



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**Influencia de la Certificación Fair Trade en las exportaciones de
las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca,
2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORES:

Alejos Tullume, Maryori Yuliana (ORCID: 0000-0001-7108-0448)

Neciosup Vera, Nichell Marely (ORCID: 0000-0002-7886-0217)

ASESORA:

Dra. Yllescas Rodriguez, Patricia Maribel (ORCID: 0000-0002-4244-8166)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

CHICLAYO — PERÚ

2021

Dedicatoria

A Dios, por haber permitido llegar a este momento tan importante de nuestra alineación profesional y por ser nuestra fortaleza en todas las cosas.

A nuestros padres, por su sacrificio y esfuerzo para darnos una carrera profesional, por creer en nuestras capacidades y ser nuestro apoyo incondicional en momentos difíciles.

Las investigadoras

Agradecimiento

A nuestra asesora Dra. Patricia Maribel Yllescas Rodriguez, quien formó parte de nuestra investigación, por su constante interés en ayudarnos y de esta forma contribuir a nuestro crecimiento profesional y personal.

Las investigadoras.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Variable y Operacionalización.....	18
3.3. Población, muestra y muestreo	20
3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos	23
3.5. Procedimientos	26
3.6. Método de análisis de datos.....	26
3.7. Aspectos éticos	27
IV. RESULTADOS.....	28
V. DISCUSIÓN	43
VI. CONCLUSIONES	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA	49
ANEXOS	56

Índice de tablas

Tabla 1	<i>Organizaciones cafetaleras</i>	20
Tabla 2	<i>Distribución de las preguntas por dimensiones de la Variable Independiente</i>	23
Tabla 3	<i>Distribución de las preguntas por dimensiones de la Variable Independiente</i>	24
Tabla 4	<i>Juicio de expertos</i>	24
Tabla 5	<i>Fiabilidad de la variable Fair Trade</i>	25
Tabla 6	<i>Fiabilidad de la variable exportaciones</i>	25
Tabla 7	<i>Descripción de los Niveles de la Variable Fair Trade</i>	28
Tabla 8	<i>Descripción de los Niveles de la Variable Exportaciones</i>	29
Tabla 9	<i>Descripción de los Niveles de la Dimensión Volumen de exportaciones</i>	30
Tabla 10	<i>Descripción de Niveles de la Dimensión Valor de Exportaciones</i>	31
Tabla 11	<i>Descripción de los Niveles de la Dimensión Diversificación de Mercados</i>	32
Tabla 12	<i>Descripción de Variable Fair Trade y Variable Exportación</i>	33
Tabla 13	<i>Descripción de la variable Fair Trade y la dimensión Vol. de exportaciones</i>	35
Tabla 14	<i>Descripción de la variable Fair Trade y la dimensión Valor de exportaciones</i>	36
Tabla 15	<i>Descripción de la variable Fair Trade y la dimensión Diversificación de Mercados</i>	37
Tabla 16	<i>Correlación entre las variables Fair Trade y Exportaciones</i>	39
Tabla 17	<i>Correlación entre la variable Fair Trade y la dimensión Volúmenes de exportaciones</i>	40

Tabla 18 <i>Correlación entre la variable Fair Trade y la dimensión Valor de exportaciones</i>	41
Tabla 19 <i>Correlación entre la variable Fair Trade y Diversificación de mercados</i>	42

Índice de figuras

Figura 1	<i>Descripción Gráfica de la Variable Fair Trade</i>	28
Figura 2	<i>Descripción Gráfica de la Variable Exportaciones</i>	29
Figura 3	<i>Descripción Gráfica de la Dimensión Volumen de Exportaciones</i>	30
Figura 4	<i>Descripción Gráfica de la Dimensión Valor de Exportaciones</i>	31
Figura 5	<i>Descripción Gráfica de la Dimensión Diversificación de Mercados</i>	32
Figura 6	<i>Descripción Gráfica de Variable Fair Trade y Exportaciones</i>	34
Figura 7	<i>Descripción gráfica de la variable Fair Trade y la dimensión Volúmenes de exportaciones</i>	35
Figura 8	<i>Descripción Gráfica de la variable Fair Trade y la dimensión Valor de exportaciones</i>	36
Figura 9	<i>Descripción Gráfica de la variable Fair Trade y la dimensión Diversificación de mercados</i>	38

Resumen

La presente tesis titulada influencia de la Certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021, su objetivo principal es identificar la influencia de la certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021. Para la metodología la investigación fue básica, aplicando el diseño no experimental y método cuantitativo, para llegar a los resultados se empleó el instrumento del cuestionario y la técnica de recolección de datos fue utilizada la encuesta para la cual se realizaron 15 preguntas correspondieron para la primera variable y 15 preguntas correspondieron para la segunda variable, dirigidas hacia la muestra seleccionada de 23 organizaciones cafetaleras, teniendo una escala de Likert ordinal, posteriormente se analizaron los datos en el programa SPSS.26, asimismo, se empleó el coeficiente de correlación de Spearman. Concluyendo se identificó que la certificación Fair Trade sí influye de manera positiva en las exportaciones de las cooperativas cafetaleras del departamento de Cajamarca, obteniendo una correlación de $Rho = 0,549$ y nivel de significancia de $p: 0,007$ menor de $0,05$ por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Palabras clave: Certificación Fair Trade, exportaciones, volúmenes de ventas

Abstract

This thesis entitled influence of Fair-Trade Certification on exports of coffee organizations in the department of Cajamarca, 2021, its main objective is to identify the influence of Fair-Trade certification on exports of coffee organizations in the department of Cajamarca, 2021. For the methodology, the research was basic, applying the non-experimental design and quantitative method, to arrive at the results the questionnaire instrument was used and the data collection technique was used the survey for which 15 questions were made, corresponding to the first variable and 15 questions corresponded to the second variable, directed towards the selected sample of 23 coffee organizations, having an ordinal Likert scale, later the data was analyzed in the SPSS program.²⁶ Likewise, the Spearman correlation coefficient was used. Concluding, it was identified that the Fair-Trade certification does have a positive influence on the exports of coffee cooperatives in the department of Cajamarca, obtaining a correlation of $Rho = 0.549$ and a significance level of $p: 0.007$ less than 0.05 , for which it is accepted. the alternate hypothesis and the null hypothesis are rejected.

Keywords: Fair Trade certification, exports, sales volumes

I. INTRODUCCIÓN

En el escenario del desarrollo de las actividades productivas y comerciales de agricultura se han tornado de forma muy competitiva en los últimos años, esto ha propiciado la adquisición de sellos de certificaciones por parte de las organizaciones para poder diferenciarse y facilitar su permanencia en el mercado (Mora et al., 2020).

Según Botello Peñalosa (2016), comenta que el certificado de calificación constituye una buena disposición para la empresa que lo posee, ya que esto le permite la facilidad de ingreso a diferentes mercados internacionales. En este sentido, quién lleve este certificado es porque ha cumplido con los criterios establecidos.

Uno de los certificados que ofrece una alternativa al comercio convencional y productos de calidad es la certificación Fair Trade. Sánchez Álvarez (2018) Fair Trade fue creado con el objetivo de lidiar contra las desigualdades, poniendo prácticas para un desarrollo social como económico, basándose en principios de justicia, Dicho movimiento abarca distintos productos, dentro de ellos se encuentran los alimentos, siendo el café uno de los más sobresaliente. Ya que este ha sido durante muchos años uno de los productos agrícolas con mayor valor y alcance en el comercio mundial.

En el ámbito internacional Fairtrade Labelling Organizations International (FLOI, 2021) afirmó que es una organización que ofrece a los productores un trato justo y donde se puede obtener condiciones provechosas, asimismo, se les permite mejorar sus exportaciones teniendo un incremento en sus ventas, otorgándoles una prima Fairtrade y mejorar sus cosechas, en este sentido tratamos de que sea beneficioso el contar con este certificado. Por otro lado, en todo el mundo los pequeños agricultores cosechan entre el 70% u 80% de café, es por eso que se centra en el esfuerzo de estos agricultores.

En el ámbito nacional, León Carrasco (2021) indicó que nuestro país, en el año 2019 las exportaciones de café con certificación Fair Trade logró alcanzar 1,000,000 de sacos, a diferencia del año anterior que fue un aproximado de 900,000, es por eso que es el principal productor de café orgánico y también el

principal proveedor de café con el sello Fair Trade hacia Estados Unidos abarcando un 25% del nicho de mercado.

En el ámbito local, el café es el producto agrícola que más se exporta de la región de Cajamarca, abarcando en su mayoría las provincias de Jaén y San Ignacio. Muchas de estas organizaciones cuentan con la certificación Fair Trade, debido a su calidad se concluye que los productores si realizaron un buen trabajo, gracias a las capacitaciones que reciben por el Comercio Justo (Junta Nacional del Café [JNC, 2021]).

Respecto a los problemas internacionales, Arrasco y Torres (2021) menciona que en el Ecuador y Colombia no existe una normativa en la cual se señalan quienes son los encargados de regular y fomentar el desarrollo del Fair Trade hacia con las cooperativas, y del correcto uso de los fondos, pudiendo afectar las exportaciones. Asimismo, algunos de ellos afirman que no siempre Fair Trade brinda beneficios en las exportaciones.

Dentro del plano nacional, Vera Ramos (2018) resalta como un problema que son muy pocas las empresas cafetaleras que trabajan y exportan su producto bajo la certificación Fair Trade, debido a que existen mercados muy exigentes y es un requisito contar con algún certificado de calificación ya que se preocupan por el bienestar de los consumidores.

Por otro lado, Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú (SENASA. 2018) comenta a través de su noticia que la institución del Ministerio de Agricultura Riego hoy en día llamada Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI) que es el primer producto agrícola peruano que se exporta y el 7mo país exportador a nivel mundial es el café, pero mucha de su producción no cuenta con una certificación que demandan los mercados, desaprovechando el nivel competitividad y muchas oportunidades de exportación hacia nuevos mercados de destino.

El aporte de la investigación fue determinar la influencia que tiene una certificación internacional con las exportaciones, debido a que estas se incrementan por las normativas en este caso la Certificación Fair Trade ya que si hay mayores ventas que se realizan al extranjero, más se benefician los agricultores asimismo se les enseña a las empresas y los gobiernos de cada país que el comercio sea

diferente, es por eso que se quiere demostrar que tanta influencia tiene una certificación en las exportaciones.

La investigación surgió por la inquietud que generó en nosotras como investigadoras, debido a que estamos vinculados de manera cercana hacia las organizaciones que exportan café bajo certificados a los diferentes países.

Por ello, para esta investigación se ha formulado como problema general: ¿Qué influencia tiene la certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021?, asimismo como problemas específicos PE1: ¿Qué influencia tiene la certificación Fair Trade en el volumen de exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021?, PE2: ¿Qué influencia tiene la certificación Fair Trade en el valor de las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021?, PE3: ¿Qué influencia tiene la certificación Fair Trade en la diversificación de mercados de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021?

Para justificar la investigación se detalló en diferentes aspectos donde se señala información acerca de Fair Trade y su influencia en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

En el aspecto teórico, se utilizarán teorías publicadas por los autores a través de libros, revistas, artículos científicos u otras, donde ayudará a describir y desarrollar nuestras variables de investigación con la finalidad de adquirir más conocimientos y como referencia para futuras investigaciones sobre el tema a tratar.

En el aspecto metodológico, se emplea como instrumento el cuestionario, donde se permite recoger los resultados para poder interpretarlos, asimismo con los métodos estadísticos se comprobará si se acepta o rechaza la hipótesis de la investigación referente a las Certificación Fair Trade en las exportaciones.

En el aspecto práctico, permitirá que la certificación Fair Trade sea una herramienta a favor para las organizaciones cafetaleras y que tengan un amplio conocimiento sobre cuáles son los beneficios que brinda en sus exportaciones

En el aspecto social se involucró a un grupo específico, en este caso a los que conforman la cooperativa cafetalera, al comprender la relación entre las dos variables estudiadas, les permitió aprovechar las oportunidades y aumentar la productividad de sus operaciones.

Por lo tanto, se tiene como Objetivo General: Identificar la influencia de la certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021. Asimismo, los objetivos específicos fueron OE1: Identificar la influencia de la certificación Fair Trade en el volumen de exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021, OE2: Identificar la influencia de la certificación Fair Trade en el valor de las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021, OE3: Identificar la influencia de la certificación Fair Trade en la diversificación de mercados de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

No obstante, se ha planteado como hipótesis general: La certificación Fair Trade influye en las exportaciones de café de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021. Como hipótesis específicas se tienen, HG1. Existe influencia de la certificación Fair Trade en el volumen de exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021. HG2. Existe influencia de la certificación Fair Trade en el valor de las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021. HG3. Existe influencia de la certificación Fair Trade en la diversificación de mercados de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Esta investigación cuenta con diferentes antecedentes de estudios donde se ha permitido ahondar en la importancia sobre los temas de la certificación Fair Trade en las exportaciones en diferentes contextos

A nivel internacional, Yañez y Capa (2016) en su artículo tuvo como objetivo resaltar el impacto de la producción orgánica y el comercio Justo en una organización ecuatoriana. La metodología tiene un enfoque mixto, cuyo diseño utilizado es no experimental, tipo descriptivo – transversal. La muestra fueron 10 dirigentes de la Finca Orgánica – Urocal. El instrumento seleccionado fue la encuesta y revisión documentaria. Los autores concluyeron que el impacto que tiene esta certificación con la producción orgánica aporta beneficios a la organización puesto que se ejecutan programas sociales, productivos y ambientales. Los beneficios económicos que se brindan son aceptables y se invierte en dichos programas de capacitación y educación para los hijos de productores de esta organización, asimismo, aumentar aquellos estándares de bienestar. También se identificó que la Prima Fair Trade obtenida por la organización se invierten mayormente en sanidad, educación, mejoras para su agricultura o brindar ayuda a los productores por si en algún momento los precios caen en el mercado internacional. Señalan que en algún futuro desean mantener las relaciones con el mercado internacional y adecuarse a las tecnologías nuevas y asociarse con más productores para fortalecer su organización.

Márquez Climet (2016) en su investigación el objetivo fue analizar el impacto de los cambios productivos y el factor trabajo en el cultivo de café de Comercio Justo en Guatemala. La metodología tiene un enfoque mixto, es decir cuantitativa y cualitativa. La muestra seleccionada fueron 200 caficultores. Como instrumento aplicó, la encuesta, entrevista y visita a campo. Concluye afirmando que, al incorporar cambios y mejoras en las labores productivas como, por ejemplo, las importantes tareas, fertilización, aplicaciones fitosanitarias y manejo de la siembra, se obtiene rendimientos elevados en las exportaciones de café. Con respecto al factor trabajo, afirmó que cuando mayor es la temporada del café, va a existir mayor presencia de mano de obra, donde los trabajadores se benefician con el incremento de los rendimientos, es así, como este trabajo forma parte para maximizar los

beneficios de Fair Trade, ya se mejorar las condiciones de los productores o que ellos dependan del café.

Bonilla, et al. (2018) En su artículo el objetivo fue determinar la incidencia del Comercio Justo como factor de disminución de la pobreza en la provincia Los Ríos, Ecuador". La metodología empleada fue mixta, su población fue 323 agricultores de 22 Asociaciones, teniendo como muestra 177 personas. El instrumento seleccionado fue la encuesta y la revisión documentaria para que llevaran a cabo la investigación. Concluyeron que existe mejoría de la pobreza en aquellos caficultores de esta provincia y que el Comercio Justo es una clave para reducir esta situación. Los pre-financiamientos otorgados les han permitido tener incrementos a los caficultores para las necesidades básicas, ya que muchos de ellos han partido de situaciones extremadamente pobre y hoy en día es muy diferente porque han sus condiciones han mejorado y si siguen así pueden mejorar más. Asimismo, lograron evidenciar que no todas las organizaciones funcionan de acuerdo a los principios con los que fueron creadas, debido a que no se les brinda los potenciales que ellos necesitan para mejorar las condiciones de vida y que no tienen un conocimiento adecuado sobre los elementos del Comercio Justo.

Hernández, et al. (2019) en su investigación tuvo como objetivo realizar un análisis comparativo de las prácticas productivas del café y su relación con comercio justo: Caso Sevilla y Cuetzalan, tiene como metodología un enfoque mixto. El instrumento utilizado fue la entrevista a las cooperativas de comercio justo con muestreo direccional. Concluyeron que las prácticas productivas cafetaleras son un impacto positivo puesto que realizan el uso de alternativas novedosas y que con la evolución del Comercio Justo han mejorado la producción y la comercialización para la exportación del café. Es así como se obtiene mejores rendimientos en estas prácticas y que el comercio justo es un elemento de apoyo para los caficultores de estas organizaciones, asimismo, incentiva a que sigan ejerciendo la agricultura con buenas prácticas productivas y verse como un conjunto de estándares para reforzar las buenas prácticas y que se beneficien los involucrados.

Araya, S. y Araya, C. (2019) en su artículo el objetivo principal fue priorizar los principales mercados internacionales de productos con comercio justo, emplearon el enfoque cuantitativo, diseño no experimental y tipo descriptivo. La muestra fue a 28 países que cuentan con Comercio Justo en el mundo. Concluyeron a través de los resultados que las mayores oportunidades para su internacionalización en los productos se encuentran en Europa y América del Norte. Con respecto a la priorización de mercados consumidores con Comercio justo, se analizaron los criterios de barrera de comercio con un 32.8%, la transparencia siendo el 15.4%, exportaciones el 15.2% y la facilidad de hacer negocios con el 13.4%, siendo un total del 77% de las preferencias, el otro 23% tuvieron un peso menos relativo como el crecimiento económico y de las importaciones.

A nivel nacional se tiene en cuenta a Toscano Ruiz (2017) en su investigación el objetivo principal fue determinar de qué manera el comercio justo influye en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao, tuvo como metodología un enfoque cuantitativo, diseño No experimental. La muestra fue 179 productores de la organización La Esmeralda, utilizaron las encuestas como para la recolección de datos. Concluyeron que el comercio justo se basa en los principios de economía y que su propósito es favorecer a los agricultores para que tengan mayor participación en el mercado. Asimismo, el pre - financiamiento brindado le has permitido mejorar las necesidades básicas ya que se tuvo en cuenta que en algunos casos eran de pobreza extrema y que han dado bueno resultados, disminuyendo esta situación. Adicionalmente, se diferenció los productos que son defendidos por Fair Trade con el comercio tradicional, ya que si los productos se venden con este sello ayudan a que los consumidores adquieran directamente a los agricultores.

Díaz Flores (2019) en su investigación el objetivo fue determinar el impacto social y económico de buenas prácticas del comercio justo, tuvo como metodología un enfoque cualitativo, no experimental. La muestra fue 14 PYMES con el sello de Fair Trade de la provincia de Arequipa. En la recolección de datos se empleó a través de las entrevistas, donde concluyeron que el impacto que tiene el comercio justo es positivo, ya que entre los resultados que más sobresale es la mejora en las capacidades empresariales y las capacidades operativas, asimismo, se evidenció

el avance positivo con respecto a la calidad de vida y a los rendimientos en las ventas que tienen las PYME, confirmando que es una alternativa en el desarrollo a nivel micro empresarial.

Dávila y Silva (2019) en su investigación el objetivo fue determinar el impacto del comercio justo en el desarrollo sostenible de los caficultores del distrito de Tres Unidos, provincia de Picota, 2018. La metodología que emplearon fue de enfoque cuantitativo, tipo aplicada y el nivel descriptivo - correlacional. La muestra fue de 225 caficultores del distrito de Tres Unidos. Como técnica de recolección de datos utilizaron el fichaje y la encuesta. Concluyeron que, el comercio justo, tiene un impacto relativamente positivo para el desarrollo sostenible de los caficultores, ya que, gracias a ser partícipe de esta, sus ventas han incrementado en el mercado extranjero, favoreciendo a mejorar los niveles de ingreso. Asimismo, se benefician en el aspecto de tener mayor información con respecto al proceso para producir su cultivo. Es así como gran parte de los caficultores manifiestan que en los últimos años han incrementado sus ventas y cuentan con la información para realizar las negociaciones con empresas extranjeras.

Cisneros y Yactayo (2017) en su investigación su principal objetivo fue determinar si la implementación de certificaciones internacionales de calidad son una estrategia adecuada para mejorar la oferta exportable de la asociación de productores de cafés especiales Mountain Coffee con destino al mercado de Alemania”, utilizaron para la metodología un enfoque mixto, diseño descriptivo – explicativo. La muestra fueron 10 organizaciones cafetaleras, el instrumento empleado los datos estadísticos, revisión de documentos y las entrevistas. Concluyeron que la implementación de las certificaciones ayuda a que los volúmenes de exportaciones de café hayan crecido en la organización ya que es una táctica para optimar la oferta exportable. Asimismo, han logrado fortalecer y desarrollar los cultivos y el capital humano, con el conocimiento de las buenas prácticas sostenibles, es por eso que afirman que gracias a esta certificación han mejorado los precios del café, los conocimientos en la producción orgánica y la no dependencia a los productos químicos.

A nivel local, Benavides y Mendoza (2018) en su investigación tuvo como objetivo saber si hay influencia de la Certificación UTZ en las Exportaciones de Café de la Asociación de Productores Cafetaleros Nor Perú Coffee en el periodo 2014 - 2016, utilizaron para la metodología de enfoque mixto, nivel de investigación explicativa, tipo aplicada diseño no experimental. La muestra la conformaron 163 personas entre ellos los administrativos y productores asociados. Emplearon la técnica de las entrevistas y encuestas. Concluyeron que la certificación influye efectivamente a las exportaciones de café, asimismo, demostraron el mejoramiento en el desarrollo de las capacitaciones, el uso de los recursos naturales y mejorar la calidad de cada productor. Las Asociaciones que se dedican a la exportación de café y que cuentan con la certificación son aquellas que mejoran su gestión productiva al realizar buenas prácticas para poder optimar el proceso productivo de café.

Filippa & Abu (2018) en su artículo el objetivo fue analizar la importancia de las motivaciones económicas sociales y ambientales para la toma de decisiones de los agricultores sobre la certificación Fair Trade. La metodología empleada es de enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y de tipo descriptivo. La muestra estuvo conformada por 148 pequeños productores de café de Tanzania. Para la recolección de datos utilizaron las encuestas, donde concluyeron que Fair trade tiene motivación económica, social y ambientales. Con respecto a las medidas ambientales, optan por reducir el uso de agroquímicos, los desechos y mejorar la gestión del suelo de cultivo, de tal forma que convierta en una política ambiental para los pequeños cafetaleros, por otro lado, los jóvenes cafetaleros tienen motivación económica y buscar esta certificación, ya que, si el precio del café cae en el mercado, este sería un salvavida para ellos.

Bray & Neilson (2017) en su artículo tiene como objetivo evaluar el impacto de los programas de certificación en los pequeños productores de café, la cual utilizaron la investigación empírica donde evaluaron el impacto de los programas de certificación a los pequeños productores de café. Optaron por analizar 51 artículos que cumplan con los criterios, la cual concluyeron que uno de los impactos de los programas de certificaciones de café es que el capital ha mejorado en el grupo de agricultores que están dispuestos a invertir primas de certificación para

obtener ingresos adicionales, la adopción de buenas prácticas agrícolas después de la capacitación ha mejorado especialmente el suelo y el agua. Es así como en todos los estudios revisados, suponen que es más probable que la certificación genere resultados positivos en lugar de impactos negativos.

Analuisa, et al. (2018) en su artículo el objetivo principal fue determinar las ventajas al contar con la certificación internacional Fair Trade, utilizaron la metodología de tipo cualitativa, realizando un análisis comparativo entre 2 empresas. Como instrumento investigativo fue la entrevista, la cual permitió obtener los datos verídicos para el análisis comparativo. Concluyeron que Ecuador tiene gran potencial en la producción de banano y que al contar con la certificación Fair Trade permite que los trabajadores obtengan mejores precios del mercado, ya que si existe una caída de precios este los puede salvaguardar, además reciben una prima destinada a los proyectos ambientales y socioeconómicos, mientras tanto, aquellas empresas que no cuentan con esta certificación no pueden disfrutar de estos beneficios y sobre todo en los proyectos que impulsen al crecimiento.

Bojórquez, et al. (2020) en su artículo tiene como objetivo analizar el establecimiento de los precios justos y las prácticas de ventas a intermediarios, para ello utilizaron el enfoque mixto. La muestra fueron 8 municipios de Yucatán que están relacionados con las prácticas de comercio justo. El instrumento utilizado fue la entrevista abierta para recolectar información. Concluyeron que la implementación del comercio justo enfrenta diversos retos para llegar a fomentar su desarrollo, siendo una alternativa que beneficia a los actores involucrados.

Folch & Planas (2019) en su artículo tuvo como objetivo analizar la expansión del café orgánico con relación al certificado Fair Trade, utilizaron la metodología cuantitativa a quienes encuestaron a las cooperativas con Comercio Justo. Concluyeron al establecer un modelo alternativo para la producción de la caficultura orgánica han beneficiado sus cultivos, ya que los campesinos han contribuido a la agricultura sostenible y que respeta al medio ambiente y que el giro hacia la caficultura orgánica organizada por cooperativas y vinculada al movimiento de Comercio Justo se convirtió en una alternativa económica atractiva para los pequeños caficultores. La comparación entre los precios internacionales del café y

los precios de Comercio Justo se tiene como resultado que los precios de Comercio Justo fueron generalmente más altos y más estables.

Vera Ramos (2018) en su investigación tuvo como objetivo establecer la relación que existe entre el Comercio Justo y la exportación del Café Orgánico, el enfoque empleado fue cuantitativo con diseño no experimental. La muestra fueron 60 personas de la Empresa Highland Coffee, la técnica que utilizaron fue la encuesta para la recolección de datos. Concluye que, si existe relación entre la exportación del café orgánico de la empresa, asimismo, el 93% afirma que los precios de sus productos son determinados por esta certificación para así poder cubrir los costos, con respecto a la correlación de esta investigación es positiva moderada, ya que la prueba R de Pearson salió 0,542 y el nivel de significancia fue 0,001 donde se afirma la hipótesis. Por lo que, sí se estimula a que las empresas opten por este certificado, ya que brinda equidad y sobre todo transparencia en las exportaciones, es por ello que se confirma que esta certificación influye en las exportaciones, debido a que existen organizaciones que confirman que, si es beneficioso, además hay algunas cooperativas que no cuentan con el mismo, pero logran vender pequeñas cantidades, a diferencia de las otras que su volumen de venta es mayor

Muñiz, et al. (2019) en su artículo planteó como objetivo analizar el comercio justo como una alternativa para desarrollar estrategias en beneficio de los agricultores, la metodología fue de enfoque cuantitativo, la muestra la conformó las diversas fuentes de información que abarcaron el tema en estudio, lo cual concluyeron que a nivel mundial muchas organizaciones han establecido sus productos en diferentes puntos de ventas importantes, lo cual ha mejorado en el desarrollo de forma laboral y económico de los agricultores, también este movimiento de intercambio comercial busca beneficiar mutuamente con el propósito de que los productores adquieran una buena vida para su familia.

Ramírez & Nava (2019) en su artículo tiene como objetivo analizar el impacto del comercio justo en el empoderamiento individual de los miembros de dos cooperativas cafetaleras en Veracruz. La metodología tuvo un enfoque mixto, la muestra estuvo conformada por productores y 2 presidentes de diferentes

asociaciones. La entrevista y la encuesta fueron los instrumentos que utilizaron. Concluyeron que el comercio justo se considera como una certificación que tiene éxito para promocionar el empoderamiento de aquellos agricultores y que si cada uno de ellos se capacita y tienen el conocimiento van a poder tener participación e inclusión con la mayoría de socios.

Schouteten, et al. (2020). En su artículo tuvo como objetivo examinar el efecto que tienen las etiquetas de Fair Trade en los productos. La metodología tiene un enfoque cuantitativo, para la muestra se contó con 179 consumidores. La encuesta fue el instrumento. Se concluyó que la etiqueta de Comercio Justo tuvo una influencia bastante limitada en el perfil sensorial y emocional de los productos alimenticios. Además, los resultados de CLT y HUT fueron muy similares, lo que indica que el contexto de evaluación tiene poco impacto en el efecto de etiquetado.

Serván (2021) en su investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el comercio justo en las exportaciones textiles de tejido de lana de alpaca de la Asociación privada, 2021, utilizaron la metodología de enfoque cuantitativo, diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 25 socios de la asociación en estudio. El instrumento empleado fue el cuestionario compuesto por 17 ítems. Concluye que las exportaciones de tejido de lana de alpaca están favoreciendo a la asociación, de manera que recibe el pago adecuado por sus productos y realizando a la vez prácticas comerciales equitativas con el fin de ser reconocidos y ofreciendo oportunidades laborales.

Teniendo en cuenta a la variable Fair Trade, como bases teóricas se ha recopilado información de los diferentes autores:

Según FairTrade Labelling Organizations (FLO, 2021) define que Fair Trade es la primera certificación creada para los productos tiene una iniciativa innovadora y está dirigido al respeto, plática y transparencia, teniendo como finalidad un intercambio comercial más igualitario y así alentar el consumo de productos que tomen en cuenta el pago que realmente merecen los productores.

Desde la posición de Coscione y Mulder (2017) definió a Fair Trade como un movimiento socioeconómico, la cual nació por las relaciones comerciales donde no

se beneficiaba en su totalidad al desarrollo sostenible, es por eso que se buscó una distribución equitativa en los niveles económico, ambientales, sociales y políticos, asimismo, reconocer el gran trabajo que realizan los productores y las organizaciones.

Por otro lado, tenemos al modelo del Fair Trade dónde Montenegro y Carrera (2018) manifestaron que el comercio es una actividad donde se beneficia la sociedad, asimismo abastece a la población brindando bienes y servicios que permiten la pervivencia humana. Es así como el Comercio Justo es un método para insertar los productos en los mercados de los países desarrollados, buscando así que no se excluya a los pequeños productores.

Fair Trade a través de los años en algunos países según autores:

Matthew (2017) aclara que, en los años 70, se le conocía al comercio justo como una demostración de donaciones caritativas, siendo cambiando más adelante este término y pensamiento en las personas, ya que lo que se estaba poniendo en práctica realmente era justicia. Durante el mismo periodo, en las primeras actividades de Comercio Justo solo hubo un intento de modificación en las cadenas de suministro que unían al consumidor en el Reino Unido y el productor en el "Tercer Mundo".

Guimarães et al. (2017) comenta que en los últimos años, la adopción de la certificación FairTrade, en la comercialización de productos ha tenido como objetivo crear oportunidades a los pequeños productores, pero existen ocasiones que los volúmenes de ventas en el comercio minorista no generan rendimiento y no hay el precio que se espera pagar, es el caso del café, que puede existir amenazas como el proceso de integración, es decir, la adopción por las corporaciones grandes, la cual se podía debilitar la prácticas comerciales justas.

D'Almeida (2011) relata que, en Brasil, el movimiento de Fair Trade se inició en la década de 1970, vinculadas al trabajo de organizaciones de base y comunidades apoyadas por organizaciones europeas que trabajan en capacitación de los pequeños productores. El desarrollo de estas prácticas ha seguido al pasar de los años, persiguiendo la compensación justa de sus productos, sin embargo,

este movimiento se vio obstaculizado por el contexto que tiene el país, debido a que tiene desigualdades y falta de política pública, siendo esto un motivo para que muchas comunidades interesadas no pudieran participar, ya que no podían encajar en las normas del comercio exterior.

Cotero (2009) comenta que, en el Perú El Fair Trade en el Perú surge por primera vez como impulso de los productores artesanos y miembros de la iglesia comprometida, dentro de ellos se encontraban los sacerdotes, monjas y las instituciones, ellos fueron los que lograron tener contacto con las personas e instituciones involucradas en países europeos, a quienes les importaba e interesaba mucho las dificultades sociales en los países del Sur. Teniendo como primer plano en el proceso la solidaridad entre el Norte y el Sur.

Baldeón (2016) comenta que aquel producto que cuenta con Fair Trade, tiene una acogida en la Unión Europea, provocando un aumento en el volumen de las exportaciones, ya que a partir de que estas organizaciones cuentan con este certificado, las exportaciones comenzaron a incrementar el doble con respecto al año anterior, sin embargo, no se concluye que el sistema de Fair Trade incrementa al máximo el nivel de las exportaciones debido a que existen factores.

Asimismo, sobre los objetivos de Fair Trade, Cáritas (2012) refiere que el Comercio Justo o Fair Trade aspira equilibrar el comercio a nivel mundial, dando así beneficios, por ende, más importancia a los que son marginados, ofreciéndoles mejor calidad de vida y así poder contribuir a la creación de mayor igualdad en el sistema, consolidando sus derechos. Dentro de este encontramos que cuenta con ciertos objetivos y son:

Caritas (2012) nombra que los objetivos de Fair Trade son: mejorar la calidad de vida de los productores aumentando su entrada a los mercados, apoyar a los productores desafortunados, principalmente a las mujeres y comunidades indígenas, promocionando las oportunidades de desarrollo, sensibilizar a los consumidores sobre los efectos negativos del Fair Trade en las comunidades productoras, establecer relaciones comerciales basadas en diálogo, claridad y decoro, incentivar el cambio de las normas y las prácticas del comercio tradicional,

a través de campañas, alentar la imparcialidad social, la práctica medioambiental y la estabilidad económica, amparando los derechos humanos.

En el Perú existen más de 310 organizaciones que cuentan con Fair Trade, la cual involucra a más de 90.000 familias, la mayoría son productoras de café, banano, cacao. En la actualidad PROMPERÚ realiza seminarios a empresarios para retos antes COVID-19, donde su objetivo es brindar dicha información a estas organizaciones donde existen pequeños agricultores sobre los procesos del mercado internacional.

Por otro lado, Cuipal y Maurila (2016) comentaron que se debe priorizar en los países antes de enviar algún producto bajo este certificado teniendo en cuenta muchos puntos importantes de cada país, entre ellos es la corrupción y el desarrollo económico. Fair Trade y las exportaciones es importante resaltar que esta certificación es esencial ya que se puede entregar grandes volúmenes de café para su exploración.

Entre sus dimensiones Fair Trade se tiene el Desarrollo integral según Infante (2017) comentó que este está orientado con los propósitos que tiene Fair Trade, debido a que se establecen condiciones provechosas para predecir el crecimiento y mayor asistencia de pequeños productores que quieran integrar esta cadena de valor, bajo el apoyo de las capacitaciones a los productores y una comunicación transparente buscando soluciones a conflictos para mejorar relaciones comerciales.

Para la segunda dimensión se tiene Desarrollo sostenible según la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2020) define como aquella facultad que asegura satisfacer las necesidades de las generaciones actuales, pero sin comprometer, ni causarles daños a los recursos del futuro de satisfacer sus propias necesidades, asimismo busca la protección de 3 pilares importantes las cuales son económico, social y ambiental.

Para la tercera dimensión tenemos Oportunidades de Fair Trade, la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO, 2017) comenta que Fair Trade es una organización que se encarga de otorgar oportunidades a los pequeños o medianos productores, así como también a las Asociaciones o cooperativas con

precios justos, transparencia y responsabilidad, mejorando sus condiciones de trabajo.

Con respecto a la variable exportación PROMPERU (2020) define como un régimen aduanero que se aplica en libre comercialización, que sale del territorio aduanero para el consumo o uso definitivo en los países exteriores las cuales no son afectadas por ningún gravamen en el mercado local.

Según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP, 2021) comenta que el volumen en exportaciones refleja las fluctuaciones de los volúmenes de mercaderías que se exportan en relación con un periodo de año base.

El valor de las exportaciones es aquel valor monetario que le da el exportador para que la mercadería pueda llegar al país importado, cuando se le da el precio se debe considerar los factores para producir y este pueda llegar al lugar de destino. (BCRP, 2021).

La diversificación de mercados es el método que tiene una empresa para facilitar su ingreso a nuevos sectores en el mercado con nuevos clientes, generando nuevos productos con beneficios y que disminuyan los riesgos de la estabilidad de la marca y así expandir sus ventas (Ramanujam y Varadarajan, 2016).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación fue de enfoque cuantitativo porque con los sistemas estadísticos de los datos se comprobaron las teorías de cada variable, en este caso Fair Trade y exportación. El enfoque cuantitativo es aquel que utiliza información obtenida, con el objetivo de confirmar las hipótesis abordadas teniendo en cuenta el uso de números y la estadística, donde se permita fijar los aspectos de comportamiento para verificar los enfoques teóricos (Hernández et al., 2014, p.4).

3.1.1. Tipo de la investigación

La investigación que se realizó es de tipo básica porque se basó en describir cómo influye la certificación Fair Trade en las exportaciones de café buscando como analizar e interpretar en el ámbito natural. Muntané (2010) “Este tipo de investigación es pura, teórica y permanece en él ya que se origina en un marco teórico e incrementa los conocimientos científicos, pero sin contrastarlos con el aspecto práctico” (p. 221).

3.1.2. Diseño de la investigación

Es de diseño no experimental, porque no existe aplicación para la demostración de las variables, sino en la observación y la descripción de estas. En el diseño no experimental no se manipulan las variables, porque solamente se observa el fenómeno que se encuentran en su entorno natural para después analizarlo (Hernández, 2003, p.147).

Además, tiene corte transversal, puesto que sólo se aplicó en un periodo determinado. El diseño transversal se recopilan los datos en un periodo de tiempo sobre la muestra definida, donde se analizan los datos de las variables en estudio (Hernández, 2003, p.149)

3.1.3. Nivel de la investigación

El nivel de investigación fue explicativo, debido a que por su naturaleza busca explicar con fundamentos teóricos la influencia de estas 2 variables

estudiadas. Según Hernández et al. (2014), “La investigación explicativa busca detallar las características de los fenómenos que se someten a un análisis” (p.40).

3.2. Variable y Operacionalización

3.2.1. Variable Independiente

Fair Trade es la primera certificación creada para los productos, tiene una iniciativa innovadora y está dirigido al respeto, plática y transparencia, teniendo como finalidad un intercambio comercial más igualitario y así alentar el consumo de productos que tomen en cuenta el pago que realmente merecen los productores. Es por esto que el comercio justo busca ser fraternal, equitativo y alternativo (FTLO, 2021).

La definición operacional de Fair Trade es una variable que se va a medir en función a 3 dimensiones las cuales son Desarrollo integral, Desarrollo Sostenible y Oportunidades del Fair Trade con sus correspondientes indicadores. Se utilizará la escala de medición ordinal en este caso la Escala de Likert.

Dimensión 1: Desarrollo integral

Infante (2017) El desarrollo integral está orientado con el propósito que tiene Fair Trade debido a que se establecen condiciones provechosas para predecir el crecimiento y mayor asistencia de pequeños productores que quieran integrar esta cadena de valor, bajo el apoyo de las capacitaciones a los productores y una comunicación transparente buscando soluciones a conflictos para mejorar relaciones comerciales.

Dimensión 2: Desarrollo Sostenible

Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2020) Es la facultad que asegura satisfacer las necesidades de las generaciones actuales, pero sin comprometer, ni causarles daños a los recursos del futuro de satisfacer sus propias necesidades, asimismo busca la protección de 3 pilares importantes las cuales son económico, social y ambiental.

Dimensión 3: Oportunidades de Fair Trade

Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO, 2017) comenta que Fair Trade es una organización que se encarga de otorgar oportunidades a los

pequeños o medianos productores, así como también a las Asociaciones o cooperativas con precios justos, transparencia y responsabilidad, prácticas comerciales y mejorar sus condiciones de trabajo.

3.2.2. Variable dependiente

Con respecto a la definición conceptual de la variable 2: Exportación, según PROMPERÚ (2020) define a la exportación como un régimen aduanero que se aplica en libre comercialización, que sale del territorio aduanero para el consumo o uso definitivo en los países exteriores las cuales no son afectadas por ningún gravamen en el mercado local.

La definición operacional de exportación es una variable que se va a medir en función a 3 dimensiones las cuales son Volúmenes de ventas, valor de exportaciones y diversificación de mercados con sus correspondientes indicadores. Se utilizará la escala de medición ordinal en este caso la Escala de Likert.

Dimensión 1: Volumen de exportaciones

Según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP, 2021) comenta que “El volumen en exportaciones refleja las fluctuaciones de los volúmenes de mercaderías que se exportan en relación a un periodo de año base”.

Dimensión 2: Valor de exportaciones

El valor de las exportaciones es aquel valor monetario que le da el exportador para que la mercadería pueda llegar al país importado, cuando se le da el precio se debe considerar los factores para producir y este pueda llegar al lugar de destino (BCRP, 2021).

Dimensión 3: Diversificación de mercados

La diversificación de mercados es la entrada que tiene una empresa para ingresar a nuevos sectores en el mercado con nuevos clientes, generando nuevos productos con beneficios y que reduzcan los riesgos de la estabilidad de la marca y así expandir sus ventas (Ramanujam y Varadarajan, 2016).

3.3. Población, muestra y muestreo

Para la presente investigación Hernández et al. (2014) refiere que “La población deriva del individuo de estudio, donde se desarrolla la problemática a tratar, por tanto, se le define como un grupo de casos que se relaciona directamente con las características de estudio de la investigación (p.183). Considerando lo indicado, se optó por tomar como población a 35 organizaciones exportadoras de café del departamento de Cajamarca.

Tabla 1

Organizaciones cafetaleras

EMPRESA	DOMICILIO FISCAL
Cooperativa De Servicios Múltiples Cenfrocafe Peru	Jaén
Cooperativa De Servicios Múltiples Sol&Cafe Ltda.	Jaén
Cooperativa Agraria Cafetalera La Prosperidad De Chirinos	Chirinos
Cooperativa Agraria Frontera San Ignacio Ltda.	San Ignacio
Cooperativa Agraria De Servicios Múltiples Selva Andina	Jaén
Cooperativa De Servicios Múltiples Aprocassi	San Ignacio
Asociación De Productores Agropecuarios Lima Coffee Perú	Jaén
Unión De Cafetaleros Ecológicos	San Ignacio
Cooperativa Agraria De Productores Ecológicos San Ignacio Ltda	San Ignacio
Cooperación Agraria Peruana - Coopagro Perú	Jaén
Cooperativa De Servicios Múltiples Cedros Café	Jaén
Cooperativa Agraria Cafetalera Aprocansors Ltd.	San Ignacio
Cooperativa De Servicios Múltiples Ecoforest Ltda	Jaén
Cooperativa Agraria Cafetalera Casil Ltd	San Ignacio
Cooperativa Agraria Y Servicios Múltiples Cafe Amoju	Jaén

Asociación De Productores Agropecuarios Ecológicos Coffee Guay Apae	La Coipa
Asociación De Productores Agropecuarios Bosques Verdes Cuenca Del Chinchipe	San Ignacio
Cooperativa De Servicios Múltiples Gallito De Las Rocas Ltda	San Ignacio
Asociación De Productores Cafetaleros El Santuario	Jaén
Cooperativa Agraria Y De Servicios Múltiples Valle Del Marañon	Jaén
Asociación De Productores Agropecuarios Bosque Y Agua	Colasay
Cooperativa Agraria De Servicios Múltiples El Milagro	San Jose De Lourdes
Cooperativa Agraria Unión Y Fe La Coipa	La Coipa
Caficultores Alto Cajamarca	Jaén
Asociación De Productores Cafetaleros Alpes Andinos	Jaén
Cooperativa Agraria Norcafe Peru	Jaén
Asociación De Productores Cafetaleros Alto San Ignacio	San Ignacio
Asociación Agropecuaria De Productores Del Norte - Pronor	San Ignacio
Cooperativa Agraria Rutas Del Inca	Querocoto
Asociación De Productores Agropecuarios Solidarios Valle Verde - Apagros Valle Verde	Jaén
Asociación De Productores De Cafe Aroma Del Valle	Jaén
Cooperativa De Servicios Múltiples Jesus Solidario Ltda	Jaén
Cooperativa Agraria De Servicios Múltiples Integracion De Cafetaleros - Inprocafe	Jaén
Asociación De Productores Cafetaleros Andinos Sierra Verde	Jaén

Nota: Organizaciones y Asociaciones cafetaleras

3.3.1. Criterios de inclusión:

- Organizaciones especialistas en el sector de café.
- Organizaciones que realicen exportaciones bajo esta certificación.
- Organizaciones que cuenten o hayan contado con la certificación Fair Trade.
- Organizaciones que manejen el tema de Fair Trade.

3.3.2. Criterios de exclusión:

- Organizaciones que recién se incorporaron al rubro de café.
- Organizaciones que no cuenten con certificación Fair Trade.

Con respecto a la muestra, Cabezas et al. (2018) "La muestra es una porción de la población, la cual es utilizada para extraer información y analizar datos de forma sintética, facilitando el estudio y sin incurrir en gastos elevados" (p. 140).

De las 35 organizaciones exportadoras que café en la región de Cajamarca, solo tomaremos como muestra a 23 organizaciones. Se obtuvo la muestra, mediante el método probabilístico, a continuación, se observa el cálculo matemático que se empleó para determinar la muestra de la población.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{E^2 * (N+1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N: Tamaño de la población: 35

E: Error maestro: 10%

p: Probabilidad a favor: 0.05

q: Probabilidad en contra: 0.05

Z: Nivel de confianza: 1.96

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 35}{0.10^2 * (106-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n: 23

3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos

La técnica de la encuesta fue del tipo de diseño de la investigación, la mayoría de veces esta técnica se utiliza para averiguar el punto de vista de las personas, esto se hace mediante la formulación de preguntas mediante las variables propuestas (Cabezas et al. 2018). El cuestionario fue el instrumento perteneciente a la encuesta, la cual estuvo conformada por 30 ítems, 15 preguntas para la variable "Fair Trade" y 15 preguntas para la variable "exportación". (Anexo 03)

3.4.1 Instrumento:

El cuestionario que se empleó para realizar este estudio consta con 3 dimensiones que corresponden a Fair Trade entre las cuales destacan: Desarrollo integral, Desarrollo sostenible y Oportunidades del Fair Trade. La versión definitiva del cuestionario se mide mediante la escala de Likert, cuyas puntuaciones son Totalmente en desacuerdo "1", En desacuerdo "2", Ni de acuerdo Ni desacuerdo "3"; De acuerdo "4" y Totalmente de acuerdo "5".

Tabla 2

Distribución de las preguntas por dimensiones de la Variable Independiente

Dimensiones	Ítems	Puntuación	Técnica
Desarrollo integral	1 - 3	1-5	Encuesta
Desarrollo sostenible	4 - 11	1-5	Encuesta
Oportunidades del Fair Trade	12 - 15	1-5	Encuesta

Nota: Distribución de las dimensiones con la cantidad de preguntas a realizar para la variable independiente.

Asimismo, se empleó para este estudio 3 dimensiones, que corresponden a exportaciones, las cuales destacan: Volúmenes de exportaciones, valor de exportaciones y Diversificación de mercados. La versión definitiva del cuestionario se mide mediante la utilización de la escala de Likert, cuyas puntuaciones van

desde “1” Totalmente en desacuerdo, “2” En desacuerdo, “3” Ni de acuerdo Ni desacuerdo; “4” De acuerdo y “5” Totalmente de acuerdo.

Tabla 3

Distribución de las preguntas por dimensiones de la Variable Independiente

Dimensiones	Ítems	Puntuación	Técnica
Volúmenes de exportaciones	1 - 5	1-5	Encuesta
Valor de exportaciones	6 - 10	1-5	Encuesta
Diversificación de mercados	11 - 15	1-5	Encuesta

Nota: Distribución de las dimensiones con la cantidad de preguntas a realizar para la variable dependiente.

3.4.2. Validación:

El proceso de validación de instrumento estuvo a cargo de los expertos de la escuela profesional de Negocios Internacionales, asignados por la escuela, donde se evaluó la composición y sobre todo la coherencia del instrumento. (Ver anexo 04)

Tabla 4

Juicio de expertos

Juicio de expertos	Especialista
Mg. Moran Santamaría Rogger O.	83%
MBA. Cúneo Fernández Francisco E.	80%
Dr. Macha Huamán Roberto	80%

Nota: Validación por juicio por cada uno de los expertos en el tema

3.4.3. Confiabilidad

Después de la aprobación del instrumento por los 3 expertos, se procedió a ejecutar la prueba piloto con un total de 10 sujetos que estén relacionado al tema

con el fin de verificar la practicidad y veracidad de este instrumento ante la aplicación de la muestra seleccionada. (Ver anexo 06)

Jiménez et al. (2015) comenta que “La prueba piloto es la que pretende acercar el cuestionario definitivo utilizando una muestra significativa para así observar cual es el comportamiento de los sujetos sometidos a este instrumento y así poder evitar algún error”.

Una vez con las respuestas obtenidas, se procedió a realizar la prueba de confiabilidad, en donde utilizamos el coeficiente Alpha de Cronbach a través del programa SPSS 26.

Tabla 5

Fiabilidad de la variable Fair Trade

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,895	15

La variable Fair Trade estuvo conformado por 15 preguntas, donde se consiguió un valor de alfa de Cronbach 0.895, mediante el software estadístico SPSS versión 26.0, que se considera como adecuada y aprobado para la prueba de fiabilidad.

Tabla 6

Fiabilidad de la variable exportaciones

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,810	15

La variable exportación estuvo conformado por 15 preguntas, donde se consiguió un valor de alfa de Cronbach de .810, mediante el software estadístico SPSS versión 26.00, que se considera como adecuada y aprobado para la prueba de fiabilidad.

3.5. Procedimientos

Tal y como se detalló en las líneas de arriba, para realizar la investigación se tuvo que recolectar información la cual permita probar las hipótesis que se plantearon a través del coeficiente de correlación de Spearman, es por ello, el primer paso fue la elaboración del instrumento que es el cuestionario para la recolección de datos mediante encuestas según las dimensiones de las variables dadas en este caso Fair Trade y Exportaciones, asimismo, se identificó la población y seleccionar la muestra.

Cuando se haya definido población y muestra, así como también nuestras preguntas para el cuestionario, se pasará por las manos de 3 expertos en el tema para su validación, una vez validada se procedió a la aplicación de estos a la muestra que se seleccionó, dichos cuestionarios se enviaron a través de correos o los números telefónicos que se brindaron.

Teniendo los datos de los cuestionarios, se pasaron los datos al programa SPSS. 26 donde realizamos la prueba de confiabilidad por cada cuestionario. Por último, se realizó el análisis descriptivo univariado y el análisis descriptivo bivariado por cada pregunta a través de tablas y gráficos, con respecto al análisis inferencial para la prueba de hipótesis se utilizó la correlación de Spearman, el cual permitió saber el grado de asociación entre las variables y saber si es débil o fuerte como también su nivel de significancia.

3.6. Método de análisis de datos

En este trabajo de investigación se trabajó con un cuestionario de 30 preguntas, utilizando la escala de medición de Likert con la finalidad de conseguir resultados en datos porcentuales donde se visualizaron mediante gráficos y tablas.

En este caso se procedió a copiar los datos en el SPSS 26, se ingresó toda la información de la encuesta tantas preguntas, alternativas, escala, entre otros aspectos propios del programa estadístico, análisis

3.7. Aspectos éticos

De acuerdo al Artículo 3º.- Principios de ética en investigación en la universidad César Vallejo, el proyecto de investigación ha sido ejecutado con información verídica y veraz, toda la información que se encuentra en esta tesis fue realizada con fuentes confiables y citadas correctamente, respetando la autenticidad de cada autor nombrado en la investigación.

La tesis titulada “Influencia de la Certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021” va según con los estatutos que dicta la Universidad Cesar Vallejo y con la ley Universitaria N°30220 (Universidad Cesar Vallejo [UCV], 2020). Por ello, se consideraron los siguientes aspectos éticos

Beneficencia: Se procuró tener los beneficios para el bienestar de los que participaban en el estudio por lo que hacer el bien se enfoca en actuar a favor de los demás.

Justicia: Se ofreció un trato de igualdad para todos los participantes de la tesis, para el óptimo desarrollo.

Libertad: Se desarrolló de manera independiente y libre con respecto a los intereses políticos, religiosos, económicos o de otro tipo.

Probidad: Se actuó con honestidad durante toda la investigación, esto incluye presentar de manera fidedigna los resultados y evitar modificaciones en el protocolo aprobado sin previa autorización por parte del comité de ética.

Respeto de la propiedad intelectual: La información de otros investigadores se encuentra citada con las fuentes correspondientes respetándose los derechos de propiedad intelectual para evitar plagio.

IV. RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO UNIVARIADO

4.1.1. Análisis descriptivo de la variable Fair Trade

Tabla 7

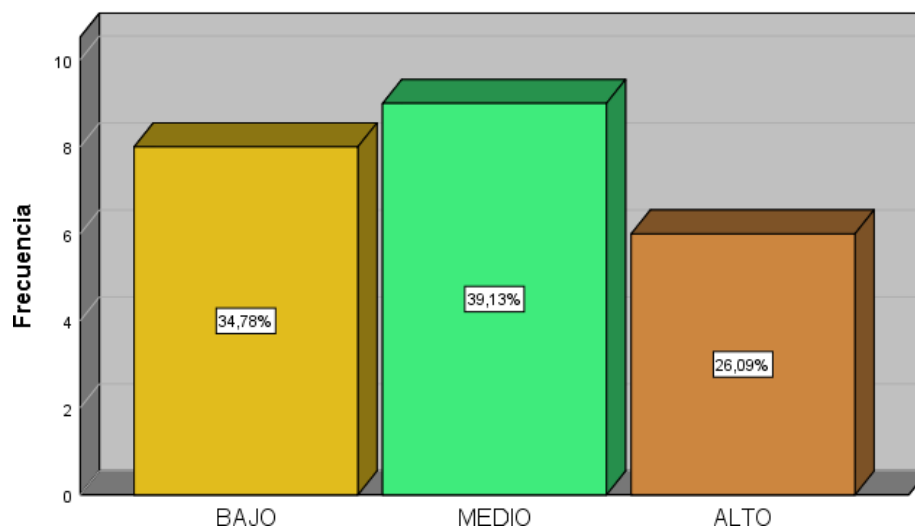
Descripción de los Niveles de la Variable Fair Trade.

FAIR TRADE					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	8	34,8	34,8	34,8
	MEDIO	9	39,1	39,1	73,9
	ALTO	6	26,1	26,1	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Nota: Datos procesados en el software SPSS.26 de las encuestas realizadas a las cooperativas cafetaleras (2021)

Figura 1

Descripción Gráfica de la Variable Fair Trade



NOTA: La figura muestra la descripción gráfica de la Variable Fair Trade (2021)

INTERPRETACIÓN

Referente a la tabla N°07 y figura N°01, mediante la encuesta que se realizó a 23 organizaciones cafetaleras en estudio que cuentan con Fair Trade, se concluyó que, el 39.13% que son 9 organizaciones manifiestan que el uso de Fair Trade es

medio. El 34.78% (8) informan que su uso es bajo y el 26.09% que son 6 organizaciones mencionan que su uso es alto.

4.1.2. Análisis descriptivo de la variable Exportaciones

Tabla 8

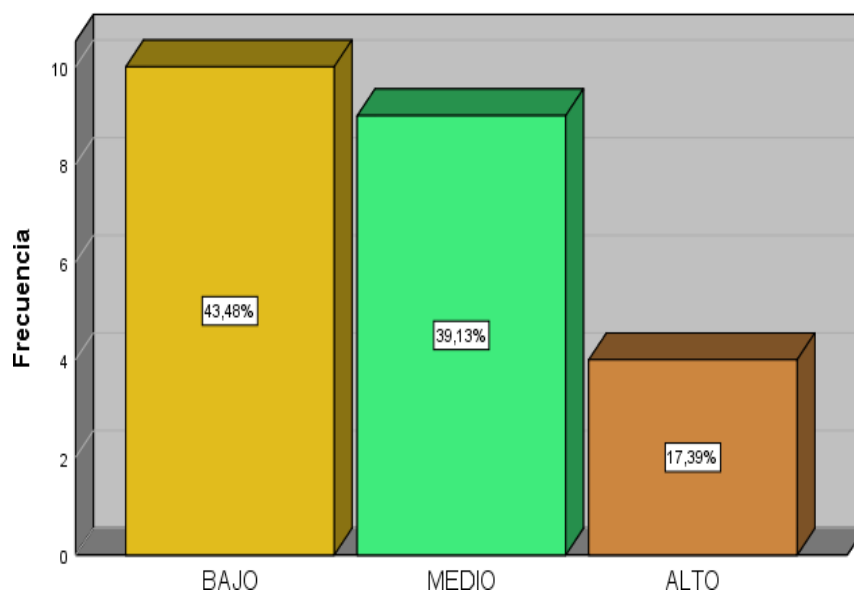
Descripción de los Niveles de la Variable Exportaciones.

EXPORTACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	10	43,5	43,5	43,5
	MEDIO	9	39,1	39,1	82,6
	ALTO	4	17,4	17,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Nota: Datos procesados en el software SPSS.26 de las encuestas realizadas a las cooperativas cafetaleras (2021)

Figura 2

Descripción Gráfica de la Variable Exportaciones.



Nota: La figura muestra la descripción gráfica de la Variable exportaciones (2021)

INTERPRETACIÓN

Según los resultados obtenidos en la tabla N°8 y en la figura N°2, las cuales fueron realizadas con las encuestas a las organizaciones cafetaleras del departamento de

Cajamarca, se identifica que el 43.48% (10) el nivel de exportación es bajo. Asimismo, el 39.13% (9) indica que es medio y el 17.39% (4) indica que es alto.

4.1.3. Análisis descriptivo con respecto a la dimensión Volumen de exportaciones

Tabla 9

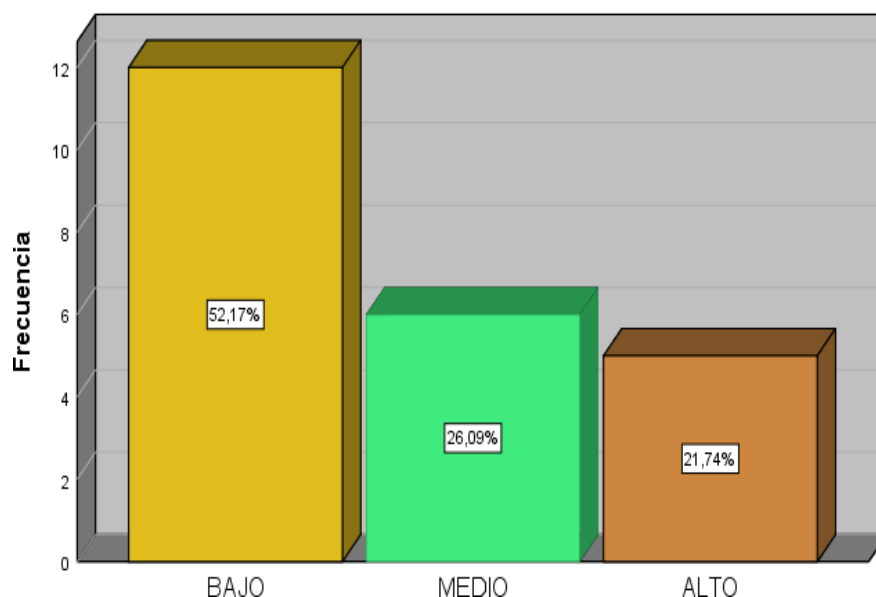
Descripción de los Niveles de la Dimensión Volumen de exportaciones.

		VOLUMEN DE EXPORTACIONES			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Válido				válido	acumulado
	BAJO	12	52,2	52,2	52,2
	MEDIO	6	26,1	26,1	78,3
	ALTO	5	21,7	21,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Nota: Datos procesados en el software SPSS.26 de las encuestas realizadas a las cooperativas cafetaleras (2021)

Figura 3

Descripción Gráfica de la Dimensión Volumen de Exportaciones



Nota: La figura muestra la descripción Gráfica de la Dimensión Volumen de Exportaciones

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla N°9 y gráfico N°3, según las encuestas realizada a las organizaciones cafetaleras se identifica que el 52,17% (12) de las organizaciones cafetaleras indican que el nivel de volumen de exportaciones es bajo, seguido del 26.09 % (6) indican que es medio y el 21.74% indican que es alto, dando un total del 100%.

4.1.4. Análisis descriptivo con respecto a la dimensión Valor de Exportaciones

Tabla 10

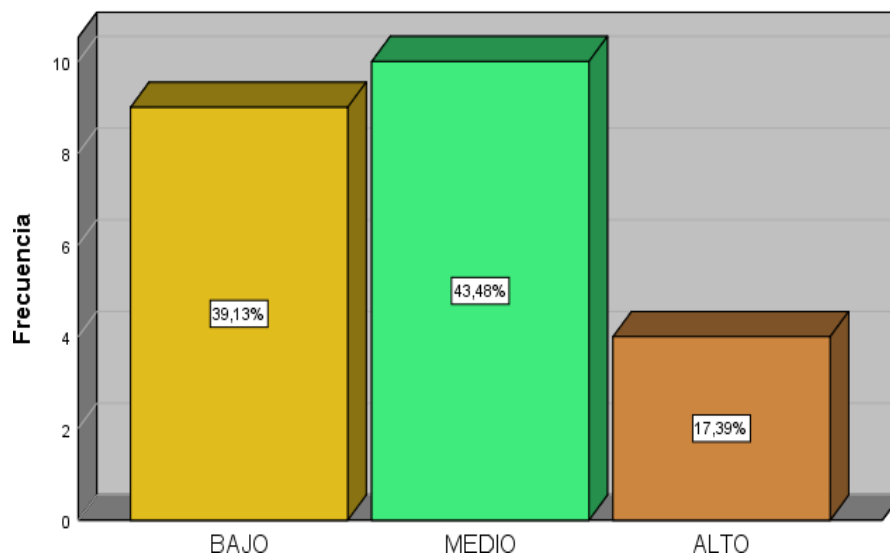
Descripción de Niveles de la Dimensión Valor de Exportaciones.

		Frecuenci	Porcentaj	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	BAJO	9	39,1	39,1	39,1
	MEDIO	10	43,5	43,5	82,6
	ALTO	4	17,4	17,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Nota: Datos procesados en el software SPSS.26 de las encuestas realizadas a las cooperativas cafetaleras (2021)

Figura 4

Descripción Gráfica de la Dimensión Valor de Exportaciones.



Nota: Descripción gráfica de la dimensión valor de Exportaciones

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla N°10 y gráfico N°4, de la muestra conformada por 23 organizaciones cafetaleras, se identifica que el 39.1% (9) indican que el nivel de volumen de exportaciones es bajo. El 43.48 % (6) indican que es medio y el 17.39% indican que es alto, dando un total del 100%.

4.1.5. Análisis descriptivo con respecto a la dimensión Diversificación de mercados

Tabla 11

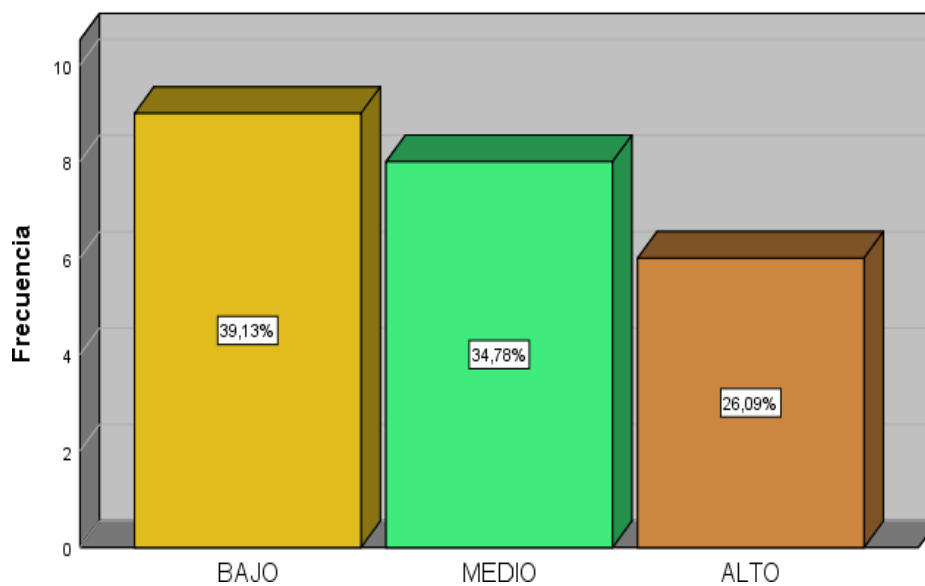
Descripción de los Niveles de la Dimensión Diversificación de Mercados

DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	9	39,1	39,1	39,1
	MEDIO	8	34,8	34,8	73,9
	ALTO	6	26,1	26,1	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Nota: Datos procesados en el software SPSS.26 de las encuestas realizadas a las cooperativas cafetaleras (2021)

Figura 5

Descripción Gráfica de la Dimensión Diversificación de Mercados.



Nota: Descripción gráfica de la dimensión Diversificación de mercados.

INTERPRETACIÓN

Referente a la tabla N°11 y la figura N°05, de la muestra seleccionada para la investigación que fue de 23 organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, se dedujo con respecto a la diversificación de mercados están representados por un nivel bajo con un 39.13%, seguido de un nivel medio de 34.78% y un nivel alto de 26,09%.

4.2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO BIVARIADO

4.2.1. Análisis descriptivo de los resultados entre las variables Fair Trade y Exportaciones

Tabla 12

Descripción de Variable Fair Trade y Variable Exportación.

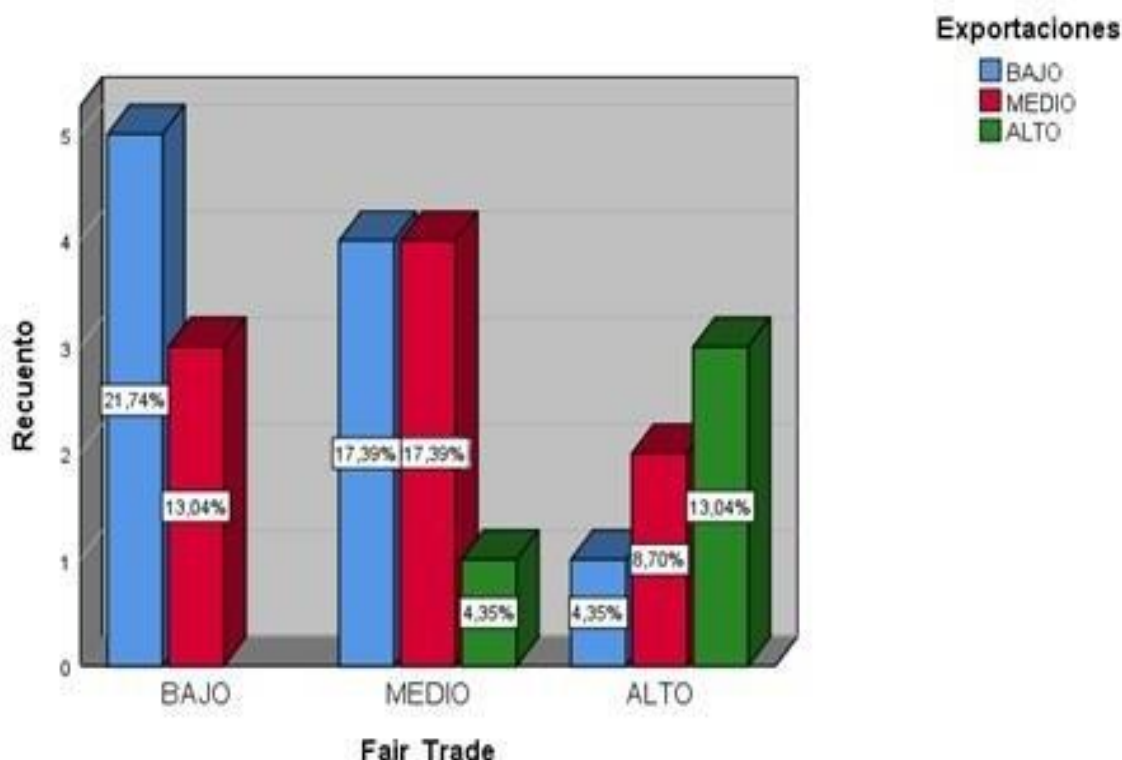
Tabla cruzada: Variable Fair Trade * Exportaciones

		Exportaciones				
			MEDI			
			BAJO	O	ALTO	Total
Fair Trade	BAJO	Recuento	5	3	0	8
		% del total	21,7%	13,0%	0,0%	34,8%
	MEDIO	Recuento	4	4	1	9
		% del total	17,4%	17,4%	4,3%	39,1%
	ALTO	Recuento	1	2	3	6
		% del total	4,3%	8,7%	13,0%	26,1%
Total	Recuento	10	9	4	23	
	% del total	43,5%	39,1%	17,4%	100,0%	

Nota: Datos procesados en el software SPSS.26 de las encuestas realizadas a las cooperativas cafetaleras (2021)

Figura 6

Descripción Gráfica de Variable Fair Trade y Exportaciones



Nota: La figura muestra el porcentaje de la variable Fair Trade y exportaciones en sus niveles bajo, medio y alto.

INTERPRETACIÓN

Según la tabla N°12 y la figura N°6, la muestra tomada de 23 organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, se interpreta que el nivel bajo con 43.5% representa el nivel con mayor aceptación en referencia a las variables Fair Trade y Exportaciones, seguido por un nivel medio 39.1% y un nivel alto de 17,4% respecto a ambas variables.

4.2.2. Análisis descriptivo de los resultados entre la variable Fair Trade y Volumen de exportaciones

Tabla 13

Descripción de la variable Fair Trade y la dimensión Vol. de exportaciones

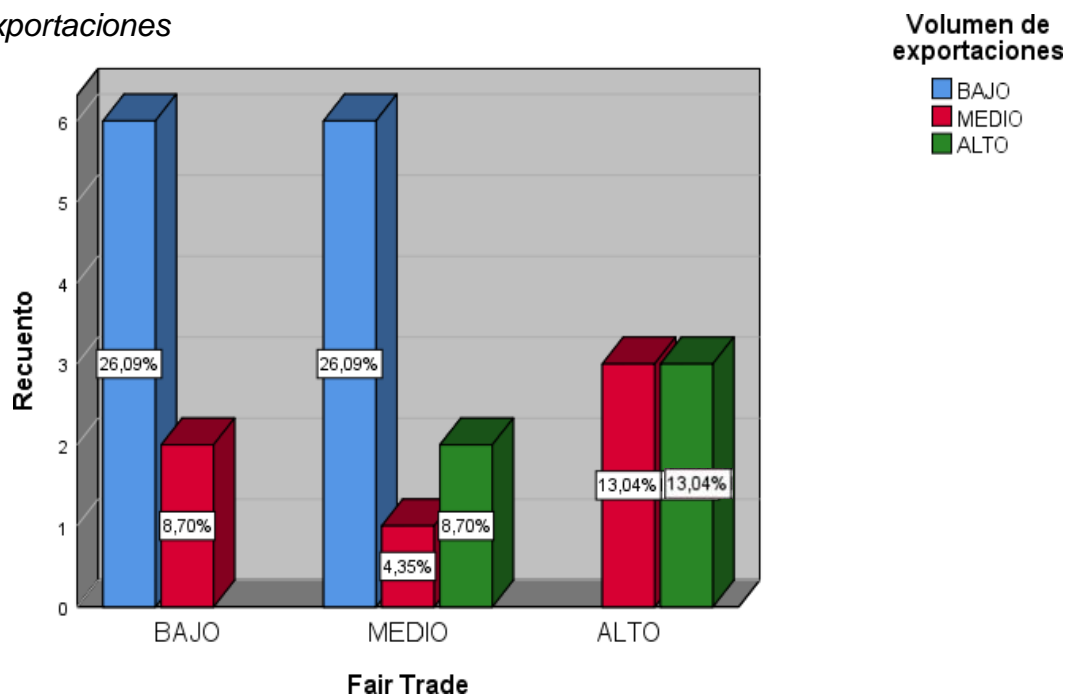
Tabla cruzada Fair Trade * Volumen de exportaciones

			Volumen de exportaciones			
			BAJO	MEDIO	ALTO	Total
FairTrade	BAJO	Recuento	6	2	0	8
		% del total	26,1%	8,7%	0,0%	34,8%
	MEDIO	Recuento	6	1	2	9
		% del total	26,1%	4,3%	8,7%	39,1%
	ALTO	Recuento	0	3	3	6
		% del total	0,0%	13,0%	13,0%	26,1%
Total	Recuento	12	6	5	23	
	% del total	52,2%	26,1%	21,7%	100,0%	

Nota: Datos procesados en el software SPSS.26 de las encuestas realizadas a las cooperativas cafetaleras (2021)

Figura 7

Descripción gráfica de la variable Fair Trade y la dimensión Volúmenes de exportaciones



Nota: La figura muestra el porcentaje de la variable Fair Trade y Volúmenes de exportaciones en sus niveles bajo, medio y alto.

INTERPRETACIÓN

Según la N°13 y la figura N°7, la muestra elegida por 23 organizaciones de café, se interpreta que el nivel bajo es el de mayor aceptación con un 5,2% en referencia a variable Fair Trade y la dimensión volumen de exportaciones, seguido por un nivel medio que es de 26,01% y por último un nivel alto del 21,7%.

Tabla 14

Descripción de la variable Fair Trade y la dimensión Valor de exportaciones.

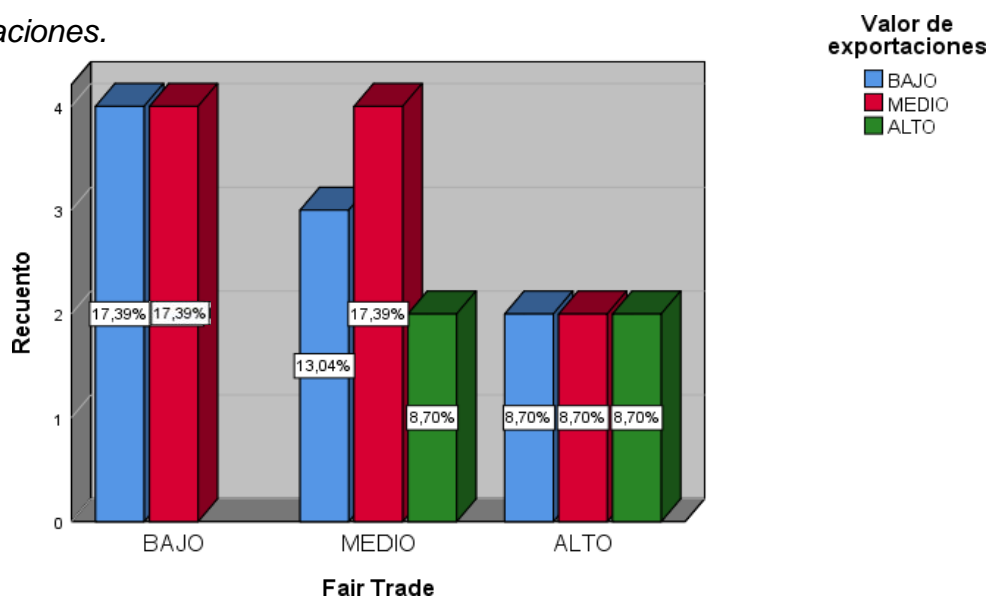
Tabla cruzada Fair Trade * Valor de exportaciones

			Valor de exportaciones			
			BAJO	MEDIO	ALTO	Total
FairTrade	BAJO	Recuento	4	4	0	8
		% del total	17,4%	17,4%	0,0%	34,8%
	MEDIO	Recuento	3	4	2	9
		% del total	13,0%	17,4%	8,7%	39,1%
	ALTO	Recuento	2	2	2	6
		% del total	8,7%	8,7%	8,7%	26,1%
Total	Recuento	9	10	4	23	
	% del total	39,1%	43,5%	17,4%	100,0%	

Nota: Datos procesados en el software SPSS.26 de las encuestas realizadas a las cooperativas cafetaleras (2021)

Figura 8

Descripción Gráfica de la variable Fair Trade y la dimensión Valor de exportaciones.



Nota: La figura muestra el porcentaje de la variable Fair Trade y valor de

exportaciones en sus niveles bajo, medio y alto.

INTERPRETACIÓN

Con respecto a la tabla N°14 y la figura N°08, de la muestra tomada de 23 organizaciones cafetaleras que cuentan con Fair Trade en el departamento Cajamarca, interpretamos que el nivel medio con 43.5% representa el nivel con más aprobación en referencia de la variable Fair Trade y Valor de exportaciones, a continuación, un nivel bajo de 39.1% y un nivel alto con un 17.4% respecto a la dimensión y la variable.

4.2.3. Análisis descriptivo de los resultados entre la variable Fair Trade y Diversificación de Mercados

Tabla 15

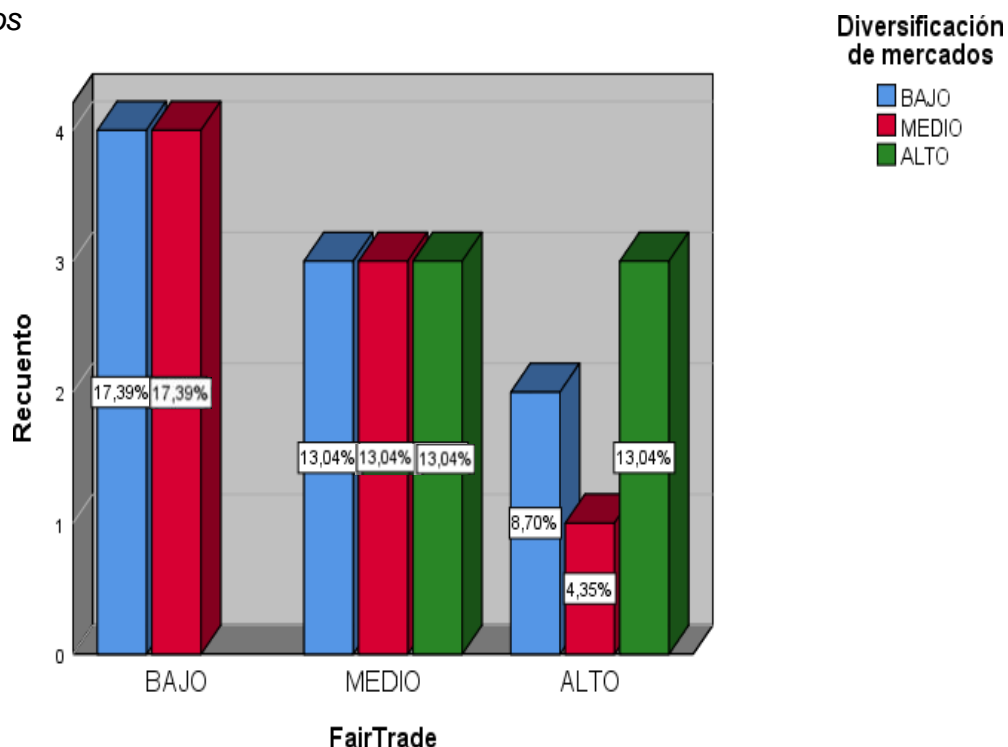
Descripción de la variable Fair Trade y la dimensión Diversificación de Mercados

		Diversificación de mercados				
			BAJO	MEDIO	ALTO	Total
FairTrade	BAJO	Recuento	4	4	0	8
		% del total	17,4%	17,4%	0,0%	34,8%
	MEDIO	Recuento	3	3	3	9
		% del total	13,0%	13,0%	13,0%	39,1%
	ALTO	Recuento	2	1	3	6
		% del total	8,7%	4,3%	13,0%	26,1%
Total		Recuento	9	8	6	23
		% del total	39,1%	34,8%	26,1%	100,0%

Nota: Datos procesados en el software SPSS.26 de las encuestas realizadas a las cooperativas cafetaleras (2021)

Figura 9

Descripción Gráfica de la variable Fair Trade y la dimensión Diversificación de mercados



Nota: La figura muestra el porcentaje de la variable Fair Trade y diversificación de mercados en sus niveles bajo, medio y alto.

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la tabla N°15 y figura N°09, interpretamos que el 39.1% es de índice bajo el cual tiene mayor aprobación entre los encuestados, en relación a la variable Fair Trade y diversificación de mercados, seguido por el nivel medio que es de 34,8% y finalmente un nivel alto de 26,1%.

4.3. Análisis inferencial

Contrastación de hipótesis

Para contrastar las hipótesis, se utilizó el estadístico de prueba de rango no paramétricos para variables con distribución no normal, el cual fue correlación de Spearman con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significancia basada en los resultados de la prueba estándar de la medida de correlación con el coeficiente Rho de Spearman de .05 utilizando el informe de la versión 26 del software de análisis estadístico IBM SPSS Statistics.

Regla de decisión:

La hipótesis nula es aceptada si el p-valor (sig.) > .05.

La hipótesis alternativa se acepta si el p-valor (sig.) < .05

4.3.1. Prueba de la Hipótesis General de la investigación

H1: La certificación Fair Trade influye en las exportaciones de café de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

Ho: La certificación Fair Trade no influye en las exportaciones de café de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

Tabla 16

Correlación entre las variables Fair Trade y Exportaciones

			Correlaciones	
			Fair Trade	Exportaciones
Rho de Spearman	Fair Trade	Coeficiente de correlación	1,000	,549**
		Sig. (bilateral)	.	,007
		N	23	23
	Exportaciones	Coeficiente de correlación	,549**	1,000
		Sig. (bilateral)	,007	.
		N	23	23

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Datos procesados en el software SPSS.26 de las encuestas realizadas a las cooperativas cafetaleras (2021)

En la tabla N°16 se muestra que la prueba estadística de rango Spearman tuvo un nivel de significancia inferior a ($p > .05$), el cual fue de .007; por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Es decir, existe una correlación positiva media ($\rho = .549$) entre Fair Trade y las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

4.3.2. Hipótesis específicas

Hipótesis específicas 1

H1: Existe influencia de la certificación Fair Trade en el volumen de exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

H0: No Existe influencia de la certificación Fair Trade en el volumen de exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

Tabla 17

Correlación entre la variable Fair Trade y la dimensión Volúmenes de exportaciones

		Correlaciones		
			Fair Trade	Volumen de exportaciones
Rho de Spearman	Fair Trade	Coeficiente de	1,000	,603**
		correlación		
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	23	23
	Volumen de	Coeficiente de	,603**	1,000
	exportaciones	correlación		
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	23	23

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Datos procesados en el software SPSS.26 de las encuestas realizadas a las cooperativas cafetaleras (2021)

En la tabla 17 se muestra que la prueba estadística de rango Spearman tuvo un nivel de significancia inferior a ($p > .05$); el cual fue de .002, por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Es decir, existe una correlación positiva media ($\rho = .603$) entre Fair Trade y el volumen de exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

Hipótesis específicas 2

H1: Existe influencia de la certificación Fair Trade en el valor de las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021

H0: No existe influencia de la certificación Fair Trade en el valor de las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

Tabla 18

Correlación entre la variable Fair Trade y la dimensión Valor de exportaciones

			Correlaciones	
			Fair Trade	Valor de exportaciones
Rho de Spearman	Fair Trade	Coefficiente de correlación	1,000	,133
		Sig. (bilateral)	.	,544
		N	23	23
Valor de exportaciones	Fair Trade	Coefficiente de correlación	,133	1,000
		Sig. (bilateral)	,544	.
		N	23	23

Nota: Datos procesados en el software SPSS.26 de las encuestas realizadas a las cooperativas cafetaleras (2021)

En la tabla N°18 se muestra que la prueba estadística de rango Spearman tuvo un nivel de significancia superior ($p > .05$); el cual fue de .544; por lo que se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna. Es decir, existe una correlación positiva muy débil ($\rho = .133$) entre Fair Trade y el valor de las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

Hipótesis específicas 3

H1: Existe influencia de la certificación Fair Trade en la diversificación de mercados de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

H0: No existe influencia de la certificación Fair Trade en la diversificación de mercados de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

Tabla 19

Correlación entre la variable Fair Trade y Diversificación de mercados

Correlaciones			Fair Trade	Diversificación de mercado
Rho de Spearman	Fair Trade	Coeficiente de correlación	1,000	,324
		Sig. (bilateral)	.	,131
		N	23	23
	Diversificación de mercado	Coeficiente de correlación	,324	1,000
Sig. (bilateral)		,131	.	
N		23	23	

Nota: Datos procesados en el software SPSS.26 de las encuestas realizadas a las cooperativas cafetaleras (2021)

En la tabla 19 se muestra que la prueba estadística de rango Spearman tuvo un nivel de significancia superior ($p > .05$); el cual fue de .131; por lo que se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna. Es decir, existe una correlación positiva débil ($\rho = .324$) entre Fair Trade y la diversificación de mercados de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.

V. DISCUSIÓN

La investigación “Influencia de la certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021”, la cual los resultados estadísticos obtenidos después que del análisis de los datos recopilados a través de la encuesta a la muestra seleccionada de 23 organizaciones exportadoras de café y quienes cuentan con este certificado, han permitido evaluar y constatar dichos resultados con la realidad.

Asimismo, se realizó la comparación con antecedentes citados anteriormente, donde se busca hallar la relación existente entre la variable Fair Trade y las exportaciones de las organizaciones cafetaleras, con el objetivo de examinar si Fair Trade influye o no en las exportaciones.

Con referencia a la hipótesis general, el análisis estadístico de la investigación da como consecuencia que la aplicación de Fair Trade y las exportaciones de las organizaciones cafetaleras, el grado correlación positiva con Rho de Spearman de .549 con un nivel de significancia de .007 (menor a .05), confirmando la hipótesis general, de acuerdo con lo que señala Vera Ramos (2018) en su tesis se tuvo como objetivo establecer la relación que existe entre el Comercio Justo y la exportación del Café Orgánico, el enfoque empleado fue cuantitativo con diseño no experimental. que si existe influencia entre Fair Trade o Comercio Justo con las exportaciones de café orgánico hacia el país de Estados Unidos. Por lo que, sí se estimula a que las empresas opten por este certificado, ya que brinda equidad y sobre todo transparencia en las exportaciones, es por ello que se confirma que esta certificación influye en las exportaciones, debido a que existen organizaciones que confirman que si es beneficioso, además hay algunas cooperativas que no cuentan con el mismo, pero logran vender pequeñas cantidades, a diferencia de las otras que su volumen de venta es mayor, por otro lado si se cuenta con esta certificación se puede mejorar la economía y la calidad de vida de aquellos que laboran el producto y brindando a la empresa a que tenga mayor cantidad exportada a los diferentes mercados.

Asimismo, podemos citar a Serván (2021), donde también encuentran una influencia positiva en estas dos variables, teniendo un porcentaje del 76% siendo el más alto con respecto a las exportaciones, donde recomienda que las empresas sigan formando parte de Fair Trade ya que se identificó que si se obtiene beneficios tanto para la organización como en lo personal y se brinda oportunidades con el objetivo de mejorar la economía y aumentar las exportaciones.

Respecto a los resultados obtenidos en la primera hipótesis específica, la influencia de la Certificación Fair Trade y el volumen de las exportaciones se llegó a obtener un grado de correlación con Rho de Spearman de .603 con un nivel de significancia de .002 siendo menor a .05, la cual se puede deducir que existe influencia con una correlación positiva media dando a conocer que el volumen de las exportaciones crecen gracias a esta certificación. Según Cisneros y Yactayo (2017), en su investigación determinó que luego de que se haya implementado alguna certificación, el volumen de las exportaciones ha incrementado en un 20%, en donde se permite obtener ingresos a las organizaciones y por ende a los que producen el café. Asimismo, se refiere que si se implementa la certificación en los productos causa que la producción de estos sea de la mejor manera tratada ya que se brinda un producto orgánico y esto conlleva a que la producción sea mayor, consiguiendo así un crecimiento en los volúmenes exportables. Pero parte que ha permitido mejorar la producción, calidad y el rendimiento exportable también se incluye el bienestar social y ambiental de las organizaciones. Las ventajas de estas certificaciones son reflejadas en los precios accesibles del café, el conocimiento en la producción y en la no dependencia de los productos tóxicos para su cosecha.

Del mismo modo, podemos citar a Baldeón (2016) quien comenta que el producto que cuenta con Fair Trade, tiene una acogida en la Unión Europea, provocando un aumento en el volumen de las exportaciones, ya que a partir de que estas organizaciones cuentan con este certificado, las exportaciones comenzaron a incrementar el doble con respecto al año anterior, sin embargo, no se concluye que el sistema de Fair Trade incrementa al máximo el nivel de las exportaciones debido a que existen factores.

Esto reafirma que con la certificación Fair Trade, las organizaciones exportadoras de café se puede tener un volumen de exportaciones considerable pero no un incremento al 100%, debido a que en ciertos países existen factores a los cuales no permiten un incremento total.

Los resultados obtenidos en la segunda hipótesis específica de acuerdo a Fair Trade y valor de exportaciones en el análisis estadístico utilizando la prueba de correlación estadística de Spearman, se obtuvo un Rho de Spearman de .133 y un nivel de significancia de .544; por lo tanto, no se pudo demostrar un nivel de significancia entre esta variable y la dimensión mencionada antes, lo que significa que se rechaza la hipótesis alternativa y se debe aceptar la hipótesis nula.

Sin embargo, en el análisis descriptivo por las tablas cruzadas se obtuvo que el nivel de aceptación entre Fair Trade y valor de las exportaciones, destaca un nivel medio con un 43,5%, deduciendo que existe una relación media entre esta variable y la dimensión. Asimismo, Cuipal y Maurola (2016) en su investigación sobre Fair Trade y las exportaciones es importante resaltar que esta certificación es esencial ya que se puede entregar grandes volúmenes de café para su exploración. Asimismo, las organizaciones deben tener el compromiso para brindar un producto de calidad, para poder tener una mayor cantidad exportada al país destino. Por otro lado, Ramírez & Nava (2019) comenta los socios de las organizaciones son una pieza fundamental para el control del proceso de comercialización, debido a que deben estar en constante actualización sobre qué beneficios brinda para las exportaciones de café y también que se debe estar a favor de estos objetivos debido a que Fair Trade ayuda a incrementar las ventas.

Esto afirma que hay la certificación si tiene influencia en el valor de las exportaciones, pero no siempre es buena, debido a que los socios de las organizaciones deben tener en cuenta cuales son los objetivos de esta certificación.

Por último, de acuerdo al tercer objetivo, tenemos la hipótesis donde se busca explicar la influencia que tiene la variable certificación Fair Trade con la dimensión diversificación de mercados, de acuerdo a los resultados estadísticos utilizando la prueba de correlación de Spearman, se obtuvo un nivel de significancia superior a ($p < .05$); la cual fue de .131 y tuvo un coeficiente Rho de Spearman de .324, por lo

que se aceptó la hipótesis nula y se rechazó la hipótesis alternativa. Sin embargo, en el análisis descriptivo por tablas cruzadas se obtuvo que el nivel medio de 34,8%, deduciendo que existe una relación media, debido a que no siempre se debe tener una certificación para poder diversificarse. En cambio, Arrasco y Torres (2021) en su tesis comenta que la organización a la que estudiaron antes de tener esta certificación, sus ventas eran únicamente para el mercado local y nacional, en donde sus precios no sobrepasan a lo que ellos esperaban, trayendo consigo que los costos de producción no se cubrieran. Por ende, accedieron a certificar su producto bajo este movimiento, por lo que obtuvieron resultados positivos, entre ellos la apertura a nuevos mercados como Estados Unidos y Bélgica.

Con esto se demuestra que la presente investigación coincide con otras ya existentes en donde se afirma que cuando se implementa la certificación Fair Trade en una organización; estas pueden acceder a nuevos nichos de mercados, aumentando el nivel de sus exportaciones.

VI. CONCLUSIONES

Del estudio realizado concluyó que existe correlación positiva media de 0.549 entre Fair Trade y las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, por ende, se debe tener en cuenta dicha certificación para seguir incrementando las exportaciones.

También se concluyó que existe relación entre Fair Trade y el volumen de exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, obteniendo una correlación positiva media de 0.603 y nivel de significancia de .002; el cual llega a ser menor que 0.05.

Asimismo, se concluyó en el segundo objetivo específico el valor de significancia que hay entre Fair Trade y el valor de las exportaciones siendo superior a 0.05, siendo este de 0.544, con una correlación positiva muy débil, teniendo como efecto 0.133, por ello se puede deducir que se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la nula.

Finalmente se concluye que no existe influencia de certificación Fair Trade en la diversificación de mercados, ya que el nivel de significancia es superior a 0.05, con una correlación positiva débil con un resultado de 0.324 según la prueba estadística de rango Spearman, rechazando la hipótesis alterna y aceptando la nula.

VII. RECOMENDACIONES

Como se observó en los resultados que se obtuvo en estudio, existe una correlación positiva media, para esto se recomienda a las organizaciones vigilar las variables, dimensiones e indicadores planteados con la finalidad de mantener o mejorar las exportaciones de café

Se recomienda que las organizaciones exportadoras de café, sigan formando parte de Fair Trade, para mejorar su volumen de ventas ya que en la investigación el 60% identificaron que esta certificación permite obtener ingresos a las organizaciones y por ende a los que producen el café, asimismo, si se brinda un producto de calidad conlleva a que la producción sea mayor, consiguiendo así un crecimiento en los volúmenes exportables.

Se recomienda realizar un seguimiento sobre el porqué el Fair Trade tiene una influencia mínima en la dimensión el valor de las exportaciones, y así mejorar el uso de la misma.

Con respecto a la diversificación de mercados, se recomienda tener en cuenta cuáles son los mercados de destino para la exportación de café y quienes son los que prefieren un producto certificado, ya que solo no se trata de brindar un producto de calidad, sino que también, quienes son los que optan por adquirir productos que sea beneficiosos tanto para el que consume como para los pequeños productores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Analuisa, T., Niveló, K., Ocampo, L., Román, V. y Gonzales, E. (2018). Influencia de la certificación Fair Trade en la producción bananera de la provincia de El Oro – Ecuador. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 51(2), 1 - 21. <https://acortar.link/nxcA8U>
- Araya, S. y Araya, C. (2019). Priorización multicriterio de mercados potenciales de Comercio Justo. *Información tecnológica*. 30(5), 309-318. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000500309>
- Arrasco, C. y Torres, C. (2021). *El Comercio Justo en los niveles socioeconomicos de los productores de la cooperativa agraria Pueblo Nuevo Huangala-Piura, 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad San Martín de Porres]. Archivo digital. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20500.12727/7459>
- Baldeón, S. (2016). Impacto económico y social del sello de Comercio justo en las exportaciones de cacao orgánico de las cooperativas peruanas hacia la Unión Europea. *Revista de Ciencias Empresariales de la Universidad de San Martín de Porres*. 4(1), 3-14. <https://acortar.link/17wtYf>
- Banco Central de Reserva del Perú. (2021). Glosario de términos económicos. Obtenido en <https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/i.html>
- Benavides, L. y Mendoza, V. (2018). *Influencia de la Certificación UTZ en las exportaciones (Coffea Arábica de productores Cafetaleros Norandinos Perú Coffee del Sector Pueblo Libre, de la provincia de Jaén, en el periodo 2014 al 2016*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Archivo digital. <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20500.12893/8008>

- Bojórquez, A., Lentchy, A. & Flores Novelo, A. (2020). Precios justos y tendencias de venta de productos agropecuarios mexicanos a intermediarios. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 17, 1-24.
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr17.pjtv>
- Bonilla, M., Escobar, M., Fierro, S y Villacrés, R. (2018). El comercio justo: Factor clave de disminución de pobreza en la provincia Los Ríos, Ecuador. *European Scientific Journal*, 14(9), 382 – 400.
<https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n9p382>
- Botello Peñaloza, H. (2016). Las certificaciones de calidad y la internacionalización de las firmas industriales colombianas. *Suma de Negocios*, 7(16), 73-81.
<https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.009>
- Bray, J. y Neilson, J. (2017). Reviewing the impacts of coffee certification programmes on smallholder livelihoods. *International Journal of Revista Biodiversity Science, Ecosystem Services & Management*, 13(1), 216-232.
<https://doi.org/10.1080/21513732.2017.1316520>
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). Introducción a la metodología de la investigación científica. Recuperado de URI: [http://repositorio.espe.edu.Ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion% 20a, 20](http://repositorio.espe.edu.Ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a,20).
- Cisneros, F. y Yactayo. L. (2017). *Fair Trade y Certificación Orgánica como estrategia para mejorar la oferta exportable de la asociación de productores de cafés especiales Mountain Coffee con destino al mercado de Alemania*. [Tesis de licenciatura, Universidad San Martín de Porres]. Archivo digital.
<https://acortar.link/EvZWqx>

- Coscione, M y Mulder, N. (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. (3.a ed.). Santiago de Chile, Chile: Santiago CEPAL.
- Cotera Fretel, A. (2009). *Comercio Justo Sur-Sur: Problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones*. (1ª. Ed.). Recuperado de <http://www.asocam.org/node/51279>
- Cuipal, L. y Mauriola, M. (2015). *Situación de la “Asociación de Productores Ecológicos de café San Juan Bautista de Kañaris” para la Certificación Comercio Justo con fines de exportación, 2014”* [Tesis para obtener el título de ingeniero. Universidad Privada Juan Mejía Baca]. Archivo digital. <http://renatiqa.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/1714625>
- Dávila, A. y Silva, J. (2019). *Impacto del comercio justo en el desarrollo sostenible de los caficultores del distrito de Tres Unidos, provincia de Picota, 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Martín-Tarapoto]. Archivo digital. <https://acortar.link/ShImOn>
- Díaz Flores, J. (2019). *El comercio Justo: Su impacto y propuesta de mejora en el Municipio de Arequipa, Perú*. [Tesis doctoral, Universidad Instituto Superior De Educação E Ciências]. Archivo digital. <https://acortar.link/9KHHzh>
- D’Almeida Martins, R. (2011). Fair Trade Practices in the Northwest Brazilian Amazon. *Revista Brazilian Administration*, 8(4), 412-432. <https://doi.org/10.1590/s1807-76922011000400005>
- Fair Trade (2021). Fair Trade. Obtenido de: <https://www.Fair Trade.net>
- Fairtrade Labelling Organizations International. (2021). Hacemos Comercio Justo/Fairtrade. Obtenido de: <https://www.wfto-la.org/>

- Filippa, P. y Abu, A. (2018). Fair Trade and sustainability: motivations for Fair Trade certification among smallholder coffee growers in Tanzania. *Revista Sustainability*, 10(5), 1-18. <https://doi.org/10.3390/su10051551>
- Folch, A. y Planas J. (2019). Cooperation, Fair Trade, and the Development of Organic Coffee Growing in Chiapas (1980–2015). *Revista sustainability*, 11 (2), 2 – 22. <https://doi.org/10.3390/su11020357>
- Guimarães, E. et al. (2017). Ameaças à Certificação Fair-trade na Cafeicultura. *Revista Agroalimentaria*, 23(44), 35 - 44. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6108945>
- Hernández, M., Urbano, A. y López, G. (2019). *Comparativo de las prácticas productivas de café y su relación con comercio justo: Casó Sevilla (Colombia) y cuetzalan (México)*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cooperativa de Colombia]. Archivo digital. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/15772/1/2019_practicas_productiva_cafe.pdf
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ª. ed.). México: Mc Graw Hill Education.
- Jiménez Hernández, D., Tornel Abellán, M., & González Ortiz, J. J. (2015). Optimización de un cuestionario mediante un método Delphi y una prueba piloto. *Opción*, 31(4), 637–638. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/20573>

- León Carrasco, J. (2021). Perú es el mayor proveedor mundial de café Fair Trade. Obtenido de [https://agraria.pe/noticias/peru-es-el-mayor-proveedor-mundial-de-cafes-Fair Trade-24791](https://agraria.pe/noticias/peru-es-el-mayor-proveedor-mundial-de-cafes-Fair-Trade-24791)
- Márquez Climent, J. (2016). *Los cambios productivos y el factor trabajo en el cultivo de café de Comercio Justo en Guatemala*. [Tesis doctoral, Universitat Politècnica de Valencia]. Archivo digital. <https://acortar.link/PwH2F3>
- SENASA (2018). Fair Trade y el café peruano. Senasa Contigo. <https://www.senasa.gob.pe/senasacontigo/minagri-presenta-plan-nacional-de-accion-del-cafe-en-beneficio-de-233-mil-familias-dedicadas-a-este-cultivo/>
- Montenegro, Y. y Carrera, K. (2018). El mercado de los productores con denominación de origen a través del Comercio Justo. Perspectivas y retos. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, 51(152), 655 - 677. <http://dx.doi.org/10.22201/ij.24484873e.2018.152.12921>
- Mora, D., Lituma, A. & Gonzáles, M. (2020). Las certificaciones como estrategia para la competitividad de las empresas exportadoras. *Innova Research Journal*, 5(2), 113-132. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1274>
- Muntané Relat, J. (2010). Introducción a la investigación básica. *Revisiones temáticas*, 33(3), 221 – 227. https://www.researchgate.net/publication/341343398_Introduccion_a_la_Investigacion_basica
- Muñiz, L. et al. (2019). El comercio justo como alternativa para desarrollar estrategias en beneficio de los productores. *Revista Dominio de las ciencias*,

5(3), 589 - 602. <http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2019.5.3.julio.589-602>

OMCJ (2017). El comercio justo: Importancia, oportunidades y retos. <https://www.FairTrade.ec/single-post/2017/12/11/el-comercio-justo-importancia-oportunidades-y-retos>

Organización de las Naciones Unidas (2020). Acerca del desarrollo sostenible. <https://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-sostenible/acerca-desarrollo-sostenible>

PROMPERU. (2020). Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo. Obtenido de <https://www.gob.pe/promperu>

Ramírez, S. Y Nava, M. (2019). Fair Trade and empowerment of small-scale coffee producers in central Veracruz. *Revista Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 16(4), 477-495. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7409020>

Sánchez Álvarez, C. (2018). Comercio justo y economía social y solidaria: Historia y evolución de sus instituciones de fomento. *Equidad y Desarrollo*, (30), 149-172. <http://dx.doi.org/10.19052/ed.4216>

Schouteten, J., Gellynck, X. & Slabbinck, H. (2020). Do Fair To Do Fair Trade Labels Bias Consumers' Perceptions of Food Products? A comparison between a Central Location Test and Home-Use Test. *Sustainability*, 13(3), 1-18. <https://doi.org/10.3390/su13031384>

Servan, G. (2021). *El Comercio justo en las exportaciones de tejidos de lana de alpaca de la Asociación Privada al Mercado de EE. UU, 2021*. [Tesis de

licenciatura, Universidad César Vallejo]. Archivo digital.
<https://acortar.link/bv1Fyn>

Toscano Ruiz, D. (2017). *Influencia del comercio justo en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la provincia*. [Tesis doctoral, Universidad Mayor de San Marco]. Archivo digital.
http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/6536/Toscano_rd.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Varadarajan, P. y Ramanujam, V. (2017). Diversification and Performance: A Reexamination Using a New Two–Dimensional Conceptualization of Diversify in Firm. *Academy of Management Journal*, 30(2), 380-393.
<https://doi.org/10.5465/256281>

Vera Ramos, M. (2018). *Comercio Justo y la Exportación del Café Orgánico de la Empresa Highland Coffee hacia Estados Unidos del 2015 al 2017*. [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Archivo digital.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68525/Vera_RM_S-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Yañez, M y Capa, L. (2016) Impacto de la producción orgánica y el comercio justo: Una organización ecuatoriana. *Revista Universidad y Sociedad* 8(3), 121 - 127.
<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/421>

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: Influencia de la Certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021

Tabla 2. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	Indicadores	ITEMS	
Problema General: ¿Qué influencia tiene la certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021?	Objetivo General: Identificar la influencia de la certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.	Hipótesis General: La certificación Fair Trade influye en las exportaciones de café de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.	Variable 1 : FAIR TRADE	Desarrollo integral	Capacitaciones sobre la certificación	1, 2	
Problemas específicos:	Objetivos Específicos:	Hipótesis Específicas:		Oportunidades de Fair Trade	Social	Comunicación entre socios	3
					Económico		4, 5
					Ambiental		6, 7
1. ¿Qué influencia tiene la certificación Fair Trade en el volumen de exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021?	1. Identificar la influencia de la certificación Fair Trade en el volumen de exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.	1. Existe influencia de la certificación Fair Trade en el volumen de exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.		Variable 2 : EXPORTACIONES	Desarrollo sostenible		8, 9, 10, 11
2. ¿Qué influencia tiene la certificación Fair Trade en el valor de las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021?	2. Identificar la influencia de la certificación Fair Trade valor de las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.	2. Existe influencia de la certificación Fair Trade en el valor de las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.			Volumen de exportaciones	Crecimiento de la cooperativa	12, 13
3. ¿Qué influencia tiene la certificación Fair Trade en la diversificación de mercados de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021?	3. Identificar la influencia de la certificación Fair Trade en la diversificación de mercados de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.	3. Existe influencia de la certificación Fair Trade en la diversificación de mercados de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.			Valor de exportaciones	Precio Justo	14, 15
						Competencia	16, 17
						Calidad del producto	18, 19
						Cantidad exportada	20
					Precio por producción	21, 22, 23	
					Total, de ventas	24, 25	
				Diversificación de mercados	Expansión de ventas	26, 27	
					Nuevos clientes	28, 29, 30	

Nota: Elaboración propia (2021)

Anexo 2. Operacionalización de variables

Tabla 3. Variable independiente: Fair Trade

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Fair Trade	Fair Trade es la primera certificación creada para los productos, tiene una iniciativa innovadora y está dirigido al respeto, plática y transparencia, teniendo como finalidad un intercambio comercial más igualitario y así alentar el consumo de productos que tomen en cuenta el pago que realmente merecen los productores. Es por esto que el comercio justo busca ser fraternal, equitativo y alternativo (FairTrade Labelling Organizations [FTLO], 2021).	La variable Fair Trade será medido en base a 3 dimensiones Desarrollo integral, Desarrollo sostenible y Oportunidades del Fair Trade	Desarrollo integral	Capacitaciones acerca de la certificación	1, 2	Escala de Likert Ordinal El inventario está compuesto por 15 reactivos de opción múltiple: Totalmente en desacuerdo: 1 En desacuerdo: 2 Ni de acuerdo ni en desacuerdo: 3 De acuerdo: 4 Totalmente de acuerdo: 5
				Comunicación entre socios	3	
			Desarrollo sostenible	Social	4, 5	
				Económico	6, 7	
				Ambiental	8, 9, 10, 11	
			Oportunidades del Fair Trade	Crecimiento de la cooperativa	12, 13	
Precio Justo	14, 15					

Nota: Elaboración propia (2021)

Tabla 4. Variable dependiente: Exportaciones

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Exportaciones	La exportación es un régimen aduanero que se aplica en libre comercialización, donde sale del territorio aduanero, para uso o el consumo definitivo en el exterior las cuales no están afectadas a ningún tributo en el mercado local (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERÚ], 2020).	La variable exportaciones será medido en base a 3 dimensiones Volumen de exportaciones, Valor de exportaciones e Diversificación de mercados	Volumen de exportaciones	Competencia	16, 17	Escala de Likert Ordinal El inventario está compuesto por 15 reactivos de opción múltiple: Totalmente en desacuerdo: 1 En desacuerdo: 2 Ni de acuerdo ni en desacuerdo: 3 De acuerdo: 4 Totalmente de acuerdo: 5
				Calidad del producto	18, 19	
				Cantidad exportada total	20	
			Valor de exportaciones	Precio por producción	21, 22, 23	
				Total, de ventas	24, 25	
			Diversificación de mercados	Expansión de ventas	26, 27	
	Nuevos clientes	28, 29, 30				

Nota: Elaboración propia (2021)

Anexo 3. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CUESTIONARIO APLICADO A LAS PERSONAS QUE CONOCES DEL TEMA A FINES

Presentación:

Señor (a), se solicita su colaboración para el presente cuestionario que, al ser de carácter anónimo, tiene como finalidad recolectar información que permitirá realizar una investigación de carácter universitario, la cual se denomina **Influencia de la Certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.**

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación. Muchas gracias.

Escala de medición consta:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	DESARROLLO INTEGRAL	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
1	¿Recibe capacitaciones sobre cuáles son los requisitos para recibir esta certificación?					
2	¿Recibe información cada cierto tiempo sobre los cambios que puede haber en la certificación Fair Trade?					
3	¿Cree que la cooperativa tiene una buena comunicación entre los socios comerciales?					

DESARROLLO SOSTENIBLE		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
4	¿En las oportunidades laborales, ustedes practican la igualdad de género?					
5	¿El trato de su organización es igual para todos los trabajadores sin preferencia alguna?					
6	¿Comercializar su producto bajo las condiciones de Fair Trade les ha permitido incrementar sus ingresos?					
7	¿Brindan parte del beneficio a las necesidades básicas de los productores?					
8	¿Cumplen con las normas medioambientales que exige Fair Trade?					
9	¿La cooperativa realiza campañas para contribuir en favor al medio ambiente?					
10	¿Utiliza algún abono orgánico en la producción de café?					
11	¿Con Fair Trade le ha permitido a tener mayor responsabilidad en el uso de plaguicidas?					
OPORTUNIDADES DE FAIR TRADE		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
12	¿La cooperativa es reconocida a nivel nacional por usar la certificación Fair Trade?					

13	¿Aprovechan las oportunidades que brinda la certificación Fair Trade para el crecimiento de la cooperativa?					
14	¿Los precios fijados en el café por Fair Trade, son favorables para la organización?					
15	¿Considera que es favorable trabajar con Fair Trade por si ocurre una caída de precios en el mercado?					
VOLUMEN DE EXPORTACIONES		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
16	¿Conoce usted quiénes son sus competidores nacionales que exportan café con certificación como Fair Trade?					
17	¿Cuentan con la cantidad ofertada para competir con las cooperativas del rubro?					
18	¿El producto exportado cumple con las exigencias para su exportación y que los diferencie por su calidad contra competidores?					
19	Con las buenas prácticas ambientales que se debe cumplir con Fair Trade, ¿Considera que influye para que brinde un café de calidad?					
20	¿Las exportaciones han aumentado contando con la certificación de Comercio Justo?					
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

VALOR DE EXPORTACIONES		1	2	3	4	5
21	¿Vender el café con la certificación Fair Trade influye en el precio de producción?					
22	¿Los precios fijados son en relación a la competencia?					
23	¿Conocen los precios en relación a las otras empresas de su rubro?					
24	¿Comercializar el café bajo este certificado, ayuda a tener ventas considerables?					
25	¿El total de las ventas que se han ofrecido han crecido considerablemente en la su región?					
DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
26	¿A través de Fair Trade ha logrado identificar nichos de mercados y expandir sus ventas?					
27	¿A través de Fair Trade ha logrado establecer mejores acuerdos comerciales y entrada a mercados internacionales?					
28	¿Considera que realizan una investigación para analizar posibles nuevos mercados potenciales?					
29	¿Cuenta con una cantidad considerable de clientes que optan por la adquisición de café Fair Trade?					
30	¿Se toman en cuenta cuales son los mercados que exigen certificaciones para obtener clientes?					

Fuente: Elaboración propia (2021)

ANEXO 04: INFORME DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mg. Cuneo Fernández Francisco Eduardo

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes de la escuela de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede de Chiclayo, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder realizar el Desarrollo del Proyecto de Investigación de X ciclo.

El título de la investigación es: ***"Influencia de la certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021"*** y siendo

Imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de comercio y negocios internacionales.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

Enfoque cuantitativo:

- ✓ Carta de presentación.
- ✓ Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- ✓ Matriz de operacionalización de las variables.
- ✓ Matriz de consistencia
- ✓ Certificado de validez de contenido de los instrumentos que miden las variables y dimensiones.
- ✓ Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente

Atentamente,

Alejós Tullume, Maryori
DNI: 73336982

Neciosup Vera Nichell
DNI: 7318210

V° B° asesor

Definición conceptual de la variable 1 y sus dimensiones

I. Variable 1: FAIR TRADE

Fair Trade es la primera certificación creada para los productos, tiene una iniciativa innovadora y está dirigido al respeto, plática y transparencia, teniendo como finalidad un intercambio comercial más igualitario y así alentar el consumo de productos que tomen en cuenta el pago que realmente merecen los productores. Es por esto que el comercio justo busca ser fraternal, equitativo y alternativo (FairTrade Labelling Organizations [FTLO], 2021).

II. Dimensiones de variable 1:

1. Desarrollo integral

El desarrollo integral está orientado con el propósito de Fair Trade debido a que se establecen condiciones provechosas para predecir el crecimiento y mayor asistencia de pequeños productores que quieran integrar esta cadena de valor, bajo el apoyo de las capacitaciones a los productores y una comunicación transparente buscando soluciones a conflictos para mejorar relaciones comerciales (Infante, 2017).

2. Desarrollo Sostenible

Es aquel que asegura satisfacer las necesidades de las generaciones actuales, pero sin comprometer las del futuro para satisfacer sus propias necesidades, asimismo busca la protección de 3 pilares importantes las cuales son económico, social y ambiental (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2020).

3. Oportunidades del Fair Trade

Fair Trade otorga oportunidades a los pequeños o medianos productores, también a las Asociaciones o cooperativas con precios justos, transparencia y responsabilidad, prácticas comerciales y mejorar sus condiciones de trabajo (Organización Mundial de Comercio Justo [OMCJ], 2017).

Definición conceptual de la variable 2 y sus dimensiones

III. Variable 2: EXPORTACIONES

La exportación es un régimen aduanero que se aplica en libre comercialización, donde sale del territorio aduanero, para uso o el consumo definitivo en el exterior las cuales no están afectadas a ningún tributo en el mercado local (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERÚ], 2020).

Dimensiones de variable 2:

1. Volumen de exportaciones

El volumen en exportaciones refleja las fluctuaciones de los volúmenes de mercaderías que se exportan en relación a un periodo de año base (Banco Central de Reserva del Perú [BCRP], 2021).

2. Valor de exportaciones

El valor de las exportaciones es aquel valor monetario que le pone el exportador para que la mercadería pueda llegar al país importado, cuando se le pone el precio se debe considerar los factores para producir y este pueda llegar al lugar de destino (Banco Central de Reserva del Perú [BCRP], 2021).

Diversificación de mercados

La diversificación de mercados es la oportunidad que tiene una empresa para ingresar a nuevos sectores en el mercado con nuevos clientes, generando nuevos productos con beneficios y que reduzcan los riesgos de la estabilidad de la marca y así expandir sus ventas (Ramanujam y Varadarajan, 2016) .

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “Influencia de la certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021”

Autor: Alejos Tullume, Maryori Yuliana – Neciosup Vera Nichell Marely

Problema	Objetivos	Variables, dimensiones e indicadores				
<p>Problema General</p> <p>¿Qué influencia tiene la certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>Problema específico 1</p> <p>¿Qué influencia tiene la certificación Fair Trade en el volumen de exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021?</p> <p>Problema específico 2</p> <p>¿Qué influencia tiene la certificación Fair Trade en el valor de las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021?</p> <p>Problema específico 3</p> <p>¿Qué influencia tiene la certificación Fair Trade en la diversificación de mercados de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Identificar la influencia de la certificación Fair Trade en las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Objetivo específico 1</p> <p>Identificar la influencia de la certificación Fair Trade en el volumen de exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.</p> <p>Objetivo específico 2</p> <p>Identificar la influencia de la certificación Fair Trade valor de las exportaciones de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.</p> <p>Objetivo específico 3</p> <p>Identificar la influencia de la certificación Fair Trade en la diversificación de mercados de las organizaciones cafetaleras del departamento de Cajamarca, 2021.</p>	Variable 1: Fair Trade				
		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Sujetos de estudio	Empresa
		Desarrollo integral	Capacitaciones sobre la certificación	1, 2	23 organizaciones	Organizaciones exportadoras de café del departamento de Cajamarca
			Comunicación entre socios	3		
		Desarrollo sostenible	social	4, 5		
			económico	6, 7		
			ambiental	8, 9, 10, 11		
		Oportunidad del Fair Trade	Crecimiento de la cooperativa	12, 13		
			Precio Justo	14, 15		
		Variable 2: Exportaciones				
		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Sujetos de estudio	Empresa
		Volumen de exportaciones	Competencia	16, 17	23 organizaciones	Organizaciones exportadoras de café del departamento de Cajamarca
			Calidad de producto	18, 19		
		Valor de exportaciones	Cantidad exportada total	20		
			Precio por producción	21, 22, 23		
Total de ventas	24, 25					
Diversificación de mercados	Expansión de ventas	26, 27				
	Nuevos clientes	28, 29, 30				

Tipo y diseño de investigación	Sujetos de estudio	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
<p>Tipo: Básica, Cuantitativa</p> <p>Alcance: Explicativo</p> <p>Diseño: No experimental - Transversal</p> <p>Método: Hipotético deductivo</p>	<p>23</p>	<p>Variable 1: Fair Trade Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Monitoreo: variable independiente</p> <hr/> <p>Variable 2: Exportación Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Monitoreo: variable dependiente Ámbito de Aplicación: Organizaciones exportadoras de café del departamento de</p>	<p>DESCRIPTIVA:</p> <p>Ifa de Cronbach</p>

Para evaluar el instrumento deberá considerar los siguientes criterios:

A= Adecuado

MA= Muy Adecuado

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable 1:

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: DESARROLLO INTEGRAL													
1	¿Recibe capacitaciones sobre cuáles son los requisitos para recibir esta certificación?				X				X				X	
2	¿Recibe información cada cierto tiempo sobre los cambios que puede haber en la certificación Fair Trade?				X				X				X	
3	¿Cree que la cooperativa tiene una buena comunicación entre los socios comerciales?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: DESARROLLO SOSTENIBLE													
4	¿En las oportunidades laborales, ustedes practican la igualdad de género?				X				X				X	
5	¿El trato de su organización es igual para todos los trabajadores sin preferencia alguna?				X				X				X	
6	¿Comercializar su producto bajo las condiciones de Fair Trade les ha permitido incrementar sus ingresos?				X				X				X	
7	¿Brindan parte del beneficio a las necesidades básicas de los productores?				X				X				X	
8	¿Cumplen con las normas medioambientales que exige Fair Trade?				X				X				X	
9	¿La cooperativa realiza campañas para contribuir en favor al medio ambiente?				X				X				X	
10	¿Utiliza algún abono orgánico en la producción de café?				X				X				X	

11	¿Con Fair Trade le ha permitido a tener mayor responsabilidad en el uso de plaguicidas?				X					X					X	
DIMENSIÓN 3: Oportunidades de Fair Trade																
12	¿La cooperativa es reconocida a nivel nacional por usar la certificación Fair Trade?				X					X					X	
13	¿Aprovechan las oportunidades que brinda la certificación Fair Trade para el crecimiento de la cooperativa?				X					X					X	
14	¿Los precios fijados en el café por Fair Trade, son favorables para la organización?				X					X					X	
15	¿Considera que es favorable trabajar con Fair Trade por si ocurre una caída de precios en el mercado?				X					X					X	

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador: MBA. Cuneo Fernández Francisco Eduardo

DNI: 43790999

Especialidad del validador: EP de Negocios Internacionales/ Filial Chiclayo

Chiclayo, 05 de octubre del 2021

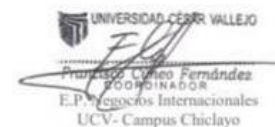
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

mento que mide la variable 2:

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



Firma del Experto Informante.

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: VOLUMEN DE EXPORTACIONES													
1	¿Conoce usted quiénes son sus competidores nacionales que exportan café con certificación como Fair Trade?				X				X				X	
2	¿Cuentan con la cantidad ofertada para competir con las cooperativas del rubro?				X				X				X	
3	¿El producto exportado cumple con las exigencias para su exportación y que los diferencie por su calidad contra competidores?				X				X				X	
4	Con las buenas prácticas ambientales que se debe cumplir con Fair Trade, ¿Considera que influye para que brinde un café de calidad?				X				X				X	
5	¿Las exportaciones han aumentado contando con la certificación de Comercio Justo?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: VALOR DE EXPORTACIONES													
6	¿Vender el café con la certificación Fair Trade influye en el precio de producción?				X				X				X	
7	¿Los precios fijados son en relación a la competencia?				X				X				X	
8	¿Conocen los precios en relación a las otras empresas de su rubro?				X				X				X	
9	¿Comercializar el café bajo este certificado, ayuda a tener ventas considerables?				X				X				X	
10	¿El total de las ventas que se han ofrecido han crecido considerablemente en la su región?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS													
11	¿A través de Fair Trade ha logrado identificar nichos de mercados y expandir sus ventas?				X				X				X	

12	¿A través de Fair Trade ha logrado establecer mejores acuerdos comerciales y entrada a mercados internacionales?				X				X				X
13	¿Considera que realizan una investigación para analizar posibles nuevos mercados potenciales?				X				X				X
14	¿Cuenta con una cantidad considerable de clientes que optan por la adquisición de café Fair Trade?				X				X				X
15	¿Se toman en cuenta cuales son los mercados que exigen certificaciones para obtener clientes?				X				X				X

Observaciones:

Apellidos y nombres del juez validador: MBA. Cuneo Fernández Francisco Eduardo

DNI: 43790999

Especialidad del validador: EP de Negocios Internacionales/ Filial Chiclayo

Chiclayo, 05 de octubre del 2021

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

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

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

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



Firma del Experto Informante.

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO
INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MBA. Francisco E. Cúneo Fernández
- I.2. Especialidad del Validador: EP de Negocios Internacionales
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Coordinador - Universidad Cesar Vallejo - Chiclayo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Alejos Tullume, Maryori Yuliana - Neciosup Vera, Nichell Marely

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%



.....
MBA. Francisco E. Cúneo Fernández
DNI: 43790999
Teléfono: 929306740

Chiclayo, 05 de octubre del 2021

INFORME DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable 1:

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: DESARROLLO INTEGRAL													
1	¿Recibe capacitaciones sobre cuáles son los requisitos para recibir esta certificación?				X				X				X	
2	¿Recibe información cada cierto tiempo sobre los cambios que puede haber en la certificación Fair Trade?				X				X				X	
3	¿Cree que la cooperativa tiene una buena comunicación entre los socios comerciales?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: DESARROLLO SOSTENIBLE													
4	¿En las oportunidades laborales, ustedes practican la igualdad de género?				X				X				X	
5	¿El trato de su organización es igual para todos los trabajadores sin preferencia alguna?				X				X				X	
6	¿Comercializar su producto bajo las condiciones de Fair Trade les ha permitido incrementar sus ingresos?				X				X				X	
7	¿Brindan parte del beneficio a las necesidades básicas de los productores?				X				X				X	
8	¿Cumplen con las normas medioambientales que exige Fair Trade?				X				X				X	
9	¿La cooperativa realiza campañas para contribuir en favor al medio ambiente?				X				X				X	
10	¿Utiliza algún abono orgánico en la producción de café?				X				X				X	

11	¿Con Fair Trade le ha permitido a tener mayor responsabilidad en el uso de plaguicidas?				X					X					X	
DIMENSIÓN 3: Oportunidades de Fair Trade																
12	¿La cooperativa es reconocida a nivel nacional por usar la certificación Fair Trade?				X					X					X	
13	¿Aprovechan las oportunidades que brinda la certificación Fair Trade para el crecimiento de la cooperativa?				X					X					X	
14	¿Los precios fijados en el café por Fair Trade, son favorables para la organización?				X					X					X	
15	¿Considera que es favorable trabajar con Fair Trade por si ocurre una caída de precios en el mercado?				X					X					X	

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador Mg. Moran Santamaría Rogger Orlando

DNI: 44546517

Especialidad del validador: Comercio y Negocios Internacionales


Chiclayo, 05 de octubre del 2021

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

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

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

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



Firma del Experto Informante.

11	¿A través de Fair Trade ha logrado identificar nichos de mercados y expandir sus ventas?				X				X				X
12	¿A través de Fair Trade ha logrado establecer mejores acuerdos comerciales y entrada a mercados internacionales?				X				X				X
13	¿Considera que realizan una investigación para analizar posibles nuevos mercados potenciales?				X				X				X
14	¿Cuenta con una cantidad considerable de clientes que optan por la adquisición de café Fair Trade?				X				X				X
15	¿Se toman en cuenta cuales son los mercados que exigen certificaciones para obtener clientes?				X				X				X

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador Mg. Moran Santamaría Rogger Orlando

DNI: 44546517

Especialidad del validador: Comercio y Negocios Internacionales

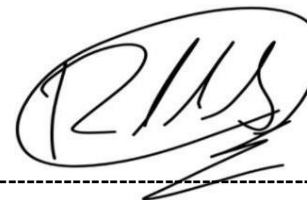
Chiclayo, 05 de octubre del 2021

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

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

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

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



Firma del Experto Informante.

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO
INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Moran Santamaría Rogger Orlando
- I.2. Especialidad del Validador: Comercio y Negocios Internacionales
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Alejos Tullume, Maryori Yuliana - Neciosup Vera, Nichell Marely

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
PROMEDIO DE VALORACIÓN						83%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

83%



.....
Mg. Moran Santamaría Rogger Orlando

DNI: 44546517

Teléfono: 948 880 208

Chiclayo, 03 de setiembre del 2021

INFORME DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable 1:

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: DESARROLLO INTEGRAL													
1	¿Recibe capacitaciones sobre cuáles son los requisitos para recibir esta certificación?				X				X				X	
2	¿Recibe información cada cierto tiempo sobre los cambios que puede haber en la certificación Fair Trade?				X				X				X	
3	¿Cree que la cooperativa tiene una buena comunicación entre los socios comerciales?				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: DESARROLLO SOSTENIBLE													
4	¿En las oportunidades laborales, ustedes practican la igualdad de género?				X				X				X	
5	¿El trato de su organización es igual para todos los trabajadores sin preferencia alguna?				X				X				X	
6	¿Comercializar su producto bajo las condiciones de Fair Trade les ha permitido incrementar sus ingresos?				X				X				X	
7	¿Brindan parte del beneficio a las necesidades básicas de los productores?				X				X				X	
8	¿Cumplen con las normas medioambientales que exige Fair Trade?				X				X				X	
9	¿La cooperativa realiza campañas para contribuir en favor al medio ambiente?				X				X				X	

10	¿Utiliza algún abono orgánico en la producción de café?				X				X				X
11	¿Con Fair Trade le ha permitido a tener mayor responsabilidad en el uso de plaguicidas?				X				X				X
DIMENSIÓN 3: Oportunidades de Fair Trade													
12	¿La cooperativa es reconocida a nivel nacional por usar la certificación Fair Trade?				X				X				X
13	¿Aprovechan las oportunidades que brinda la certificación Fair Trade para el crecimiento de la cooperativa?				X				X				X
14	¿Los precios fijados en el café por Fair Trade, son favorables para la organización?				X				X				X
15	¿Considera que es favorable trabajar con Fair Trade por si ocurre una caída de precios en el mercado?				X				X				X

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Macha Huamán Roberto **DNI:** 07500952

Especialidad del validador: Comercio y Aduanas

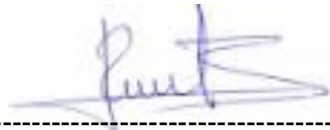
Chiclayo, 05 de octubre del 2021

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

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

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

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



Firma del Experto Informante.

11	¿A través de Fair Trade ha logrado identificar nichos de mercados y expandir sus ventas?				X				X				X
12	¿A través de Fair Trade ha logrado establecer mejores acuerdos comerciales y entrada a mercados internacionales?				X				X				X
13	¿Considera que realizan una investigación para analizar posibles nuevos mercados potenciales?				X				X				X
14	¿Cuenta con una cantidad considerable de clientes que optan por la adquisición de café Fair Trade?				X				X				X
15	¿Se toman en cuenta cuales son los mercados que exigen certificaciones para obtener clientes?				X				X				X

Observaciones:

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

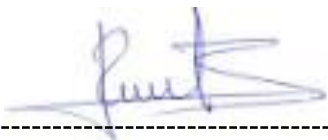
Apellidos y nombres del juez validador Dr. Macha Huamán Roberto **DNI:** 07500952

Especialidad del validador: Comercio y Aduanas

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Chiclayo, 05 de octubre del 2021



Firma del Experto Informante.

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO
INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Roberto Macha
- I.2. Especialidad del Validador:
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Alejos Tullume, Maryori Yuliana - Neciosup Vera, Nichell Marely

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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



.....
 Dr. Macha Huamán Roberto
 DNI: 07500952
 Teléfono: 99753417

Chiclayo, 03 de setiembre del 2021

ANEXO 05: BASES DE DATOS

FAIR TRADE														EXPORTACIONES															
DESARROLLO INTEGRAL			DESARROLLO SOSTENIBLE								OPORTUNIDADES DE FAIR TRADE			VOLUMEN DE EXPORTACIONES					VALOR DE EXPORTACIONES					DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS					
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	
4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5
5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	2	2	5	5	5	3	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
3	4	5	5	4	3	5	5	4	5	2	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	
4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	4	5	3	5	5	
5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	2	4	4	5	5	
4	4	4	5	4	2	5	5	4	5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	
3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	5	3	2	4	4	4	5	
3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	
4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	5	5	5	3	3	4	5	5	4	3	4	4	5	2	4	5	5	4	5	2	4	5	5	4	4	5	4	4	
3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	
4	5	5	3	5	2	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	5	5	5	4	5	
4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	2	5	4	3	2	5	3	5	5	
5	5	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	3	
5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	
4	5	2	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	
3	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	
4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	
5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	5	4	5	

ANEXO 06. PRUEBA DE CONFIABILIDAD DE ALFA DE CRONBACH

Ambas pruebas de confiabilidad se realizaron mediante el software estadístico SPSS versión 26.0, el cual se mide mediante los siguientes valores:

.90 – 1.00: Muy satisfactoria.

.80 – .89: Adecuada.

.70 – .79: Moderada

.60 – .69: Baja

< .50: El instrumento no se acepta, no pasa la prueba de fiabilidad

Alfa de Cronbach variable: FAIR TRADE

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,895	15

Interpretación: La variable Fair Trade consta de 15 preguntas del cuestionario, donde se obtuvo un valor de alfa de Cronbach 0.895, mediante el software estadístico SPSS versión 26.0, que se califica como adecuada, pasando la prueba de fiabilidad.

Alfa de Cronbach variable: Exportación

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,810	15

Interpretación: La variable exportación que consta de 15 preguntas del cuestionario, se obtuvo un valor de alfa de Cronbach de .810, mediante el software estadístico SPSS versión 26.00, que se califica como adecuada, pasando la prueba de fiabilidad.