2021)”*. Este estudio planteó como objetivo comprender los desafíos de la asociatividad y su influencia en el cumplimiento de los criterios ambientales de la certificación Fairtrade en ASOCAROMA, en el que se consideró el método cualitativo para describir la gestión organizativa. Los resultados finalmente determinaron que el éxito de la organización se debe en parte a la implementación de mecanismos de control político, como un reglamento de multas y sanciones para asegurar la participación de los socios en las actividades. Además, para ser beneficiario de los proyectos, los socios deben estar al día con sus obligaciones, estos mecanismos han permitido cumplir con las regulaciones internas y los requisitos de la certificación.

Leguizamón (2020) en su proyecto de investigación *“Sistema de Certificación de Comercio Justo para las Mujeres Caficultoras de micro lotes de cafés especiales de la Región de la Mesa Cundinamarca”* planteó como objetivo desarrollar el proceso para la obtención de la certificación comercio justo para los caficultores colombianos de La Mesa-Cundinamarca. Para el análisis de esta investigación se utilizó una metodología de tipo descriptiva, concluyéndose que la implementación del sistema de certificación de Comercio Justo permitirá a las mujeres caficultoras contar con una visión más cercana y concreta sobre el acceso a este tipo de comercio, apoyándose en su proyecto de acreditación para alcanzar mercados internacionales. Esto mejorará la calidad de vida en la región y sus familias, garantizando precios justos y un trato digno conforme a sus derechos.

Además de lo pronunciado, se considera la tesis de Toscano (2017) cuyo título es la *“Influencia del comercio justo en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos - Ecuador”*. Esta tesis estableció como objetivo analizar de qué manera el Comercio Justo influye en la disminución de la pobreza entre los pequeños productores de cacao, en la que se utilizó una metodología de diseño no experimental, transversal descriptivo. Las encuestas revelaron inconsistencias entre la teoría y la práctica del Comercio Justo en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao. A pesar de estas incongruencias, los precios mínimos y la prima de desarrollo los cuales se gestionan en programas sociales han mejorado gradualmente sus ingresos en la Provincia de Los Ríos. Por ello, el autor sugirió la intervención por parte del Estado ecuatoriano para financiar la certificación Fairtrade a organizaciones sin recursos y fortalecer la gestión de aquellas organizaciones que son parte del comercio justo.

Por consiguiente, Peña & Arias (2022) en su artículo de investigación titulada *“Estrategias para aumentar el uso de la certificación en productos de la provincia de El Oro”*, expuso como objetivo analizar las estrategias para incrementar la utilización de la Certificación Fairtrade en los productos de la provincia de El Oro. Este estudio desarrolló una metodología de investigación aplicada con un enfoque cualitativo, en el que finalmente los resultados demostraron que las estrategias de mantener precios estables y una prima Fairtrade, han llevado a que 43 empresas en Ecuador obtengan la certificación de Comercio Justo. En la Zona 7, especialmente en la provincia de El Oro, se destacan 18 organizaciones de economía popular solidaria y 16 empresas de Comercio Justo que se dedican a la producción de conservas, puré de banano, cacao, café y sus derivados.

En el ámbito nacional se ha valorado la tesis de, Fukuy y Huancas (2017) titulada *“Impacto del Comercio Justo en el desarrollo socioeconómico de la Asociación de Microproductores de banano orgánico del Alto Chira margen Izquierda (ampbao) distrito de Sullana-Piura, período 2012-2016”*. Este estudio planteó como objetivo determinar el impacto del comercio justo en el desarrollo socioeconómico de la asociación de micro productores de banano orgánico, con su metodología de estudio descriptiva, no experimental transversal, una vez realizada esta investigación se determinó que las condiciones comerciales justas han mejorado el desarrollo económico de los pequeños productores de banano orgánico, garantizando precios justos y condiciones laborales óptimas. Sin embargo, se identificaron problemas de transparencia en el manejo de la prima FAIRTRADE, la cual no se utiliza adecuadamente para el desarrollo social y económico de la comunidad. Por ello, los autores recomiendan que los asociados de AMPBAO y otras organizaciones se capaciten en Certificación de Comercio Justo para conocer sus derechos y beneficios.

Según Keisling (2013) en su proyecto de investigación *“La realidad de Comercio Justo: una investigación de las fallas y los éxitos del sistema en el Valle de la Convención, Perú, desde la perspectiva de los productores”* se propuso identificar los fracasos y los aciertos del modelo de comercio justo en la producción de café. Para ello, comparó las experiencias de productores certificados con las de aquellos que no cuentan con certificación y analizó el papel que desempeñan las cooperativas en la gestión y el proceso de certificación. El estudio concluyó que, aunque el comercio justo se implemente, muchos pequeños productores continúan enfrentando situaciones de pobreza y maltrato debido al desconocimiento del sistema, lo que los lleva a buscar mayor cooperación y acceso a la

certificación. En este sentido, solo una reestructuración que atienda estas problemáticas podría garantizar un trato verdaderamente justo para los productores.

Además de lo pronunciado, se considera la tesis de Aguilar y Flores (2015), *“Impacto de la Práctica Comercial Justa Fairtrade del Comercio Internacional, en el desarrollo socio-económico de las familias cafetaleras de la Cooperativa Chaco Huayanay en La Convención – Cusco, período 2010 Al 2014”*. Esta tesis tuvo como objetivo examinar el impacto del comercio justo en el desarrollo socioeconómico de las familias productoras de café en la cooperativa, mediante su metodología descriptiva-correlacional esta investigación obtuvo como resultado que las prácticas comerciales de comercio justo tuvieron un impacto negativo en las familias productoras de café durante ese período, debido a su falta de adhesión a los principios del comercio justo. Por ello los futuros estudiantes deben explorar diferentes productos y regiones del país con certificación de comercio justo para evaluar los resultados reales. De igual forma, se sugiere que las personas afiliadas a la Cooperativa Chaco Huayanay, adquieran esta certificación para mejorar sus prácticas de gestión, reconocer sus derechos y responsabilidades y apuntar a un progreso socioeconómico sostenible.

Según menciona Montes y Moreno (2020) en su tesis *“Impacto de la Certificación de Comercio Justo en las exportaciones del Cacao de la Región San Martín a Países Bajos durante el 2009 al 2018”*, se tuvo como objetivo analizar el impacto del Comercio Justo en las exportaciones de cacao de San Martín al mercado de Países Bajos. Este estudio, de enfoque mixto y tipo de investigación aplicada con diseño no experimental, concluyó que la certificación no solo impulsa el crecimiento y desarrollo de los pequeños productores agrícolas, sino que también les otorga reconocimiento en el mercado global al garantizar a

los compradores la calidad del producto conforme a estándares sociales, económicos y ambientales. En este sentido, el precio justo representa un importante incentivo para los productores de cacao que optan por certificarse, ya que la prima recibida por cada tonelada métrica comercializada les brinda recursos para realizar mejoras tanto a nivel personal como comunitario.

Además de lo manifestado por, Quito y Pérez (2017) en su investigación *“Coevac Shahuindo Análisis de la Situación actual para la Implementación de la Certificación Fairtrade 2017”*, plantearon como objetivo determinar el nivel de cumplimiento de la Cooperativa Agraria de Productores de Condebamba Shahuindo con los requisitos económicos, sociales y laborales necesarios para obtener la certificación Fairtrade. Para ello, emplearon un método descriptivo con diseño no experimental, que incluyó técnicas como inspecciones, entrevistas, observación y revisión documental. Los resultados evidenciaron que la cooperativa alcanza únicamente el 29 % del 59 % exigido en estos criterios. Asimismo, el certificado Fairtrade es una opción viable para los productores en desventaja, ya que ayuda a mejorar sus ingresos y la calidad de vida de los participantes. Sin embargo, integrar este sistema en su proceso de producción significa que cada pequeño productor debe comprometerse a cumplir con los criterios establecidos y mantener los estándares del Fairtrade.

Por consiguiente, la tesis de Cánepa (2016), *“Gestión Gerencial y la pérdida de la certificación Fairtrade en la asociación de recolectores orgánicos de la nuez amazónica del Perú del departamento de Madre de Dios 2011”*, evidencia que la organización no logró sostener la certificación de Comercio Justo debido a debilidades en su gestión interna. El estudio, de enfoque cualitativo, muestra que la fuerte dependencia de la asociación

respecto a sus socios estratégicos dio lugar a decisiones gerenciales poco acertadas, lo que terminó afectando la formación y la inclusión de los jóvenes. Además, las condiciones laborales inadecuadas desmotivaron la participación de los asociados, reduciendo la asistencia a asambleas y espacios de negociación en el departamento de Madre de Dios.

Teniendo en cuenta lo mencionado por Castro (2015), en su investigación *“Incidencia De La Certificación Del Café En El Desarrollo Social Y Sostenible: Caso De La Cooperativa Agraria Cafetalera Perene – Chanchamayo, 2013”*, cuyo objetivo fue evaluar cómo la certificación del café afecta el desarrollo social y sostenible de los miembros de la Cooperativa Agraria Cafetalera Perené – Chanchamayo, de enfoque descriptivo y transversal, concluye que pertenecer a una cooperativa brinda oportunidades de comercio justo y acceso a información sobre prácticas productivas y cuidado del medio ambiente. No obstante, los resultados también muestran un compromiso limitado con los estándares Fairtrade, ya que solo el 16 % de los socios utiliza exclusivamente abono orgánico; esta situación se repite incluso en las escuelas de campo, donde tampoco se emplea de manera exclusiva este tipo de insumo en el cultivo del café.

Tabla 1

Resumen de antecedentes de investigación

Autor	Conclusiones
Ibarra (2023)	El éxito de la organización se debe en parte a la implementación de mecanismos de control político, como un reglamento de multas y sanciones para asegurar la participación de los socios en las actividades y el pago puntual de sus aportes. Estos mecanismos han permitido cumplir con las regulaciones internas y los requisitos de la certificación.

Peña & Arias (2022)	Las estrategias de mantener precios estables y una prima Fairtrade han llevado a que 43 empresas en Ecuador obtengan la certificación de Comercio Justo. En la Zona 7, especialmente en la provincia de El Oro, se destacan 18 organizaciones de economía popular solidaria y 16 empresas de Comercio Justo que se dedican a la producción de conservas, puré de banano, cacao, café y sus derivados.
Montes y Moreno (2020)	La certificación no solamente impulsa el crecimiento y desarrollo de los pequeños productores agrícolas, sino que también les brinda reconocimiento en el mercado global al asegurar a los compradores la calidad del producto conforme a estándares sociales, económicos y ambientales.
Leguizamón (2020)	El desarrollo del sistema de certificación de comercio justo les otorgará a las mujeres caficultoras una visión más cercana sobre el acceso al comercio justo, apoyándose en su proyecto de acreditación para alcanzar mercados internacionales. Esto mejorará la calidad de vida en la región y sus familias, garantizando precios justos y un trato digno conforme a sus derechos.
Toscano (2017)	Las encuestas revelaron inconsistencias entre la teoría y la práctica del Comercio Justo en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao. A pesar de estas incongruencias, los precios mínimos y la prima de desarrollo los cuales se gestionan en programas sociales han mejorado gradualmente sus ingresos en la Provincia de Los Ríos.
Quito y Pérez (2017)	El certificado Fairtrade es una opción viable para los productores en desventaja, ya que ayuda a mejorar sus ingresos y la calidad de vida de los participantes. Sin

	embargo, integrar este sistema en su proceso de producción significa que cada pequeño productor debe comprometerse a cumplir con los criterios establecidos y mantener siempre los estándares de Fairtrade.
Fukuy y Huancas (2017)	Las condiciones justas de comercio han mejorado en el crecimiento económico de los pequeños productores de banano orgánico, con pagos puntuales, precios justos, ausencia de trabajo infantil y buenas condiciones laborales. Sin embargo, existe controversia sobre la transparencia en el uso de la prima FAIRTRADE, que no se destina adecuadamente al desarrollo social y económico de la comunidad.
Cánepa (2016)	Los productores de nueces amazónicas de Madre de Dios- Perú, pasaron a depender de socios estratégicos, lo que llevó a tomar decisiones de gestión poco acertadas. Como consecuencia, se descuidó la integración y capacitación de los jóvenes, se deterioraron las condiciones laborales y se fue perdiendo la participación en asambleas y espacios de diálogo y negociación.
Castro (2015)	Formar parte de una cooperativa abre oportunidades de comercio justo y permite acceder a información sobre producción y cuidado del ambiente. Sin embargo, solo el 16 % de los miembros usa exclusivamente abono orgánico, evidenciando un bajo compromiso con los estándares FAIRTRADE, a pesar de que esta certificación impulsa una producción y venta colectiva del café.
Aguilar y Flores (2015)	Las prácticas comerciales internacionales de Fairtrade tuvieron un impacto negativo en las familias productoras de

café de la cooperativa durante 2010-2014. Mientras algunas familias lograron mantenerse, otras se vieron afectadas por no aplicar plenamente las prácticas de comercio justo, además de identificar deficiencias en la transparencia de la gestión y en las oportunidades de capacitación.

Keisling (2013)

El comercio justo no ha eliminado la pobreza y el trato injusto a los pequeños productores, pues la falta de transparencia del sistema es un defecto fundamental, por ello, resulta necesario que FLOCERT tenga una presencia más activa y una comunicación directa con los productores, y que las cooperativas asuman mayores niveles de responsabilidad y respeto.

1.2 Base Teórica

Teoría del Certificación Fairtrade

Teoría del Comercio Justo En China – Gil (2014)

Para Gil (2014), el comercio justo ha cambiado y es más relevante para las necesidades y tendencias en la actualidad. El primer modelo de comercio justo es el más conocido, en el que las organizaciones de comercio justo entregan productos producidos por pequeños grupos de trabajadores del sur a consumidores del norte. El cambio de formas comerciales ha resultado en una cadena de valor más compleja, con la participación de nuevos actores, como cooperativas de segundo nivel, centros de importación y exportación, transportistas y distribuidores. La transformación de las materias primas de estas organizaciones de productores en productos listos para el consumo ha supuesto un cambio notable. Convertir el cacao en chocolate o tostar café es un ejemplo.

La teoría del cambio del comercio Justo – Rodríguez (2019)

Esta teoría sostiene que el comercio justo, respaldado por la certificación Fairtrade, brinda apoyo a los pequeños productores y trabajadores que no se ven beneficiados por este tipo de comercio. Su objetivo es promover un mundo en el que todos los productores puedan desarrollar completamente sus habilidades, disfrutar de condiciones de vida, seguras y sostenibles, y tener la capacidad de tomar decisiones sobre su futuro. Estos se han marcado como los tres objetivos de Fairtrade como una manera de alcanzar esta visión e incluso garantizar su realización. Estos incluyen; asegurar la equidad en el comercio, empoderar a los pequeños agricultores, trabajadores y Fomento de existencias de vida sostenibles, como todos los demás, son esenciales para obtener la calidad de vida ideal (Rodríguez,2019).

Manual de Investigación sobre el Comercio Justo - Raynolds & Bennett (2014)

Si bien los principios del comercio justo buscan promover la inclusión de productores en situación de vulnerabilidad, diversas investigaciones evidencian que, en la práctica, la participación de mujeres, minorías raciales y étnicas y comunidades con mayores niveles de pobreza continúa siendo limitada. Este enfoque se concibe como una forma de asociación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, orientada a alcanzar una mayor equidad en el comercio internacional. Asimismo, contribuye al desarrollo sostenible al ofrecer mejores condiciones comerciales y garantizar el respeto de los derechos de productores y trabajadores históricamente marginados. En este marco, las organizaciones vinculadas a este modelo, con el respaldo de los consumidores, desempeñan un rol activo en el fortalecimiento de los productores, la sensibilización social y la promoción de cambios en las normas y prácticas del comercio internacional convencional.

El Manual Routledge del Desarrollo Latinoamericano - Cupples et al. (2019)

La certificación Fairtrade surgió de una alianza entre cooperativas de café en México y grupos de solidaridad en Europa, con la intención de impulsar el desarrollo a través del "comercio en lugar de la ayuda". En el transcurso de los últimos 25 años, esta certificación agroexportadora ha crecido de manera impresionante. A pesar de que la producción se ha expandido en diversas regiones del Sur Global, América Latina y el Caribe se mantienen como áreas fundamentales, destacándose como los principales proveedores de café de alta calidad y otros productos agroexportadores vitales como azúcares, plátanos y cacao. Esta región sigue siendo la principal fuente de café y plátanos certificados por Fairtrade, además de contribuir significativamente en la producción de azúcar y cacao. Más de la mitad de las organizaciones de productores que forman parte de Fairtrade International están ubicadas en América Latina, sumando un total de 647 grupos afiliados en 24 países, todos dedicados a la producción de commodities agroexportadores certificados.

Teoría del Bienestar Social

Teoría del Bienestar y El Óptimo de Pareto como problemas microeconómicos - Reyes y Oslund (2014)

La Teoría del Bienestar y el Óptimo de Pareto son conceptos centrales en la economía del bienestar, que buscan entender y optimizar el bienestar social. El bienestar, va más allá del enfoque económico, abarcando aspectos fisiológicos y psicológicos de la vida de las personas. Por ello enfatizan la importancia de considerar factores como capacidades, oportunidades y otros elementos no cuantificables en la evaluación del bienestar.

El Óptimo de Pareto, introducido por Wilfredo Pareto en el año 1938, propone un criterio de eficiencia donde no es posible mejorar la situación de un individuo sin perjudicar a otro. Este concepto ha sido fundamental en la teoría económica para analizar la asignación eficiente de recursos, puesto que posee un criterio individualista que considera dos aspectos clave: se enfoca en el bienestar de cada persona de manera independiente, sin considerar el bienestar relativo entre diferentes personas, lo que significa que una situación donde algunos tienen mucho y otros poco puede ser un óptimo de Pareto, siempre que mejorar la situación de los menos favorecidos implique empeorar la de los más privilegiados. Además, se basa en la percepción que cada individuo tiene sobre su propio bienestar, bajo el principio de soberanía del consumidor, donde cada persona sabe qué es mejor para sí misma.

Según Reyes y Oslund (2014) Existen diferentes enfoques en cuanto a la medición de las funciones del bienestar social. El enfoque económico asocia el bienestar con la riqueza, utilizando indicadores como el PIB per cápita o el Índice de Desarrollo Humano (IDH), aunque reconoce que no todos los elementos del bienestar pueden ser medidos monetariamente. Por otro lado, el enfoque de las funciones de utilidad relaciona el bienestar social con la satisfacción de las necesidades humanas, sugiriendo que es posible medir el bienestar a través de funciones de utilidad basadas en las preferencias individuales, aunque en la práctica esto presenta dificultades debido a la complejidad de las decisiones de consumo. Finalmente, el enfoque de los indicadores sociales propone medir el bienestar social a través de indicadores específicos que reflejan las múltiples dimensiones del bienestar, descomponiendo el concepto en diferentes áreas para obtener una visión más completa y precisa.

Teoría de las Exportaciones

La exportación es un factor que genera mayor crecimiento en las economías debido al intercambio de bienes y servicios, por ello la creación de planes de exportación son muy importantes dentro de las negociaciones internacionales debido a que nos muestra la ruta a seguir para llegar al mercado internacional. Es definir con claridad la estrategia de entrada al mercado el que tiene que ser sencillo, realista y congruente, esto dicho por (Olguín,2018)

Debido a que las exportaciones van generando ingresos que sostienen la economía de un país y este es un aspecto crucial para el crecimiento del mismo. mediante esto se crean planes para mejores negociaciones y encontrar estrategias para llegar a los mercados nacionales.

Teoría de la ventaja competitiva

Según Valencia y Ávila, (como se cita en Gómez y Gonzales,2019). Se ha estudiado la teoría de la competitividad desde varios lados, permitiendo servir como base para las políticas gubernamentales y un índice del desarrollo económico nacional. También se encuentra que cuando la economía crece o disminuye, el crecimiento y la disminución del comercio mundial siguen reflejando la tendencia en cuestión. En resumidas cuentas, existe una correlación directa entre la economía de un país y sus operaciones comerciales internacionales.

Teoría del Manual de Exportaciones; Colombia - Castro (2008)

El Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico (PBEC) fue fundado en 1967, gracias a la iniciativa del Comité Cooperativo de Negocios de Japón y Australia. Este organismo está enfocado en la cooperación empresarial y tiene como objetivo principal fomentar la colaboración económica entre los países miembros. Busca impulsar el

desarrollo económico y social, promoviendo el comercio exterior, organizando foros internacionales y ofreciendo asesoría a gobiernos y otros organismos para expandir el comercio y la cooperación en la región del Pacífico. Originalmente, Estados Unidos y Japón fueron los impulsores de este organismo, que en la actualidad cuenta con más de 1.200 empresas miembros distribuidas en 20 economías de la región.

Los principales objetivos del PBEC incluyen estimular el comercio y la inversión, fortalecer el sistema de libre empresa, fomentar la colaboración económica y promover una mayor coordinación entre los sectores empresariales de las economías de la región. Además, se trabaja para generar políticas confiables y continuas que favorezcan la inversión extranjera, promover políticas macroeconómicas que mantengan la inflación bajo control y apoyar la apertura de las economías al comercio global a través del libre movimiento de exportaciones, entre otros aspectos.

Economía del Cacao

La economía del cacao en el Perú se encuentra marcada por la influencia de los precios internacionales pues el cacao cotiza en bolsas de referencia como Londres y Nueva York, donde el precio por tonelada ha mostrado gran volatilidad debido a la crisis climática en África Occidental. Esta variabilidad repercute directamente en los ingresos de los productores peruanos, quienes reciben precios más altos cuando los mercados internacionales suben, pero sin mecanismos de protección cuando caen. En Bagua, el precio que reciben los productores fluctúa en situaciones específicas además de que se venden en dos presentaciones: en grano seco, cuyo precio va desde S/ 25- S/ 34 por kg, y en baba, donde el pago es aproximadamente 50% menor (S/ 15–19/kg en 2025, frente a precios de apenas S/ 3–3.6/kg hace una década), considerando que los productores que

cuentan con certificaciones como orgánico o Fairtrade logran obtener precios superiores, gracias a la prima adicional y a contratos más estables.

En los distritos de Bagua e Imaza, la volatilidad del precio internacional se siente con mayor intensidad, ya que la mayoría de productores depende de cooperativas exportadoras o de intermediarios que ajustan sus compras según la cotización global. Esta dependencia genera ingresos fluctuantes que afectan la estabilidad económica de las familias cacaoteras. En este contexto, las cooperativas como APROCAM y YAKATHEO se convierten en una alternativa más ventajosa frente a intermediarios, pues ofrecen precios diferenciados por calidad y certificaciones, además de acceso a mercados internacionales.

Los costos de producción representan una de las principales limitaciones de la economía del cacao en Amazonas. Instalar una hectárea de cacao cuesta entre S/ 5,000 y S/ 16,000; dependiendo del nivel tecnológico y del tipo de cultivo (convencional u orgánico). Los costos se distribuyen principalmente en mano de obra (50%), insumos como plántones y fertilizantes (30%) y herramientas (20%). El costo de mantenimiento anual alcanza los S/ 5,000 en el manejo de prácticas agrícolas. El cacao orgánico y Fairtrade presenta costos más elevados debido a las exigencias de certificación, capacitación y prácticas sostenibles, aunque estos se compensan parcialmente con la prima de certificación.

En cuanto a rendimientos y rentabilidad, el cacao en Amazonas refleja una fuerte heterogeneidad productiva. En promedio, un productor con una hectárea bajo manejo medio puede obtener ingresos de alrededor de S/ 11,000 anuales (1,000 kg x S/ 11/kg), con costos de S/ 5,000, lo que implica una rentabilidad cercana al 40%. Sin embargo, esta rentabilidad es altamente variable según los precios internacionales y las condiciones

climáticas. A diferencia del cacao convencional, en el caso del cacao orgánico, los rendimientos suelen ser 20% menores, lo que reduce la utilidad, aunque puede compensarse con el diferencial de precios en mercados especializados.

El mercado y la comercialización del cacao de Bagua y Amazonas presentan una dinámica compleja. Se estima que apenas 5% de la producción permanece en el mercado interno, principalmente en forma de chocolates artesanales y barras de alta calidad que se venden a precios de S/ 12 por unidad, mientras que el 95% se destina a la exportación. A nivel local, el cacao es comprado por intermediarios que ofrecen precios bajos sin exigir calidad, y por cooperativas que pagan más y brindan contratos bajo certificación. Empresas externas como Norandino y Machu Picchu Foods acopian en Amazonas para procesar fuera de la región, lo que evidencia la pérdida de valor agregado local. En este escenario, la economía del cacao amazónico se sostiene en una estructura exportadora dominada por pocas cooperativas y grandes compradores, con limitada industrialización en la zona productora, lo que restringe la capacidad de los agricultores para capturar un mayor margen económico.

Agronomía del Cacao

La agronomía del cacao en el Perú se caracteriza por la coexistencia de una alta diversidad genética, distintos sistemas de cultivo y una creciente orientación hacia la calidad diferenciada y la exportación. El país cuenta con más de 100 mil familias productoras, concentradas en regiones amazónicas como San Martín, Huánuco, Ucayali y Amazonas, donde el cacao se ha consolidado como un motor alternativo frente a cultivos ilícitos. A nivel nacional, los rendimientos promedian 0.98 TM/ha. (Ministerio de la Producción [PRODUCE],2024).

Lo que representa apenas una fracción del potencial biológico de la planta, evidenciando limitaciones en el uso de fertilizantes, asistencia técnica y material genético mejorado. Además, la cadena enfrenta desafíos derivados del cambio climático, plagas como moniliasis y escoba de bruja, y altos costos de producción, factores que reducen la competitividad frente a países vecinos como Ecuador y Colombia.

En el caso particular de la región Amazonas, y más específicamente en la provincia de Bagua, el cacao constituye una de las principales actividades agrícolas y una alternativa de desarrollo rural. La denominación de origen “Cacao Amazonas Perú” reconoce las características aromáticas de la producción local, aunque la mayor parte de los agricultores se inclinan por variedades de mayor productividad como CCN-51, en lugar del criollo fino y de aroma, debido a la necesidad de obtener mayores volúmenes para el mercado. Los rendimientos en la zona varían de manera significativa según el nivel tecnológico: fincas con baja inversión producen entre 500 y 700 kg/ha, mientras que aquellas con manejo tecnificado alcanzan hasta 1,800 kg/ha; sin embargo, en el caso del cacao orgánico los rendimientos suelen ser 20% menores. Esta realidad refleja las desigualdades entre productores y la importancia de la asistencia técnica y organizativa en la región.

El manejo agronómico en Amazonas combina prácticas tradicionales y técnicas modernas. La siembra se realiza con plantones injertados (predominantemente CCN-51), en densidades de alrededor de 1,100 plantas por hectárea, con un ciclo productivo que inicia a los 18 meses y se estabiliza a partir del quinto año. El cultivo requiere sombra inicial con plátano o especies forestales (capirona, laurel), las cuales luego se mantienen en densidades de hasta 100 árboles por hectárea. El manejo de plagas y enfermedades depende principalmente de podas, deshierbe, abonamiento y, en algunos casos,

biocontroladores. Sin embargo, factores climáticos como la alta humedad en el distrito de Imaza dificultan las etapas de secado y almacenamiento, lo que explica por qué una gran proporción de productores vende el cacao en baba en lugar de seco.

Las fases de fermentación y secado son cruciales para la calidad del cacao amazónico, pero presentan retos en la zona. La fermentación se realiza en cajones de madera por 4 a 8 días, con remoción diaria, obteniendo mejores resultados que en sacos, donde el proceso suele ser deficiente. El secado en tarimas elevadas garantiza limpieza y ventilación, aunque en Imaza muchos agricultores recurren a plataformas en el suelo o a la venta inmediata de cacao en baba por limitaciones climáticas y de infraestructura. El empaquetado se realiza en sacos de yute de 50 kg, aunque en cooperativas como APROCAM existen esfuerzos por mejorar estándares de almacenamiento y trazabilidad. La calidad resultante depende de la combinación de factores genéticos, ambientales y de postcosecha, siendo este último un cuello de botella recurrente en los distritos de la provincia de Bagua.

Comercio Exterior del Cacao

En 2024, las exportaciones de cacao en grano alcanzaron un valor de US\$ 795,3 millones FOB, con un crecimiento promedio anual de 12.8% en la última década (Promperú, 2024). La producción nacional fue de 159,366 toneladas, de las cuales el 65% se destinó a la exportación. En cuanto a su aporte a la economía regional, Amazonas concentra aproximadamente el 4.18% de la producción nacional, con una producción estimada de 6,656 toneladas en 2024 y una aportación de US\$ 2,3 millones en exportaciones (Sistema Integrado de Estadística Agraria [SIEA], 2024). Asimismo, el Perú

ocupa el 8° lugar como productor de cacao, siendo además el 2° exportador de cacao orgánico en 2022 (PRODUCE, 2024).

La oferta exportable del Perú está conformada en un 56% por la producción de cacao corriente o común (CCN-51+Forastero) y un 44% por la producción de fino de aroma (Criollo+Nativo), lo cual lo distingue de otros países. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MIDAGRI], 2024) En términos de destino, aproximadamente el 65% de la producción nacional se exporta y solo un 35% se consume internamente en forma de chocolates artesanales o industriales. Las certificaciones (orgánico, Fairtrade, Rainforest) representan una porción importante de la oferta exportable y son particularmente demandadas en mercados europeos, donde Perú tiene buena reputación como proveedor sostenible.

Las exportaciones de cacao en grano en el Perú se concentraron principalmente en el mercado asiático y europeo durante 2024, siendo Malasia el principal destino con el 21.3% de lo exportado, seguido por Indonesia (14%), Países Bajos (13.5%) y Bélgica (12.8%), que en conjunto concentraron el 61.6% de las exportaciones (Promperú, 2024). Por otro lado, la venta internacional de derivados de cacao (manteca, pasta, polvo, chocolates, nibs y residuos) tuvieron una participación del 37.6% en las exportaciones del cacao y derivados. (Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales [CIEN], 2024). Relativamente la ventaja comparativa del Perú frente a competidores como Ecuador, Costa de Marfil o Ghana radica en su diversidad genética, el reconocimiento internacional del cacao fino de aroma y su creciente oferta orgánica.

El precio del cacao está directamente vinculado a la cotización internacional de las bolsas de Nueva York y Londres. En 2024, el precio promedio de exportación fue de

aproximadamente US\$ 7.60 por kg (Mollinedo,2025). El comercio exterior del cacao enfrenta actualmente retos críticos vinculados a regulaciones internacionales. La Unión Europea aplicará en diciembre 2024 el Reglamento 2023/1115 (EUDR), que exige trazabilidad total y certificación de cacao libre de deforestación (PRODUCE, 2025). Asimismo, la UE impone límites estrictos al contenido de cadmio en cacao y derivados, donde Perú ha mostrado valores superiores a los permitidos en algunas regiones.

1.3 Un modelo para Perú

El modelo muestra la relación entre la variable independiente "Certificado Fairtrade" y la variable dependiente "Bienestar de los socios" en el contexto de los socios (productores) de una agroexportadora de cacao en Amazonas. La certificación Fairtrade se considera como un factor que puede influir directamente en el bienestar de los socios, puesto que esta certificación establece estándares de comercio justo que buscan mejorar las condiciones de trabajo, garantizar precios justos y promover prácticas agrícolas sostenibles.

Las teorías desarrolladas en torno a la Certificación Fairtrade sirve como punto de partida, estableciendo los principios y estándares del comercio justo, puesto que esta certificación busca mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores a través de prácticas comerciales más equitativas. En el caso de APROCAM-Bagua, la certificación Fairtrade actúa como un impulsor para el cambio en las prácticas comerciales y productivas.

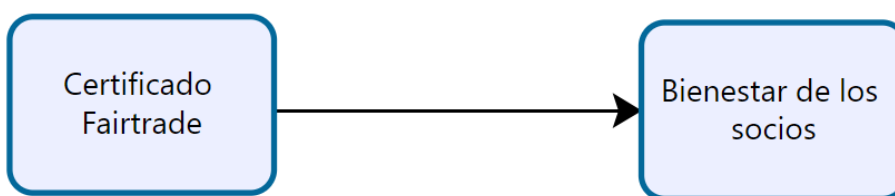
La Teoría de las Exportaciones entra en juego al considerar que la certificación Fairtrade facilita el acceso a mercados internacionales, alineándose con la idea de que las exportaciones son un motor de crecimiento económico. Para APROCAM-Bagua, la

capacidad de exportar cacao certificado con Fairtrade puede traducirse en mayores ingresos y en una progresiva estabilidad económica.

Finalmente, en la Teoría del Bienestar Social, el concepto del Óptimo de Pareto, proporciona un marco para evaluar cómo los cambios introducidos por la certificación Fairtrade afectan el bienestar general de los socios. Esta teoría sugiere que el bienestar no solo debe medirse en términos económicos, sino también en términos no cuantificables.

Figura 1

Modelo explicativo sobre la relación de las variables de estudio



Nota: Se muestra la relación del modelo explicativo de las variables de estudio.

Relación Funcional

$$Y1 = B0 + B1x1$$

Donde:

Y1: Bienestar de los socios

X1: Certificado Fairtrade

1.4 Definiciones

Certificado Fairtrade

Es un sistema de certificación de productos donde los aspectos sociales, económicos y ambientales de la producción están certificados según los Estándares

Fairtrade para Productores y Comerciantes. (Organismo de Certificación Global Independiente de Fairtrade [FLOCERT], 2025)

Para Raynolds y Bennett (2015). En el uso cotidiano, el comercio justo suele asociarse a una posición ética que cuestiona las prácticas del comercio convencional, las cuales, en determinados contextos, son percibidas como desiguales o injustas. Sin embargo, desde una perspectiva académica, el comercio justo se comprende de manera más precisa como un concepto desarrollado y promovido por los principales actores del movimiento social, orientado a transformar las relaciones comerciales tradicionales a través de principios de equidad, justicia social y responsabilidad económica.

El comercio justo no se concibe como una forma de ayuda, sino como una actividad económica que promueve prácticas responsables en los procesos de producción, comercialización y consumo. En una primera aproximación, se asocia al pago de un precio mayor, por productos provenientes de productores organizados, lo cual refleja un compromiso ético del consumidor y una valoración de condiciones comerciales más justas, así como el rechazo a procesos productivos que generan precariedad social y económica. (Infante, 2012).

Exportación

Es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior, no está afectada a tributo alguno (SUNAT, 2025).

Según el Instituto Nacional de Estadística (2025), las exportaciones son los productos que un país vende al exterior. Los datos sobre estas ventas son importantes

porque ayudan a entender la economía nacional, sirven para diseñar políticas públicas, orientar a las empresas y apoyar las negociaciones comerciales.

Bienestar

Renshaw et al. (2014) explican el bienestar como una idea amplia que reúne todo lo que permite a una persona llevar una vida sana y satisfactoria, considerando no solo la salud física, sino también el bienestar psicológico y otros aspectos importantes de la vida.

Barr (1992) señala que el bienestar se construye cuando las personas tienen más oportunidades para mejorar su calidad de vida, y que esto depende de cuatro factores clave: contar con un trabajo digno y bien remunerado; la capacidad de las personas para cuidar su bienestar por cuenta propia, por ejemplo mediante el ahorro o seguros; el apoyo y bienestar dentro de la familia; y el rol del Estado, que debe crear condiciones adecuadas y aplicar políticas que respalden el empleo y el bienestar de las familias.

Bienestar económico:

Para el Comité Internacional de rescate. (2026) El bienestar económico se refiere a que las personas puedan cubrir sus necesidades básicas y contar con ingresos y recursos estables que les permitan mejorar su calidad de vida. Sin embargo, en tiempos de crisis, muchas familias enfrentan situaciones difíciles que las obligan a priorizar la supervivencia inmediata. Esto puede llevarlas a tomar decisiones como retirar a sus hijos de la escuela para que trabajen (en contra del principio FAIRTRADE), lo cual, aunque ayuda en el corto plazo, puede afectar negativamente sus oportunidades y desarrollo en el futuro.

Bienestar social:

Poder Judicial del Perú [PJ], (2026). El bienestar social se relaciona con la satisfacción que experimenta el trabajador al realizar sus actividades en un ambiente

laboral adecuado, donde se sienta valorado y reconocido. Este aspecto no solo influye en su desempeño, sino también en su entorno familiar y en su interacción con la sociedad. Asimismo, debe estar en coherencia con los valores y principios de la organización. Para que realmente funcione, los programas de bienestar deben basarse en las necesidades reales de los trabajadores, y no en lo que un grupo reducido considere conveniente.

Bienestar ambiental:

El bienestar ambiental va más allá del acceso a recursos básicos como la alimentación y el agua potable. Para estos autores, implica también la construcción activa de condiciones que protejan a las personas frente a diversas amenazas, entre ellas las enfermedades infecciosas, la violencia e inseguridad, la exposición a radiación ultravioleta, la contaminación del aire, y la presencia de sustancias nocivas en el suelo y el agua. Anspaugh et al. (2004) y Hales (2005) (como se citó en Chávez, M. y Binnqüist, G, 2014).

Bienestar laboral:

Calderon Rodriguez et al., (2024) menciona que el bienestar laboral comprende el conjunto de condiciones y prácticas organizacionales orientadas a favorecer la salud física y mental de los trabajadores, su satisfacción y su desarrollo profesional. Involucra aspectos como un entorno seguro, el equilibrio entre la vida personal y laboral, el reconocimiento del desempeño y una cultura institucional basada en el respeto y la colaboración.

1.5. Marco Legal

Las leyes nacionales aseguran que las cooperativas operen de manera justa y sostenible, mientras que las normativas internacionales, como las normas de Fairtrade, establecen criterios específicos que mejoran la calidad de vida de los productores a través de precios justos, primas y condiciones de trabajo dignas.

Además, las leyes y acuerdos que facilitan las exportaciones permiten a APROCAM acceder a mercados globales, incrementando sus ingresos y apoyando una gestión transparente que refuerza la confianza tanto dentro de la cooperativa como con sus socios comerciales.

Legislación Nacional Peruana

Ley General de Cooperativas (Decreto Legislativo N° 085): Esta ley regula la constitución, organización y funcionamiento de las cooperativas en Perú, estableciendo principios de autogestión, participación democrática y equidad, que son fundamentales para la certificación Fairtrade y la gestión transparente dentro de la cooperativa.

Ley de Promoción de la Producción Orgánica y Agroecológica (Ley N° 29196): Aunque se enfoca en la producción orgánica, esta ley promueve prácticas agrícolas sostenibles, que son congruentes con los principios de Fairtrade. Incentiva a las cooperativas a adoptar prácticas agrícolas responsables que pueden mejorar el bienestar de los productores al acceder a mercados internacionales con productos de mayor valor agregado.

Ley de Productividad y Competitividad Laboral (Decreto Legislativo N° 728): Regula las condiciones laborales en Perú, con el objetivo de fomentar un ambiente laboral eficiente, justo y competitivo; aspectos clave para el bienestar de los productores de cacao.

Ley N° 22175, Ley de Comunidades Nativas y de Desarrollo Agrario de la Selva y Ceja de Selva: El objetivo primordial de esta ley es promover el desarrollo sostenible e integral de las comunidades nativas, reconociendo su patrimonio cultural y sus formas tradicionales de organización y uso de la tierra. Los pueblos indígenas tienen derecho a ser propietarios de sus tierras ancestrales y participar en la expansión agrícola en sus

territorios. También se les garantiza acceso a recursos naturales y se les fomenta la implementación de actividades que mejoren su calidad de vida y preserven sus tradiciones y costumbres. La ley aboga por el desarrollo de programas y proyectos agrícolas con la participación activa de los pueblos indígenas, mejorando su producción agrícola y acceso a los mercados, respetando la vida silvestre y la biodiversidad de la selva.

Ley General de Aduanas (Decreto Legislativo N° 1053): Regula los procedimientos de importación y exportación en Perú, cumplir con esta ley asegura que las exportaciones se realicen de manera legal y eficiente, permitiendo que el cacao certificado Fairtrade acceda a mercados globales sin obstáculos aduaneros.

Normas Internacionales

Normas de Comercio Justo (Fairtrade Standards): Estas normas establecen los requisitos que deben cumplir las cooperativas o asociaciones para obtener y mantener la certificación Fairtrade. Incluyen criterios sobre precios justos, primas Fairtrade, condiciones laborales y prácticas ambientales, todas orientadas a mejorar el bienestar de los productores y asegurar una gestión transparente.

Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT):

a) Convenio N° 87 sobre la Libertad Sindical y la Protección del Derecho de Sindicación (1948): Este convenio protege el derecho de los trabajadores y empleadores a formar y afiliarse a organizaciones de su elección sin interferencia del gobierno.

b) Convenio N° 29 sobre el Trabajo Forzoso (1930): Prohíbe todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio. En el contexto de Fairtrade, este convenio asegura que todos los trabajadores en la cadena de producción, trabajen de manera libre y voluntaria.

c) Convenio N° 138 sobre la Edad Mínima de Admisión al Empleo (1973):

Este convenio establece la edad mínima para trabajar y busca la eliminación del trabajo infantil. Para las cooperativas con certificación Fairtrade, cumplir con este convenio es esencial para erradicar el trabajo infantil.

d) Convenio N° 100 sobre la Igualdad de Remuneración (1951): Garantiza la

igualdad de remuneración entre hombres y mujeres por trabajo de igual valor.

e) Convenio N° 111 sobre la Discriminación (Empleo y Ocupación) (1958):

Prohíbe la discriminación en el empleo y la ocupación por razones de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional, entre otros.

f) Convenio N° 141 sobre las Organizaciones de Trabajadores Rurales (1975):

Promueve la organización de trabajadores rurales, incluidos los pequeños agricultores, para mejorar sus condiciones laborales y de vida.

Acuerdo Comercial Multipartes: Está regulado por la Ley N° 29867, que aprueba el "Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus Estados Miembros. Este acuerdo facilita el acceso de productos peruanos, como el cacao Fairtrade hacia el mercado europeo, asimismo exige el cumplimiento de normas técnicas y de calidad, y promueve el desarrollo sostenible de las exportaciones, asegurando que los productos cumplan con los estándares del mercado euro.

1.6 Operacionalización de las Variables

Tabla 2

Operacionalización de las Variables

Variables	Definición de la variable	Dimensión	Sub dimensión	Indicadores
<i>Certificado Fairtrade (variable independiente)</i>	Es un sistema de certificación de productos donde los aspectos sociales, económicos y ambientales de la producción están certificados según los Estándares Fairtrade para Productores y Comerciantes. (FLOCERT, s.f.)	Cumplimiento de los 10 Principios	Oportunidades para productores desfavorecidos	1, 2
			Transparencia y responsabilidad	3, 4
			Prácticas comerciales justas	5, 6
			Pagos justos	7, 8
			No al trabajo infantil ni al trabajo forzoso	9, 10
			No discriminación, igualdad de género y libertad de asociación	11, 12
			Condiciones laborales dignas	13, 14
			Desarrollo de Capacidades	15, 16
			Promoción del Comercio Justo	17, 18

		Acción por el clima y protección del medioambiente	19, 20
		Prima Fairtrade	21, 22
	Beneficios económicos	Precio justo	23, 24
	Bienestar económico		25, 26
	Bienestar Social		27, 28
	Bienestar Ambiental		29, 30
	Bienestar laboral		31, 32

Bienestar de los Socios (variable dependiente)

Hace referencia al estado de satisfacción que logra el/la empleado/a en el ejercicio de sus funciones. Es producto de un ambiente laboral agradable y del reconocimiento de su trabajo, que repercute en un bienestar familiar y social. (La fuente, 2019)

1.7 Hipótesis

Hipótesis General

La Certificación Fairtrade ejerce una influencia positiva y significativa en el bienestar de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas.

Hipótesis Específicas

La Certificación Fairtrade ejerce una influencia significativa en el bienestar económico de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas.

La Certificación Fairtrade ejerce una influencia significativa en el bienestar social de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas.

La Certificación Fairtrade ejerce una influencia significativa en el bienestar ambiental de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas.

La Certificación Fairtrade ejerce una influencia significativa en el bienestar laboral de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas.

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

2.1 Tipo de investigación

Kothari, C. (2016). La investigación **aplicada** busca generar conocimiento útil para comprender y atender problemas reales en contextos sociales, organizacionales o institucionales específicos. Sus resultados no necesariamente tienen aplicación práctica, ya que apoyan la toma de decisiones, la mejora de procesos y de forma empírica, aportando información relevante que puede servir como base para futuras investigaciones, aun cuando no se formule una propuesta.

2.2 Método de investigación

Según Hernández et al. (2014) El método de la presente investigación a usar es **cuantitativo**, debido a que se usará en la recopilación de datos para probar las ideas, basándose en números y análisis estadísticos aplicados a nuestros productores de cacao. Esto te ayudará a identificar patrones de comportamiento y a validar teorías.

2.3 Diseño de Contrastación

El diseño **no experimental** para Hernández et al. (2014) Es un estudio en el cual se realiza sin alterar intencionalmente ninguna variable. Simplemente se observa cómo ocurren los fenómenos en su entorno natural para poder analizarlos, y por consiguiente se usa el corte **transversal**, puesto que la recolección de datos se realiza en un único momento en el tiempo, con el propósito de describir las variables de estudio y analizar su incidencia e interrelación tal como se presentan en ese momento específico.

2.4 Alcance de Contrastación

Para Hernández et al. (2014) La investigación tiene un alcance **correlacional**, puesto que se tiene como objetivo identificar y analizar la relación que existe entre dos o

más variables dentro de un contexto específico. Este tipo de estudio busca determinar si los cambios en una variable están asociados con cambios en otra, así como el grado y el sentido de esa relación, que puede ser positiva, negativa o inexistente.

2.5 Población, muestra y muestreo

Población

Según Hernández et al. (2014) La población puede entenderse como el grupo completo de elementos que comparten ciertas características definidas, para lo cual es crucial que esta población se delimite con precisión, especificando claramente sus propiedades, su ubicación geográfica y el marco temporal al que pertenece.

La población de este estudio incluye a todos los socios/productores de la Cooperativa Agraria APROCAM- Bagua que exportan cacao con la certificación Fairtrade, sumando un total de 160 socios.

Muestra y muestreo

Según Hernández et al. (2014) La muestra no probabilística o dirigida es un método de selección en el que el investigador elige deliberadamente a los participantes del estudio según los objetivos y características del estudio, en lugar de hacerlo al azar.

Por otro lado, para Hernández, O. (2021) el muestreo no probabilístico por conveniencia consiste en seleccionar a los participantes en función de su disponibilidad y cercanía al investigador, quien define de forma deliberada la cantidad de casos que integrarán la investigación.

Por tanto, la muestra constará de 50 socios quienes podrán ser contactados personalmente debido a limitaciones logísticas y de acceso, dado que la recolección de datos se realizó de manera presencial en la ciudad de Bagua, específicamente en la

Cooperativa Agraria APROCAM. Factores como la disponibilidad de los productores, tiempos de trabajo y ubicación geográfica influyeron en la reducción del número de encuestados. Además este tipo de muestreo permite trabajar con participantes que deciden involucrarse de manera voluntaria y activa, lo que incrementa la probabilidad de obtener respuestas honestas y confiables. Asimismo, esta estrategia facilita la recolección de información pertinente para cumplir los objetivos del estudio, priorizando la calidad de los datos sobre la generalización de los resultados.

2.6 Técnicas, instrumentos, equipos y materiales de recolección de datos

Técnicas

Según Archenti (2007) refiere a sondeo o encuesta como un método utilizado para recolectar datos sobre actitudes, creencias u opiniones a través de cuestionarios estandarizados.

Instrumento

Hernández et al. (2014) definen a la escala de Likert como una serie de declaraciones diseñadas para evaluar las respuestas de un individuo, ofreciendo opciones de valoración que típicamente abarcan tres, cinco o siete niveles.

El cuestionario diseñado para esta investigación consta de tres partes principales. La primera parte incluye preguntas de respuesta corta para recopilar datos demográficos y socioeconómicos de los socios productores, como edad, género, nivel educativo y años de pertenencia en la cooperativa.

La segunda parte evalúa el cumplimiento de los 10 principios del certificado Fairtrade, y los beneficios económicos con 24 ítems que miden la percepción de los socios

(productores), mediante una escala Likert de 1 a 5, donde 1 corresponde a "totalmente en desacuerdo" y 5 a "totalmente de acuerdo".

Finalmente, la tercera parte aborda el bienestar de los socios a través de 8 ítems organizados en cuatro dimensiones: económica, social, ambiental y laboral. Esta estructura permite obtener información integral sobre la influencia de la certificación Fairtrade en los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas.

Procesamiento y análisis de datos

Una vez recolectada la información, los datos obtenidos fueron ingresados y procesados mediante los programas Microsoft Excel y SPSS, los cuales facilitaron la organización, depuración y análisis de la información recopilada. En una primera etapa, se aplicó estadística descriptiva, utilizando tablas y gráficos para describir las características de las variables a través de frecuencias, porcentajes y medidas de tendencia central.

Posteriormente, se empleó estadística inferencial, específicamente el análisis correlacional, con la finalidad de determinar el grado de relación e influencia entre las variables de estudio. Este procedimiento permitió contrastar las hipótesis planteadas y aportar evidencia empírica sobre el comportamiento de las variables analizadas.

Los resultados obtenidos fueron interpretados de manera objetiva, permitiendo extraer conclusiones relevantes que contribuyen a una mejor comprensión del fenómeno estudiado y sirven como base para la toma de decisiones y futuras investigaciones.

CAPITULO III. RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos a partir del procesamiento y análisis de los datos recolectados, en relación con los objetivos planteados en la investigación. Siguiendo los lineamientos de Metodología de la Investigación de Hernández et al. (2014), se aborda la evaluación de la confiabilidad y validez del instrumento, así como el análisis descriptivo de las variables y el análisis estadístico inferencial, con el fin de contrastar las hipótesis del estudio.

3.1 Confiabilidad del instrumento

Tabla 3

Estadística de Fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	,785
N de elementos	32

Nota. Se visualiza el grado de confiabilidad del instrumento aplicado tomando en cuenta las dos variables. Fuente: SPSS (2026).

Para evaluar la consistencia interna del instrumento, se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor de 0,785 para un total de 2 ítems.

Tavakol & Dennick, 2011; DeVellis y Streiner, 2003 (como se citó en Hernández Sampieri et al., 2014), el Alfa de Cronbach es un estadístico que permite medir el grado de consistencia interna de un instrumento, es decir, la correlación entre sus ítems. En este sentido, se considera que un coeficiente adecuado debe situarse entre 0,70 y 0,90, rango que indica una fiabilidad aceptable a buena.

En consecuencia, el valor obtenido (0,785) evidencia que el instrumento presenta una consistencia interna adecuada, lo que permite afirmar que los ítems son coherentes

entre sí y miden de manera confiable la variable en estudio. Este valor sugiere que existe una consistencia interna adecuada entre los 32 ítems que conforman la escala Likert utilizada, respaldando así la confiabilidad del instrumento para medir las variables de estudio.

Tabla 4

Total, de cuestionarios aplicados

Casos	N	%
Válido	50	100,0
Excluido ¹	0	0,0
Total	50	100,0

Nota. Se muestra el total de cuestionarios aplicados en la cooperativa APROCAM Bagua. Fuente: SPSS (2026)

En cuanto a la muestra, la tabla 4 se evidencia el trabajo total de 50 participantes, todos ellos socios productores de la cooperativa APROCAM-Bagua, logrando una tasa de respuesta del 100% sin casos excluidos ni datos perdidos, lo que fortalece significativamente la calidad del análisis.

3.2 Validez del instrumento

Según Hernández et al. (2014), la validez de contenido se refiere al grado en que un instrumento refleja adecuadamente el dominio del constructo que se desea medir, siendo el juicio de expertos una de las técnicas más utilizadas para su evaluación.

La validez del instrumento fue evaluada mediante el juicio de expertos, con la finalidad de determinar la pertinencia, claridad y coherencia de los ítems en relación con la variable de estudio.

Para ello, el instrumento fue sometido a la evaluación de especialistas en el área: El Dr. Freddy Camacho Delgado, Docente Principal de la Facultad de Ciencias Sociales y

Empresariales en la Universidad Nacional Intercultural Fabiola Salazar Leguía de Bagua, el ingeniero ambiental y el gerente general de la Cooperativa Agraria APROCAM, quienes emitieron sus opiniones y sugerencias, permitiendo realizar los ajustes necesarios antes de su aplicación final.

Durante esta revisión, ambos especialistas evaluaron aspectos como la claridad de las preguntas, su relación con el tema de estudio y la coherencia entre los ítems planteados. En términos generales, coincidieron en que el instrumento es comprensible, pertinente y adecuado para recoger información confiable para el desarrollo de la investigación.

3.3 Análisis estadístico descriptivo

Perfil de los Socios Productores

Tabla 5

Perfil de los Socios/Productores de Cacao de la Cooperativa APROCAM- Bagua

	Recuento	%
<i>Género</i>		
Femenino	15	30
Masculino	35	70
Total	50	100
<i>Edad</i>		
De 18 a 30 años	5	10
De 31 a 40 años	4	8
De 41 a 50 años	14	28
De 51 a 60 años	13	26
mayores de 60 años	14	28
Total	50	100

Estado Civil

Soltero	29	58
Casado	2	4
Viudo	14	28
Divorciado	5	10
Total	50	100
<i>Nivel Educativo</i>		
Nivel primario	19	38
Nivel secundario	18	36
Nivel técnico superior	8	16
Nivel universitario	5	10
Total	50	100
<i>Años como miembro de la cooperativa</i>		
De 1 a 5 años	23	46
De 6 a 10 años	16	32
De 11 a 15 años	3	6
De 16 a 20 años	8	16
Total	50	100
<i>Número de hectáreas</i>		
De 1 a 3 hectáreas	36	72
De 4 a 6 hectáreas	13	26
De 7 a 9 hectáreas	1	2
Total	50	100

La tabla 5 muestra El perfil de los socios de la Cooperativa Agraria revelando características demográficas y sociales distintivas. En cuanto al género, existe una predominancia masculina significativa, representando el 70% de los productores, mientras que las mujeres constituyen el 30% del total. La distribución etaria muestra una

concentración en los rangos medios y superiores de edad, con un 54% de productores entre 41 y 60 años, mientras que solo un 18% son menores de 40 años, y un considerable 28% son mayores de 60 años.

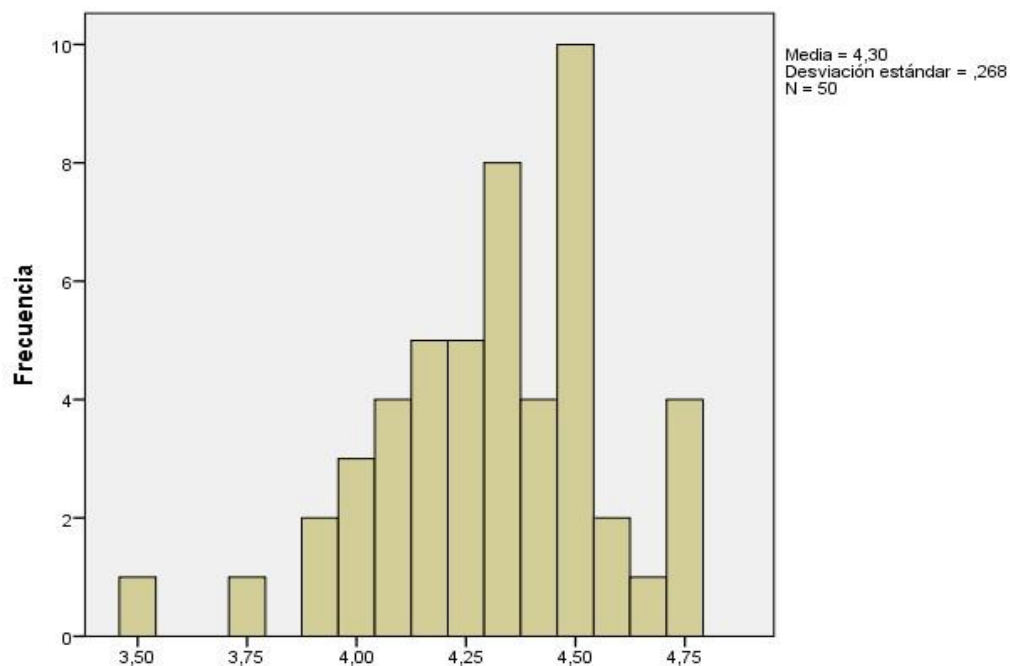
Respecto al estado civil, más de la mitad de los productores (58%) son solteros, seguidos por un 28% de casados, mientras que las categorías de viudos y divorciados representan porcentajes menores. El nivel educativo indica que la mayoría ha alcanzado educación básica, con un 38% con nivel primario y 36% con secundaria, mientras que solo el 26% ha accedido a educación superior (16% técnica y 10% universitaria).

En cuanto a la experiencia en la cooperativa, se observa que casi la mitad (46%) son miembros relativamente nuevos con 1 a 5 años de antigüedad, mientras que un 32% tiene entre 6 y 10 años, reflejando un balance entre experiencia y renovación generacional. La dimensión de las propiedades muestra que la mayoría (72%) son pequeños productores con 1 a 3 hectáreas, seguidos por un 26% que posee entre 4 y 6 hectáreas.

Media y Desviación Estándar

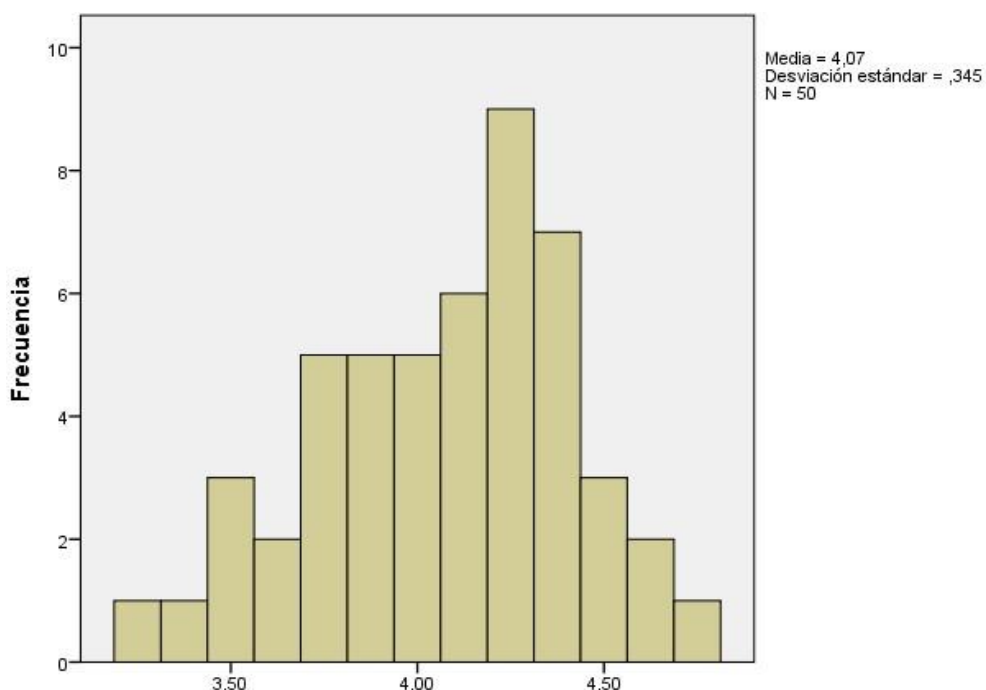
Figura 2

Histograma de la variable Certificación FairTrade



Nota. Se considera la media aritmética de las 24 afirmaciones correspondientes a la variable certificado FairTrade. Fuente: SPSS (2026)

El histograma de la variable *Certificado Fairtrade1* muestra una distribución que se aproxima a la normalidad, con la mayoría de los valores concentrados alrededor de la media (4,30). Esto sugiere que, en general, los participantes tienden a estar de acuerdo (DA) o totalmente de acuerdo (TDA) con las afirmaciones relacionadas con esta variable. La desviación estándar de 0,268 señala que las respuestas están concentradas cerca de la media, lo que implica poca variabilidad entre los encuestados.

Figura 3*Histograma de la variable Bienestar de los Socios*

Nota. Se considera la media aritmética de las 8 afirmaciones correspondientes a la variable bienestar de los socios. Fuente: SPSS (2026).

El histograma de la variable Bienestar de los socios1 muestra una distribución que se aproxima a la normalidad, con la mayoría de los valores concentrados alrededor de la media (4,07). Esto sugiere que, en general, los participantes tienden a estar de acuerdo (DA) o totalmente de acuerdo (TDA) con las afirmaciones relacionadas con esta variable. La desviación estándar de 0,345 indica un nivel de dispersión mayor en comparación con la variable Certificado Fairtrade1, pero aún refleja una concentración relativamente cercana a la media, lo que implica una variabilidad moderada entre los encuestados.

• **Tablas de frecuencia**

Cumplimiento de los criterios de la certificación

1. Oportunidades para productores desfavorecidos

Tabla 6

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°-subdimensión 1°- ítem 1°)

1- La certificación me ha permitido hacer mejoras en el tratamiento de mis parcelas.	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
DA	23	46,0	46,0	46,0
TDA	27	54,0	54,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Nota. Valoración de la 1° afirmación que corresponde a la mejora de sus parcelas Fuente: SPSS (2026).

El análisis presenta que el 46% de los productores respondió con "DA" (De Acuerdo), lo que equivale a 23 personas. Esto sugiere que una parte significativa de los encuestados reconoce que la certificación ha contribuido de alguna manera a mejorar el manejo de sus parcelas.

Por otro lado, el 54% de los productores indicó "TDA" (Totalmente De Acuerdo), es decir, 27 personas. Este grupo manifiesta un alto nivel de conformidad con la afirmación, evidenciando que la mayoría percibe un impacto muy positivo de la certificación en este aspecto. El resultado muestra que la totalidad de los encuestados (100%) estuvo de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación, lo que refleja una percepción ampliamente positiva sobre los beneficios que la certificación Fairtrade ha generado en el tratamiento de sus parcelas. Esto refuerza la idea de que la certificación ha sido un factor clave en la implementación de mejoras prácticas agrícolas dentro de la cooperativa.

Tabla 7*Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°-subdimensión 1°- ítem 2°)*

2- Ahora tengo más oportunidades de crecer como productor que antes.	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
DA	21	42,0	42,0	42,0
TDA	29	58,0	58,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Nota. Valoración de frecuencia del 2° ítem, que corresponde al crecimiento como productor de Cacao. Fuente: SPSS (2026).

En el análisis realizado a los productores de cacao de la cooperativa APROCAM respecto a las oportunidades de crecimiento con su producción, se analizó la afirmación: "Ahora tengo más oportunidades de crecer como productor que antes.", Por lo que, de los 50 productores encuestados, el 58% (29 productores) indicó estar Totalmente de Acuerdo (TDA) con la afirmación, lo que sugiere que una parte significativa de los productores percibe una clara mejora en sus oportunidades de crecimiento desde la certificación Fairtrade. Por otro lado, el 42% (21 productores) se mostró De Acuerdo (DA), lo que indica que, si bien la mayoría considera que sus oportunidades han aumentado, no lo perciben de manera tan contundente como el grupo anterior.

Estos resultados reflejan una percepción mayoritariamente positiva entre los productores con respecto a la influencia de la certificación en sus oportunidades de crecimiento. Sin embargo, también revelan matices, con un grupo que percibe un cambio muy significativo y otro que, si bien lo considera favorable, no lo ve de manera tan marcada. Esto sugiere la necesidad de profundizar en las condiciones y experiencias individuales de los productores para comprender mejor los factores que determinan estos

diferentes puntos de vista y garantizar que todos se beneficien equitativamente de la certificación.

2. Transparencia y responsabilidad

Tabla 8

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- subdimensión 2°- ítem 3°)

3- Nosotros como productores recibimos información actualizada sobre los precios y condiciones del mercado.	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
DA	24	48,0 %	48,0 %	48,0 %
TDA	26	52,0 %	52,0 %	100,0 %
Total	50	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Nota. Valoración de Frecuencia del 3° ítem, que corresponde a la información que reciben los productores (precio y condiciones de mercado). Fuente: SPSS (2026).

En el análisis realizado a la afirmación: "Nosotros como productores recibimos información actualizada sobre los precios y condiciones del mercado", los resultados obtenidos muestran que el 52% de los encuestados respondió "Totalmente de acuerdo" (TDA), mientras que el 48% se mostró simplemente "De acuerdo" (DA). Esto implica que más de la mitad de los productores perciben una adecuada y constante información actualizada sobre las condiciones del mercado, lo que puede ser un factor clave para la toma de decisiones y la planificación estratégica de su actividad productiva.

En conjunto, el 100% de los productores manifestó una percepción positiva frente a esta afirmación, lo que evidencia un nivel de conformidad generalizado respecto al acceso a información relevante del mercado. Esto sugiere que la cooperativa, u otros actores, han

logrado implementar mecanismos efectivos para mantener informados a los productores, aspecto que podría estar influenciado por la certificación Fairtrade.

Tabla 9

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 2°-ítem 4°)

4-Los directivos de la cooperativa nos consultan antes de tomar decisiones importantes	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
ED	1	2,0%	2,0%	2,0%
I	1	2,0%	2,0%	4,0%
DA	29	58,0%	58,0%	62,0%
TDA	19	38,0%	38,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	100,0%

Nota. Valoración del 4° ítem, que corresponde a la información en la toma de decisiones que brindan. Fuente: SPSS (2026).

El análisis de la afirmación “Los directivos de la cooperativa nos consultan antes de tomar decisiones importantes”, los resultados indican que el 58% de los productores están De acuerdo (DA), mientras que el 38% están Totalmente de acuerdo (TDA). Solo un 2% señaló estar En Desacuerdo (ED) y otro 2% indicó ser Indiferente (I).

Esto refleja que una amplia mayoría de los productores percibe que existe un diálogo y consideración de su opinión por parte de los directivos de la cooperativa antes de tomar decisiones importantes, lo que puede ser un indicador positivo de gobernanza participativa. Sin embargo, la presencia de una pequeña proporción de respuestas de desacuerdo e indiferencia podría sugerir que aún hay oportunidades para fortalecer la comunicación y asegurar que todos los productores se sientan incluidos en los procesos de toma de decisiones.

Estos resultados están alineados con los criterios de la certificación Fairtrade, que fomenta una mayor participación de los productores en la gestión de la cooperativa, fortaleciendo su capacidad de influir en las decisiones que afectan tanto su bienestar, como su productividad.

3. Prácticas comerciales justas

Tabla 10

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 3°-ítem 5°)

5- Los compradores cumplen con los términos acordados en los contratos comerciales	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
ED	1	2,0%	2,0%	2,0%
I	3	6,0%	6,0%	8,0%
DA	28	56,0%	56,0%	64,0%
TDA	18	36,0%	36,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	100,0%

Nota. Validación del 5° ítem, correspondiente a los términos de contratos comerciales.
Fuente: SPSS (2026).

La tabla 10 presentada muestra el análisis de la frecuencia de la afirmación de los encuestados sobre el cumplimiento de los términos acordados en los contratos comerciales por parte de los compradores. Según los resultados obtenidos, se observa que la mayoría de los participantes tienen una opinión favorable respecto a esta afirmación.

De las 50 respuestas válidas registradas, el 56% de los encuestados expresó estar de acuerdo con que los compradores cumplen con los términos establecidos, mientras que un 36% manifestó estar totalmente de acuerdo. En conjunto, estas categorías representan un 92% de opiniones positivas, lo que indica una alta percepción de cumplimiento por parte

de los compradores. Por otro lado, el 6% de los participantes se mostró indeciso, mientras que solo el 2% expresó estar en desacuerdo con la afirmación.

Estos resultados destacan una percepción predominante de confianza en las relaciones comerciales dentro de la cooperativa agraria APROCAM. La opinión mayoritaria de cumplimiento podría asociarse con una buena gestión de los contratos comerciales, lo que podría contribuir al bienestar y la estabilidad de los productores de cacao en este contexto.

Tabla 11

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 3°-ítem 6°)

6-Tener la certificación FairTrade nos ha permitido incrementar las exportaciones de nuestro cacao a mercado internacionales	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
I	3	6,0%	6,0%	6,0%
DA	25	50,0%	50,0%	56,0%
TDA	22	44,0%	44,0%	100,0%
Total	50	100,0%	100,0%	100,0%

Nota. Validación del 6° Ítem, correspondiente al incremento de exportaciones del cacao.
Fuente: SPSS (2026)

Esta tabla presenta el análisis de la percepción de los encuestados sobre la afirmación: "Tener la certificación Fairtrade nos ha permitido incrementar las exportaciones de nuestro cacao a mercados internacionales". Los resultados muestran que existe una opinión mayoritariamente positiva respecto a este impacto.

De las 50 respuestas válidas registradas, el 50% de los participantes expresaron estar de acuerdo con la afirmación, mientras que un 44% manifestó estar totalmente de acuerdo. En conjunto, estas categorías representan un 94% de respuestas positivas, lo que

indica un fuerte consenso sobre los beneficios que aporta la certificación Fairtrade en el acceso a mercados internacionales. Por otro lado, solo el 6% de los encuestados se mostró indeciso respecto a esta afirmación, y no se registraron respuestas en desacuerdo.

Este análisis pone de manifiesto la importancia de la certificación Fairtrade como un elemento clave para mejorar las oportunidades de exportación de la cooperativa agraria APROCAM. La percepción positiva de los encuestados sugiere que la certificación no solo contribuye al fortalecimiento comercial, sino también al posicionamiento del cacao en los mercados internacionales, lo que puede tener un impacto directo en el bienestar de los productores.

4. Pagos justos

Tabla 12

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 4°-ítem 7°)

7.Cuando los precios del mercado bajan, recibimos al menos el precio mínimo garantizado por FairTrade	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
I	4	8,0	8,0	8,0
DA	32	64,0	64,0	72,0
TDA	14	28,0	28,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Nota. Validación del Ítem 7°, correspondiente al pago del producto frente a la caída de los precios. Fuente: SPSS (2026).

La tabla 12 analiza las respuestas de los encuestados respecto a la afirmación: "Cuando los precios del mercado bajan, recibimos al menos el precio mínimo garantizado por Fairtrade". Los datos reflejan una percepción predominantemente positiva sobre la garantía del precio mínimo proporcionado por esta certificación.

De las 50 respuestas válidas, el 64% de los participantes expresaron estar de acuerdo con la afirmación, mientras que el 28% indicó estar totalmente de acuerdo. En conjunto, esto representa un 92% de respuestas favorables, lo que evidencia un alto nivel de confianza en el beneficio del precio mínimo garantizado por Fairtrade. Por otro lado, solo el 8% de los encuestados manifestó estar indeciso, y no se registraron respuestas en desacuerdo.

Estos resultados destacan el papel crucial de la certificación Fairtrade en la estabilidad económica de los productores de cacao de la cooperativa agraria APROCAM. Garantizar un precio mínimo, especialmente cuando los periodos de precios bajan en el mercado, parece ser percibido como un mecanismo eficaz para proteger los ingresos de los productores, contribuyendo así a su bienestar económico y fortaleciendo su confianza en este sistema de certificación.

Tabla 13

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 4°-ítem 8°)

8-Puedo solventar los gastos del hogar con las ganancias obtenidas de la venta de cacao FairTrade	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
ED	1	2,0	2,0	2,0
I	3	6,0	6,0	8,0
DA	27	54,0	54,0	62,0
TDA	19	38,0	38,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Nota. Validación del ítem 8°, correspondiente a la solvencia de los gastos del hogar con ganancias del Fairtrade. Fuente: SPSS (2026).

La tabla refleja las opiniones de los encuestados sobre la afirmación: "Puedo solventar los gastos del hogar con las ganancias obtenidas de la venta del cacao Fairtrade".

Los resultados indican una percepción mayoritariamente positiva respecto a la capacidad de estas ganancias para cubrir los costos del hogar.

De las 50 respuestas válidas registradas, el 54% de los encuestados expresó estar de acuerdo con la afirmación, mientras que el 38% manifestó estar totalmente de acuerdo. En conjunto, estas respuestas representan un 92% de opiniones favorables, lo que resalta que una amplia mayoría considera que las ganancias generadas por la venta de cacao bajo la certificación Fairtrade son suficientes para cubrir las necesidades del hogar. Por otro lado, el 6% de los participantes se mostró indeciso, y solo el 2% expresó estar en desacuerdo.

Estos resultados sugieren que la certificación Fairtrade no solo garantiza precios justos, sino que también contribuye significativamente al bienestar económico de los hogares de los productores de la cooperativa agraria APROCAM. La alta proporción de respuestas positivas refleja que los ingresos provenientes de esta actividad comercial son percibidos como una fuente de estabilidad económica para las familias productoras.

5. No al trabajo infantil ni al trabajo forzoso

Tabla 14

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 5°-ítem 9°)

9-En mi parcela, solo trabajan mayores de 18 años en todas las actividades relacionadas con la producción de cacao	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
DA	28	56,0	56,0	56,0
TDA	22	44,0	44,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Nota. Validación del ítem 9°, correspondiente al trabajo de mayores de 18 años. Fuente: SPSS (2026).

La tabla analiza las respuestas de los encuestados respecto a la afirmación: "En mi parcela, solo trabajan personas mayores de 18 años en todas las actividades relacionadas con la producción de cacao". Los resultados reflejan una opinión positiva sobre la conformidad con este principio ético en las prácticas laborales y de las 50 respuestas válidas, el 56% de los encuestados indicó estar de acuerdo con la afirmación, mientras que el 44% manifestó estar totalmente de acuerdo. En conjunto, esto representa el 100% de los participantes, lo que evidencia un compromiso total de los productores con el cumplimiento de esta práctica laboral responsable y alineada con los principios éticos que fomentan la certificación Fairtrade.

Este resultado sugiere que en la cooperativa agraria APROCAM se respetan de manera estricta las normativas que prohíben el trabajo infantil, garantizando que las actividades relacionadas con la producción de cacao sean realizadas únicamente por personas mayores de 18 años. Esto no solo refuerza la responsabilidad social de la cooperativa, sino que también contribuye al cumplimiento de los estándares internacionales asociados a la certificación Fairtrade.

Tabla 15

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 5°-ítem 10°)

10-La cooperativa tiene mecanismos para prevenir el trabajo infantil	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
TED	1	2%	2%	2%
ED	7	14%	14%	16%
I	13	26%	26%	42%
DA	19	38%	38%	80%
TDA	10	20%	20%	100%

10-La cooperativa tiene mecanismos para prevenir el trabajo infantil	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Total	50	100%	100%	

Nota. Validación del Ítem 10°, correspondiente a la prevención de trabajos infantiles.
Fuente: SPSS (2026).

La tabla analiza las respuestas de los encuestados respecto a la afirmación: "La cooperativa tiene mecanismos para prevenir el trabajo infantil". Los resultados muestran una diversidad de opiniones, con una inclinación hacia percepciones positivas.

De las 50 respuestas válidas, el 38% de los encuestados indicó estar de acuerdo con la afirmación, mientras que el 20% manifestó estar totalmente de acuerdo. Estas dos categorías suman un 58% de respuestas favorables, lo que indica que una mayoría percibe que la cooperativa agraria APROCAM cuenta con mecanismos efectivos para prevenir el trabajo infantil.

Por otro lado, el 26% de los participantes se mostró indeciso, lo que sugiere que una parte significativa de los encuestados no tiene suficiente claridad sobre la implementación o efectividad de estos mecanismos. Además, el 14% expresó estar en desacuerdo y el 2% totalmente en desacuerdo, representando un 16% de opiniones negativas.

Estos resultados indican que, si bien existe una mayoría que reconoce la existencia de mecanismos para prevenir el trabajo infantil, aún existe una proporción considerable de encuestados que no están completamente convencidos o no tienen información suficiente sobre dichas medidas. Esto podría señalar la necesidad de fortalecer la comunicación y la sensibilización sobre las acciones que la cooperativa realiza, para garantizar un mayor conocimiento y respaldo de sus integrantes.

6. No discriminación, igualdad de género y libertad de Asociación

Tabla 16

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 6°-ítem 11°)

11-En la cooperativa, las mujeres ganan por lo mismo que los hombres por cosechar la misma cantidad de cacao	Fr.	%	% válido	% acumulado
TED	1	2%	2%	2%
ED	2	4%	4%	6%
I	4	8%	8%	14%
DA	18	36%	36%	50%
TDA	25	50%	50%	100%
Total	50	100%	100%	

Nota. Validación del Ítem 11°, correspondiente al pago equitativo. Fuente: SPSS (2026).

La tabla 16 analiza las respuestas de los encuestados sobre la afirmación: "En la cooperativa, las mujeres ganan lo mismo que los hombres por cosechar la misma cantidad de cacao". Los resultados reflejan una percepción predominantemente positiva acerca de la equidad salarial en la cooperativa agraria APROCAM.

De las 50 respuestas válidas, el 50% de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo con la afirmación, mientras que el 36% expresó estar de acuerdo. Estas dos categorías representan un 86% de opiniones favorables, lo que sugiere que una amplia mayoría percibe que la cooperativa promueve la igualdad de género en términos salariales. Por otro lado, el 8% de los participantes se mostró indeciso respecto a la afirmación, mientras que un 4% expresó estar en desacuerdo y un 2% totalmente en desacuerdo. Estas respuestas negativas, aunque minoritarias, podrían indicar la necesidad de continuar reforzando las políticas de igualdad de género y asegurarse de que estas sean percibidas por todos los miembros de la cooperativa.

En general, los datos reflejan una percepción mayoritaria de igualdad salarial entre hombres y mujeres en la cooperativa, lo cual es consistente con los principios de equidad e inclusión que fomentan la certificación Fairtrade. Sin embargo, sería beneficioso realizar esfuerzos adicionales para eliminar cualquier duda o percepción contraria entre los miembros.

Tabla 17

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 6°-Ítem 12°)

12- Todos los productores reciben el mismo trato sin importar su origen o condición	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
DA	12	24%	24%	24%
TDA	38	76%	76%	100%
Total	50	100%	100%	

Nota. Validación del Ítem 12°, correspondiente al buen trato, sin importar su origen o condición. Fuente: SPSS (2026).

Se presenta los resultados de la afirmación: "Todos los productores reciben el mismo trato sin importar su origen o condición". Los datos reflejan una percepción plenamente positiva sobre la equidad en el trato dentro de la cooperativa agraria APROCAM.

De las 50 respuestas válidas, el 76% de los encuestados manifestó estar Totalmente De Acuerdo (TDA) con esta afirmación, mientras que el 24% indicó Estar De Acuerdo (DA). En conjunto, la totalidad de los participantes perciben que existe un trato igualitario hacia todos los productores, independientemente de su origen o condición.

Estos resultados refuerzan la idea de que la cooperativa ha implementado con éxito políticas de inclusión y equidad, promoviendo un entorno donde todos los miembros son

tratados de manera justa. Esto es especialmente relevante en el contexto de las certificaciones Fairtrade, que exigen prácticas responsables y no discriminatorias, fortaleciendo la confianza de los productores en la organización.

7. Condiciones laborales dignas

Tabla 18

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 7°- Ítem 13°)

13-Todos los trabajadores en mi parcela reciben al menos la remuneración mínima mensual por su trabajo	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
DA	29	58%	58%	58%
TDA	21	42%	42%	100%
Total	50	100%	100%	

Nota. Validación del Ítem 13°, correspondiente a la remuneración del trabajador. Fuente: SPSS (2026).

La tabla refleja las respuestas a la afirmación: "Todos los trabajadores en mi parcela reciben al menos la remuneración mínima mensual por su trabajo". De las 50 respuestas válidas; el 58% de los encuestados manifestó estar de acuerdo (DA) con la afirmación y el 42% indicó estar totalmente de acuerdo (TDA).

Esto significa que todos los participantes reconocen que los trabajadores en sus parcelas reciben al menos la remuneración mínima establecida. Sin embargo, el porcentaje mayoritario (58%) que eligió "de acuerdo" podría sugerir que, aunque se cumple con el salario mínimo, existe espacio para mejorar o garantizar de manera más sólida el cumplimiento y percepción de la remuneración justa.

Este resultado está alineado con los estándares de la certificación Fairtrade, que promueve condiciones laborales dignas, incluida la garantía de salarios justos. No obstante,

podría ser relevante investigar más a fondo si los salarios son considerados justos en relación con el esfuerzo y las horas trabajadas.

Tabla 19

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 7°-Ítem 14°)

14-Tengo acceso a servicios básicos (Agua, baños) cuando trabajo	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
TED	1	2%	2%	2%
ED	1	2%	2%	4%
DA	31	62%	62%	66%
TDA	17	34%	34%	100%
Total	50	100%	100%	

Nota. Validación del Ítem 14°, correspondiente a los servicios básicos. Fuente: SPSS (2026).

La afirmación evaluada en la tabla fue: "Tengo acceso a servicios básicos (agua, baños) cuando trabajo". Los resultados muestran que una gran mayoría, el 96% de los encuestados, afirmó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que refleja que cuentan con acceso adecuado a servicios esenciales como agua y baños en sus lugares de trabajo. Este dato es positivo, ya que estos servicios son fundamentales para garantizar condiciones laborales dignas y saludables.

Sin embargo, un pequeño porcentaje, el 4%, indicó estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la afirmación. Este grupo, aunque reducido, señala posibles áreas donde no se están cumpliendo estas condiciones básicas, lo que merece atención para asegurar que todos los trabajadores puedan desempeñar sus labores en un entorno adecuado.

En general, los resultados sugieren que el acceso a servicios básicos está bastante generalizado, pero también subrayan la importancia de abordar las excepciones para lograr un entorno de trabajo plenamente inclusivo y justo.

8. Desarrollo de capacidades

Tabla 20

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 8°-Ítem 15°)

15-En el último año, recibí al menos 2 capacitaciones sobre prácticas de conservación para el cultivo de cacao	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
ED	1	2%	2%	2%
I	1	2%	2%	4%
DA	11	22%	22%	26%
TDA	37	74%	74%	100%
Total	50	100%	100%	

Nota. Validación del Ítem 15°, correspondiente a las capacitaciones. Fuente: SPSS (2026).

La afirmación analizada en la tabla 20 fue: "En el último año, recibí al menos dos capacitaciones sobre prácticas de conservación para el cultivo de cacao".

Los resultados indican que la gran mayoría de los encuestados, un 74%, está totalmente de acuerdo en que recibió estas capacitaciones, mientras que un 22% está de acuerdo. Esto significa que un 96% de los participantes tuvo acceso a estas capacitaciones, lo que evidencia un compromiso significativo con la formación en prácticas de conservación en el sector del cacao, sin embargo, un pequeño porcentaje, equivalente al 4% (2 personas), manifestó estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que sugiere que aún hay margen para que estas oportunidades de formación lleguen a todos los productores.

En general, los datos reflejan un esfuerzo positivo en la promoción de prácticas sostenibles para el cultivo de cacao, aunque sería ideal reforzar los mecanismos para

garantizar la inclusión de aquellos que no han recibido estas capacitaciones. Esto ayudaría a consolidar una producción más responsable y respetuosa con el medio ambiente.

Tabla 21

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 8°-Ítem 16°)

16-Existe programas de desarrollo de habilidades de liderazgo para los productores	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
TED	1	2,0	2,0	2,0
ED	3	6,0	6,0	8,0
I	1	2,0	2,0	10,0
DA	28	56,0	56,0	66,0
TDA	17	34,0	34,0	100,0
Total	50	100%	100%	

Nota. Validación del Ítem 16°, correspondiente al desarrollo de habilidades de liderazgo.
Fuente: SPSS (2026).

La afirmación evaluada fue: "Existen programas de desarrollo de habilidades de liderazgo para los productores", mediante el cual los resultados reflejan que un 56% de los encuestados está de acuerdo en que dichos programas existen, mientras que un 34% está totalmente de acuerdo. Esto implica que un 90% de los participantes reconoce la presencia de estos programas, lo que demuestra un esfuerzo importante en el fortalecimiento de capacidades de liderazgo en el sector.

Por otro lado, un 8% (4 personas) expresó desacuerdo en diferentes niveles (2% totalmente en desacuerdo, 6% en desacuerdo), mientras que el restante 2% indicó una postura intermedia (indiferente). Esto podría reflejar ciertas limitaciones en la percepción o el alcance de los programas de liderazgo en cuestión.

En general, los resultados destacan un compromiso por parte de las instituciones o cooperativas para fomentar el liderazgo entre los productores. Sin embargo, será valioso investigar más a fondo las barreras o razones detrás de las respuestas negativas o indiferentes, con el objetivo de mejorar la inclusión y el impacto de estos programas.

9. Promoción del comercio justo

Tabla 22

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 9°-Ítem 17°)

17- La cooperativa a establecido relaciones directas con 2 nuevas empresas chocolateras que se comprometen con los principios de comercio justo	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
ED	3	6,0%	6,0%	6,0%
I	13	26,0%	26,0%	32,0%
DA	22	44,0%	44,0%	76,0%
TDA	12	24,0%	24,0%	100,0%
Total	50	100%	100%	

Nota. Validación del Ítem 17°, correspondiente a las relaciones comerciales. Fuente: SPSS (2026).

La afirmación analizada fue: "La cooperativa ha establecido relaciones directas con al menos dos nuevas empresas chocolateras que se comprometen con los principios del comercio justo".

La mayoría de los encuestados, en un 44%, está de acuerdo con esta afirmación, mientras que un 24% incluso está totalmente de acuerdo. Esto significa que el 68% de las personas perciben de manera positiva los esfuerzos de la cooperativa para crear nuevas alianzas con empresas comprometidas con el comercio justo. Este es un dato talentoso, ya

que refleja que una buena parte de los productores reconoce estas iniciativas y su importancia.

Sin embargo, hay un 26% de los encuestados que se mostraron indiferentes. Este grupo probablemente no tiene claridad sobre estas acciones o no las considera suficientemente visibles o impactantes. Además, un pequeño porcentaje, el 6%, expresó desacuerdo, lo que podría indicar falta de conocimiento o confianza en las gestiones realizadas.

Aunque los resultados son positivos en su mayoría, este análisis sugiere que la cooperativa podría fortalecer la comunicación sobre los logros alcanzados en este ámbito. Es crucial que todos los productores conozcan estas alianzas, comprendan su importancia y vean reflejado cómo estas relaciones benefician tanto a ellos como a la sostenibilidad de su trabajo. Promover una mayor participación y generar espacios de diálogo puede ser clave para reducir la indiferencia y reforzar la percepción positiva.

Tabla 23

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 9°-Ítem 18°)

18-La cooperativa participa activamente en eventos de promoción de comercio justo	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
ED	1	2,0	2,0	2,0
DA	12	24,0	24,0	26,0
TDA	37	74,0	74,0	100,0
Total	50	100%	100%	

Nota. Validación del Ítem 18°, correspondiente a la participación activa en eventos.
Fuente: SPSS (2026).

El análisis de los datos sobre la afirmación "La cooperativa participa activamente en eventos de promoción del comercio justo" refleja una tendencia clara entre los

encuestados. De un total de 50 participantes, la mayoría, representada por el 74%, manifestó estar totalmente de acuerdo (TDA) con esta afirmación, lo que indica una percepción positiva sobre la involucración activa de la cooperativa en este tipo de actividades.

Por otro lado, un 24% de los encuestados declaró estar de acuerdo (DA), mientras que únicamente un 2% expresó estar en desacuerdo (ED). Este último grupo constituye una minoría significativa, lo que refuerza la idea de que las acciones relacionadas con la promoción del comercio justo son ampliamente reconocidas y valoradas dentro de la cooperativa.

En conjunto, estos resultados sugieren que la participación en eventos de comercio justo es percibida como un pilar importante de las actividades de la cooperativa, con un respaldo sólido por parte de los productores. Esto podría deberse a los beneficios tangibles e intangibles asociados con el comercio justo, como el fortalecimiento de las relaciones comerciales y el incremento de la visibilidad de la cooperativa en mercados éticos.

10. Acción por el clima y protección del medio ambiente

Tabla 24

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1º- Subdimensión 10º-Ítem 19º)

19- Sé cómo proteger mis cultivos de los cambios climáticos	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
TED	1	2,0%	2,0%	2,0%
ED	2	4,0%	4,0%	6,0%
I	4	8,0%	8,0%	14,0%
DA	24	48,0%	48,0%	62,0%
TDA	19	38,0%	38,0%	100,0%
Total	50	100%	100%	

Nota. Validación del Ítem 19°, correspondiente a la protección frente al cambio climático. Fuente: SPSS (2026).

En relación con la afirmación "Sé cómo proteger mis cultivos de los cambios climáticos", los resultados muestran una diversidad de opiniones entre los encuestados.

De los 50 participantes, el 48% indicó estar de acuerdo (DA) con la afirmación, lo que representa el grupo mayoritario y sugiere que casi la mitad de los productores tiene un conocimiento moderado sobre cómo abordar los desafíos climáticos. Por otro lado, un 38% afirmó estar totalmente de acuerdo (TDA), demostrando un alto nivel de confianza en sus habilidades para proteger sus cultivos frente a los efectos del cambio climático.

Sin embargo, existe un porcentaje menor que manifiesta cierto nivel de incertidumbre o desconocimiento. El 8% de los participantes se declaró indeciso (I), mientras que un 4% expresó estar en desacuerdo (ED) y un 2% totalmente en desacuerdo (TED). Estos datos reflejan que, aunque la mayoría de los productores tiene algún grado de preparación, aún hay un sector que podría requerir mayor capacitación o apoyo técnico para enfrentar adecuadamente los retos asociados con los cambios climáticos.

En términos generales, los resultados destacan la importancia de seguir fortaleciendo las estrategias de formación y asistencia técnica para garantizar que todos los productores estén mejor equipados para proteger sus cultivos y minimizar los riesgos derivados de las variaciones climáticas.

Tabla 25

Análisis de Frecuencia (Dimensión 1°- Subdimensión 10°-Ítem 20°)

20-Practico el manejo adecuado de residuos en mi parcela	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
ED	1	2,0%	2,0%	2,0%

20-Practico el manejo adecuado de residuos en mi parcela	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
I	5	10,0%	10,0%	12,0%
DA	23	46,0%	46,0%	58,0%
TDA	21	42,0%	42,0%	100,0%
Total	50	100%	100%	

Nota. Validación del Ítem 20°, correspondiente al buen trato, sin importar su origen o condición. Fuente: SPSS (2026).

En cuanto a la afirmación "Práctico el manejo adecuado de residuos en mi parcela", los resultados indican que la mayoría de los encuestados tienen hábitos positivos en este aspecto. De los 50 participantes, el 46% afirmó estar de acuerdo (DA), mientras que el 42% expresó estar totalmente de acuerdo (TDA). En conjunto, estos datos sugieren que una gran parte de los productores aplican prácticas adecuadas de gestión de residuos en sus parcelas, lo cual es un indicador favorable para la sostenibilidad y cuidado ambiental dentro de la cooperativa.

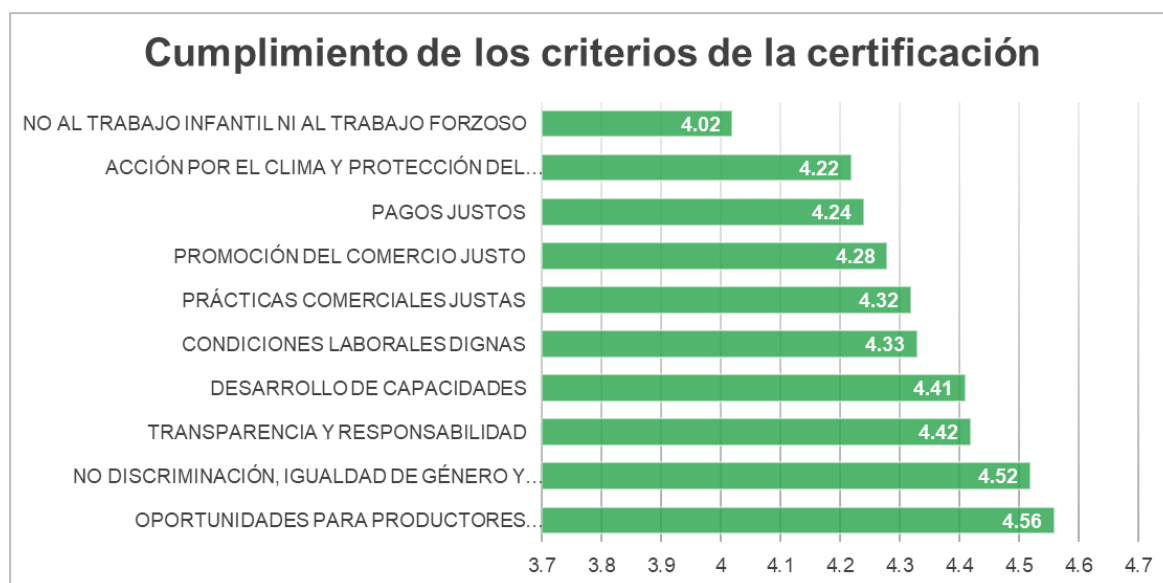
Por otro lado, un 10% de los encuestados indicó una posición indecisa (I), lo que podría señalar la necesidad de mayor información o capacitación sobre el tema.

Finalmente, un 2% manifestó estar en desacuerdo (ED), representando una minoría que probablemente enfrenta dificultades o carece de los recursos necesarios para implementar estas prácticas.

Estos resultados subrayan la importancia de continuar promoviendo programas educativos y de apoyo técnico que fortalezcan el manejo de residuos, asegurando que todos los productores puedan contribuir a la sostenibilidad ambiental de manera efectiva y consciente.

Figura 4

Valoración promedio de los beneficios económicos de la certificación Fairtrade



Fuente: Elaboración Propia (2026).

Respecto al cumplimiento de los criterios de la certificación Fairtrade, se obtuvo un promedio general de 4.33 sobre 5, lo que evidencia una percepción favorable por parte de los productores. Destaca principalmente el criterio de oportunidades para productores, con una media de 4.56, seguido de no discriminación e igualdad de género, con 4.52, y desarrollo de capacidades, con 4.41. Estos resultados muestran que la certificación es percibida favorablemente no solo en aspectos comerciales, sino también en aspectos relacionados con las oportunidades, la participación y el fortalecimiento de las capacidades de los productores.

El criterio de no al trabajo infantil y trabajo forzoso obtuvo la menor valoración, con una media de 4.02. Al analizar sus dos indicadores, se observa que los productores consideran favorablemente que en sus parcelas solo trabajen personas mayores de 18 años, con una media de 4.44. Sin embargo, la percepción disminuye a 3.60 respecto a los

mecanismos que tiene la cooperativa para prevenir el trabajo infantil. Esto evidencia que, aunque el resultado general es favorable, existe una oportunidad de mejora en el fortalecimiento y comunicación de estos mecanismos de prevención dentro de la cooperativa.

Beneficios Económicos

11. Prima Fairtrade

Tabla 26

Análisis de Frecuencia (Dimensión 2- subdimensión 11-ítem 21)

21-Considero que el proceso que se realiza para obtener la Certificación es la adecuada	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
I	2	4,0%	4,0%	4,0%
DA	26	52,0%	52,0%	56,0%
TDA	22	44,0%	44,0%	100,0%
Total	50	100%	100%	

Nota. Valoración del Ítem 21, correspondiente al proceso de obtención de la certificación. Fuente: SPSS (2026).

La tabla refleja las respuestas de los productores en relación con la afirmación: "Considero que el proceso que se realiza para obtener la certificación Fairtrade es la adecuada." Se observa que el 52% de los encuestados (26 personas) manifestaron estar "De acuerdo" con esta afirmación, lo que indica que más de la mitad percibe positivamente la adecuación del proceso. Sin embargo, un porcentaje significativo, el 44% (22 personas), seleccionó "Totalmente de acuerdo," lo que refuerza la idea de una aceptación amplia del proceso, aunque con un mayor grado de conformidad. Por otro lado, solo el 4% (2 personas) indicaron estar "Indecisos," lo que evidencia una baja ambigüedad en la opinión general

del grupo. Este panorama sugiere que los productores, en su mayoría, consideran que el proceso para obtener la certificación cumple con sus expectativas de adecuación.

Tabla 27

Análisis de Frecuencia (Dimensión 2- subdimensión 11-ítem 22)

22-Las actividades financiadas con la Prima FairTrade han beneficiado a la cooperativa	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
I	4	8,0%	8,0%	8,0%
DA	36	72,0%	72,0%	80,0%
TDA	10	20,0%	20,0%	100,0%
Total	50	100%	100%	

Nota. Valoración del Ítem 22, correspondiente a las actividades financiadas por la Prima FairTrade. Fuente: SPSS (2026).

La tabla presenta las respuestas de los productores respecto a la afirmación: "Las actividades financiadas con la Prima Fairtrade han beneficiado a la cooperativa." Los datos revelan que una amplia mayoría, el 72% de los encuestados (36 personas), está "De acuerdo" con esta afirmación, lo que indica que consideran que los recursos de la Prima Fairtrade han generado impactos positivos en la cooperativa. Además, un 20% (10 personas) manifestó estar "Totalmente de acuerdo," reforzando esta percepción de beneficio. Por otro lado, solo un 8% (4 personas) se mostró "Indeciso," lo que sugiere que casi todos los productores tienen una opinión clara y positiva al respecto.

Estos resultados reflejan que las actividades respaldadas por la Prima Fairtrade son vistas como valiosas para el desarrollo y bienestar de la cooperativa, fortaleciendo la percepción de que este apoyo cumple con su propósito principal.

12. Pago justo

Tabla 28*Análisis de Frecuencia (Dimensión 2- subdimensión 12-ítem 23)*

23-Ahora vendemos nuestros productos a compradores de al menos 2 países diferentes	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
ED	1	2,0%	2,0%	2,0%
I	6	12,0%	12,0%	14,0%
DA	30	60,0%	60,0%	74,0%
TDA	13	26,0%	26,0%	100,0%
Total	50	100%	100%	

Nota. Valoración del Ítem 23, correspondiente a la cantidad de compradores internacionales. Fuente: SPSS (2026).

Se muestra las percepciones de los productores en relación con la afirmación: "Ahora vendemos nuestros productos a compradores de al menos dos países diferentes." Se observa que la mayoría, el 60% de los encuestados (30 personas), indicó estar "De acuerdo" con esta afirmación, lo que refleja que un número considerable de productores reconoce una expansión de los mercados alcanzados gracias a las prácticas actuales. Además, el 26% (13 personas) expresó estar "Totalmente de acuerdo," lo que refuerza aún más esta percepción de apertura hacia mercados internacionales. Por otro lado, un 12% (6 personas) se mantuvo "Indeciso," lo que podría indicar cierta incertidumbre o falta de conocimiento sobre este tema. Finalmente, solo el 2% (1 persona) marcó "En desacuerdo," representando una minoría casi insignificante en el contexto general de respuestas.

Estos resultados sugieren que la certificación Fairtrade podría estar facilitando el acceso a mercados internacionales para la cooperativa, fortaleciendo así las oportunidades comerciales y la proyección de los productores en nuevos países.

Tabla 29

Análisis de Frecuencia (Dimensión 2- subdimensión 12-ítem 24)

24-Estoy satisfecho con el precio que obtengo bajo el sistema del FairTrade	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
ED	1	2,0%	2,0%	2,0%
I	7	14,0%	14,0%	16,0%
DA	31	62,0%	62,0%	78,0%
TDA	11	22,0%	22,0%	100,0%
Total	50	100%	100%	

Nota. Valoración del Ítem 24, correspondiente a las actividades financiadas por la Prima FairTrade. Fuente: SPSS (2026).

En el análisis de la satisfacción de los productores respecto al precio obtenido bajo el sistema de certificación Fairtrade, se observó que el 62,0% de los encuestados está "De Acuerdo" con que el precio es satisfactorio. Además, un 22,0% expresó estar "Totalmente De Acuerdo", lo que refleja un nivel de aceptación significativo en esta categoría. Por otro lado, un 14,0% manifestó una posición "Indiferente" frente al tema, mientras que solo un 2,0% declaró estar "En Desacuerdo" con el precio recibido.

Estos resultados sugieren que la mayoría de los productores de cacao de la cooperativa agraria APROCAM perciben de manera positiva el impacto de la certificación Fairtrade en los precios que obtienen por su producto. Sin embargo, también se evidencia que existe una pequeña proporción de productores que no comparten este nivel de satisfacción. Esto podría deberse a factores individuales, como expectativas económicas diferentes, costos de producción o incluso limitaciones en la comercialización.

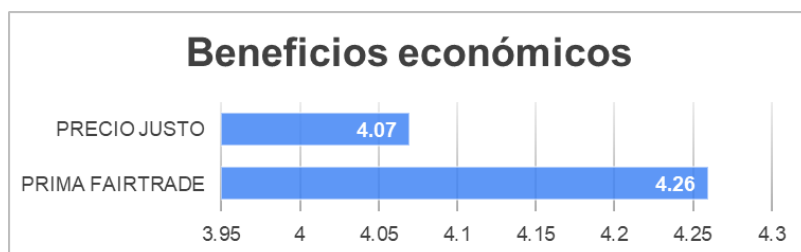
El índice de confiabilidad del alfa de Cronbach, utilizado para medir la consistencia interna de las respuestas en esta sección, respalda la validez de los datos obtenidos. Este

análisis es crucial para garantizar que las percepciones expresadas en la encuesta sean representativas y reflejen fielmente la realidad de los productores de cacao en relación con el sistema Fairtrade.

Por los resultados muestran una percepción predominantemente favorable hacia los precios bajo el sistema de certificación, es importante analizar con mayor profundidad los casos de insatisfacción o indiferencia, ya que podrían proporcionar información valiosa para mejorar el impacto de Fairtrade en la calidad de vida y el bienestar económico de los productores.

Figura 5

Valoración promedio de los Beneficios económicos de la certificación Fairtrade



Fuente: Elaboración Propia (2026).

Respecto a los beneficios económicos, se observa una percepción favorable por parte de los productores, ya que ambos indicadores presentan valores superiores a 4 sobre 5. La prima Fairtrade obtiene la mayor valoración, con una media de 4.26, mientras que el precio justo alcanza una media de 4.07. Esto evidencia que los productores reconocen principalmente el aporte de la prima Fairtrade como un beneficio económico derivado de la certificación, mientras que la percepción sobre el precio justo, aunque también es favorable, presenta una valoración ligeramente menor.

En conjunto, estos resultados muestran que la certificación Fairtrade contribuye a generar beneficios económicos para los productores, principalmente mediante la prima y las condiciones comerciales asociadas a la certificación.

Bienestar Económico

Tabla 30

Análisis de Frecuencia (Dimensión 3°- ítem 25°)

25- Mis ingresos anuales han aumentado desde que nos certificamos con Fairtrade.	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
I	20	40,0	40,0	40,0
DA	24	48,0	48,0	88,0
TDA	6	12,0	12,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Nota. Valoración de la 25° afirmación que corresponde al aumento de los ingresos.
Fuente: SPSS (2026).

Tabla 31

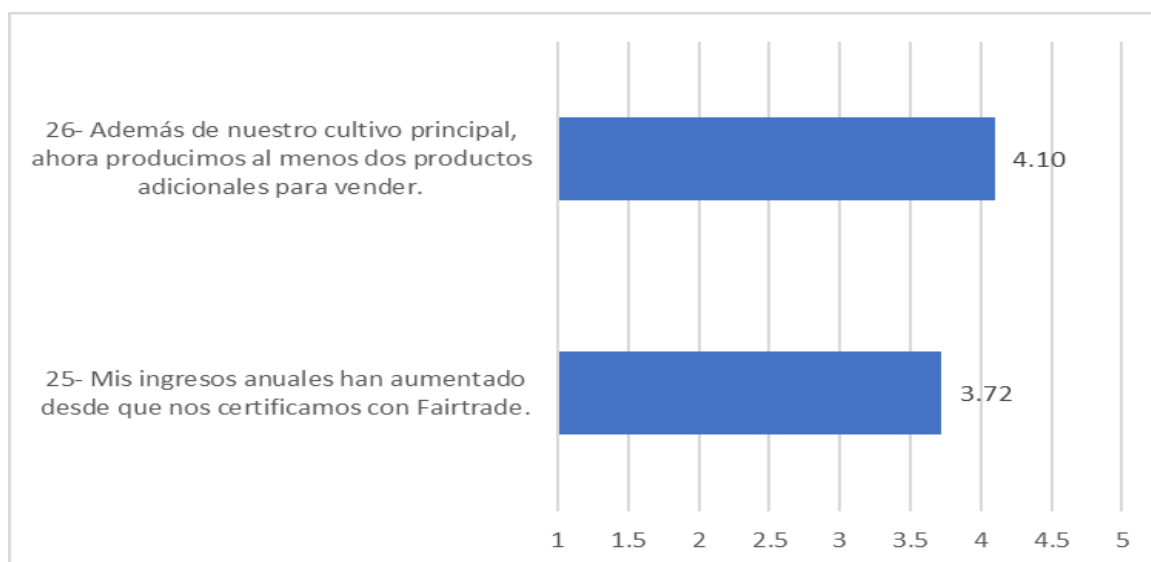
Análisis de Frecuencia (Dimensión 3°- ítem 26°)

26- Además de nuestro cultivo principal, ahora producimos al menos dos productos adicionales para vender.	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
I	6	12,0	12,0	12,0
DA	33	66,0	66,0	78,0
TDA	11	22,0	22,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Nota. Valoración de la 26° afirmación que corresponde a producción de productos adicionales para vender. Fuente: SPSS (2026).

Figura 6

Niveles de la dimensión bienestar económico y de sus indicadores



Fuente: Elaboración propia (2026).

En cuanto al incremento de ingresos anuales desde la obtención de la certificación, se evidencia que el 60% de los productores reporta un impacto positivo (48% De Acuerdo y 12% Totalmente De Acuerdo), mientras que un significativo 40% se mantiene indiferente, lo que sugiere que el beneficio económico directo no es percibido de manera uniforme por todos los miembros.

Se observa un impacto más contundente en la capacidad de diversificación productiva, ya que el 88% de los productores (66% De Acuerdo y 22% Totalmente De Acuerdo) confirma haber logrado incorporar al menos dos productos adicionales para la venta además de su cultivo principal (café y chocolate), con solo un 12% mostrándose indiferente a este aspecto. Estos resultados indican que, si bien la certificación Fairtrade tiene un impacto positivo moderado en los ingresos directos, su mayor contribución al bienestar económico se refleja en el fortalecimiento de las capacidades empresariales y la

resiliencia económica de los productores a través de la diversificación productiva, lo que podría interpretarse como un beneficio económico más sostenible a largo plazo.

Bienestar Social

Tabla 32

Análisis de Frecuencia (dimensión 4°- ítem 27°)

27- Gracias al aumento de mis ingresos, mi familia ha podido acceder a una educación básica de calidad.	Fr	%	% válido	% acumulado
ED	6	12,0	12,0	12,0
I	18	36,0	36,0	48,0
DA	19	38,0	38,0	86,0
TDA	7	14,0	14,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Nota. Valoración de la 27° afirmación que corresponde al acceso de una educación básica de calidad. Fuente: SPSS (2026).

Tabla 33

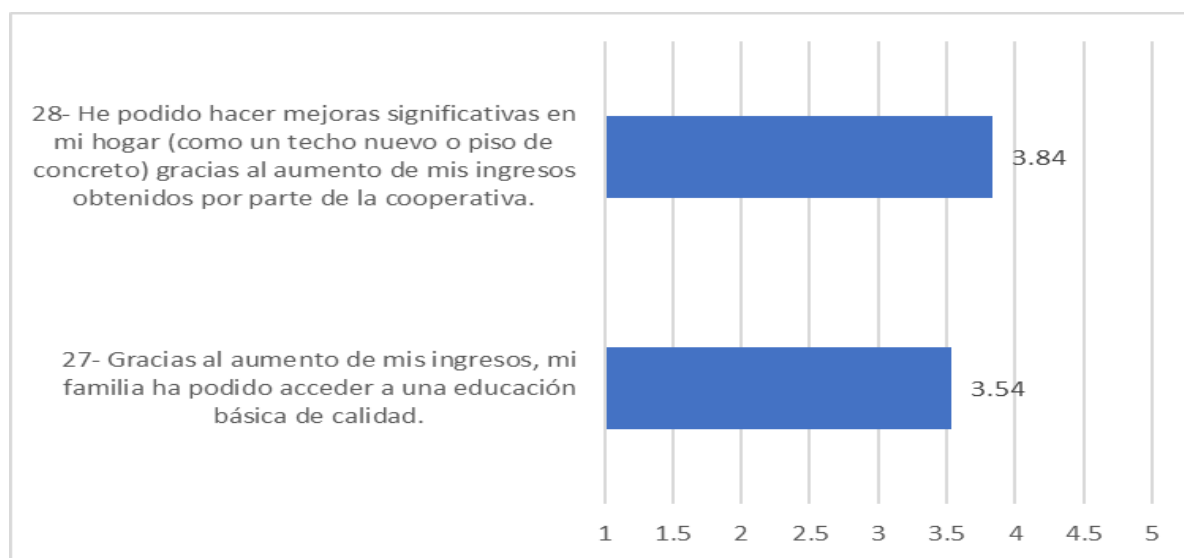
Análisis de Frecuencia (dimensión 4°- ítem 28°)

28- He podido hacer mejoras significativas en mi hogar (como un techo nuevo o piso de concreto) gracias al aumento de mis ingresos obtenidos por parte de la cooperativa.	Fr	%	% válido	% acumulado
ED	3	6,0	6,0	6,0
I	10	20,0	20,0	26,0
DA	29	58,0	58,0	84,0
TDA	8	16,0	16,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Nota. Valoración de la 28° afirmación que corresponde a las mejoras significativas han podido realizar los productores en sus hogares. Fuente: SPSS (2026).

Figura 7

Niveles de la dimensión bienestar social y de sus indicadores



Fuente: Elaboración propia (2026).

Respecto al acceso a una educación básica de calidad para las familias, se observa que el 52% de los productores reporta un impacto positivo (38% De Acuerdo y 14% Totalmente De Acuerdo), mientras que un 36% se mantiene indiferente y un 12% está En Desacuerdo. Estos datos sugieren que, si bien hay una tendencia positiva, el impacto en la educación no es uniforme para todas las familias, puesto que no todos los productores tienen hijos en edad escolar. Y algunos no cuentan con los recursos necesarios.

Por otro lado, en cuanto a las mejoras significativas en el hogar (como techos nuevos o pisos de concreto), los resultados son más alentadores, con un 74% de los productores reportando mejoras (58% De Acuerdo y 16% Totalmente De Acuerdo), mientras que solo un 20% se muestra indiferente y un 6% en desacuerdo. Esto indica que el certificado Fairtrade ha tenido un impacto más tangible en la capacidad de los productores para realizar mejoras en sus condiciones de vivienda que en el aspecto educativo, lo cual sugiere que los beneficios económicos se están traduciendo

principalmente en mejoras infraestructurales del hogar como primer paso hacia un mayor bienestar social.

Bienestar Ambiental

Tabla 34

Análisis de Frecuencia (dimensión 5°- ítem 29°)

29- Utilizo abono orgánico y rotación de cultivos para mantener la fertilidad del suelo en nuestras parcelas.	Fr	%	% válido	% acumulado
I	4	8,0	8,0	8,0
DA	14	28,0	28,0	36,0
TDA	32	64,0	64,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Nota. Valoración de la 29° afirmación que corresponde a rotación de cultivos.

Fuente: SPSS (2026).

Tabla 35

Análisis de Frecuencia (dimensión 5°- ítem 30°)

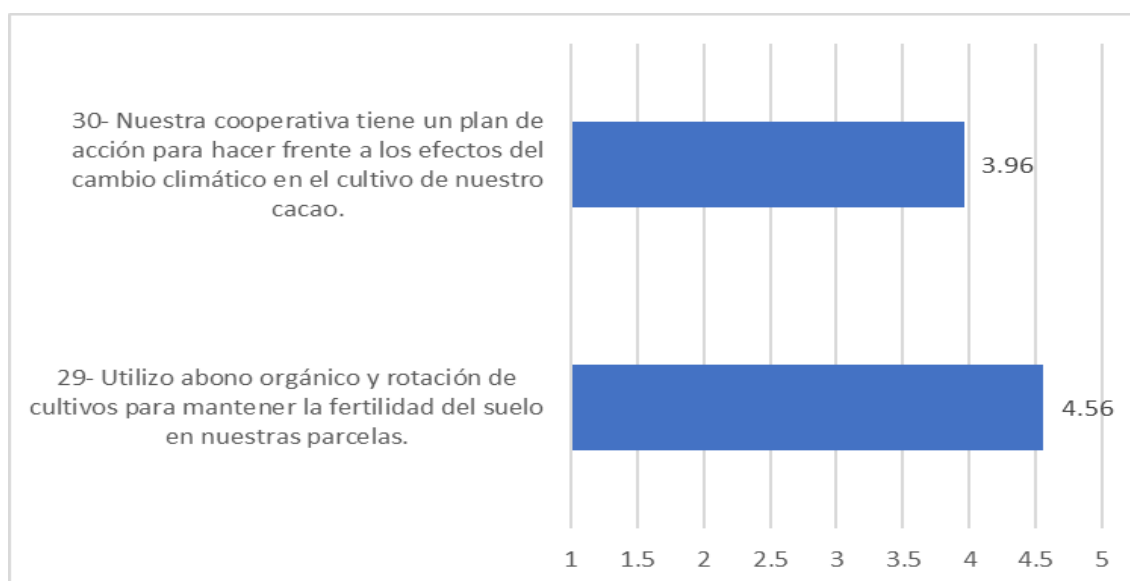
30- Nuestra cooperativa tiene un plan de acción para hacer frente a los efectos del cambio climático en el cultivo de nuestro cacao.	Fr	%	% válido	% acumulado
I	11	22,0	22,0	22,0
DA	30	60,0	60,0	82,0
TDA	9	18,0	18,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Nota. Valoración de la 30° afirmación que corresponde a la disposición de un plan de acción frente a los efectos del cambio climático del cultivo de cacao.

Fuente: SPSS (2026).

Figura 8

Niveles de la dimensión bienestar ambiental y de sus indicadores



Fuente: Elaboración Propia (2026).

En lo referente a las prácticas de manejo sostenible del suelo, los resultados son notablemente positivos. En lo que respecta al uso de abono orgánico y rotación de cultivos para mantener la fertilidad del suelo, los resultados son notablemente positivos, con un 92% de los productores implementando estas prácticas (64% Totalmente De Acuerdo y 28% De Acuerdo), mientras que solo un 8% se muestra indiferente. Esto indica una adopción generalizada de prácticas agrícolas sostenibles entre los miembros de la cooperativa.

En cuanto a la existencia de un plan de acción para hacer frente a los efectos del cambio climático en el cultivo de cacao, el 78% de los productores reconoce su implementación (60% De Acuerdo y 18% Totalmente De Acuerdo), mientras que un El 22% se mantiene indiferente. Estos resultados sugieren que la certificación Fairtrade ha influido positivamente en la adopción de prácticas ambientalmente responsables y en la

preparación para enfrentar desafíos climáticos, lo cual contribuye significativamente al bienestar ambiental tanto de los productores como de sus tierras de cultivo.

Bienestar Laboral

Tabla 36

Análisis de Frecuencia (dimensión 6°- ítem 31°)

31- Desde la implementación de la certificación Fairtrade, tenemos equipos de seguridad adecuados y áreas de trabajo más limpias.	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
I	4	8,0	8,0	8,0
DA	33	66,0	66,0	74,0
TDA	13	26,0	26,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Nota. Valoración de la 31° afirmación que corresponde a la disposición de equipos de seguridad adecuados y áreas de trabajo más limpias. Fuente: SPSS (2026).

Tabla 37

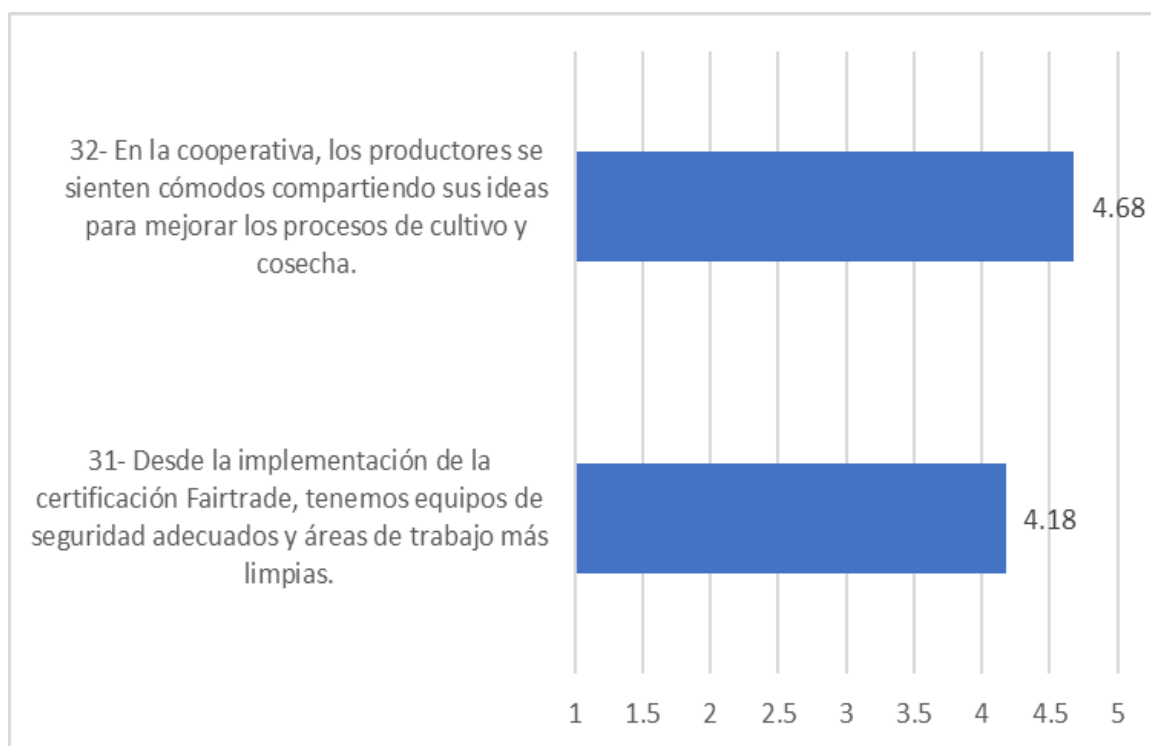
Análisis de Frecuencia (dimensión 6°- ítem 32°)

32- En la cooperativa, los productores se sienten cómodos compartiendo sus ideas para mejorar los procesos de cultivo y cosecha.	Frecuencia	%	% Válido	% acumulado
DA	16	32,0	32,0	32,0
TDA	34	68,0	68,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Nota. Valoración de la 32° afirmación que corresponde a la percepción de comodidad y participación en la colaboración de ideas dentro de la cooperativa. Fuente: SPSS (2026).

Figura 9

Niveles de la dimensión bienestar laboral y de sus indicadores



Fuente: Elaboración Propia (2026).

En cuanto a la seguridad y condiciones físicas del entorno laboral, los resultados son notablemente positivos. En cuanto a la implementación de equipos de seguridad adecuados y áreas de trabajo más limpias, se observa que el 92% de los productores reporta mejoras significativas (66% De Acuerdo y 26% Totalmente De Acuerdo), mientras que solo un 8% se muestra indiferente. Esto indica que la certificación ha tenido un impacto sustancial en la mejora de las condiciones físicas de trabajo y la seguridad laboral.

Más destacable aún son los resultados relacionados con el ambiente colaborativo dentro de la cooperativa, donde se observa una destacable unanimidad positiva: el 100% de los productores afirma sentirse cómodo compartiendo sus ideas para mejorar los procesos de cultivo y cosecha (68% Totalmente De Acuerdo y 32% De Acuerdo). Estos

resultados sugieren que la certificación Fairtrade no solo ha influido en aspectos tangibles como la seguridad y limpieza, sino que también ha fomentado una cultura laboral positiva caracterizada por la colaboración y el intercambio de conocimientos entre los productores, lo cual es fundamental para el desarrollo sostenible. de la cooperativa y el bienestar laboral colectivo.

3.4 Análisis estadístico inferencial

Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas. (Objetivo General)

Tabla 38

Prueba de hipótesis- Objetivo General

		Certificado Fairtrade1	Bienestar de los socios1
Rho de Spearman	Certificado Fairtrade1	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,302*
		<i>N</i>	50
	Bienestar de los socios1	Coeficiente de correlación	,302*
		Sig. (bilateral)	,033
		<i>N</i>	50

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral). Fuente: SPSS (2026).

Con la finalidad de determinar la relación entre la certificación Fairtrade y el bienestar de los socios, se aplicó el coeficiente de correlación de Spearman, debido a la naturaleza ordinal de las variables medidas mediante escala Likert. Los resultados obtenidos evidencian un coeficiente de correlación de $\rho = 0.302$, lo cual indica la existencia de una relación positiva de magnitud débil entre ambas variables; es decir, a

medida que se incrementa el nivel de cumplimiento de los criterios de la certificación Fairtrade, el bienestar de los socios tiende a mejorar.

Asimismo, el nivel de significancia obtenido fue de $p = 0.033$, valor inferior al umbral de 0.05 establecido, lo que permite afirmar que la relación encontrada es estadísticamente significativa.

En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, concluyendo que la certificación Fairtrade influye de manera significativa en el bienestar de los socios; sin embargo, dicha influencia presenta una intensidad baja, lo que sugiere que existen otros factores adicionales que también podrían estar incidiendo en el bienestar de los productores.

Entre las dimensiones del bienestar analizadas se observa que, el bienestar ambiental es la dimensión que presenta mayor relación con la certificación Fairtrade porque es justamente uno de los aspectos en los que la certificación tiene una intervención más directa. Fairtrade establece determinados criterios ambientales que los productores deben cumplir para mantener la certificación, por ejemplo, el uso responsable de los recursos naturales, el cuidado del suelo, la reducción del uso de productos químicos y la implementación de prácticas agrícolas sostenibles. Por eso, existe una relación más cercana entre lo que exige la certificación y las actividades que realizan diariamente los productores en sus parcelas.

En cambio, en el bienestar económico encontramos una situación diferente. Si bien Fairtrade ofrece mecanismos como el precio mínimo y la prima Fairtrade, estos beneficios no significan necesariamente que los ingresos de cada productor aumenten de manera considerable. El ingreso también está condicionado por factores como la

cantidad y calidad de la producción, los costos que asume cada productor y las condiciones del mercado. Por eso, en nuestra investigación encontramos una relación positiva, pero que no llegó a ser estadísticamente significativa. Es decir, la certificación puede brindar cierta estabilidad, pero no podemos afirmar que sea la responsable directa de mejorar significativamente los ingresos.

En el caso del bienestar social, la relación es todavía más compleja, porque estamos hablando de aspectos como educación, vivienda, salud y acceso a servicios básicos. Estos elementos no dependen únicamente de la actividad de la cooperativa ni de la certificación, sino también de la presencia y capacidad de respuesta de las instituciones públicas. Por ejemplo, que un productor tenga mejores condiciones de vivienda o acceso a servicios de salud requiere infraestructura, inversión pública y atención permanente, aspectos que están fuera del alcance directo de Fairtrade. Por eso, consideramos que esta dimensión está más vinculada con factores estructurales del entorno que con la certificación en sí misma.

Respecto al bienestar laboral, encontramos que Fairtrade sí promueve aspectos favorables, como mejores condiciones de trabajo, seguridad, participación y equidad. Sin embargo, que estos beneficios realmente se mantengan en el tiempo depende también de cómo se gestionan dentro de la cooperativa y de las condiciones particulares en las que trabaja cada productor. Por eso, aunque observamos una relación positiva, esta no fue estadísticamente significativa.

Entonces, al comparar las cuatro dimensiones, podemos entender por qué el bienestar ambiental obtuvo el resultado más significativo. En esta dimensión existe una conexión mucho más directa entre los requisitos de la certificación y las prácticas que

realizan los productores. Mientras que el bienestar económico, social y laboral está influenciado por una combinación de factores internos y externos. Por ello, nuestro resultado no significa que Fairtrade no genere beneficios en esas dimensiones, sino que su efecto no es suficientemente fuerte como para explicar por sí solo las variaciones observadas en el bienestar de los productores.

Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar económico de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas (Objetivo Específico 1)

Tabla 39

Prueba de hipótesis- Objetivo Específico 1

			Certificado Fairtrade1	Bienestar Económico1
Rho de Spearman	Certificado Fairtrade1	Coefficiente de correlación	1,000	,162
		Sig. (bilateral)		,260
		N	50	50
	Bienestar Económico1	Coefficiente de correlación	,162	1,000
		Sig. (bilateral)	,260	
		N	50	50

Fuente: SPSS (2026).

Al analizar la relación entre la certificación fairtrade y el bienestar económico de los socios, se obtuvo un valor $\rho = 0.162$ en el coeficiente de correlación de Spearman; lo cual indica una correlación positiva de magnitud muy débil entre las variables. Además, el valor de significancia es mayor a 0.05, es decir, no se cuenta con evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula. Por consecuencia, no existe una relación estadísticamente significativa entre la certificación Fairtrade y el bienestar económico de los socios.

Estos resultados sugieren que, aunque existe una mínima tendencia positiva, esta no es lo suficientemente fuerte ni consistente para afirmar una influencia significativa, por lo que el bienestar económico podría estar siendo afectado por otros factores no considerados en el presente análisis.

Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar social de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas (Objetivo Específico 2)

Tabla 40

Prueba de hipótesis- Objetivo Específico 2

			Certificado Fairtrade1	Bienestar Social1
Rho de Spearman	Certificado Fairtrade1	Coefficiente de correlación	1,000	,084
		Sig. (bilateral)		,563
		<i>N</i>	50	50
	Bienestar Social1	Coefficiente de correlación	,084	1,000
		Sig. (bilateral)	,563	
		<i>N</i>	50	50

Fuente: SPSS (2026).

El análisis de correlación muestra un coeficiente de Spearman de 0.084, lo cual evidencia una asociación prácticamente inexistente entre la certificación Fairtrade y el bienestar social de los socios. Aunque la relación es positiva, su magnitud es tan baja que no representa un vínculo relevante entre las variables.

Por otro lado, el valor de significancia obtenido ($p = 0.563$) supera el nivel establecido de 0.05, lo que indica que no es posible afirmar que exista una relación real entre ambas variables dentro de la muestra estudiada, ya que el comportamiento observado podría explicarse por factores aleatorios.

En consecuencia, no se encuentra evidencia suficiente para sostener que la certificación Fairtrade influya en el bienestar social de los socios.

Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar ambiental de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas (Objetivo Específico 3)

Tabla 41

Prueba de hipótesis- Objetivo Específico 3

		Certificado Fairtrade1	Bienestar Ambiental1
Rho de Spearman	Certificado Fairtrade1	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,372**
		<i>N</i>	50
	Bienestar Ambiental1	Coeficiente de correlación	,372**
		Sig. (bilateral)	,008
		<i>N</i>	50

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Fuente: SPSS (2026).

Los resultados obtenidos muestran un coeficiente de correlación de Spearman de 0.372, lo que permite observar una relación positiva de intensidad moderada entre la certificación Fairtrade y el bienestar ambiental de los socios. Este comportamiento sugiere que, a medida que se fortalece la certificación, también se evidencian mejoras en el ámbito ambiental.

Por otro lado, el valor de significancia ($p = 0.008$) es considerablemente bajo, ubicándose por debajo del nivel de 0.01, lo que indica un alto nivel de confianza en los resultados, es decir, se afirma que la relación identificada es real.

En consecuencia, se puede sostener que la certificación Fairtrade tiene una influencia significativa sobre el bienestar ambiental de los socios, destacándose como la única dimensión en la que se evidencia un efecto claro dentro del estudio.

Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar laboral de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas (Objetivo Específico 4)

Tabla 42

Prueba de hipótesis- Objetivo Específico 4

		Certificado Fairtrade1	Bienestar Laboral1
Rho de Spearman	Certificado Fairtrade1	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,250
		N	,080
	Bienestar Laboral1	Coeficiente de correlación	50
		Sig. (bilateral)	,250
		N	1,000

Fuente: SPSS (2026).

El análisis de correlación evidencia un coeficiente de Spearman de 0.250, lo que sugiere una relación positiva de baja intensidad entre la certificación Fairtrade y el bienestar laboral de los socios. Este resultado indica que existe una ligera tendencia de mejora en el bienestar laboral conforme aumenta el nivel de certificación. No obstante, el valor de significancia obtenido ($p = 0.080$) supera el nivel de referencia de 0.05, lo que implica que dicha relación no es estadísticamente concluyente.

En este sentido, aunque se observa cierta asociación, no se cuenta con evidencia suficiente para sostener que la certificación Fairtrade influye de manera significativa en el bienestar laboral. Por lo tanto, los resultados sugieren que la relación identificada podría

estar influenciada por factores aleatorios o por variables externas no consideradas en el estudio.

CAPITULO IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Objetivo general:

Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas.

Los resultados de la investigación evidencian que existe una relación positiva débil pero estadísticamente significativa entre la certificación Fairtrade y el bienestar de los socios, lo que indica que esta contribuye al bienestar, aunque no de manera determinante.

Este hallazgo coincide con diversos estudios que sostienen que el comercio justo genera impactos positivos, pero no necesariamente profundos o estructurales. En ese sentido, Montes y Moreno (2020) señalan que la certificación Fairtrade impulsa el desarrollo de las cooperativas mediante la prima, el acceso a mercados y el reconocimiento internacional, generando beneficios económicos, sociales y ambientales. Sin embargo, en línea con los resultados obtenidos, dichos beneficios se presentan de forma gradual y diferenciada, más que como una mejora integral inmediata.

Asimismo, Toscano (2017) y Ruiz (2020) concluyen que el comercio justo contribuye a la reducción de la pobreza y mejora de ingresos, pero de manera progresiva y limitada, lo cual respalda la débil intensidad de la relación encontrada en el presente estudio. De manera similar, Peña y Arias (2022) destacan que el Fairtrade favorece el acceso a mercados, la estabilidad de precios y el fortalecimiento organizacional, aunque estos efectos dependen de factores complementarios como las estrategias comerciales y el contexto económico.

Por otro lado, estudios como los de Aguilar y Flores (2015), Castro (2015), Fukuy y Huancas (2017), e Ibarra (2023) coinciden en que la certificación Fairtrade representa una herramienta de desarrollo para pequeños productores, al promover prácticas más equitativas y sostenibles; sin embargo, también reconocen que su impacto está condicionado por la capacidad organizativa, el acceso a recursos y el entorno socioeconómico.

De igual forma, Canepa (2016) y Leguizamón (2020) destacan que el comercio justo tiene un enfoque integral orientado al desarrollo sostenible, pero su efectividad depende del grado de implementación de sus principios dentro de las organizaciones. En esa misma línea, Keisling (2013) señala que el impacto del Fairtrade en el bienestar de los productores suele ser más perceptual que estructural, lo cual coincide con los resultados descriptivos de la presente investigación.

En conjunto, estos hallazgos permiten afirmar que la certificación Fairtrade sí influye en el bienestar de los socios, pero de manera parcial, heterogénea y condicionada por factores externos, lo que explica la baja intensidad de la relación encontrada.

Objetivo Específico 1:

Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar económico de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas.

En relación con el bienestar económico, los resultados evidencian una relación positiva débil y no significativa, lo que indica que la certificación Fairtrade no garantiza mejoras económicas sustanciales en los socios.

Este resultado contrasta parcialmente con Montes y Moreno (2020), quienes sostienen que el precio justo y la prima generan un impacto económico positivo, al

incrementar los ingresos y permitir inversiones en la cooperativa. Sin embargo, el presente estudio muestra que estos beneficios no siempre se traducen en una mejora directa del bienestar económico individual.

En concordancia con estos hallazgos, Toscano (2017) y Ruiz (2020) señalan que, si bien los ingresos mejoran con el comercio justo, estos cambios son moderados y no logran transformar completamente las condiciones económicas de los productores. Asimismo, Peña y Arias (2022) destacan que el impacto económico depende del acceso a mercados y la diferenciación del producto, lo que refuerza la idea de que la certificación por sí sola es insuficiente.

Por su parte, Ibarra (2023) y Castro (2015) indican que uno de los principales beneficios del Fairtrade es la estabilidad de precios; no obstante, también reconocen que existen limitaciones asociadas a los costos de producción y la dependencia del mercado internacional. En la misma línea, Aguilar y Flores (2015) sostienen que el comercio justo permite mejorar las condiciones económicas, pero no elimina las brechas estructurales que enfrentan los pequeños productores.

De igual manera, Leguizamón (2020) y Canepa (2016) destacan que el impacto económico del Fairtrade es relativo, ya que depende de la gestión interna de las cooperativas y del uso eficiente de la prima.

En consecuencia, los resultados permiten concluir que el Fairtrade contribuye principalmente a la estabilidad económica, mas no a un crecimiento significativo de los ingresos, lo que explica la baja correlación encontrada.

Objetivo Específico 2:

Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar social de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas.

Los resultados muestran que el bienestar social presenta una relación muy débil y no significativa, lo que indica que la certificación Fairtrade no influye de manera importante en esta dimensión.

Este hallazgo coincide con Toscano (2017) y Ruiz (2020), quienes evidencian que, a pesar del comercio justo, persisten limitaciones en aspectos como vivienda, servicios básicos y educación. Asimismo, Quito y Pérez (2017) identifican deficiencias en los criterios sociales, como acceso limitado a servicios básicos, problemas organizacionales y baja participación en la toma de decisiones.

De igual manera, Aguilar y Flores (2015) y Castro (2015) señalan que el impacto social del Fairtrade es limitado cuando no existe un adecuado fortalecimiento institucional y apoyo del Estado. En la misma línea, Ibarra (2023) sostiene que los beneficios sociales del comercio justo dependen en gran medida del contexto local.

Por otro lado, Peña y Arias (2022) resaltan que el Fairtrade promueve valores como equidad, cooperación y desarrollo social; sin embargo, estos beneficios no siempre se traducen en mejoras tangibles en la calidad de vida.

En consecuencia, se evidencia que el bienestar social está condicionado por factores externos, por lo que la certificación Fairtrade no constituye un determinante directo de esta dimensión.

Objetivo Específico 3:

Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar ambiental de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas.

El bienestar ambiental presenta la relación más fuerte y significativa con la certificación Fairtrade, lo que evidencia que esta dimensión es la más influenciada por la certificación.

Este resultado coincide con Montes y Moreno (2020), quienes destacan que el comercio justo promueve prácticas sostenibles, como la agroforestería, la reducción de pesticidas y la conservación ambiental. Asimismo, Peña y Arias (2022) señalan que la certificación exige el cumplimiento de estándares ambientales que garantizan una producción responsable.

En la misma línea, Fukuy y Huancas (2017), así como Canepa (2016), sostienen que el Fairtrade impulsa el desarrollo sostenible al integrar criterios ambientales dentro de la producción agrícola. De igual forma, Leguizamón (2020) señala que la sostenibilidad ambiental es uno de los pilares fundamentales del comercio justo.

Sin embargo, algunos estudios como los de Montes y Moreno (2020) también indican que el impacto ambiental es en muchos casos indirecto, ya que responde al cumplimiento de requisitos más que a una motivación propia de los productores, lo cual coincide parcialmente con los resultados obtenidos.

Por tanto, se concluye que el Fairtrade tiene un impacto más claro, directo y significativo en el ámbito ambiental, debido a la existencia de normas y mecanismos de control que regulan las prácticas productivas.

Objetivo Específico 4:

Determinar la influencia de la Certificación Fairtrade en el bienestar laboral de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas.

En cuanto al bienestar laboral, los resultados muestran una percepción positiva, aunque sin una relación estadística fuerte con la certificación.

Este resultado coincide con Peña y Arias (2022), quienes señalan que el comercio justo promueve condiciones laborales adecuadas, equidad y participación. Asimismo, Quito y Pérez (2017) destacan que las condiciones de trabajo son un criterio fundamental para acceder a la certificación.

Por su parte, Castro (2015), Fukuy y Huancas (2017), e Ibarra (2023) coinciden en que el Fairtrade fortalece la organización interna y la participación de los productores; sin embargo, también advierten que estos beneficios pueden verse limitados por problemas de gestión interna.

De igual manera, Keisling (2013) sostiene que el impacto del comercio justo en las condiciones laborales es más evidente a nivel organizacional que individual, lo cual coincide con los resultados obtenidos.

En ese sentido, se concluye que el Fairtrade contribuye a mejorar el bienestar laboral, pero su impacto depende en gran medida de la gestión interna de las cooperativas.

En conjunto, los resultados obtenidos guardan coherencia con los antecedentes de la investigación, evidenciando que la certificación Fairtrade genera beneficios en los productores. Sin embargo, estos beneficios no se manifiestan de manera uniforme, ya que varían según la dimensión del bienestar analizada y el nivel de impacto que presentan. Asimismo, se observa que dichos efectos no dependen únicamente de la certificación, sino

que están influenciados por diversos factores externos, como las condiciones del mercado, la gestión de las cooperativas y el contexto socioeconómico en el que se desarrollan los productores.

Se confirma que el mayor impacto se da en el ámbito ambiental, mientras que en las dimensiones económica y social los efectos son limitados, lo que permite afirmar que el Fairtrade actúa más como un facilitador del bienestar que como un determinante absoluto del mismo.

CONCLUSIONES

La certificación Fairtrade presenta una relación positiva, pero de baja intensidad con el bienestar de los socios de la Cooperativa agroexportadora de cacao, lo que indica que contribuye a mejorar sus condiciones de vida; sin embargo, no constituye un factor determinante. Esto evidencia que el bienestar de los productores no depende únicamente de la certificación, sino también de factores externos como el mercado, la gestión organizacional y el contexto socioeconómico.

La certificación Fairtrade no influye de manera significativa en el bienestar económico de los socios, ya que, si bien proporciona beneficios como precios mínimos y primas, estos no se traducen en un incremento sustancial de los ingresos. En ese sentido, su principal aporte se orienta a generar estabilidad económica, más que crecimiento o mejora significativa del nivel de vida.

El bienestar ambiental es la dimensión más influenciada por la certificación Fairtrade, evidenciando una relación positiva y significativa. Esto se debe a la implementación de prácticas sostenibles exigidas por la certificación, como el cuidado del suelo, la reducción del uso de químicos y la protección de los recursos naturales, lo que demuestra que el impacto del Fairtrade es más efectivo cuando existen estándares claramente definidos.

La certificación Fairtrade no presenta una influencia significativa en el bienestar social de los socios, lo que indica que aspectos como vivienda, acceso a servicios básicos y educación no dependen directamente de esta. Estos resultados evidencian que el bienestar social está condicionado por factores estructurales externos, como la intervención del Estado y las condiciones del entorno.

La certificación Fairtrade contribuye a mejorar el bienestar laboral a nivel organizacional, promoviendo mejores condiciones de trabajo, participación y equidad; sin embargo, su impacto no es estadísticamente significativo, lo que sugiere que estos beneficios dependen en gran medida de la gestión interna de la cooperativa y del grado de cumplimiento de sus principios.

En síntesis, los resultados indican que la certificación Fairtrade trae consigo beneficios para los socios/ productores, aunque estos no se presentan de igual manera en todas las dimensiones del bienestar. Mientras que su impacto es más evidente en el ámbito ambiental, resulta más limitado en los aspectos económico, social y laboral. En ese sentido, el Fairtrade debe entenderse como un apoyo que contribuye a mejorar las condiciones de los socios, pero no como un factor suficiente por sí solo para garantizar su bienestar, siendo necesario complementarlo con políticas públicas y una adecuada gestión dentro de las organizaciones para lograr un impacto más integral.

RECOMENDACIONES

La cooperativa debe colaborar estrechamente con la Municipalidad Provincial de Bagua y el Gobierno Regional de Amazonas para diseñar e implementar un plan estratégico integral que priorice la inversión en infraestructura social, priorizando mejoras en servicios básicos, educación y salud en las comunidades de los productores. Este plan debe basarse en un diagnóstico participativo que identifique las necesidades más urgentes de los productores y sus comunidades, estableciendo metas claras y plazos definidos. Además, se recomienda incluir mecanismos de seguimiento y evaluación con el apoyo de instituciones locales, como oficinas de desarrollo económico y agencias agrarias, para garantizar la efectividad y sostenibilidad.

Se recomienda que las instituciones públicas como el Gobierno Regional de Amazonas, la Municipalidad Provincial de Bagua y la Dirección Regional Agraria de Amazonas diseñen e implementen programas integrales de desarrollo para productores de cacao, que complementen los beneficios de la certificación Fairtrade, incorporando asistencia técnica, acceso a financiamiento y fortalecimiento organizacional, con el fin de lograr un impacto más significativo en el bienestar de los socios.

Es fundamental que la Agencia Agraria Bagua y la Cámara de Comercio de Bagua promuevan estrategias de diversificación productiva y acceso a nuevos mercados, así como capacitaciones en gestión empresarial y comercialización, para que los productores no dependan únicamente del precio mínimo o la prima Fairtrade, y puedan mejorar sus ingresos de manera sostenible. Asimismo, se sugiere establecer alianzas con la Universidad Nacional Intercultural Fabiola Salazar Leguía para brindar capacitación en gestión financiera, costos de producción y valor agregado, permitiendo a los productores incrementar sus ingresos de manera sostenible.

Se recomienda que la Municipalidad Provincial de Bagua y el Gobierno Regional de Amazonas prioricen la implementación de programas sociales integrales en las comunidades cacaoteras, enfocados en mejorar el acceso a educación, salud y servicios básicos. De manera complementaria, enfocar la participación de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza en este programa integral para desarrollar proyectos de extensión universitaria con enfoque intercultural orientados a fortalecer capacidades comunitarias y promover investigaciones aplicadas que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los productores.

Es fundamental garantizar el acceso a equipos de seguridad, infraestructura y equipos técnicos y condiciones adecuadas en el entorno laboral; por ello la Cooperativa APROCAM debe realizar inspecciones periódicas en las parcelas y brindar recomendaciones para mejorar la seguridad y salud laboral. Además, el Gobierno Regional de Amazonas debe desarrollar programas de incentivo para las cooperativas que promuevan la igualdad de género, como otorgar reconocimientos o beneficios adicionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, & Flores. (2015). *“Impacto de la práctica comercial justa Fairtrade del comercio internacional, en el desarrollo socio-económico de las cooperativas chaco huayanay en la convención- Cusco, período 2010 al 2014.”*
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/7106>
- Alonso Almeida, M. M. (2009). La transparencia de Las empresas en internet para La confianza de Los accionistas e inversores: un análisis empírico. *Cuadernos de Administración*, 22(38), 11–30.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922009000100002&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Ansbaugh, D., Hamrick, M. & Rosato, F. (2004). Wellness: Concepts and Applications. En M. M. Chavez. y G. Binnqüist. (27 ed). Sobre el concepto de bienestar y su vínculo con lo ambiental. (pp. 127–158). Sociedades Rurales, Producción y Medio Ambiente.
<https://sociedadesruralesoj.s.xoc.uam.mx/index.php/srpma/article/view/261>
- Azatrade. (2025). Exportaciones Peruanas. <https://www.azatrade.com/Export-subpartida3?subpartida=1801001900>
- Calderon Rodriguez, L. K., Silva Rivera, D. R., Zevallos Echegaray, M. M., Salinas Gainza, F. R., & Bermudez Alejo, D. (2024). *Analysis of occupational well-being and its relationship with sociodemographic factors in public workers*. Editorial SCIELO, 28(124), 67–75. <https://doi.org/10.47460/uct.v28i124.845>
- Cánepa Vega. (2016). *Gestión Gerencial y la pérdida de la certificación fairtrade en la asociación de recolectores orgánicos de la nuez amazónica del peru del*

departamento de Madre de Dios 2011.

<https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/575>

Castañeda Herrera, Y., Betancourt, J., Lorena, N., Jiménez, S., & Mora Martínez, A.

(2017). BIENESTAR LABORAL Y SALUD MENTAL EN LAS

ORGANIZACIONES. *Revista Electrónica Psyconex*, 9(14), 1–13.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/328547>

Castro Cajachagua, A. C. (2015). *Incidencia de la certificación del café en el*

desarrollo social y sostenible: Caso de la Cooperativa Agraria Cafetalera

Perené – Chanchamayo, 2013.

Castro Figueroa, A. M. (2008). *Manual de exportaciones. La exportación en*

Colombia. [https://editorial.urosario.edu.co/gpd-manual-de-exportaciones-la-](https://editorial.urosario.edu.co/gpd-manual-de-exportaciones-la-exportacion-en-colombia.html)

[exportacion-en-colombia.html](https://editorial.urosario.edu.co/gpd-manual-de-exportaciones-la-exportacion-en-colombia.html)

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERÚ].

(2023). *Buenas Prácticas de Comercio Justo | PROMPERÚ.*

<https://exportemos.pe/recurso/29566/buenas-practicas-de-comercio-justo>

Comité Internacional de Rescate. (2026). *En qué nos enfocamos, Bienestar económico.*

<https://www.rescue.org/outcome/economic-wellbeing>

Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2016). *Edición: Coordinadora Estatal de*

Comercio Justo (www.comerciojusto.org) Redacción: Punto y Coma

(www.puntoycoma.org) y Coordinadora Estatal de Comercio Justo.

www.comerciojusto.org

- Coscione Marco, & mulder Nanno. (2017). *El aporte del Comercio Justo al desarrollo sostenible*. <https://repositorio.cepal.org/entities/publication/4ba5812b-a78d-4d8b-b835-30e2dee72a9b>
- COSCIONE Marco. (2019). *Los beneficios y retos del comercio justo Los casos de Cosurca (Colombia) y Banelino (República Dominicana)*. https://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2022/08/cepal_clac2019_es.pdf
- Cupples, Julie., Palomino-Schalscha, Marcela., & Prieto, M. (2019). *The Routledge handbook of Latin American development*. 582.
- Fairtrade Ibérica. (2025). *El impacto de Fairtrade*. S.f., <https://www.fairtrade.es/impacto/>
- Fairtrade Internacional. (2025). *Normas de comercio justo*. <https://www.fairtrade.net/standard/fairtrade-standards>
- Fukuy Gavidia, & Huancas Fuentes. (2017). *“Impacto del Comercio justo en el desarrollo socioeconómico de la asociación de micro-productores de banano orgánico del alto chira margen izquierda (AMPBAO) distrito de Sullana-Piura 2012-2016.”* <https://hdl.handle.net/11537/11450>
- Gil Ibañez. (2014). *El comercio justo en China*. <https://books.google.es/books?id=BXVuBgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Guevara-Rosero, G. C., Monge, K., Yáñez, H., Guachamín, M., & Flor, J. (2024). The impact of fair-trade certifications in social and solidarity economy organizations in Ecuador. *Regional Science Policy and Practice*. <https://doi.org/10.1016/j.rspp.2024.100055>

- Hernández, O (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., María del Pilar Baptista Lucio, D., & Méndez Valencia Christian Paulina Mendoza Torres, S. (s.f). *Metodología de la Investigación*. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20BaptistaMetodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Infante, E. (2012). Comercio Justo: Una Propuesta Histórica y Comercial. *Suma de Negocios*.3(2), 123-124.
<https://www.redalyc.org/journal/6099/609966986009/html/>
- Instituto Nacional de Estadística [INE]. (2025). Exportaciones.
<https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/comercio-exterior/exportacion-2/>
- Keisling, K. (2013). La Realidad de Comercio Justo: una Investigación de las Fallas y los éxitos del Sistema en el Valle de la Convención, Perú, desde la Perspectiva de los Productores. *Proyecto Estudio Independiente ISP) Collection*.
https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/1657
- Kliksberg, B. (2003). La ética importa. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG) Año 8*. N^o, 24, 661–665.

- Kothari, C. (2016). *Research Methodology: Methods and Techniques*. New Age International. <https://pdfroom.com/books/research-methodology-methods-and-techniques/E1d4DnoNdOb>
- Leguizamón Martínez, E. (2020). *Sistemas de Certificación de Comercio Justo para las mujeres Caficultoras de Micro Lotes de Café, de la Región de la Mesa Cundinamarca*. <https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/9628>
- León Carrasco. (2021). El Comercio Justo es sin duda el motor para una sociedad más justa, consciente y sostenible. Agraria.pe. <https://agraria.pe/noticias/el-comercio-justo-es-sin-duda-el-motor-para-una-sociedad-mas-24324>
- López, R. (2019). Bienestar y desarrollo: Evolución de dos conceptos asociados al bien vivir. Telos, 21(2), 288-312.
<https://www.redalyc.org/journal/993/99359223019/html/>
- Losada, L., Mendiri, P y Rebollo, N. (2022). Del bienestar general al bienestar escolar: una revisión sistemática. RELIEVE, 28(1).
<https://www.redalyc.org/journal/916/91671862003/html/>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MINAGRI]. (2019). Minagri: En el Perú más de 100 mil familias se dedican al cultivo de cacao en 16 regiones.
<https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/52030-minagri-en-el-peru-mas-de-100-mil-familias-se-dedican-al-cultivo-de-cacao-en-16-regiones>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2025). Estadísticas de exportación.
<https://siea.midagri.gob.pe/portal/publicacion/agroexportaciones>.
- Ministerio de la Producción Tributario [PRODUCE]. (2024). *Estudio de Investigación Sectorial: Sector Cacao y derivados*.

<https://www.producempresarial.pe/estudio-de-investigacion-sectorial-sector-cacao-y-derivados/>

Mollinedo Quispe Frank. (2025). Cacao y derivados: Evolución del Mercado Internacional y Nacional. <https://www.cien.adexperu.org.pe/cacao-y-derivados-evolucion-del-mercado-internacional-y-nacional/>

Montes Mejía, & Moreno Romero. (2020). Impacto de la Certificación de Comercio Justo en las exportaciones del Cacao de la Región San Martín a Países Bajos durante el 2009 al 2018. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/650359>

Olguín Espinoza, L. C. M. (2018). PLAN DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE CACAO EN GRANO SECO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS - JUANJUÍ, SAN MARTÍN. *Horizonte Empresarial*, 5(2). <https://doi.org/10.26495/rhe185.2688>

Organismo de Certificación Global Independiente de Fairtrade [FLOCERT]. (2025). *La historia de FLOCERT con el Comercio Justo*. <https://www.flocert.net/es/nuestra-historia-con-el-comercio-justo/>

Peña Rico, C. E, & Arias Montero, J. E. (2022). *STRATEGIES TO INCREASE THE USE OF FAIRTRADE CERTIFICATION IN PRODUCTS FROM THE PROVINCE OF EL ORO*. *Revista Científica Cultura, Comunicación Y Desarrollo*, 7(3), 150–159. <https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/404>

- Peralta Norka. (2021). *Todo sobre cómo participar en Taza Dorada Perú 2021 - Cafelab*. <https://cafelab.pe/todo-lo-que-hay-que-saber-para-participar-en-taza-dorada-peru-2021/>
- Poder Judicial del Perú [PJ]. (2026). BIENESTAR SOCIAL.
https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/bienestarsocial/s_bien_social/
- Quito Mejia, A. M., & Pérez Touset, B. R. (2017). *Coevac Shahuindo análisis de la situación actual para la implementación de la certificación Fairtrade, 2017*.
- Raynolds, L. T., & Bennett, E. A. (2014). Handbook of research on fair trade.
Handbook of Research on Fair Trade, 1–581.
<https://doi.org/10.4337/9781783474622>
- Reyes Blanco Otilio, & Oslund Rains Franklin Sam. (2014). *TEORÍA DEL BIENESTAR Y EL ÓPTIMO DE PARETO COMO PROBLEMAS MICROECONÓMICOS* (Vol. 2),
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5109420.pdf>
- Rodríguez. (2019). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de pequeños productores*. www.fairtrade.net/standards.html
- Superintendencia Nacional de Administración Tributario [SUNAT]. (2025),
<https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributario [SUNAT]. (2025). *SUNAT; Exportaciones 2024*.
<https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>
- Tecana American University. (s.f). *Los Niveles de Investigación*.
<https://tauniversity.org/los-niveles-de-investigacion>

Toscano Ruiz, Darwin. F (2017). *Influencia del comercio justo en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la Provincia de los Ríos-Ecuador*. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/item/0a2f1ef6-7a93-4dbb-b32f-97e656839366>

ANEXOS**Anexo A****Escala de Likert****Cuestionarios a ser aplicados****La Certificación Fairtrade en el bienestar de los socios de una agroexportadora de cacao de Amazonas****Objetivo**

El presente cuestionario tiene como objetivo recopilar información sobre su percepción respecto a la Certificación Fairtrade en su bienestar personal y comunitario dentro de la Cooperativa Agraria APROCAM en Bagua. La información que usted proporcione será tratada con absoluta confidencialidad y únicamente será utilizada para fines de investigación académica.

I. DATOS INFORMATIVOS

Edad: _____

Sexo: _____

Años como miembro de la cooperativa: _____

Estado civil: _____

Nivel Educativo: _____

N° de hectáreas: _____

Nivel de Ingresos: _____

Sus respuestas consideran la siguiente escala:***(1) Totalmente en desacuerdo (TD),******(2) En desacuerdo (D),******(3) Indiferente (I),******(4) De acuerdo (A) y******(5) Totalmente de acuerdo (TA)***

II. TEST DEL CERTIFICADO FAIRTRADE

<i>N°</i>	<i>DIMENSION / INDICADOR</i>	<i>TD</i>	<i>D</i>	<i>I</i>	<i>A</i>	<i>TA</i>
I. CUMPLIMIENTO DE LOS 10 PRINCIPIOS						
Oportunidades para productores desfavorecidos						
1.	La certificación me ha permitido hacer mejoras en el tratamiento de mis parcelas.					
2.	Ahora tengo más oportunidades de crecer como productor que antes.					
Transparencia y responsabilidad						
3.	Nosotros como productores recibimos información actualizada sobre los precios y condiciones del mercado.					
4.	Los directivos de la cooperativa nos consultan antes de tomar decisiones importantes.					
Prácticas comerciales justas						
5.	Los compradores cumplen con los términos acordados en los contratos comerciales.					
6.	Tener la certificación Fairtrade nos ha permitido incrementar las exportaciones de nuestro cacao a mercados internacionales.					
Pagos justos						
7.	Cuando los precios del mercado bajan, recibimos al menos el precio mínimo garantizado por Fairtrade.					
8.	Puedo solventar los gastos del hogar con las ganancias obtenidas de la venta del cacao Fairtrade.					
No al trabajo infantil ni al trabajo forzoso						
9.	En mi parcela, solo trabajan personas mayores de 18 años en todas las actividades relacionadas con la producción de cacao.					
10.	La cooperativa tiene mecanismos para prevenir el trabajo infantil.					

No discriminación, igualdad de género y libertad de asociación

11. En la cooperativa, las mujeres ganan lo mismo que los hombres por cosechar la misma cantidad de cacao.
12. Todos los productores reciben el mismo trato sin importar su origen o condición.

Condiciones laborales dignas

13. Todos los trabajadores en mi parcela reciben al menos la remuneración mínima mensual por su trabajo.
14. Tengo acceso a servicios básicos (agua, baños) cuando trabajo.

Desarrollo de Capacidades

15. En el último año, recibí al menos dos capacitaciones sobre prácticas de conservación para el cultivo de cacao.
16. Existen programas de desarrollo de habilidades de liderazgo para los productores.

Promoción del Comercio Justo

17. La cooperativa ha establecido relaciones directas con al menos dos nuevas empresas chocolateras que se comprometen con los principios del comercio justo.
18. La cooperativa participa activamente en eventos de promoción del comercio justo.

Acción por el clima y protección del medioambiente

19. Sé cómo proteger mis cultivos de los cambios climáticos.
20. Practico el manejo adecuado de residuos en mi parcela.

II. BENEFICIOS ECONÓMICOS**Prima Fairtrade**

21. Considero que el proceso que se realiza para obtener la certificación Fairtrade es la adecuada.
 22. Las actividades financiadas con la Prima Fairtrade han beneficiado a la cooperativa.
-

-
- 31 Desde la implementación de la certificación Fairtrade, tenemos equipos de seguridad adecuados y áreas de trabajo más limpias.
- 32 En la cooperativa, los productores se sienten cómodos compartiendo sus ideas para mejorar los procesos de cultivo y cosecha.
-

Fuente: Elaboración propia (2025).

ANEXO B

Validación de Instrumento



Quien suscribe, **Dr. Freddy Manuel Camacho Delgado**, Docente Principal de la Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales de la Carrera Profesional de Administración de Negocios Globales en la Universidad Nacional Intercultural Fabiola Salazar Leguía de Bagua, hago constar que el cuestionario Test de Likert utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de LICENCIADO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES, titulado "LA CERTIFICACIÓN FAIRTRADE EN EL BIENESTAR DE LOS SOCIOS DE UNA AGROEXPORTADORA DE CACAO DE AMAZONAS", elaborado por la Bach. PÉREZ VARGAS JOSSY CECILIA y por la Bach. SALDAÑA EDQUÉN LUZ ELITA, reúne es pertinente, coherente y consistente considerados válidos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Lambayeque, 09 de OCTUBRE de 2025

Dr. Freddy M. Camacho Delgado
DNI N° 20640064
Teléfono 964676108

Firma

Nota: Validación del instrumento otorgado por el Dr. Freddy Camacho Delgado-docente de la Universidad Nacional Intercultural Fabiola Salazar Leguía de Bagua.

INFORME DE OPINION DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES

Nombre: Dr. Freddy Manuel Camacho Delgado

Cargo o institucion donde labora: Docente Principal Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales de la Carrera Profesional de Administración de Negocios Globales en la Universidad Nacional Intercultural Fabiola Salazar Leguía de Bagua- Amazonas - Perú

II ASPECTO DE VALIDACION

	INDICADORES	BAJO	MEDIO	ALTO
REDACCION	Los indicadores usan las palabras apropiadas			X
PRECISION	Los indicadores son claros.		X	
ORGANIZACION	Los indicadores tienen una secuencia de ideas			X
APARIENCIA	Los indicadores mden lo que se quiere medir			X
CONTENIDO	Los indicadores estan integrados			X
CRITERIO	Los indicadores son comparables			X
CONSTRUCTO	Los indicadores responde a la teoria			X
CONSISTENCIA	Los indicadores son estables entre ellos			X
COHERENCIA	Los indicadros estan relacionados			X

III. OBSERVACIONES

El Proyecto cumple Temáticamente, el proyecto de tesis se justifica porque se encuentra en el campo de acción profesional del ejercicio y responsabilidad de la Gerencia Social. Metodológicamente, cumple con el ordenamiento horizontal y vertical de un proyecto de tesis.

IV. DECISIÓN GENERAL

APLICABLE X

NO APLICABLE

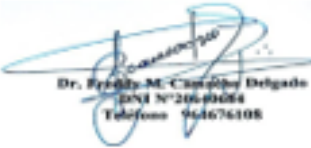
V. VALIDACIÓN GENERAL

ALTA X

MEDIA

BAJA

VI FIRMA


 Dr. Freddy M. Camacho Delgado
 DNI N° 206 93064
 Telefono 96676108



Quien suscribe, ~~Mendoza Reap~~ **Freddy**, Gerente General de Cooperativa APROCAM- Bagua, hago constar que el cuestionario Test de Likert utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de LICENCIADO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES, titulado "LA CERTIFICACIÓN FAIRTRADE EN EL BIENESTAR DE LOS SOCIOS DE UNA AGROEXPORTADORA DE CACAO DE AMAZONAS", elaborado por la Bach. PÉREZ VARGAS JOSSY CECILIA y por la Bach. SALDAÑA EDQUÉN LUZ ELITA, reúne es pertinente, coherente y consistente considerados válidos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Lambayeque, 02 de OCTUBRE de 2025

Firma

Nota: Validación del instrumento otorgado por Freddy Mendoza Reap- Gerente General de la Cooperativa APROCAM- Bagua.

INFORME DE OPINION DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES

Nombre: Helsin Nain Farro Torres

Cargo o institucion donde labora: Responsable de Area Técnica y Certificaciones

II ASPECTO DE VALIDACION

	INDICADORES	BAJO	MEDIO	ALTO
REDACCION	Los indicadores usan las palabras apropiadas			X
PRESICION	Los indicadores son claros.		X	
ORGANIZACION	Los indicadores tienen una secuencia de ideas			X
APARIENCIA	Los indicadores mden lo que se quiere medir			X
CONTENIDO	Los indicadores estan integrados			X
CRITERIO	Los indicadores son comparables			X
CONSTRUCTO	Los indicadores responde a la teoria			X
CONSISTENCIA	Los indicadores son estables entre ellos			X
COHERENCIA	Los indicadros estan relacionados			X

III. OBSERVACIONES

Los indicadores están descritos adecuadamente, pero seria mejor simplificar el lenguaje y agregar ejemplos para mayor comprensión de los productores. Algunas preguntas requieren mas claridad para evitar interpretaciones ambiguas, asi mismo recomendando reorganizar las preguntas del cuestionario para que se agrupen según las áreas específicas de bienestar, económico, social, ambiental y laboral.

IV. DECISIÓN GENERAL

APLICABLE X

NO APLICABLE

V. VALIDACIÓN GENERAL

ALTA X

MEDIA

BAJA

VI FIRMA


 COOPERATIVA AGRARIA
 KIPUCAM
 Freddy Mendota Resp
 GERENTE GENERAL



Quien suscribe, Helsin Nain Farro Torres, Ingeniero ambiental de la Cooperativa APROCAM-Bagua, hago constar que el cuestionario Test de Likert utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de LICENCIADO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES, titulado "LA CERTIFICACIÓN FAIRTRADE EN EL BIENESTAR DE LOS SOCIOS DE UNA AGROEXPORTADORA DE CACAO DE AMAZONAS", elaborado por la Bach. PÉREZ VARGAS JOSSY CECILIA y por la Bach. SALDAÑA EDQUÉN LUZ ELITA, reúne es pertinente, coherente y consistente considerados válidos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Lambayeque, 02 de OCTUBRE de 2025

Firma

Nota: Validación del instrumento otorgado por Helsin Farro Torres- Ingeniero Ambiental de la Cooperativa APROCAM- Bagua.

INFORME DE OPINION DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES

Nombre: Helsin Nain Farro Torres

Cargo o institucion donde labora: Responsable de Area Técnica y Certificaciones

II ASPECTO DE VALIDACION

	INDICADORES	BAJO	MEDIO	ALTO
REDACCION	Los indicadores usan las palabras apropiadas			X
PRESICION	Los indicadores son claros.		X	
ORGANIZACION	Los indicadores tienen una secuencia de ideas			X
APARIENCIA	Los indicadores mden lo que se quiere medir			X
CONTENIDO	Los indicadores estan integrados			X
CRITERIO	Los indicadores son comparables			X
CONSTRUCTO	Los indicadores responde a la teoria			X
CONSISTENCIA	Los indicadores son estables entre ellos			X
COHERENCIA	Los indicadros estan relacionados			X

III. OBSERVACIONES

Los indicadores están descritos adecuadamente, pero seria mejor simplificar el lenguaje y agregar ejemplos para mayor comprensión de los productores. Algunas preguntas requieren mas claridad para evitar interpretaciones ambiguas, así mismo recomendando reorganizar las preguntas del cuestionario para que se agrupen según las áreas específicas de bienestar, económico, social, ambiental y laboral.

IV. DECISION GENERAL

APLICABLE X

NO APLICABLE

V. VALIDACION GENERAL

ALTA X

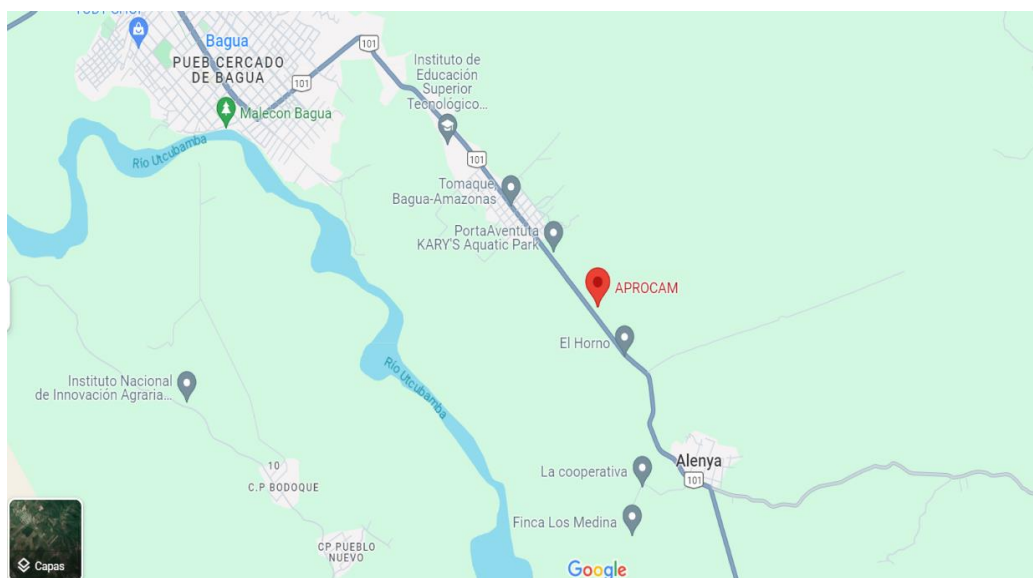
MEDIA

BAJA

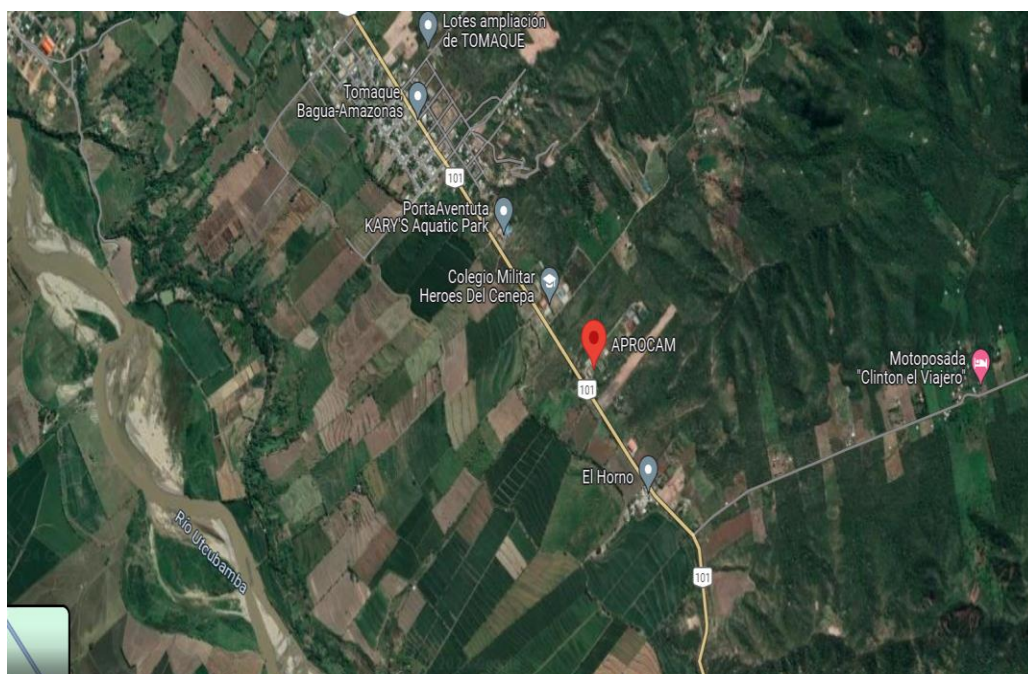
VI FIRMA


 Helsin N. Farro Torres
 AREA TECNICA

ANEXO C

Mapa urbano de la ubicación de la Cooperativa APROCAM- Bagua

Fuente: Google maps. (2025)



Fuente: Google maps. (2025)



Fuente: Elaboración propia (2025).

Anexo D

Noticias relevantes

Cacao Amazonas Perú es un tesoro genético y cultural

Enviar

Imprimir



Nota: CACAO Amazónico es un símbolo de calidad y Origen. Fuente: Agraria.pe (2025).



Productores concretaron ventas por S/44 000 en el Festival de Cacao y Chocolate Amazonas

Fuente: AgroPerú (2025).

Perú, centro de origen y productor mundial de cacao orgánico

Nota de prensa

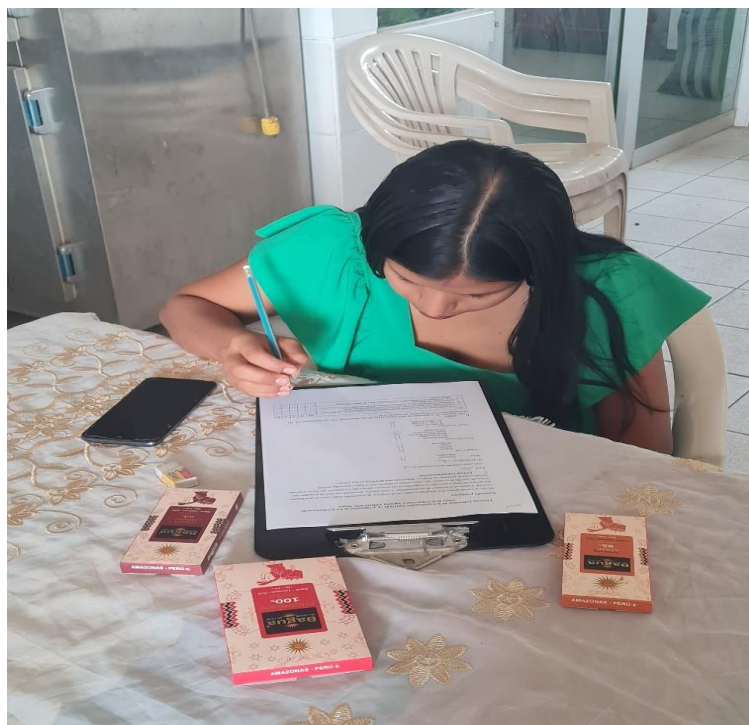
El cacao involucra a 90,000 productores principalmente de la agricultura familiar ubicados en 16 regiones.



Fuente: MIDAGRI (2025).

Anexo E

Aplicación de instrumento



Fuente: Elaboración propia (2025).



Fuente: Elaboración propia (2025).



Fuente: Elaboración propia (2025).



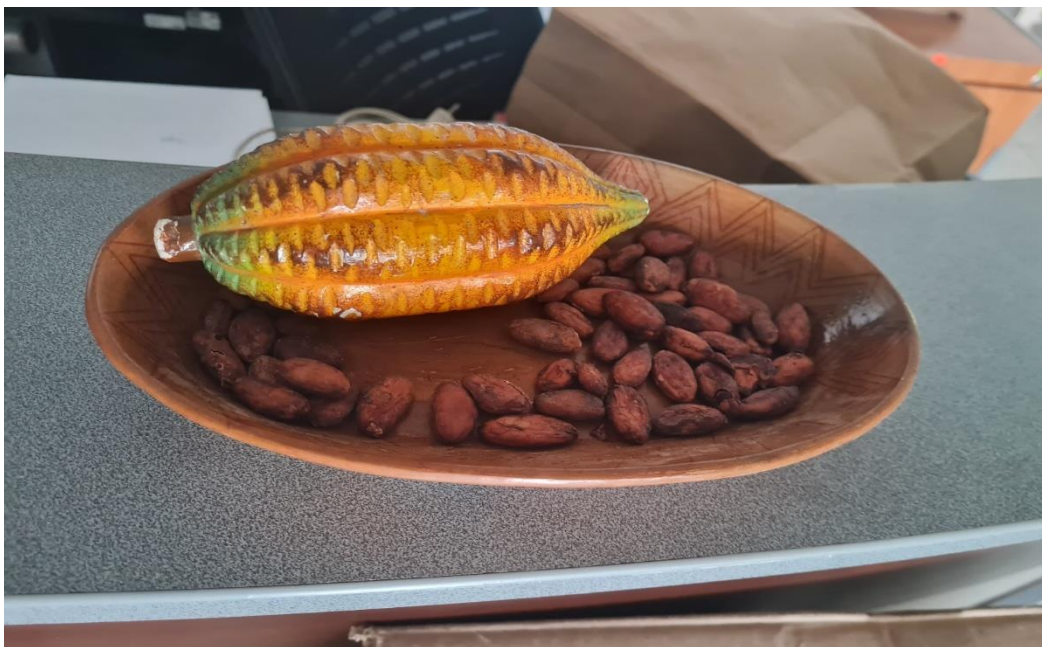
Fuente: Elaboración propia (2025).



Fuente: Elaboración propia (2025).



Fuente: Elaboración propia (2025).



Fuente: Elaboración propia (2025).



Fuente: Elaboración propia (2025).