



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**El Comercio Justo en las exportaciones
de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al Mercado
EE.UU, 2021.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

Servan Meléndez, Genith Evelin (ORCID: 0000-0002-4157-9149)

ASESOR:

Mgtr. Pasache Ramos, Máximo Fidel (ORCID: 0000-0003-1005-0848)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA — PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mi madre Natividad por ser sinónimo de valentía y humildad.

A mi papá Hugo por brindarme su amor y un hogar feliz.

A mis hermanos Elber, Janet, Junior y Víctor por ser siempre mi apoyo y alentarme a culminar mi carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradecer a Dios por brindarme salud
durante mi carrera profesional.

A mi familia por ser mi bastón y mi refuerzo en
todo momento.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARATULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	vii
ABSTRAC	viii
I INTRODUCCIÓN	9
II MARCO TEÓRICO	14
III METODOLOGÍA	25
3.1. Tipo y diseño de investigación	25
3.2. Variables y operacionalización	25
3.3. Población, muestra y muestreo	26
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	26
3.5. Procedimientos	29
3.6. Método de análisis de datos	29
3.7. Aspectos éticos	30
IV RESULTADOS	31
V DISCUSIÓN	40
VI CONCLUSIÓN	43
VII RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS	45

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 : <i>Validez del instrumento</i>	27
Tabla 2 : <i>Rangos de confiabilidad</i>	27
Tabla 3: <i>Resumen del procesamiento de casos</i>	28
Tabla 4: <i>Estadística de la variable comercio Justo</i>	28
Tabla 5: <i>Resumen del procesamiento de casos</i>	28
Tabla 6: <i>Estadística de la variable exportación</i>	28
Tabla 7: <i>Tabla de frecuencia de la variable Comercio Justo</i>	31
Tabla 8: <i>Tabla de frecuencia de la variable Exportación</i>	32
Tabla 9: <i>Tabla de frecuencia de la dimensión bienestar económico, social y ambiental</i>	33
Tabla 10: <i>Tabla de frecuencia de la dimensión Desarrollo integral</i>	33
Tabla 11: <i>Tabla de frecuencia de la dimensión Beneficios</i>	35
Tabla 12: <i>Tabla de normalidad</i>	35
Tabla 13: <i>Valores de correlación</i>	36
Tabla 14: <i>Correlación existente entre Comercio Justo y Exportación</i>	37
Tabla 15: <i>Correlación existente entre bienestar económico, social y ambiental y Exportación</i>	37
Tabla 16: <i>Correlación existente entre el desarrollo integral y Exportación</i>	38
Tabla 17: <i>Correlación existente entre los beneficios del comercio justo y Exportación</i>	39

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: <i>Comercio Justo</i>	31
Figura 2: <i>Exportación</i>	32
Figura 3: <i>Bienestar económico, social y ambiental</i>	33
Figura 4: <i>Desarrollo integral</i>	34
Figura 5: <i>Beneficios</i>	35

RESUMEN

El objetivo de esta investigación principal determinar la relación que existe entre el comercio justo en las exportaciones textiles de tejido de lana de alpaca de la Asociación privada, 2021. La investigación tiene enfoque cuantitativo con diseño no experimental correlacional de tipo aplicada.

La muestra fue de tipo censal, lo cual se consideró a 25 socios que forman parte de la asociación privada. Se empleó como instrumento un cuestionario compuesto por 17 preguntas, lo cual fue validado mediante el Alfa de Cronbach y por tres expertos en la materia.

Se llegó a la conclusión, que existe una relación entre el comercio Justo y las exportaciones de la Asociación privada, 2021, presentó una relación alta con un coeficiente significativo de 0,694. Por lo cual se confirma que la Asociación realizó un uso eficiente del comercio equitativo, esto permite que los socios o productores estén satisfechos de formar parte del Comercio Justo.

Palabras claves: Comercio Justo, exportación, tejidos.

ABSTRAC

The objective of this main research to determine the relationship that exists between fair trade in textile exports of alpaca wool fabric from the Private Association, 2021. The research has a quantitative approach with applied non-experimental correlational design.

The sample was of a census type, which was considered to 25 partners who are part of the private association. A questionnaire composed of 17 questions was used as an instrument, which was validated by Cronbach's Alpha and by three experts in the field.

It was concluded that there is a relationship between Fair trade and private Association exports, 2021, presented a high relationship with a significant coefficient of 0.694. Therefore, it is confirmed that the Association made an efficient use of fair trade, this allows the partners or producers to be satisfied to be part of Fair Trade.

Keywords: Fair Trade, export, fabrics.

I INTRODUCCIÓN

El Perú es una de las potencias a nivel Universal en lana y fibra de alpaca la producción de alpacas se concentra en los departamentos ubicados sobre los de los 3,800 msnm, los pobladores se dedican a la crianza de camélidos. A su vez, se cuenta con 3.6 millones de camélidos en todo el territorio peruano lo cual representa el 87% de la población del mundo, son 82,459 productores agropecuarios peruanos dedicados a la crianza de alpaca; indicado por el IV Censo Agropecuario (Cenagro,2018).

El Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri, 2020) describe los principales departamentos donde se registra la mayor cantidad de crianza de camélidos (alpaca) son los siguientes departamentos Puno 39.7 %, Cusco 14.9 %, Arequipa 13.5 %, Huancavelica 8.6 %, Apurímac 6.2 %, Ayacucho 3.2 % y Pasco 2.4 %. Actualmente existen tres razas de alpacas que son más producidas a nivel nacional; donde con mayor porcentaje está ocupada por el son de raza Huacaya, el Suri y el menor porcentaje la raza híbrida. Respecto a la raza Huacaya se identifican por su cobertura total en el cuerpo de del vellón denso y fibra pesada; la raza Suri, tiene un vellón lacio y sedoso con un crecimiento mayor que las demás razas.

Las exportaciones en el año 2020 de tejidos de lana de alpaca de alpaca fueron en total 17906.749 Kg, que equivale a US\$ 1,555,851.18 , el principal país de destino es EE.UU US\$ 715306.95, después es Italia con US\$ 374106.23 y tercero Corea con US\$ 120775.25 el total de prendas exportadas, el 7% fueron hechas de fibra de alpaca, el 17% con fibra sintética, el 76% con algodón, las confecciones de fibra de alpaca está creciendo de manera muy acelerada en comparación con las exportaciones de prendas de vestir en general. El precio de los tejidos hechos a base de fibra de alpaca está en US \$91.50 dólares por kilogramo y las prendas de algodón el precio es de US \$44 el kilogramo (SUNAT,2020).

Las competencias en la industria textil de los países asiáticos se caracterizan por ser los principales fabricantes de prendas, calzados y accesorios que se comercializan a nivel mundial, estos cuentan con logística, tecnología e infraestructura de primera. En el Perú la artesanía sufre de problemas

estructurales ligados particularmente a la falta de organización, conocimiento, tecnología para el proceso de elaboración de los tejidos y accesorios. La artesanía y textiles hecho a base de lana de alpaca y la crianza de los camélidos es uno de los principales ingresos para muchos hogares del sur del país estos forman parte de asociaciones, grupos, etc. pero en la gran mayoría no reciben capacitaciones, pago justo por el trabajo que realizan la mayor parte del tiempo, las mujeres son las que se dedican a esta actividad y sus ingresos por realizar este trabajo es destinado principalmente a la educación, la salud y las necesidades diarias de su familia. Minagri (2019)

Desde hace muchas décadas atrás se viene desarrollando en EE. UU, Nueva Zelanda, Australia y Canadá, tienen el interés por desarrollar la crianza de camélidos más que en los demás países. Los camélidos (llamas) son criados en Europa con muchas finalidades, uno de ellos es como mascota, gracias a su gran docilidad, sociabilidad, belleza y fácil adiestramiento la otra cantidad se utiliza para trekking o caminatas, en el cual la llama u otro camélido es la encargada de transportar la carga de los turistas y excursionistas. Actualmente en EE. UU, hay gran cantidad de establos en la parte sur de Texas que se dedican especialmente a la crianza de alpacas donde en la gran mayoría de estos camélidos no han nacido en los andes. A su vez, su fisiología se adapta a las condiciones ambientales existentes en la zona, como en las heladas alturas que es parte de su hábitat natural o en un ambiente caluroso como es Texas. Minagri (2019)

Las alpacas se han importado a los países de Europa como en Gran Bretaña, Alemania, Dinamarca, Suiza, Francia, Austria, Holanda e Italia para ser utilizadas preferentemente por los grupos empresariales con la finalidad de una producción de fibra de excelente calidad y textura, principalmente en Inglaterra e Italia. Sin embargo, es importante considerar que los costos de mantención de estos animales en Europa son bastante costosos, por lo cual encarece el precio final de la fibra, comparada con la que puede obtenerse de otros países sudamericanos. La república (2018)

El alto crecimiento de la demanda y la exigencias de los mercados durante los últimos años es necesario conocer las nuevas tendencias del mercado y crear valor agregado a los textiles fabricado en base de lana de alpaca con certificados

para crear prendas de buena calidad con el uso de las buenas prácticas en el procedimiento para la elaboración, apoyar a los pequeños productos de crianza de alpaca y mayormente las mujeres son las que se dedican a elaborar las prendas, luchar contra la pobreza y la desigualdad dentro de las certificaciones, una de ellas es la más reconocida que es el “comercio justo” Actualmente, la Organización Mundial de comercio Justo (OMCJ) en América Latina (WFTO-LA) cuenta con 67 miembros en 12 países.

La organización del comercio justo (WFTO) Busca crear un vínculo comercial con el productor basada en un beneficio equitativo, con una comunicación transparente donde prima el respeto en de cada uno de los integrantes, busca a la solución de conflictos, con finalidad de mejorar las relaciones comerciales (Organización Mundial del Comercio Justo, 2013).

La unidad de análisis corresponde a la Asociación Privada ubicada en Hualhuas, departamento de Junín, la cual se dedica a producir prendas confeccionadas a base de lana de alpaca como: gorro, vestidos, guantes, chalinis, chompas y ponchos, etc. La asociación es partícipe de las ferias a nivel nacional e internacional donde exhiben sus productos hechos con dedicación y pasión. La presente investigación busca analizar, identificar y conocer los conocimientos que tiene la asociación Privada con relación de comercio justo con el objetivo de brindar conocimientos para una mejor calidad de vida de los socios y llevar sus prendas y tejidos a otros mercados internacionales y aumentar sus exportaciones.

En la investigación se definió el problema general ¿Qué relación existe entre el comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021? Con los problemas específicos ¿Qué relación existe entre el bienestar económico, social y ambiental y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021? ¿Qué relación existe entre el desarrollo integral y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021? ¿Qué relación existe entre los beneficios del comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021?

En la presente investigación tenemos a la justificación teórica definido de la siguiente manera: Debido al crecimiento y a la importancia del comercio justo donde las exportaciones peruanas han ido creciendo al pasar de los años, el Perú es uno de los países que tiene una gran mayoría de pequeños productores en el sector secundario que carecen de muchas deficiencias a nivel económico, conocimiento, social y empresarial. Por tanto, este proyecto de investigación busca conocer, analizar y describir las expectativas sobre el comercio justo y considerar el importante papel que desempeña el comercio justo en los productores de tejidos de lana de alpaca la Asociación Privada al mercado norteamericano, el comercio justo constituye una variable importante para contribuir con el desarrollo de igualdad social, económica y política con el objetivo de acabar con la pobreza mundial

El manejo y medición del comercio justo exige el desarrollo y verificación de las principales teorías que sustentan con la incidencia en fuentes primarias y secundarias con autores sobresalientes y con bibliografía actualizada.

La justificación práctica de esta investigación es hallar la relación que existe entre variables para proponer alternativas de mejora con el comercio justo que permitan contribuir en el aumento de la exportación de tejidos elaborados a base de lana de alpaca de la Asociación Privada.

La metodología de la investigación se utilizó cuestionario compuesta por 17 preguntas para la recolección de datos construida en base a las variables, el diseño y los instrumentos fueron validadas por expertos, lo cual servirá como base para otros estudios o investigadores relacionados con el tema e incluso para todas las empresas, grupos, asociaciones, pobladores y empresas exportadoras para una guía de trabajo y toma de decisiones.

Para la presente investigación se definió el objetivo general: Determinar la relación que existe en el comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021. Con los objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre el bienestar económico, social y ambiental y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021. Determinar la relación que existe entre el desarrollo integral y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021. Determinar la relación que existe entre los beneficios del comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021.

Para la presente investigación se definió la hipótesis general: Existe una relación significativa entre el comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021. Con Hipótesis específicas: Existe una relación significativa entre el bienestar económico, social y ambiental y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021. Existe una relación significativa entre el desarrollo integral y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, periodo 2021. Existe una relación significativa entre los beneficios del comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021.

II MARCO TEÓRICO

Trabajos previos a nivel internacionales:

Araya, S & Araya, C (2019). En su artículo *“Priorización Multicriterio de Mercados Potenciales de Comercio Justo”* el enfoque es cuantitativo, diseño no experimental, de tipo descriptivo busca analizar los mercados internacionales más potenciales de Comercio Justo para Coquimbo ubicado en Chile a través del método de toma de decisiones multi criterio. La estructura jerárquica de este artículo se analizó en base a dos grupos de criterios de valoración una de ellas es el mercado potencial que implica el desarrollo económico, volumen importaciones, poder adquisitivo, aumento de las exportaciones e importaciones, accesibilidad y riesgo país el segundo es riesgo y accesibilidad que implica riesgo país, transparencia, libre economía, sin corrupción, se aplicó en varios países del comercio justo. Los resultados indican que los mercados con mayor prioridad son, Alemania, Suiza, Dinamarca, Noruega y en Oceanía están Nueva Zelanda y Australia, América son EE. UU, Canadá. En conclusión, lo que se resalta es la fortaleza del Método multicriterio para priorizar los mercados y la posibilidad de argumentar en situaciones comunes.

Yañez, M.; Capa, L. (2016). En su artículo *“Impacto de la producción orgánica en una organización ecuatoriana del comercio Justo”* Las certificaciones para los productos orgánicos del comercio justo es un proceso donde implica acuerdos convencionales entre los productores y consumidores donde implica mucha responsabilidad para los miembros donde los acuerdos sean éticos con un beneficio mutuo para la organización. En este artículo el objetivo es resaltar el esfuerzo asociado de una organización preservando los valores y principios desde que inició. A su vez busca un crecimiento personal y económica mediante la formación académica con infraestructura productiva, talleres y capacitaciones, facilidad de acceso a créditos, comercialización y exportación de productos, el banano se caracteriza por ser una fruta fresca, el cacao y sus derivados y otros productos básicos que forman parte de la canasta alimenticia de los socios. En este artículo de emplearon los métodos históricos, de análisis documental, entrevistas a dirigentes de

grupos o asociaciones, con la finalidad de motivar a los productores marginados que se están en situación de pobreza y vulnerabilidad, que hoy sufren la falta de tecnología, capacitaciones y precios inestables de sus productos, al formar parte de las asociaciones o cooperativas, busca reconocer las ventajas que representa para su posicionamiento en el mercado nacional y extranjero.

Villacres, R.; Bonilla, M.; Fierro, S. (2018). En su artículo *“Comercio Justo, como Factor principal de la reducción de la pobreza en Ríos, Ecuador”*. En estudio se da a conocer las conclusiones de una investigación hecha para demarcar el suceso del Comercio Justo como factor para la disminución de la pobreza de los micro y pequeños productores cacao marginados en Ríos, Ecuador, con el objetivo de analizar y comprender si tienen conocimiento y apoyo donde les permita que los productos tengan un acceso más directo a mercados internacionales, con las condiciones más justas e igualitarias para todos los pobladores que lo necesitan. En este artículo se utilizó un diseño de investigación mixto; el estudio se centró en las entrevistas, observaciones, recopilación de datos y documentos, registros e intercambios realizados con los productores de cacao para recopilar la información y conocer sus opiniones sobre las condiciones y calidad de vida de la provincia de Ríos, Ecuador. La mayor información recopilada se obtuvo con una encuesta organizada con la aplicación de un cuestionario. Los resultados que se consiguió ayudaron a conocer que el Comercio Justo es un elemento muy importante que permite reducir la pobreza y busca apoyar a los productores y mejorar la calidad de vida de productores, solo si estos forman parte esencial de los planes de desarrollo de los Gobiernos Autónomos de una determinada zona a todos sus niveles, las asociaciones que brindan un aporte a los agricultores, donde estos hagan conocer sus inquietudes y reclamos con finalidad de obtener resultados satisfactorios y buscando desarrollo para su organización.

Cebada C.; Sama, C. (2019). En su artículo *“Análisis de la preferencia de los consumidores españoles hacia la miel, producción social ambientalmente responsable frente al comercio Justo”* En los últimos años se ha observado notablemente la concientización de los consumidores por

los alimentos con certificación donde implica que es de buena calidad, que son elaborados de una manera social y ambientalmente responsable. En rubro agroalimentario se da a conocer uno de los mayores mercados donde se enfoca a una producción que sea sostenible, como el Comercio Justo, donde brinda mayor conveniencia para los pequeños productores a través de otros sistemas como la producción ambientalmente responsable y para una comercialización de los productos con un precio justo. El objetivo del artículo es determinar los requisitos y condiciones en el consumo de alimentos en base al Comercio Justo, poner la información al alcance para la comprar alimentos sociales y ambientalmente para la población. Los resultados arrojan que los consumidores desean los dos tipos de producción responsable (comercio justo) a la convencional. Donde, la mujer tiene el perfil de un consumidor de alimentos producidos en base a los criterios del comercio justo, a su vez tiene conocimiento sobre los conceptos del Comercio Justo y tiene mayor sensibilidad frente conflictos ambientales, laborales y sociales.

Rodríguez, M & Vizcaino, G (2018). En su trabajo de tesis *“Oportunidades Comerciales para la oferta exportable de productos de Comercio Justo del Ecuador en el mercado europeo”* se pudo determinar que la certificación de comercio justo brinda muchas oportunidades de expandir sus mercados, comercializando productos sociales y ambientalmente responsables a organizaciones y asociaciones consolidadas de manera legal a nivel nacional. La información que brinda el comercio justo como: respeto al medio ambiente, prácticas comerciales justas, un pago justo por un productos y condiciones favorables de trabajo; los consumidores y productores no tienen conocimiento de esta alternativa de comercio, lo que ocasiona una participación mínima en mercados nacionales e internacionales. El 57% de las exportaciones de Ecuador basadas en el comercio justo van al continente europeo; lo cual representa el 70% del consumo mundial, los países que importan son, España, Alemania, Holanda e Italia. Ecuador actualmente tiene 41 asociaciones exportadoras certificadas con el sello de comercio justo, con productos como: café,

cacao, banano y confecciones textiles, frutas secas, plantas aromáticas, flores y medicinales, quinua, té.

Sánchez, J (2016). En su trabajo de grado *“El comercio justo como una herramienta para potenciar las exportaciones de marroquinería de Bogotá”*. Este proyecto tiene como objetivo proponer el Comercio Justo como una herramienta alternativa que permitiría aumentar las exportaciones; la investigación es cuantitativa, que se basará por capítulos, está compuesta por el marco teórico y la metodología de investigación, la segunda parte está compuesto por el desarrollarlo de la situación de las exportaciones de marroquinería; posteriormente, se analizará las características primordiales del Comercio Justo para cumplir con el objetivo de identificar oportunidades comerciales.

Trabajos previos a nivel nacional:

Quispe, M (2018). En su tesis titulada *“Aplicación del sello de Fairtrade por la empresa exportadora de artesanía textil de la región Puno”* se trabajó con el caso inti alpaca Eirl. Tuvo como objetivo estudiar la aplicación de los criterios del comercio justo y mejorar los ingresos económicos de los hogares para mejorar la calidad de vida de los miembros, para ello se planteó la hipótesis. La investigación es de tipo cuantitativo con diseño no experimental de tipo descriptivo. La técnica que se utilizó en esta tesis es una encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Inti alpaca, se llegó a una conclusión que un 60% de los productores artesanos no están involucrados y comprometidos con el comercio justo para que fortalezcan sus capacidades y desempeñarse con los panoramas y pilares del Comercio justo.

Textiles Panamericanos (2019). En su artículo científico titulado *“Crece la exportación de productos de alpaca”* Mencionan que las exportaciones de textiles hechas de alpaca y fibra de algodón en el Perú se están incrementando. Los temas discutidos incluyen la suavidad y calidad de alpaca fibras; las opiniones de expertos que la fibra de alpaca no contiene lanolina, y no causa alergias en la piel y el peruano que los fabricantes

tienen la ventaja de los acuerdos de exportación libre de aranceles a los países como Estados Unidos, Canadá y países europeos.

Huahualluque, A; Peñarrieta, L & Rodríguez, L (2015). En su artículo científico *“Estudio del Fairtrade de las empresas exportadoras de artesanía textil de Puno”* Este estudio se base en los principios del Comercio Justo que son aplicadas en los grupos de empresas y asociaciones que exportan de artesanía textil de la región Puno; para este estudio del artículo se tomaron en cuenta los criterios de transparencia externa e interna, respeto y cuidado al medio ambiente, precio justo y desarrollo de habilidades. El estudio es de tipo descriptivo. El resultado obtenido indica que la implementación del Comercio Justo, no se desarrolla a según los criterios por la falta de personal capacitado en las áreas de las empresas exportadoras y por la falta de financiamiento las empresas no pueden contratar a especialistas en el tema, lo cual conlleva a la desinformación a los miembros de las empresas y habitantes de la zona, el objetivo que busca el Comercio Justo es dar facilidades en base a los principales pilares del comercio justo enfocados en los productores, artesanos y tejedores con el objetivo de brindar una buena calidad de vida y economía familiar para el desarrollo de la localidad.

Comet, D. (2017). En la revista *“Comercio justo una alternativa comercial responsable y respetuosa con los derechos humanos”*. El proceso de la expansión de la producción y comercialización a mercados internacionales ha provocado que los consumidores estén más alejados de una realidad que viven otras personas que trabajan en el proceso de producción y fabricación de los bienes para llegar al consumidor final. Este suceso ha ocasionado que predominen los intereses propios de todas las personas, en la cadena de comercialización, dejando a un lado los intereses comunes. Para este tipo de situaciones el Comercio Justo se pronuncia ante también para tratar temas de explotación infantil, desigualdad y contaminación ambiental, con la finalidad de recuperar, en el terreno del comercio internacional, a su vez generar solidaridad mutua entre el consumir y productor, haciendo respetar los intereses como al respeto a los

Derechos Humanos, no al trabajo infantil, brindar un trabajo decente y desarrollar un modelo de un ambiente Sostenible.

Quispe, A (2018). En su tesis *“La Asociatividad y comercio justo en agentes económicos de prendas de fibra de alpaca en ascensión, Huancavelica 2018”*. El objetivo de la investigación es determinar la relación que existió entre la asociatividad de los agentes económicos con relación al ingreso del comercio justo de las prendas de elaborados a base de lana de alpaca, la investigación es tipo correlacional. Se determinó en los resultados que se obtuvieron que el 53.57% de los socios de los agentes económicamente organizados de prendas elaboradas a base de lana de alpaca indican que el comercio justo les trajo impactos regulares y que si existe una relación relevante entre la asociatividad con el comercio justo, donde se llega a la conclusión que a mayor asociatividad entre las personas existe una disminución en la aplicación del comercio justo

Fukuy, J & Huancas, S. (2017). En su tesis *“Impacto del comercio justo en el desarrollo socioeconómico de la asociación de micro productores de banano orgánico del Sullana”*. En la tesis de ha encontrado una gran oportunidad y beneficios que conlleva ser parte de la certificación comercio justo, porque genera un impacto positivo a nivel socioeconómico en los pobladores y productores, ya que ellos antes se dedicaban a otras actividades de la zona o labores principalmente agrícolas. Formando parte del comercio Justo se observó el ingreso a mercados extranjeros como Germany, EE. UU Belgium, Netherlands donde incrementó en gran escala las exportaciones, llegando a dar impacto positivo en el desarrollo de la economía. Finalmente se llegó a concluir que el comercio justo impacta en mayoría de manera positiva aún más en el desarrollo económico de los pequeños productores, esto se determinó en el acceso a nuevos mercados internacionales.

Dávila, A & Silva, J (2019) En su tesis *“Determinar el impacto del comercio justo en el desarrollo sostenible de los caficultores del distrito de Tres unidos, Provincia de Picota, 2018”* Este proyecto tiene es de diseño no experimental, aplicada y nivel correlacional, la muestra son 225

productores de café del Distrito de Tres Unidos, se utilizó la técnica de instrumentos de recolección de datos en base a una encuesta y el cuestionario. En la investigación se determinó en base a la percepción de los productores cafetaleros el comercio justo es calificado como adecuado con un porcentaje de 53% a su vez manifiestan que gracias a este tipo de comercio equitativo tienen acceso a mercados internacionales, a su vez al determinar la relación con la dimensión de desarrollo sostenible se concluye con una calificación muy adecuada con un porcentaje del 50%, donde implican el compromiso con la conservación del medio ambiente.

Con respecto a la variable Comercio justo se definió:

Se basa en un diálogo transparente y con respeto, su finalidad es la igualdad equitativa en el mundo del comercio internacional. Su objetivo es buscar el avance sostenible y brindar una mejor condición comercial y respetar los derechos de los trabajadores y productores marginados. (CECJ, 2015).

Pedrosa, S. (2016). El comercio busca mejorar las condiciones económicas y sociales de los productores que a menudo son presionados por las grandes empresas para ceder sus productos a un bajo precio y en condiciones inhumanas, alargando de esta manera su situación de pobreza, enriqueciendo y favoreciendo a las grandes empresas.

Para Leonid, A., David, S. & Walter, E. (2015) define como un principal eje del comercio justo es brindar información y promover un comercio donde implica el respeto y cumplimiento de los valores sociales, económicos y el medio ambiente que nos rodea. Este eje del comercio propone las mejores iniciativas de sentir y pensar de una persona, es decir se preocupa por el bienestar de manera individual y en conjunto, toma en conocimiento a los problemas que aqueja a la población y busca una mejora con el diálogo en base a la cooperación y respeto, buscando una igualdad para resolver los conflictos, para crear una sociedad más comprometida e igualitaria.

Fair Trade (2013) define al comercio justo como una forma de comercio impulsada por organizaciones no gubernamentales que tienen como

objetivo fomentar las relaciones comerciales de manera voluntaria con una participación igualitaria entre productores y consumidores de un producto, a su vez se debe rechazar la explotación infantil y promover la igualdad de género, respetar los derechos humanos con la finalidad de mejorar las condiciones de vida de los trabajadores y productores que se dedican al trabajo agrícolas entre otros y generar oportunidades a hombres y mujeres para un desarrollo económico para cada familia.

Ferro, C & Mili, S (2013) el autor también lo conoce al comercio justo como Comercio Alternativo para un desarrollo integral, se basa en una estrategia de ganar/ganar entre los actores intervinientes como los productores, transformadores, distribuidores hasta el cliente final, además brinda apoyo con financiamiento y capacitaciones a los países en vías desarrollo, con el objetivo de generar los recursos para que se desarrollen por sí mismos.

(World Fair Trade Organization, 2013) El comercio justo promueve la sustentabilidad social global, económica y ambiental basado en un diálogo transparente donde prima el respeto. Busca contribuir con un desarrollo y respeto al medio ambiente brindando mejores condiciones comerciales a los pequeños productores y trabajadores que están siendo excluidos. Las organizaciones de Comercio Justo están abocadas a brindar apoyo a los pequeños productores, humanizar, contribuir con acceso a la información para lograr cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.

World Fair Trade Organization, (2013) describe los principales principios que están enfocados el comercio justo como la creación de oportunidades para los pequeños productores que estén con desventajas económica, precio justo, prácticas de comercio ético, acabar con la explotación laboral infantil y trabajo forzoso, no discriminación, asegurar buenas condiciones de trabajo, equidad de género y libertad de asociación, desarrollo capacidades, promoción del Comercio Justo, respetar y conservar el medio ambiente.

Coscione (2008), el comercio justo es una asociación comercial basada en el respeto, diálogo y la transparencia su objetivo es buscar una mayor

equidad en el comercio internacional, contribuye al bienestar sostenible ofrece mejores condiciones comerciales

Coscione (2008), comercio justo es una red comercial orientada hacia el desarrollo solidario y sustentable que hacen que los productores se beneficien tanto económico, social, cultural y medioambiental.

Desarrollar la sostenibilidad integral, en todas sus dimensiones económicas, sociales y ambientales con un enfoque de responsabilidad compartida entre todas las personas involucradas en los grupos y asociaciones con la finalidad de promover una comunicación asertiva, respetar y proteger las diversidades culturales, étnicas. (CECJ,2015).

El comercio justo se preocupa por el bienestar y desarrollo individual y colectivo de pequeños productores marginados promoviendo la igualdad de género en actores protagónicos donde se construyan relaciones comerciales justas y solidarias, donde se revaloren el trabajo de los productores marginados, que valoren y respeten la igualdad de género, y que fomenten la sostenibilidad ambiental e intergeneracional. Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ,2015).

El Comercio Justo se caracteriza por ser justo, equitativo, solidario, todos sus objetivos es la igualdad de oportunidades, reconocer la labor de los productores, obtener un pago justo por el producto ofertado buscar el progreso y desarrollo económico en especial para los productores de primera línea, fomentar el respeto al medio que nos rodea, busca un beneficio para todos los que participan en la organización hasta el consumidor final. Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ,2015).

Con respecto a la variable Exportación se definió:

Daniels Radebaugh, Sullivan (2013, p. 483) define la exportación es vender bienes fabricados por una empresa con ubicación en un país a clientes que residan en otro país.

Sulser y Pedroza (2014) se define como una vía por donde la gran cantidad de empresas empiezan a internacionalizarse, donde ingresan a las

prácticas de la exportación con el fin de hacer crecer su mercado e incrementar sus ventas para una mayor rentabilidad. Exportación también se define que es vender un bien o servicio en un mercado extranjero que sean fabricados en el mercado interno por cual son enviados fuera del país para su uso o consumo.

Según Lombana y Martinez (2012) indica que las exportaciones se clasifican en directas o indirectas.

Exportación directa se define cuando una empresa vende de manera directa sus productos o servicios a un intermediario independiente, como un distribuidor o minorista ubicado fuera del país de origen quien este luego vende el producto a un consumidor final. Daniels Radebaugh, Sullivan (2013, p. 490)

Exportación Indirecta es cuando la empresa vende su producto a un intermediario independiente ubicado en el mercado de origen. Este llamado intermediario realiza la exportación del producto a sus agentes extranjeros, donde este luego vende al consumidor final. Daniels Radebaugh, Sullivan (2013, p. 491).

Stefan (2014, p.34) el volumen de ventas como la cantidad total de productos o bienes vendidos dentro de un periodo estimado y se pueden ser reflejados en términos monetarios. Por tanto, el volumen de ventas está reflejado mediante los servicios, productos o bienes que se ofrece para una venta en tiempo adquirido por el comprador.

Sullivan, D (2013) conceptualiza al volumen en exportación como cantidades que miden de manera física donde se expresan por un número de productos producidos por unidades de medidas.

Según Calderón (2014, p.99) define que el volumen de ventas es el importe total de todas las ventas de productos y servicios que da la empresa en tiempo estimado.

Sullivan, D (2013) define al valor de exportación como el dinero pagado o por pagar establecida en una oferta y demanda del mercado que determina precios expresados en diferentes monedas

Según León & Marconi (1999) definen como un valor monetario que pagaron por un bien o servicio. La cantidad vendida de un producto por la unidad exportada es lo que indica que las personas están dispuestas a pagar por ese bien.

III METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Enfoque de investigación

Según Murillo (2008), la investigación es tipo aplicada también llamada “investigación empírica o práctica”, busca la aplicación de los conocimientos adquiridos para dar una solución a un problema que se identificó. Esta investigación es aplicada porque buscó brindar una solución a un problema determinado.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) “Enfoque cuantitativo debe ser objetivo permite recabar datos con el uso de instrumentos de medición y comparación, para poder extraer datos que el estudio requiere” Esta investigación tuvo dos variables que es comercio justo y exportación se retome información confiable de antecedentes, as u vez se planteó hipótesis que al finalizar se corroborara el resultado.

Según Hernández, A. y Ramos, M. (2019. p.87) define a una investigación como no experimental correlacional porque las variables no son manipuladas, se estudian los fenómenos tal como se desarrollan en su contexto natural. En esta investigación se buscó analizar y describir la relación entrega las variables independientes y dependientes.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Coscione (2008) comercio justo es una red comercial orientada a un desarrollo solidario y sustentable donde los productores se benefician tanto económico, social, cultural y medioambiental

En relación a la variable Comercio justo se tuvieron la primera dimensión: Bienestar económico, social y ambiental con sus indicadores: Igualdad de género en las oportunidades laborales, Remuneración Justa y prácticas de conservación del medio ambiente, la segunda dimensión: Desarrollo integral con sus indicadores: Comunicación asertiva entre socios comerciales, promover y proteger la Identificación cultural y el desarrollo de capacitaciones, la tercera dimensión: Beneficios del comercios Justo con

justo con los indicadores: crecimiento del negocio, ambiente y área de trabajo favorables, desarrollo personal y económico.

Variable 2: Exportación, según Daniels Radebaugh, Sullivan (2013) la exportación es vender bienes fabricados por una entidad con ubicación en un país para compradores que residan en otro país.

En relación a la variable Exportación se tuvieron las siguientes dimensiones: Precio de exportación con sus dimensiones, calidad, competidores y mercado, en la dimensión volumen de exportación se tiene los indicadores como precio, Agencia de aduanas y requisitos.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Hernández, Fernández y Baptista (2014) describe a la “población como un conjunto de todos casos que con concuerden con ciertas de especificaciones”. En este proyecto la población está conformada por la Asociación Privada que está formada por 25 socios registrados.

Muestra

Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen a la Muestra como “un subgrupo del universo donde se recolectan los datos y que debe ser representativo”. En esta investigación se utilizó la muestra censal, según López (1998), define que “como una porción que representa toda la población”. (p.123) la muestra fueron las personas que forman parte la Asociación que está conformada por 25 socios.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica: Encuesta.

Fachelli y López (2015) describe a la encuesta como “una de las técnicas de investigación más extendido uso en el campo de la investigación científica”, por ello que la encuesta busca obtener respuestas a las encuestas con el objetivo de obtener información para el desarrollo de la investigación.

La técnica que se utilizó son encuestas para la recopilación de los datos de la muestra para analizar la relación entre variables, el cuestionario estaba compuesto por 9 preguntas con referente a la variable comercio Justo y 8 preguntas que corresponde a la variable exportación.

Instrumento: Cuestionario.

Chasteauneuf (2019) define al cuestionario “Son preguntas respecto a una o más variables a medir”. El instrumento que se utilizó es el cuestionario validados por expertos con la finalidad de llegar a los resultados de los objetivos del proyecto.

Hernández; Fernández, y Baptista (2014) definen a la Validez como el grado en que un instrumento mide las variables que se busca medir. En la investigación los cuestionarios fueron sometidos a juicio de expertos de la Facultad de Negocios Internacionales.

Tabla 1 : *Validez del instrumento*

Grado académico	Expertos	Dictamen
Dr.	Márquez Caro, Fernando Luis	Aplicable
Dra.	Michca Maguiña, Mary Hellen Mariela	Aplicable
Magister	Pasache Ramos, Máximo Fidel	Aplicable

Hernández, Sampieri et al (2013) define a la Confiabilidad como “el grado en que un instrumento produce resultados de manera consistentes y coherentes”. Es por ello para realizar la fiabilidad de los instrumentos con el software SPSS para determinar el Alfa de Cronbach.

Tabla 2 : *Rangos de confiabilidad*

Rangos	Interpretación
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

Fuente: Ruiz (2002)

Confiabilidad de la variable comercio Justo

Tabla 3: Resumen del procesamiento de casos

		N	%
	Válidos	25	100,0
Casos	Excluidos ^a	0	,0
Total		25	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 4: Estadística de la variable comercio Justo.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,801	9

Fuente: Elaboración propia.

Con referente a la fiabilidad de la variable Comercio Justo, se obtuvo como resultado estadístico 0,801, lo cual indica que la aplicación del instrumento es alto y confiable.

Confiabilidad de la variable exportación.

Tabla 5: Resumen del procesamiento de casos

		N	%
	Válidos	25	100,0
Casos	Excluidos ^a	0	,0
Total		25	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 6: Estadística de la variable exportación.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,811	8

Fuente: Elaboración propia.

Con referente a la fiabilidad de la variable exportación, se obtuvo como resultado estadístico 0,811 lo cual indica que la aplicación del instrumento es muy alto y confiable

3.5. Procedimientos

Para este proyecto se utilizó el instrumento de la encuesta a los socios que forman parte de la asociación Privada con la información recopilada de los cuestionarios con respuestas cerradas tipo likert, por lo cual se procesan para poder obtener datos numéricos que permitan correlacionar las variables de comercio justo y exportación y las dimensiones a través de un coeficiente de correlación.

Likert (1932) define a la escala Likert como un “conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto por categorías”. En la investigación se elaboró los cuestionarios con valores de (1) Nunca (2) Casi Nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre, con la finalidad de obtener una puntuación para el procesamiento estadístico.

3.6. Método de análisis de datos

Para analizar la variable se utilizará el análisis estadístico de SPSS versión 21 donde se ingresará los datos obtenidos del cuestionario para ser procesados, con la finalidad de sacar un análisis descriptivo con tabla y gráficos de frecuencia e inferencial porque se sacara la correlación a través de un indicador.

3.7. Aspectos éticos

En la investigación toda información recopilada de los socios que forman parte de la Asociación Privada han sido parte fundamental para el desarrollo de esta investigación por lo cual se respetó la identidad de cada uno de los socios. Además, se aplicarán los protocolos de investigación de la Universidad y normas APA.

IV RESULTADOS

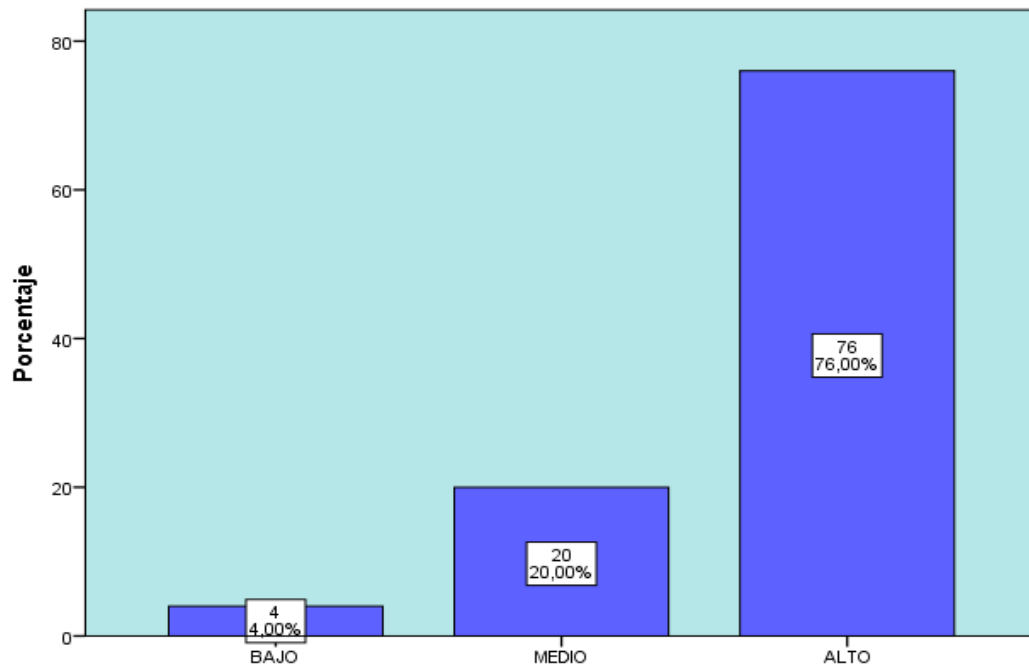
4.1 Análisis con respecto al objetivo general

Tabla 7: *Tabla de frecuencia de la variable Comercio Justo.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BAJO	1	4,0	4,0	4,0
	MEDIO	5	20,0	20,0	24,0
	ALTO	19	76,0	76,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 1: *Comercio Justo.*



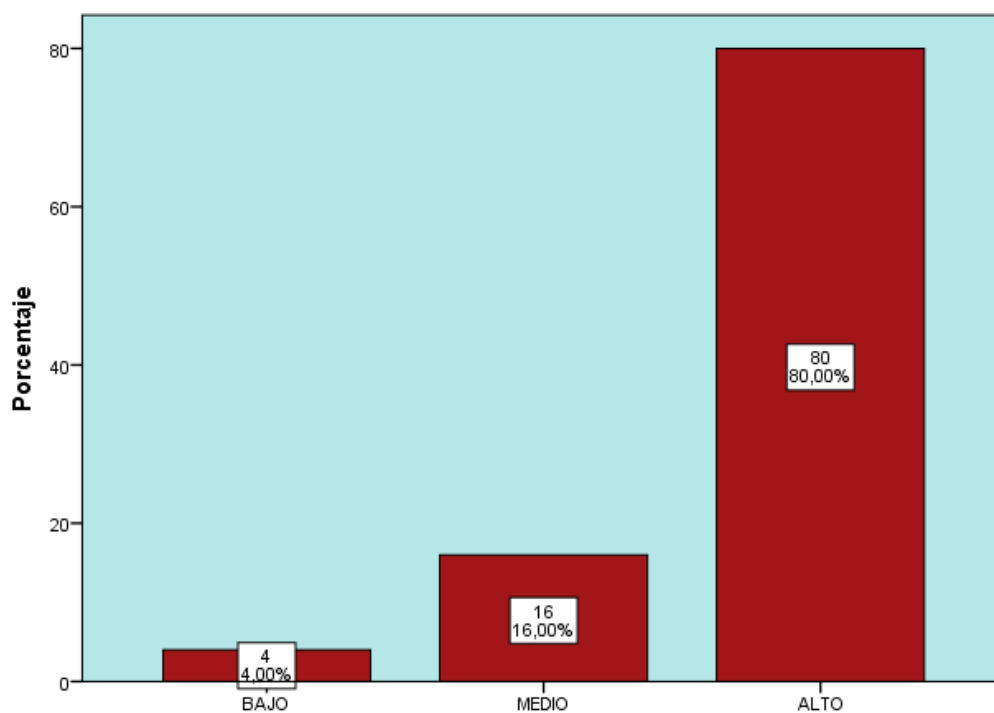
Según la tabla N° 7 y la figura N°1, donde identifica en porcentaje del 4 % de los socios encuestados de la Asociación en estudio indican que, el uso del comercio justo es bajo. El 20% informan que, su uso es medio y el 76% indican que, su uso es alto, dando un 100% de los 25 socios encuestados.

Tabla 8: *Tabla de frecuencia de la variable Exportación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BAJO	1	4,0	4,0	4,0
	MEDIO	4	16,0	16,0	20,0
	ALTO	20	80,0	80,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 2: *Exportación.*



Según la tabla N°8 y la figura N°2, se identifica en porcentajes que el 4 % de los socios encuestados de la Asociación en estudio indican que, el nivel de exportación es bajo. El 16% informan que, es medio y el 80% indican que, es alto, dando un 100% de los 25 socios encuestados.

4.2 Análisis con respecto al primer objetivo

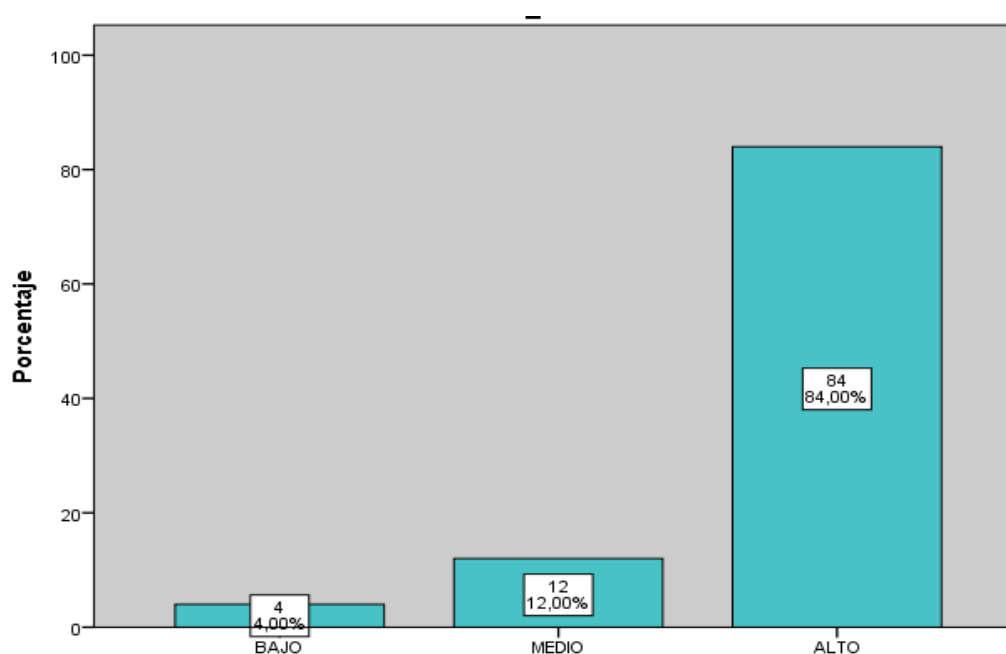
Determinar la relación que existe entre el bienestar económico, social y ambiental y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021.

Tabla 9: *Tabla de frecuencia de la dimensión bienestar económico, social y ambiental.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BAJO	1	4,0	4,0	4,0
	MEDIO	3	12,0	12,0	16,0
	ALTO	21	84,0	84,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 3: *Bienestar económico, social y ambiental.*



Según la tabla N° 9 y la figura N°3, se identifica en porcentajes que el 4 % de los socios encuestados de la Asociación en estudio indican que, el nivel de bienestar económico, social y ambiental es bajo. El 12% informan que, su uso es medio y el 84% indican que, su uso es alto, dando un 100% de los 25 socios encuestados.

4.3 Análisis con respecto al segundo objetivo

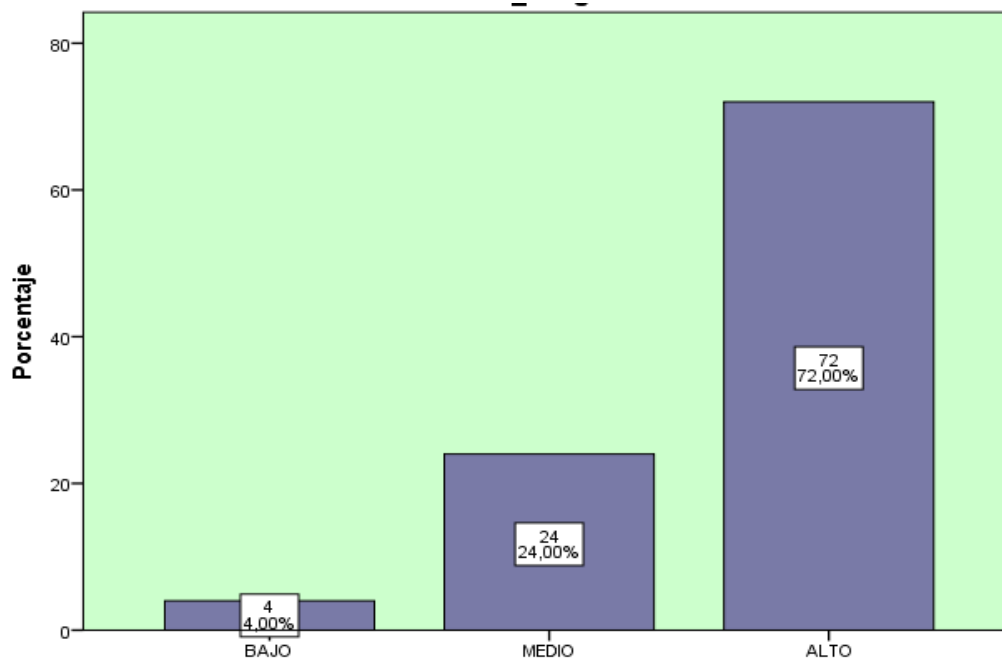
Determinar la relación que existe entre el desarrollo integral y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021.

Tabla 10: *Tabla de frecuencia de la dimensión Desarrollo integral.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BAJO	1	4,0	4,0	4,0
	MEDIO	6	24,0	24,0	28,0
	ALTO	18	72,0	72,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4: *Desarrollo integral.*



según la tabla N°10 y la figura N°4, se identifica en porcentajes que el 4 % de los socios encuestados de la Asociación en estudio indican que, el nivel de desarrollo integral es bajo. El 24% informan que, su uso es medio y el 72% indican que, su uso es alto, dando un 100% de los 25 socios encuestados.

4.4 Análisis con respecto al tercer objetivo

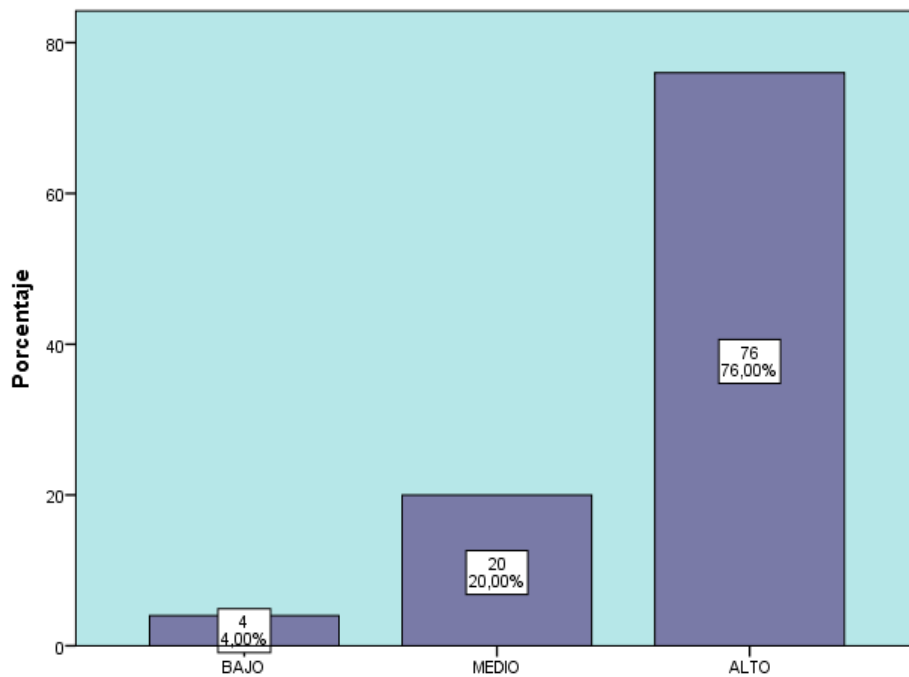
Determinar la relación que existe entre los beneficios del comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021.

Tabla 11: *Tabla de frecuencia de la dimensión Beneficios.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BAJO	1	4,0	4,0	4,0
	MEDIO	5	20,0	20,0	24,0
	ALTO	19	76,0	76,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5: *Beneficios.*



Según la tabla N°11 y la figura N°5, se identifica en porcentaje que el 4 % de los socios encuestados de la Asociación en estudio indican que, el nivel de beneficios del comercio justo es bajo. El 20% informan que, su uso es medio y el 76% indican que, su uso es alto, dando un 100% de los 25 socios encuestados.

5.5 Análisis Inferencial

Tabla 12: *Tabla de normalidad.*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
COMERCIO JUSTO	,207	25	,007

EXPORTACIÓN ,197 25 ,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

5.5.1 Prueba de Hipótesis

Tabla 13: *Valores de correlación.*

Valor	Tipo de correlación
-1	Correlación negativa perfecta
-0,90 a -0,99	Correlación negativa muy fuerte
-0,75 a -0,89	Correlación negativa fuerte
-0,50 a -0,74	Correlación negativa media
-0,25 a -0,49	Correlación negativa débil
-0,10 a -0,24	Correlación negativa muy débil
-0,09 a +0,09	No existe correlación alguna
+0,10 a +0,24	Correlación positiva muy débil
+0,25 a +0,49	Correlación positiva débil
+0,50 a +0,74	Correlación positiva media
+0,75 a +0,89	Correlación positiva fuerte
+0,90 a +0,99	Correlación positiva muy fuerte
1	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2010)

5.5.1 Hipótesis general

Ha: Existe una relación significativa entre el comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre el comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021.

Tabla 14: *Correlación existente entre Comercio Justo y Exportación.*

			Comercio justo	Exportación
Rho de Spearman	Comercio justo	Coefficiente de correlación	1.000	.694
		Sig. (bilateral)		.000
		N	25	25
	Exportación	Coefficiente de correlación	.694	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	25	25

Fuente: Elaboración propia

Los resultados fueron realizados con la correlación de Rho de Spearman, se encontró un vínculo moderado entre comercio justo y las exportaciones en estudio puesto que se obtuvo un coeficiente de 0,694. De igual manera, el nivel significativo resultó menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$), por lo tanto, se debe aceptar la hipótesis alterna, rechazando la hipótesis nula debido a la evidencia presentada en el cuadro.

5.5.2 Hipótesis específica 1

Ha: Existe una relación significativa entre el bienestar económico, social y ambiental y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre el bienestar económico, social y ambiental y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021.

Tabla 15: *Correlación existente entre bienestar económico, social y ambiental y Exportación.*

			Bienestar económico, social y ambiental	Exportación
Rho de Spearman	Bienestar económico, social y ambiental	Coefficiente de correlación	1.000	.681
		Sig. (bilateral)		.000
		N	25	25
	Exportación	Coefficiente de correlación	.681	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	25	25

Fuente: Elaboración propia

Los resultados fueron realizados con la correlación de Rho de Spearman, se encontró un vínculo moderado entre bienestar económico, social y ambiental y las exportaciones en estudio puesto que se obtuvo un coeficiente de 0,681. El nivel significativo resultó menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$), por lo tanto, se debe aceptar la hipótesis alterna, rechazando la hipótesis nula debido a la evidencia presentada en el cuadro.

5.5.2 Hipótesis específica 2

Ha: Existe una relación significativa entre el desarrollo integral y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, periodo 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre el desarrollo integral y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021.

Tabla 16: *Correlación existente entre el desarrollo integral y Exportación.*

		Desarrollo Integral	Exportación
Rho de Spearman	Desarrollo Integral	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.472
		N	.002
Exportación		Coeficiente de correlación	.472
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	.002
		25	25

Fuente: Elaboración propia

Los resultados fueron realizados con la correlación de Rho de Spearman, se encontró un vínculo de correlación débil entre el desarrollo integral y las exportaciones en estudio puesto que se obtuvo un coeficiente de 0,472. El nivel significativo resultó menor a 0,05 ($0,002 < 0,05$) por lo tanto, se debe aceptar la hipótesis alterna, rechazando la hipótesis nula debido a la evidencia presentada en el cuadro.

5.5.2 Hipótesis específica 3

Ha: Existe una relación significativa entre los beneficios del comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre los beneficios del comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021.

Tabla 17: *Correlación existente entre los beneficios del comercio justo y Exportación.*

			Beneficios	Exportación
Rho de Spearman	Beneficios	Coefficiente de correlación	1.000	.510
		Sig. (bilateral)		.001
		N	25	25
	Exportación	Coefficiente de correlación	.510	1.000
		Sig. (bilateral)	.001	
		N	25	25

Fuente: Elaboración propia

Los resultados fueron realizados a través de una correlación de Pearson, se encontró un vínculo de correlación moderada entre los beneficios del comercio justo y las exportaciones en estudio puesto que se obtuvo un coeficiente de 0,510. El nivel significativo resultó menor a 0,05 ($0,001 < 0,05$ por lo tanto, se debe aceptar la hipótesis alterna, rechazando la hipótesis nula debido a la evidencia presentada en el cuadro.

V DISCUSIÓN

En la investigación se busca hallar la relación existente entre el Comercio Justo y las exportaciones de tejidos de lana de alpaca, con el objetivo de examinar si el comercio justo tiene influencia o no en las exportaciones

Según los resultados obtenidos en base a los objetivos planteados, se afirma que existe una relación significativa entre el Comercio justo y las exportaciones, los socios encuestados respondieron que el uso del comercio justo en la asociación es alta equivalente en porcentajes al (76%), es medio (20%) y que es bajo (4%), con respecto a las exportaciones, respondieron que es alta con un porcentaje del (80 %), que es media (16%) y que es baja (4%), lo cual demostró que existe una relación entre el comercio justo y las exportaciones, con un vínculo moderado y un coeficiente de correlación de 0,694. En base a los resultados presentados, se puede comparar con la investigación de Quispe, M (2018) Tuvo como objetivo estudiar la aplicación de los criterios del Comercio justo para mejorar los ingresos económicos de los hogares y mejorar la calidad de vida de los miembros. Donde llegaron a una conclusión que un 60% de los productores artesanos no están involucrados y comprometidos con el Comercio justo para que fortalezcan sus capacidades y desempeñarse con los panoramas y pilares del comercio justo. Con lo antes mencionado se puede inferir que en la actualidad las personas y empresas no conocen del comercio justo por falta se asesorías otros si conocen, pero indican que les genera desconfianza involucrarse, mientras que la asociación Privada si ocupa un porcentaje elevado porque lo practican y tienen conocimiento del comercio justo y están involucrados en la participación porque conocen los beneficios y obtuvieron resultados favorables formando parte de ello.

Los resultados obtenidos en el primer objetivo específico, se deduce que existe una relación significativa entre el bienestar económico, social y ambiental y las exportaciones, los socios encuestados respondieron, con respecto al bienestar económico, social y ambiental que el nivel es alto con un porcentaje del (84%), que es media (12%) y baja (4%), lo cual demostró que existe una relación existente entre el bienestar económico, social y ambiental en las exportaciones, con un vínculo moderado y un coeficiente de correlación de 0,681, indican los socios que formando parte de comercio justo tienen un pago justo, igualdad de

género en las oportunidades laborales, realizan prácticas de conservación donde buscan incentivar al cuidado y preservación del medio los rodea, siendo uno de los principales criterios para formar parte del comercio justo se puede realizar la comparación con la investigación del autor Dávila, A & Silva, J (2019) en su investigación concluyo que el comercio Justo según los resultados de acuerdo a las tabulaciones, se determinó en base a la percepción de los productores el comercio justo es calificado como adecuado de un 53%, los productores indican el 50% reciben un pago justo, el 52% respondió que tiene mayor oportunidades laborales. Además, en relación a la dimensión del desarrollo sostenible se concluye con una calificación alta de un 50% donde implica que los caficultores son participes en la conservación y desarrollo sostenible, comparando con los resultados obtenidos anteriormente se deduce que los agricultores o socios que practican el comercio justo se benefician de manera económica, social y ambiental.

El segundo objetivo específico, los resultados obtenidos, se afirma que existe una relación significativa entre el desarrollo integral y las exportaciones, los socios encuestados respondieron, con respecto al desarrollo integral, que el nivel es alto con un porcentaje (72%), que es medio (24%) y que es baja (4%), lo cual demostró que existe relación entre el desarrollo integral y la exportación, obteniendo un coeficiente significativo de 0,472 siendo un coeficiente de correlación débil, los socios encuestados indican que antes de la pandemia las capacitaciones y charlas enfocadas al desarrollo integral se realizaban de manera presencial, en la actualidad se realizan por plataformas donde se observa que la participación es menor ya sea por la falta de uso de la tecnología o por el tiempo. Según Yáñez, M.; Capa, L. (2016) el objetivo es resaltar el esfuerzo asociado de una organización preservando los valores y principios desde que inició que busca un crecimiento personal y económico mediante la formación académica con infraestructura productiva, capacitaciones y talleres. El estudio se realizó con una población de 10 asociados donde los resultados indican que un 75 % reconoce que recibe un salario acorde a su labor, el 30 % acepta tener beneficios en la asociación, el 45 % de los asociados indican haber recibido cursos de capacitación en temas agroecológicos, el 65 % señala obtener beneficios con el

comercio justo y el 50 % afirma que posee facilidades para su familia en proyectos sociales, En cuanto a tener respaldo ante situaciones de riesgo, solo el 40% afirma estar cubierto. Finalmente, el 70 % de los encuestados reconoce que la cooperativización le brinda seguridad alimentaria a su familia. En contraste con los autores, el desarrollo integral son beneficios de manera personal que permite desarrollar conocimientos, habilidades personales, y actitudes para interactuar de manera asertiva con la finalidad de alcanzar una meta u objetivo trazado.

En el tercer objetivo específico, se afirma que existe una relación significativa entre los beneficios del comercio justo y la exportación, los socios encuestados mencionaron que el nivel es alto con un (76%), que es medio (20%) y que es baja (4%), lo cual demostró que existe relación entre los beneficios del comercio justo y la exportación donde presentó un vínculo de correlación positiva media, obteniendo un coeficiente significativo de 0,510, se puede indicar que para tener una buena relación entre los beneficios del comercio justo en las exportaciones, los socios indican estar satisfechos con los beneficios obtenidos formando parte del comercio justo es un 76% según los encuestados. En base a los resultados presentados, se puede comparar con la investigación de Villacres, R.; Bonilla, M.; Fierro, S. (2018) Los resultados que se consiguió ayudaron a conocer que el Comercio Justo es un elemento muy importante que permita reducir los niveles de pobreza y busca apoyar a los productores y mejorar la calidad de vida de productores, el estudio fue realizado con 179 productores de cacao en de Los Ríos, indican que el “Comercio Justo”, ha permitido mejorar las condiciones en su comunidad indican que sus ingresos aumentó un (72%), en salud mejoró (33%), en educación un (30%) respecto a asesorías en cultivos (30%) capacitaciones (30%). Los productores han mejorado su calidad de vida en diferentes sectores obteniendo una buena aceptación formar parte del comercio Justo.

VI CONCLUSIÓN

1. En conclusión, la relación que existe entre el comercio justo y las exportaciones presentó un vínculo moderado, obteniendo un coeficiente significativo de 0,694. Por lo mismo, indica que la asociación está realizando un uso eficiente del comercio justo, permitiendo que los socios accedan a una mejor calidad de vida recibiendo un pago justo por sus productos elaborados, realizando prácticas comerciales equitativas y oportunidades laborales.

2. En conclusión, la relación que existe entre el bienestar económico, social y ambiental y la exportación presentó un vínculo moderado, obteniendo un coeficiente significativo de 0,681. Esto permitió demostrar que a los socios les está favoreciendo formar parte del comercio justo porque reciben un pago justo, practican la igualdad en oportunidades laborales que les permite crecer sin importar la condición de género, lo que importa es la vocación y las ganas de superación.

3. En conclusión, la relación que existe entre el desarrollo integral y la exportación presentó un vínculo bajo, obteniendo un coeficiente significativo de 0,472. Con respecto a lo antes señalado, se deduce que debido a la pandemia ha disminuido las capacitaciones y la comunicación asertiva entre socios, actualmente se realizan las capacitaciones, pero es menos frecuente y por medios electrónicos que por falta de costumbre y conocimiento no hay mucha participación, los socios indican que anteriormente cuando era presencial los socios estaban muy comprometidos en la participación porque era muy dinámico y aprendían de manera más rápida y fácil.

4. En conclusión, la relación que existe entre el beneficio de comercio justo y la exportación presentó un vínculo moderado, obteniendo un coeficiente significativo de 0,510. Lo que ha permitido demostrar que un porcentaje alto del 76% indican que el comercio justo tiene beneficios de manera individual en especial para los productos directos que son discriminados creando relaciones comerciales más equitativas con el fin de expandir un producto y sea reconocido a nivel mundial del origen y fabricación.

VII RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que la asociación Privada siga formando parte del comercio Justo porque en la investigación el 76% de los socios identifican los beneficios que tienen de manera personal y en conjunto, donde se reconocen su trabajo y sus prendas elaboradas son exportadas cumpliendo con la calidad y trazabilidad.
2. Se recomienda involucrar a más personas que tengan desventajas económicas que forman parte de la Asociación con la finalidad de brindarles una oportunidad laboral con una remuneración justa con el objetivo de mejorar las condiciones económicas y desarrollo personal y seguir promoviendo la protección al medio ambiente e identidad cultural.
3. Se recomienda respecto a las capacitaciones en la asociación brindar un asesoramiento de manera personalizada para las personas que tienen dificultades con el uso de la tecnología por lo cual dificulta el ingreso a las plataformas virtuales para los asesoramientos y capacitaciones.
4. Se recomienda respecto a los beneficios, seguir participando del comercio Justo porque asegura que sus socios tengan buenas condiciones de trabajo y en ambiente seguro, respetando las horas laborales y percibir un pago justo por su trabajo realizado.

REFERENCIAS

Quispe, M. (2018) Aplicación del Fairtrade por la empresa exportadora de artesanía textil de la región puno caso inti alpaca Eirl.

Bernal (2007). Metodología de la investigación.

Cegarra (2012). Metodología de la investigación Madrid.

Fair Trade (2013) Impacto del comercio justo de <https://fairtrade.es/es/comerciojustofairtrade/portadacomerciojusto.html>

Garza A. (2013). La medición del impacto social de la ciencia y tecnología de <https://fairtrade.es/es/comerciojustofairtrade/portadacomerciojusto.html>

Quispe, A. (2018) Asocitividad y comercio justo en agentes económicamente organizados de prendas de fibra de alpaca en los distritos de Ascensión, Huancavelica 2018.

EFTA. (2001) Anuario del Comercio, European Fair Trade Association, www.eftafairtrade.org

Socias, A. (2005). El comercio justo, implicaciones económicas y solidarias en <https://www.redalyc.org/pdf/174/17405101.pdf>

Sulser,R.(2004). Exportación definitiva. Cuarta edición en https://books.google.com.pe/books?id=xAUmAgalnHAC&printsec=frontcover&dq=autor+sulser+definicion+de+precios+de+exportacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj29c_5tZftAhUTHrkGHQDGAj8Q6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=autor%20sulser%20definicion%20de%20precios%20de%20exportacion&f=false

Rodriguez, M & Vizcaino (2018). Oportunidades Comerciales para la oferta exportable de productos de Comercio Justo del Ecuador en el mercado europeo.

Muniz,L.(2009). Control presupuestario en <https://books.google.com.pe/books?id=cbdromy2XrwC&pg=PA261&dq=definicion+de++poblaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiZwd6mt5ftAhVdLLkGHakaB0AQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q=definicion%20de%20%20poblaci%C3%B3n&f=false>

Castillo, J. (2019) Alpacas ganan adeptos en EE.UU. *La republica* en <https://larepublica.pe/mundo/388809-alpacas-ganan-adeptos-en-eeuu/>

Fridell, G. (2005). Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica.

García, A. (2010) *El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local?* *Polis*,7(1).http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332011000100005

Socias, A, Doblas, N (2005) El comercio justo: implicaciones económicas y solidarias. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17405101.pdf>

Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, L. (2014). Metodología de investigación. https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Radebaugh, L. Sullivan, D., & Daniels, J (2013). *Negocios internacionales Ambientes y operaciones*. (14aEd) México.

Sulser, R. (2004). *Exportación efectiva*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=xAUmAgalnHAC&dq=precio+definicion&source=gbs_navlinks_s

El Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri, 2020). Mejora de producción de alpaquera. En <https://www.inia.gob.pe/2020-nota-087/>

Bingas, B; Capaldi, I (2013) *Artesanos y el comercio internacional* (artículo).

Comet Herrera, D. (2017). Comercio justo: Una alternativa comercial sostenible y respetuosa con los Derechos Humanos. *Antropología Experimental*, (16). <https://doi.org/10.17561/rae.v0i16.3287>

Coscione, M. (2013). Un nuevo desafío para el comercio justo latinoamericano en el actual contexto colombiano. *Equidad y Desarrollo*, (20), 51 70. <https://doi.org/10.19052/ed.2628>

Saavedra, E. (2012). Comercio justo: La mano invisible requiere de una ayuda para funcionar. *Observatorio Económico*, (62), 6-7.

<https://doi.org/10.11565/oe.vi62.205>

Stenn, T. (2013). Comercio Justo y la justicia: un examen del comercio justo. *Revisión de la economía política*. Vol 45, Número 4, 2013

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0486613412475189>

Sánchez Valdés, J. (2016). El comercio justo como una herramienta para potenciar las exportaciones de marroquinería de Bogotá. Retrieved from

https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/126

Villacres, R., Bonilla, M., Fierro, S. (2018) El comercio Justo: Factor clave de disminución de la pobreza en la provincia los Rios, Ecuador. *European Scientific Journal* March 2018 edition Vol.14, No.9 ISSN: 1857 – 7881

Sama C., Cebada, C. Díaz-Caro, F.J. Mesías (2019). Análisis de la preferencia de los consumidores españoles hacia la miel de producción social ambientalmente responsable frente al comercio Justo. *Archivos de zootecnia*. Vol 68 No.264 ISSN: 1885-4494

García Ferrando, M. (1993). La Encuesta. En M. García Ferrando, J. Ibáñez y F. Alvira (Comp.), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (pp. 123-152). Madrid, España: Alianza Universidad.

López-Roldán, P.; Fachelli, S. (2015). La encuesta. En P. López-Roldán y S. Fachelli, *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. Capítulo II.3. Edición digital: <http://ddd.uab.cat/record/163>

ANEXOS 1: Variable Comercio Justo

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
<p>COMERCIO JUSTO</p>	<p>Coscione (2008), comercio justo orientada hacia el desarrollo solidario y sustentable donde los productores se beneficien tanto económico, social, cultural y medioambiental</p>	<p>El comercio Justo busca contribuir en a nivel económico, social y ambiental con un desarrollo integral para los productores marginados.</p>	<p>Bienestar Económico, Social Y Ambiental</p>	<p>Igualdad de género en las oportunidad laborales</p>	<p>Escala de Likert Ordinal</p>
				<p>Remuneración Justa</p>	
				<p>Prácticas de conservación del medio ambiente</p>	
			<p>Desarrollo Integral</p>	<p>Comunicación asertiva entre socios comerciales.</p>	
				<p>Promover y proteger la Identificación cultural</p>	
				<p>Desarrollo de capacitaciones.</p>	
			<p>Beneficios</p>	<p>Crecimiento del negocio</p>	
				<p>Ambiente y área de trabajo favorables.</p>	
				<p>Desarrollo personal y económico.</p>	

ANEXOS 2: Exportación

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
<p>EXPORTACION</p>	<p>Daniels Radebaugh, Sullivan (2013) la exportación es vender bienes fabricados por una empresa con ubicación en un país a clientes que residan en otro país</p>	<p>La exportación se medirá tomando en cuenta el volumen de exportación, valor de exportación.</p>	<p>Volumen de Exportación</p>	<p>Calidad</p>	<p>Escala de Likert Ordinal</p>
				<p>Competidores</p>	
				<p>Mercado</p>	
			<p>Valor de Exportación</p>	<p>Precio</p>	
				<p>Agencia de aduanas</p>	
				<p>Requisitos</p>	

ANEXOS 3: Proceso para formar parte del comercio Justo

Sistema de Garantía de WFTO: Pasos y procedimientos para organizaciones comerciales miembros de WFTO



Etapa 1: Procedimiento de Aplicación

REQUISITOS:

- 2 años de existencia legal
- Compromiso con los Principios del Comercio Justo de WFTO (ver los Criterios de cumplimiento del estándar de WFTO)

Paso 1a: FORMULARIO DE PERFIL

- Presentar el Formulario de Perfil + documentos de respaldo.
- La Oficina Regional verifica que los documentos estén completos y solicita comentarios al solicitante, si es necesario
- Costo: se abona una cuota de gestión calculada en base al ingreso anual del solicitante. Favor solicitar la estructura de cuota de gestión.

Paso 1b: REFERENCIAS

- La Oficina Regional solicita y recoge las referencias + comentarios de miembros del país (FTAW)

Paso 2: RECOMENDACION

- La Oficina Global evalúa la solicitud y da la recomendación al Directorio de WFTO

Paso 3: APROBACION (o rechazo)

- El Directorio de WFTO toma la decisión final

Paso 4: Pago de la CUOTA DE WFTO

- La Oficina de WFTO envía la factura de la 1ª cuota de membresía
- Costo: cuota anual; variable dependiendo del tamaño y tipo de membresía

Resultado:
MIEMBRO PROVISIONAL

Etapa 2: 1º Ciclo de Aprobación

Paso 1: SAR

- Presentar el Informe de Auto-Evaluación, incl. Plan de mejora + Formulario de perfil actualizado (si es de más de 6 meses)
- La Oficina Regional verifica que el SAR esté completo

Paso 2: Visita de Pares (recomendado)

- El Miembro propone los pares; WFTO selecciona uno
- El Miembro organiza y asume los gastos de la visita de pares
- El informe de la Visita del Par (+ Plan de mejora) es enviado a la oficina de WFTO

Paso 3: Auditoría de Monitoreo

- La oficina de WFTO selecciona el auditor
- Los Miembros organizan y asumen los costos de la auditoría
- El Informe de Auditoría es enviado a la oficina de WFTO
- El Gerente del SG evalúa los informes y da la recomendación al Directorio de WFTO

Paso 4: Aprobación (rechazo)

- El Directorio de WFTO toma la decisión final

Resultado:
ORGANIZACIÓN DE COMERCIO JUSTO GARANTIZADA

- WFTO envía la calendarización de Monitoreo al miembro
- Costo: cuota de membresía anual

Anexo 4: Instrumento de recolección de datos.

CUESTIONARIO

VARIABLE I: COMERCIO JUSTO

VARIABLE II: EXPORTACIÓN

El presente documento forma parte del trabajo de investigación titulado: El Comercio Justo en las Exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación privada al Mercado de EE. UU, 2021.

INSTRUCCIONES: La encuesta es anónima y las respuestas son confidenciales, debiendo responder con veracidad y la claridad respectiva, según el recuadro de S (siempre), CS (casi siempre), AV (a veces), CN (casi nunca), N (nunca).

(S) SIEMPRE	5
(CS) CASI SIEMPRE	4
(AV) A VECES	3
(CN) CASI NUNCA	2
(N) NUNCA	1

Marca con una "X" la respuesta de su consideración:

VARIABLE I: COMERCIO JUSTO						
N°	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
	Bienestar Económica, Social y ambiental					
1	¿Practican la Igualdad de género en las oportunidades laborales?					
2	¿ Usted cree que recibe una Remuneración justa por su trabajo?					
3	¿ Realizan prácticas de conservación del medio ambiente que les rodea?					
	Desarrollo integral					
4	¿ Cree que en la asociación tienen una comunicación asertiva entre socios comerciales?					
5	¿ Cree que promueven y protegen su Identificación cultural?					
6	¿ Recibe capacitaciones ?					
	Beneficios					
7	¿ Tiene un crecimiento del negocio ?					
8	¿ Tiene un Ambiente y área de trabajo favorables?					
9	¿ Cree que creció en lo personal y económico formando parte de Asociación?					
VARIABLE II: EXPORTACIÓN						
	Volumen de exportación					
10	¿La calidad del producto es parte fundamental para calcular una cotización?					
11	¿ Identifican a sus competidores en el mercado nacional que exporte al mismo destino?					
12	¿ Los competidores tienen mayor tecnología que ustedes?					
13	¿Realizan un estudio de mercado?					
	Valor de exportación					
14	¿ Ustedes definen el precio de su producto?					
15	¿ Conocen el precio de su competencia?					
16	¿ Contratan agencia de aduanas?					
17	¿ Cumple su producto con todos los requisitos técnicos para exportar al mercado internacional?					

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **PASACHE RAMOS, MAXIMO FIDEL**
 I.2. Especialidad del Validador: **ING. ECONOMISTA - Mg. EN DOCENCIA UNIVERSITARIA**
 I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTC – UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 I.5. Autor del instrumento: **SERVAN MELÉNDEZ, GENITH EVELIN**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80 %	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 12 de junio del 2021.

.....


Firma de experto informante

DNI: 07903350

Teléfono: 985997741

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Comercio Justo

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		

Variable 2: Exportación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		



Firma de experto informante

DNI: 07903350

Teléfono: 985997741

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **MICHCA MAGUIÑA, MARY HELLEN MARIELA**
 I.2. Especialidad del Validador: **Dra. EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN**
 I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTC – UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 I.5. Autor del instrumento: **SERVAN MELÉNDEZ, GENITH EVELIN**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80 %	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 12 de junio del 2021.



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Comercio Justo

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		

Variable 2: Exportación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **MARQUEZ CARO, FERNANDO LUIS**
 I.2. Especialidad del Validador: **DOCTOR SOCIÓLOGO**
 I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTC – UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 I.5. Autor del instrumento: **SERVAN MELÉNDEZ, GENITH EVELIN**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los items miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80 %	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....


.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 12 de junio del 2021.

.....

 Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964891990


V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Comercio Justo

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		

Variable 2: Exportación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		



Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964891990

Anexo 5: Matriz de consistencia.

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables y dimensiones				Metodología		
			Variable 1: Comercio Justo				Tipo de investigación		
Problema General y específico	Objetivo General y específico	Hipótesis General y específico	Dimensiones	Indicadores	ítem	Escala de medición			
¿Qué relación existe entre el comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021?	Determinar la relación que existe en el comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021	Existe una relación significativa entre el comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021	Bienestar Económico, Social Y Ambiental	Igualdad de género en las oportunidades laborales	1	(1) Nunca (2) Casi Nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Tipo: Aplicada Diseño: No experimental Nivel: Correlacional Enfoque: Cuantitativo		
				Remuneración Justa	2				
				Prácticas de conservación del medio ambiente	3				
¿Qué relación existe entre el bienestar económico, social y ambiental y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021?	Determinar la relación que existe entre el bienestar económico, social y ambiental y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021	Existe una relación significativa entre el bienestar económico, social y ambiental y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021	Desarrollo Integral	Comunicación asertiva entre socios comerciales.	4		Población y Muestra		
				Promover y proteger la Identificación cultural	5				
				Desarrollo de capacitaciones.	6				
¿Qué relación existe entre el desarrollo integral y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021?	Determinar la relación que existe entre el desarrollo integral y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021	Existe una relación significativa entre el desarrollo integral y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021	Beneficios	Crecimiento del negocio	7			Población: La población estudiada está constituida por 25 socios. Muestra: La muestra seleccionada será de 25 socios.	
				Ambiente y área de trabajo favorables.	8				
				Desarrollo personal y económico.	9				
¿Qué relación existe entre el desarrollo integral y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021?	Determinar la relación que existe entre el desarrollo integral y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021	Existe una relación significativa entre el desarrollo integral y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU	Variable 2: Exportación						Técnica e instrumento de recolección de datos
			Volumen De Exportación	Calidad	1	(1) Nunca (2) Casi Nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre			Variable 1: Comercio Justo. Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de 9 preguntas. Variable 2: Exportación Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de 8 preguntas
				Competidores	2,3				
Valor de Exportación	Mercado	4							
	Precio	5,6							
	Agencia de aduanas	7							
Requisitos	8								
¿Qué relación existe entre los beneficios del comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021?	Determinar la relación que existe entre los beneficios del comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021	Existe una relación significativa entre los beneficios del comercio justo y las exportaciones de Tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al mercado de EE. UU, 2021							