



Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos, con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia

Ana María Heredia Rodríguez

Universidad EAN

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

MBA

Bogotá, Colombia

30/Junio/2022

Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos, con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia

Ana María Heredia Rodríguez

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magister en Administración de Empresas

Director (a):

PhD. Carolina Mejía Corredor

Modalidad:

Monografía

Universidad EAN

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

MBA

Bogotá, Colombia

30/Junio/2022

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Ciudad, día/mes/año

Dedicatoria:

A Dios, de Él, a Él y para Él.

A mi madre Gloria, si he llegado hasta
aquí es gracias a Dios y a ella.

A Liliana, mi hermana mi ejemplo de vida.

Agradecimientos

Agradezco a Dios, la razón de todo.

A mi mamá y hermana por su apoyo incondicional.

A mi UGCA y a sus directivos por el apoyo en todo aspecto.

A mis estudiantes, razón para seguir aprendiendo, para enseñarles mucho más.

A mis docentes del MBA, sus conocimientos transmitidos han logrado en mi la transformación que genera el conocimiento, seguiré aprendiendo para enseñar.

A Jaime Andrés Vieira Salazar, que me brindó sus conocimientos y me apoyó en la temática desarrollada.

A mi tutor de tesis, Carolina muchas gracias por tu apoyo y acompañamiento.

Resumen

Los países deben enfocarse en el desarrollo económico y empresarial, el mejoramiento de calidad de vida y cuidado del medio ambiente; Colombia tiene políticas y estrategias acordes a las exigidas por organizaciones a las que pertenece, y a su vez articula programas como los Objetivos de Desarrollo Sostenible e iniciativas de comercio justo de organizaciones como Oxfam-Intermón y la Comisión Económica para América Latina; y, a través del Ministerio de Comercio, se han priorizado sectores en el país, para el departamento del Quindío la apuesta se concentra en los agro-alimentos, buscando incrementar exportaciones, el fortalecimiento de las cadenas productivas y la estructuración de estrategias que coadyuven a la sostenibilidad del sector, los planes transversales de apoyo son focalizados por medio de programas como Colombia productiva, invierta en Colombia y la promoción de exportaciones no tradicionales a cargo de Procolombia.

En ese sentido, esta investigación bajo el método inductivo busca proponer un modelo de comercio justo para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, a partir del análisis de los modelos implementados en los países de Latinoamérica y el caribe, miembros de la OCDE (México, Chile y Costa Rica), aportando a nuevo conocimiento y proponiendo soluciones a problemáticas identificadas.

El estudio permitió identificar aspectos relevantes como: para Colombia y Costa Rica, productos priorizados en el comercio justo como café, fruta fresca, banano y plátano hacen parte de los principales productos exportados entre los años 2015-2021, de igual manera se pudo identificar que México y Chile, aunque cuentan con iniciativas de *fair trade*, sus productos no se encuentran en los primeros renglones de exportación en el mismo lapso. Aunado a ello se pudo evidenciar que la competitividad de los países no debe limitarse a criterios como los 12 pilares propuestos por el Foro Económico Mundial en el índice de competitividad global, si no que deben trascender y medir realmente el impacto de iniciativas como el comercio justo y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes y permear perspectivas como las 3 planteadas en el índice de progreso social, que si bien es cierto se conoce desde el año 2019, cuenta con indicadores cercanos a lo que debería ser el desarrollo de los países.

Finalmente, el estudio permitió conocer que en el departamento del Quindío es necesario sensibilizar a la población sobre el *fair trade*, no solo desde la óptica de producción si no también desde el consumo consciente que ello implica. De igual manera, se hace necesaria una red de comercio justo que, a través de un liderazgo articulado entre los diferentes actores del sector público y privado, puedan articular a los pequeños productores del departamento en aras de mejorar su calidad de vida, aportar a la seguridad alimentaria y generar impacto social, económico y cultural.

Palabras clave: Desarrollo sostenible; Comercio Justo; Agroindustria; Productividad; Desempleo; Exportaciones

Abstract

Countries should focus on economic and business development, improving the quality of life and caring for the environment; Colombia has policies and strategies in line with those demanded by organizations to which it belongs, and in turn articulates programs such as the Sustainable Development Goals and fair trade initiatives of organizations such as Oxfam-Intermón and the Economic Commission for Latin America; through the Ministry of Trade, sectors in the country have been prioritized, For the department of Quindío, the focus is on agro-food, seeking to increase exports, strengthening production chains and structuring strategies that contribute to the sustainability of the sector, The transversal support plans are focused through programs such as productive Colombia, invest in Colombia and export promotion by Procolombia.

In that sense, this research under the inductive method seeks to propose a fair-trade model for the agro-food sector with exportable offer from the department of Quindío, based on the analysis of the models implemented in the countries of Latin America and the Caribbean, members of the OECD (Mexico, Chile and Costa Rica), contributing to new knowledge and proposing solutions to problems identified.

The study identified relevant aspects such as: for Colombia and Costa Rica, products prioritized in fair trade such as coffee, fresh fruit, bananas and bananas are among the main products exported between 2015-2021, it was also possible to identify that Mexico and Chile, although they have fair trade initiatives, their products are not in the first export lines in the same period. In addition, it was evident that the competitiveness of countries should not be limited to criteria such as the 12 pillars proposed by the World Economic Forum in the global competitiveness index, if not that they should and really transcend and measure the impact of initiatives such as fair trade and the improvement of the quality of life of its inhabitants and permeate perspectives such as the 3 raised in the social progress index, which although true is known since 2019, has indicators close to what should be the economic development of the countries.

Finally, the study revealed that in the department of Quindío it is necessary to raise awareness about fair trade, not only from the point of view of production but also from the conscious consumption that this implies. Likewise, a fair-trade network is necessary that, through a leadership articulated among the different actors of the public and private sector,

can articulate small producers in the department to improve their quality of life, contribute to food security and generate social, economic, and cultural impact.

Keywords: *Sustainable development; Fair Trade; Agro-industry; Productivity; Unemployment; Exports*

Contenido

	Pág.
Lista de ilustraciones	12
Lista de tablas.....	12
Lista de gráficos	13
Introducción	14
Planteamiento del problema	15
Objetivos	18
<i>Objetivo general</i>	<i>18</i>
<i>Objetivos específicos</i>	<i>18</i>
Justificación.....	19
Marco Teórico	22
Hipótesis	30
Variables.....	31
Metodología.....	33
<i>Enfoque y alcance de la investigación.....</i>	<i>33</i>
<i>Población y muestra.....</i>	<i>34</i>
<i>Instrumentos</i>	<i>36</i>
Trabajo de Campo.....	38
<i>Análisis de resultados</i>	<i>70</i>
<i>Propuesta de solución al problema planteado</i>	<i>71</i>

Discusión	72
Conclusiones y Trabajo Futuro	74
<i>Conclusiones.....</i>	74
<i>Trabajo futuro.....</i>	75
Referencias	79
A. Anexo. Encuesta	87
B. Anexo. Instrumentos de recolección de información de fuentes secundarias	88
C. Anexo. Validación del instrumento de medición a partir de la V de Aiken	90

Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Premisas del comercio justo según WFTO	19
Ilustración 2. Componentes teóricos de la investigación	22
Ilustración 3. Etapas de desarrollo en el enfoque de investigación	34
Ilustración 4. Fases para el procedimiento y análisis de información de la investigación	37
Ilustración 5. Productos priorizados en las redes de comercio justo en países de LAC miembros de la OCDE.....	39
Ilustración 6. Descripción de los principios del comercio justo	64
Ilustración 7. Network data fair trade and sustanaible	76
Ilustración 8. Network data fair trade and development.....	77
Ilustración 9. Fair trade and other topics	77

Lista de tablas

Tabla 1. Criterios de factibilidad del proyecto.....	21
--	----

Lista de gráficos

Gráfico 1. Población en el departamento del Quindío	35
Gráfico 2. Ranking general - Índice de progreso social	41
Gráfico 3. Ranking específico - Índice de progreso social	41
Gráfico 4. Ranking general - Índice de competitividad global	42
Gráfico 5. Índice de competitividad global - Pilares 1,2,3 y 4	43
Gráfico 6. Índice de competitividad global - Pilares 5 y 6	44
Gráfico 7. Índice de competitividad global - Pilares 7,8,9 y 10	44
Gráfico 8. Índice de competitividad global - Pilares 11 y 12	45
Gráfico 9. Composición de las exportaciones año 2015.....	46
Gráfico 10. Composición de las exportaciones año 2016.....	47
Gráfico 11. Composición de las exportaciones año 2017.....	48
Gráfico 12. Composición de las exportaciones año 2018.....	49
Gráfico 13. Composición de las exportaciones año 2019.....	50
Gráfico 14. Composición de las exportaciones año 2020.....	51
Gráfico 15. Composición de las exportaciones año 2021.....	52
Gráfico 16. Género de los encuestados	54
Gráfico 17. Rango de edad.....	55
Gráfico 18. Municipio de residencia y desarrollo de las actividades productivas	56
Gráfico 19. Zona de residencia	57
Gráfico 20. Rol actual de los productores	58
Gráfico 21. Comercialización de productos.....	59
Gráfico 22. Conocimiento sobre comercio justo	60
Gráfico 23. Premisas de comercio justo.....	61

Introducción

La presente investigación tiene como objetivo general, diseñar un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, partiendo del análisis de los modelos existentes en países de Latinoamérica y el caribe, miembros de la OCDE (México, Chile y Costa Rica).

Para tal fin se han propuesto 4 objetivos específicos que son desarrollados en el documento a través del método de investigación inductivo, un diseño no experimental y un enfoque cuantitativo, con un tipo de investigación transeccional o transversal.

A partir del tema de investigación surge la pregunta de investigación ¿Qué componentes debe tener un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia?, y para la cual se da respuesta en el desarrollo de los objetivos específicos, y de manera exacta en el número 4. De igual manera es relevante mencionar que esta investigación se encuentra alineada con el campo de investigación en emprendimiento y gerencia de la Universidad EAN, y se incardina en la línea de investigación de macroeconomía y desarrollo económico.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta investigación se enfoca en abordar algunas dificultades del sector agro alimentos en el departamento del Quindío – Colombia, siendo las de mayor impacto los altos costos en la intermediación de los mercados, lo que conlleva a perder competitividad comercial y que a su vez no se reciba el precio justo por los productos frescos o procesados, desencadenando en los productores una baja calidad en el nivel de vida y procesos productivos insostenibles.

El documento se estructura de la siguiente manera: en primer lugar se presenta esta introducción, a continuación el planteamiento del problema con sus antecedentes, descripción y formulación de la pregunta de investigación, luego los objetivos de la monografía y justificación, posteriormente el marco teórico, las hipótesis derivadas del mismo, las variables objeto de estudio y la metodología con la que se abordó el trabajo, luego el trabajo de campo con el análisis de resultados y propuesta de solución, finalmente la discusión, conclusiones y trabajo futuro.

Planteamiento del problema

A continuación, se presentan los antecedentes de la situación problemática, así como la pregunta que guiará el desarrollo del proceso de investigación del tema objeto de estudio.

Antecedentes

El departamento del Quindío, ubicado en el centro occidente colombiano, tiene una extensión de 1.845 Km², aproximadamente 600.000 habitantes, el 87% en las cabeceras urbanas y el 13% en zonas rurales, limita con los departamentos del Valle del Cauca, Risaralda y Tolima (Gobernación del Departamento del Quindío, 2013).

Su desarrollo económico depende de la agricultura, turismo y algunos servicios, el informe de dinámica empresarial del departamento 2020, señala que existen 19.006 empresas e indica que en el mismo año cerraron 3.116, en su mayoría a causa de la baja rentabilidad e ingresos ocasionados por el COVID-19 (Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2021). Complementario a lo anterior, el informe emitido por el Departamento Nacional de Estadística– DANE- Primer trimestre de 2021, indica que la cifra de desempleo en Colombia alcanzó el 14%, situando a Armenia-Quindío en segundo lugar con 18.4%, antecedido por Quibdó con 20.3% (DANE, 2021), evidenciando la falta de estrategias efectivas para alcanzar las metas de desarrollo económico y social incluidas en los planes de gobierno, pero a la vez consolida la oportunidad de proponer estrategias que permitan mejorar las condiciones de vida de la población; la ciudad capital del departamento es tomada como referente para este estudio, con un panorama que no dista mucho de la realidad que viven los otros 11 municipios.

Otro problema que, aunado al desempleo, frena el desarrollo económico del departamento, es la intermediación en los mercados, puesto que la mayoría de los habitantes en las cabeceras rurales son agricultores, y desconocen los procesos para llegar al consumidor final con sus productos, recurriendo a cadenas de comercialización que los apoyan en este proceso, pero donde el cobro de comisiones es elevado y ocasiona que el productor reciba un margen de ganancia apenas suficiente para vivir (Castillo, 2013).

Colombia es miembro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico-OCDE desde el año 2020, haciendo parte de los gobiernos de economías democráticas que, trabajan para enfrentar los desafíos económicos y sociales que trae consigo la globalización, y donde su interacción permite identificar buenas prácticas y articular políticas locales e internacionales, alrededor de temas como los cambios sociales, modelos comerciales,

agricultura, tecnología y asuntos fiscales; también abarca el fomento de la prosperidad y la lucha contra la pobreza enfocado en el desarrollo económico, priorizando la estabilidad financiera, comercio, inversión, tecnología, innovación y cooperación para el desarrollo económico (OCDE, 2020).

Dentro de los temas de interés está el apoyo a países, como Perú, donde se busca fortalecer las cadenas productivas de café, a través de las redes de comercio justo (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2011), y prospectando el alcance a todo el sector agrícola, tal es el caso que desde el año 2011 *the office of Fair Trading*-Oficina de comercio justo de Reino Unido, trabaja en la implementación y análisis del impacto competitivo de las nuevas políticas e iniciativas de comercio justo en países miembros de la OCDE (OCDE, 2011). En este sentido, en el año 2016, se realizó un compendio de buenas prácticas para el desarrollo en América Latina, contemplando metodologías de co-creación por la OCDE, la Universidad EAFIT de Colombia, los negocios y la comunidad, fundamentada en la cultura, criterios de sostenibilidad, asociatividad, formación, innovación, creatividad y comercio justo (OCDE Publishing, 2016).

Descripción del problema

El plan Quindío-2032, se estructuró desde la interacción entre actores públicos y privados, sus lineamientos de productividad y competitividad visualizan en el departamento, una canasta exportadora agrícola, con prospectiva de competitividad en mercados internacionales. *El Fair trade* tuvo sus inicios en Europa, enfocado en intercambios comerciales justos y solidarios para los productores, actualmente se consolida como la oportunidad de mejorar la calidad de la producción, precios, condiciones de trabajo y, por ende, la calidad de vida de su entorno, este; emana de la interacción relacional del comercio, con fundamentos como el diálogo, transparencia y respeto, buscando equidad en el comercio internacional” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2017).Y, uno de sus fundamentos, es “La economía del bien común”, enfocada en las economías de mercado cooperativas y con el objetivo del máximo beneficio social (Felber, 2012). El éxito de las redes de comercio justo, promovidas por organizaciones como Oxfam e Intermón, generando conciencia de consumo responsable, se evidencian más de 2.000 redes existentes en el mundo (Oxfam e Intermon, 2019). El Fair trade, debe ser abordado como una iniciativa de desarrollo sostenible a partir de las redes efectivas de pequeños productores locales del departamento.

En ese sentido, el presente estudio aborda la problemática existente en el sector agro alimentos del departamento del Quindío, donde el alto costo de la intermediación de los mercados, hace a los productores poco competitivos y que a su vez no reciban el pago justo por

el producto fresco o procesado que se comercializa a través de terceros, y donde existe la necesidad latente de diseñar e implementar una red de comercio justo, que permita comercializar de manera directa, llegar a nuevos mercados nacionales e internacionales y mejorar la calidad de vida de los productores de la zona.

Pregunta de investigación

¿Qué componentes debe tener un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia?

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, a partir del análisis de los modelos implementados en los países de Latinoamérica y el caribe, miembros de la OCDE (México, Chile y Costa Rica).

Objetivos específicos

- Realizar un inventario de las iniciativas de comercio justo en países latinoamericanos miembros de la OCDE.
- Identificar los efectos de las redes de comercio justo en el desarrollo económico de su área de influencia.
- Analizar las estrategias de las redes de comercio justo, que puedan ser replicables en el departamento del Quindío.
- Determinar los componentes de un modelo de comercio justo, aplicable al sector agro-alimentos del departamento del Quindío.

Justificación

El *Fair trade* debe ser abordado como iniciativa de desarrollo económico y social y amigable con el medio ambiente, su enfoque es construir redes efectivas de pequeños productores locales, y generar una nueva conciencia de consumo responsable, limpio y solidario, donde predominan los procesos de comercialización en condiciones justas, movilización social y apoyo gubernamental, bajo condiciones no tradicionales del mercado, predominando características como el derecho de los pueblos, y del medio ambiente como eje de las actividades económicas. Las redes de comercio justo buscan fortalecer la comercialización nacional de los productos y promover el acceso a mercados internacionales, aunado a que se consolida como un proceso con alto enfoque social.

Para la CEPAL, el comercio justo emana de la interacción relacional del comercio, con fundamentos como el dialogo, la transparencia y el respeto, buscando además equidad en el comercio internacional. A la vez que aporta al desarrollo sostenible, ofreciendo unas mejores condiciones comerciales y:

“asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente los del Sur. Las Organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están activamente comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2017).

Ilustración 1. Premisas del comercio justo según WFTO



Fuente: (World Fairtrade organization, 2016)

Las 10 premisas del comercio justo (ver Ilustración 1), corresponden a la esencia de los modelos del *fair trade*, y su implementación en el departamento del Quindío, puede llevar al mejoramiento de la calidad de vida de los agricultores, diversificar la oferta exportable del sector e impulsar la economía de la región. Estudios, como el de Durán (2019) “paradigmas del desarrollo y su evolución”, evidencia que, aunque el desarrollo era considerado un sinónimo de crecimiento, no necesariamente se presenta de esta manera, ya que no debe atribuirse a un solo indicador como el Producto Interno Bruto-PIB- de un país, es necesario abordarlo desde varias dimensiones como la económica, social, y ambiental.

“El Comercio Justo va más allá del intercambio: demuestra que una mayor justicia en el comercio mundial es posible. Resalta la necesidad de un cambio en las reglas y prácticas del comercio convencional y muestra cómo un negocio exitoso puede también dar prioridad a la gente” (World Fairtrade organization, 2016).

Así, la necesidad a resolver por medio de esta investigación se fundamenta en proponer un modelo de comercio justo, para el sector agro-alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, a través de la recolección de información de fuentes secundarias, para mapear iniciativas en países de Latinoamérica miembros de la OCDE, posteriormente identificar los efectos de estas en el desarrollo económico donde tienen injerencia, analizar las estrategias implementadas y que puedan replicarse en la región y finaliza con el diseño de un modelo de comercio justo para el departamento, que se convierte en una guía de consulta sectorial, gremial, gubernamental y académica sobre la temática abordada.

El campo de esta investigación es el de Emprendimiento y gerencia, que pertenece al grupo de investigación Entorno Económico y a la línea de investigación Macroeconomía y desarrollo económico, de la Universidad EAN.

En ese sentido, el desarrollo del proyecto “Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia”, se considera factible (ver *Tabla 1*), porque existe acceso a la información proveniente de fuentes primarias y secundarias, la primera será recolectada a través de un cuestionario, y la segunda a través de matrices de datos (elaboración del autor), de igual manera es un proyecto que representa interés en los aliados, como la fundación Pijao *Citta Slow*, en cabeza de Mónica Flórez, la asociación Asomujer de Pijao y municipios de la cordillera del departamento del Quindío, la asociación Hecho en Filandia que agrupa a

productores de la zona; aunado a ello los recursos financieros para el desarrollo de este proyecto, son mínimos, no se requieren grandes inversiones de dinero, finalmente se considera que el tiempo proyectado para su desarrollo es el adecuado (Ver tabla 1), y que se dará respuesta a cada uno de los objetivos trazados en el tiempo esperado.

Tabla 1. Criterios de factibilidad del proyecto

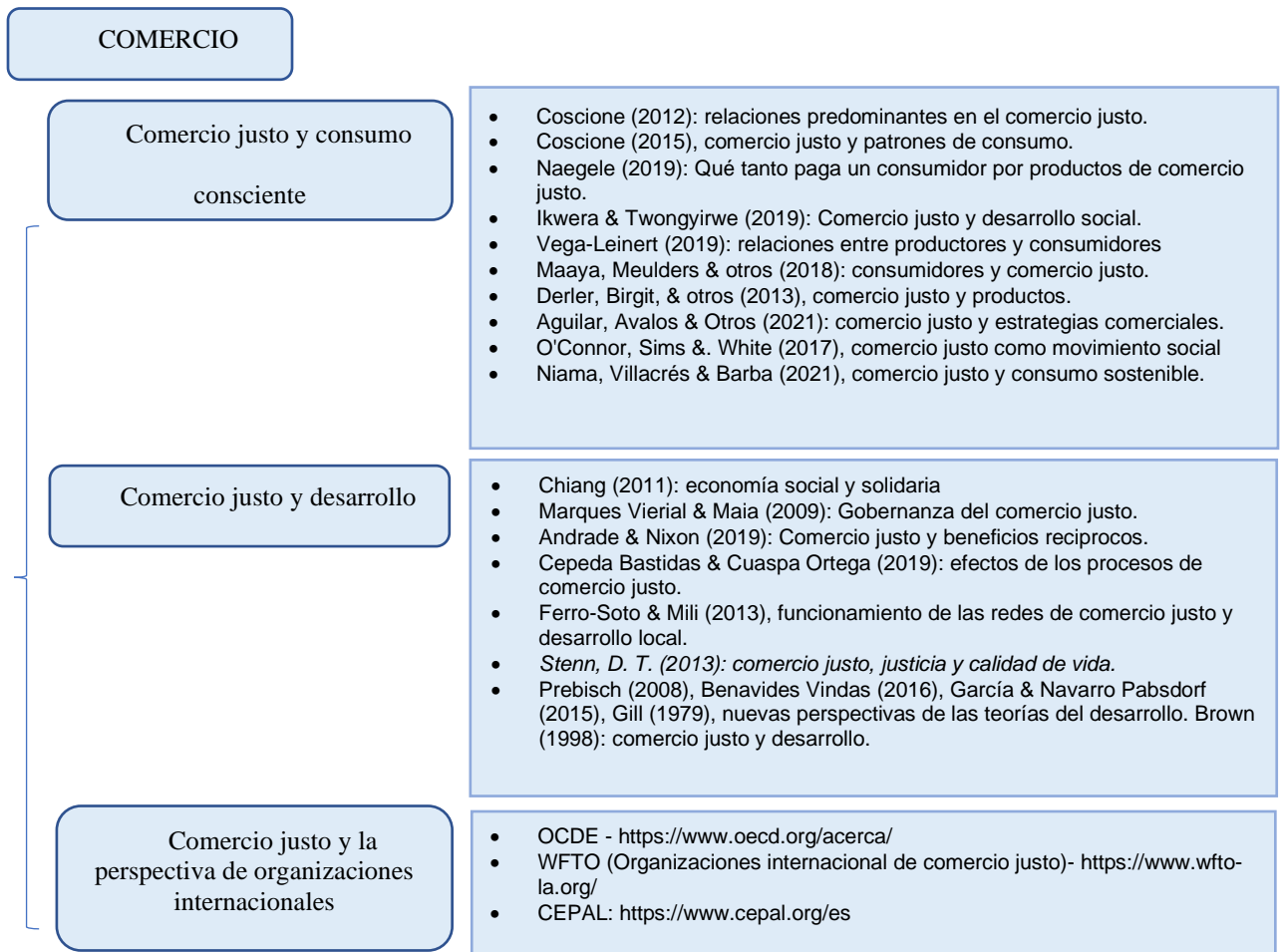
Criterio	Factibilidad (siendo 1 menor y 5 mayor)
Acceso a la información	5
Apoyo e interés de colaboradores o aliados	5
Disponibilidad de recursos requeridos	5
Probabilidad de avance en el tiempo establecido	5
Probabilidad de continuidad o implementación de la propuesta de investigación	5
Promedio	5

Fuente: Datos del autor, diseño de la (Universidad EAN, 2021)

Marco Teórico

Son varios los autores que hablan del comercio justo, el desarrollo económico y el papel de la OCDE en estos aspectos, tanto desde la óptica bibliográfica, como organizacional y de estudios de caso; a continuación, se mencionan algunos y sus aportes al conocimiento en estos campos (Ver Ilustración 2):

Ilustración 2. Componentes teóricos de la investigación



Fuente: elaboración propia, basada en los referentes teóricos que soportan la presente investigación.

El movimiento del Comercio Justo tuvo sus orígenes en Estados Unidos, en el decenio 40-50, con la iniciativa de la organización *Ten Thousand Villages*, que compraba bordados en Puerto Rico, sumando esfuerzos *con otras organizaciones internacionales*

con un objetivo similar como SERRV Internacional, que vendía artesanías elaboradas por comunidades del Sur, los artesanos en ambos lugares tenían una lucha común “los bajos precios del mercado internacional, y el exceso de intermediarios con altos márgenes de ganancia”, así estas dos organizaciones encontraron una nueva forma de comercio solidario, buscando garantizar ingresos adecuados a estas poblaciones, evitar intermediarios y facilitar el acceso a mercados mundiales, así la primera tienda formal de comercio justo abrió en 1958 (WFTO, 2016).

Para Chiang (2011), el comercio justo hace parte de la economía social y solidaria que sirve a los seres humanos, por medio de prácticas comerciales equitativas que traspasan la cotidianidad de las relaciones comerciales entre las empresas, los países y los productores, teniendo un rasgo imponente en la acción local o regional, con prácticas transparentes que fortalecen la solidaridad recíproca de productores y consumidores, planteando algunas afirmaciones como: Al reducir el número de intermediarios, los precios al consumidor sólo se elevan de manera moderada. El comercio justo podría ser considerado como una herramienta para el desarrollo local, y es imposible analizar un proceso de desarrollo local sin referirlo a la sociedad global en la que está inscrito.

Desde la óptica de Marques Vieiral & Maia (2009), los cuestionamientos enfatizan en la gobernanza del comercio justo en los diferentes canales de comercialización, y cómo se ha convertido en tendencia mundial para la protección y fortalecimiento de la seguridad alimentaria.

Para dar respuesta a ¿Cuáles son esas “imperfecciones de mercado” que impiden una adecuada aplicación de los modelos de comercio justo?, Coscione (2012) Expone un estudio de caso que, pretende mostrar la importancia de las relaciones que predominan en los modelos de comercio justo y cuál fue el alcance y efectividad en República Dominicana, para los pequeños productores de café, cacao y banano.

*The fairtrade system help the farmers, because the consumers can pay extra money for the fairtrade certification in the label of products, this research was focused on the farmers coffee, in the research: **Where Does the Fairtrade Money Go? How Much Consumers Pay Extra for Fairtrade Coffee and How This Value Is Split along the Value Chain** Naegele (2019), to make two affirmations: First: The fairtrade certification allows the farmer to receive better profits for his goods, second: The consumers of fairtrade products are not typical consumers in the markets, because they prefer to pay extra for the fairtrade certification.*

*Maybe the collective marketing is the strategy farmers to obtain extra pays for their products, and improve process of production, sales, and improve the life quality around, in the research **Facilitating social enterprise development through collective marketing: insights from Bukonzo Joint Co-operative Union, Western Uganda** Ikwera & Twongyirwe (2019), in their research that is a study case, fairtrade in Uganda, explain that the collective marketing is an efecty strategy for development society.*

En la publicación de Vega-Leinert (2019), se ponen en evidencia las transformaciones que han marcado las cadenas comerciales de bienes agrícolas provenientes del mundo y que, son de consumo recurrente en México, a su vez hace énfasis en la relación existente entre productor y consumidor, y cómo es la dinámica comercial entre estos, y afirma que la transformación entre lo urbano y rural de la población, afecta el uso de los suelos destinados a la producción agrícola, generando cambios en el acceso a la alimentación y por ende a las tipicidades de consumo.

El estudio de caso realizado por Andrade & Nixon (2019) analiza la dinámica de las iniciativas comerciales en Ecuador, desde la rentabilidad, la responsabilidad social y ambiental, enmarcadas en los beneficios recíprocos que mejoran la calidad de vida de las comunidades menos favorecidas, y proponiendo que los emprendimientos innovadores y rentables son aquellos enmarcados en la asociatividad de pequeños productores.

En la investigación de Cepeda Bastidas & Cuaspa Ortega (2019), se hace un análisis de los efectos de los procesos de comercio justo en los productores de cacao orgánico en la Federación de Organizaciones Negras Mestizas del Sur Occidente de Esmeraldas en Ecuador, y de la cual se deriva un cuestionamiento importante: ¿Cuáles han sido los beneficios del modelo de comercio justo para la población objeto de estudio?.

Un análisis realizado por Ferro-Soto & Mili (2013), se enfoca en el funcionamiento de las redes de comercio justo y la interrelación con el desarrollo local, proponiendo dos premisas: Los países deben especializarse para ser competitivos en el mercado mundial y el desarrollo local se da acorde a las redes de comercio justo establecidas en los países.

En el artículo denominado Comercio Justo *and justice: An Examination of Fair Trade Review of Radical Political Economics*, Stenn, D. T. (2013), propone argumentos relevantes, sobre el comercio justo, estos determinados por un enfoque único de la justicia y parámetros encaminados a garantizar la calidad de vida de los productores y sus comunidades, en tal sentido resalta criterios como: la transparencia, la capacitación, el fácil

acceso al crédito, condiciones laborales seguras y salarios justos; no porque el *fair trade* quiere mejorar la justicia, sino porque su esencia es coadyuvar a que la ya existente sea equitativa para todos.

Los consumidores son actores importantes del escenario del comercio justo, la investigación de Maaya et. al (2018), analiza cómo el etiquetado de sostenibilidad de los productos alimenticios influye en la elección y compra final; esto porque las etiquetas generan algún nivel de credibilidad de los productos, el estudio además hace énfasis en la relación existente entre consumo consciente – sostenible y el comercio justo. La investigación analiza cómo los consumidores en Flanders – Bélgica, prefieren pagar más dinero por café cuyo etiquetado indica que ha sido producido bajo estándares de sostenibilidad y *fair trade*, y no por un café que no cuente con esta connotación. En igual sentido, un estudio de Naegele (2020), menciona que las certificaciones de comercio justo, influyen de manera directa en el precio de venta de un producto y a su vez en la disposición que tienen los consumidores por pagar un precio superior por productos que garantizan procesos justos, sostenibles y que representan el mejoramiento de la calidad de vida de los productores, donde el pago es hasta seis veces mayor que el habitual, comparado con productos que no cuentan con certificaciones como las mencionadas.

Desde la óptica de la CEPAL, se evidencia la manera en la que el *Fair Trade* permite a las naciones tener desarrollo sostenible, aunado a que referencia el papel de las organizaciones de comercio justo en Latinoamérica y el Caribe, y se analiza para el caso Colombia; que: uno de los retos es el conflicto armado, que obliga a los productores a cambiar los cultivos lícitos por unos no lícitos, y se afirma que las estrategias de comercio justo en la región son motores de desarrollo para los pequeños productores.

Derler et. al (2013), estudian qué productos agrícolas son los que mayor participación tienen en las redes de comercio justo, de igual manera revisan cómo los modelos de negocio de *fair trade* están en crecimiento y a su vez cómo influyen en el comportamiento de compra de los consumidores, la primera conclusión, explica que; los productos del sector agro que mayor participación tienen en redes de comercio justo son: café y cacao, seguidos por el banano; en la segunda arista concluyen que el *fair trade* crece en la medida en que se generan estrategias de marketing en los sectores involucrados y que un efecto colateral de ello es la preferencia creciente de los consumidores por estos bienes producidos bajo esquemas de sostenibilidad, justicia y mejoramiento de la calidad de vida de sus productores.

El comercio justo, cómo opción para mejorar el sistema de comercialización agrícola, es visto por Aguilar et. al (2021), desde criterios de mejoramiento con perspectiva de la mercadotecnia actual, que debe ser empleada por los productores agrícolas; a partir del fortalecimiento de estrategias comerciales, que apoyen la función de comercialización de los bienes y que por ende permitan recibir mayores ingresos y que su efecto sea el mejoramiento de la calidad de vida de la población involucrada.

Desde la mirada holística de O'Connor et. al (2017), el *fair trade* es un movimiento social y un sello que genera reconocimiento a los productos e instituciones portadoras, también ha recibido la denominación de consumo ético y genera un impacto directo en quienes consumen los productos cosechados y procesados bajo este modelo, para determinar las características de los compradores, desarrollaron un estudio bajo el método científico, correlacionando variables que tienen injerencia en las decisiones de compra desde una perspectiva ética.

Para América Latina, el comercio justo trasciende de lo artesanal o lo exótico, a un movimiento socioeconómico de alcance mundial y que procura la justicia social, económica, ambiental y política, para Coscione (2015), el *fair trade* debe permear los patrones secuenciales y constantes de consumo y producción, que se vuelven insostenibles y que, marcan la pauta en el deterioro ambiental, la falta de solidaridad por las comunidades menos favorecidas y dirigen su funcionalidad a la dinámica comercial que genera dinero.

Desde un análisis similar, Niama et. al (2021), abordan el comercio justo, como una tendencia ética hacia el consumo sostenible, y aunque no supera el 0.01% del comercio total mundial, es una tendencia y estilo de vida creciente; que no desconoce la óptica comercial, si no que por el contrario la fortalece, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los menos favorecidos y que se encuentran en la base de la cadena productiva, la dinámica de los mercados del *fair trade* son lideradas por voluntarios, que ven en estas redes la oportunidad de aportar al desarrollo económico, social, cultural y al cuidado del medio ambiente.

De esta manera se infiere que el esquema y los modelos de comercio justo alrededor del mundo, han sido objeto de análisis, en casos de estudio, y procesos de investigación; en su mayoría enfocados en el mejoramiento de las condiciones para los productores locales de los países y el desarrollo económico de estos, abordándose desde la perspectiva del comercio internacional.

Otra perspectiva de análisis que, contribuye al tema objeto de investigación deriva de la evolución de las teorías sobre desarrollo, identificada como aquella mirada científica que estudia las condiciones, políticas y características del desarrollo económico en el mundo, pero con énfasis en los países menos desarrollados; propendiendo por el bienestar social, la sostenibilidad económica y ambiental; con una dimensión humana que comparte escenario con la calidad de vida, el desarrollo tecnológico y políticas públicas. Estas son: La teoría de la modernización, y teorías del desarrollo como la estructuralista, la neoliberal y la alternativa.

Prebisch (2008), ha desarrollado nuevas versiones dentro de las teorías del desarrollo, y ha dado paso a la teoría de la dependencia, donde se plantea que la economía de algunos países está limitada al desarrollo y expansión de las economías a las cuales están sometidos, a partir de allí la CEPAL ha repensado la necesidad de la transformación productiva de manera equitativa, enfocada en el desarrollo económico, el mejoramiento en la distribución del ingreso, consolidar procesos democratizadores, mejorar los procesos ambientales y la calidad de vida de los habitantes, articulando iniciativas que promuevan el desarrollo y competitividad de la producción, el aprovechamiento tecnológico, educativo y una mayor integración regional entre los países.

Resaltando la postura de Prebisch et. al (2016), enfatizan en la teoría estructuralista del desarrollo, y cómo se fundamenta en la diferenciación entre crecimiento y desarrollo económico, así como el rasgo de identidad del subdesarrollo en función de factores estructurales de la economía y las previsiones en desarrollo tecnológico, también resaltan que los sectores se expanden y articulan, originando incremento en la producción que puede conducir al crecimiento pero no específicamente a desarrollo y donde la intervención del estado es la que genera condiciones que promueven la transformación estructural de la economía y por ende presentaría la solución al subdesarrollo.

Con el fin de articular las políticas de los países en cuanto a temas de interés común, la OCDE propone para sus países miembros y beneficiados, las políticas prioritarias para un desarrollo inclusivo, tal es el caso de Colombia donde los sectores agrícolas y pecuarios han desempeñado un papel fundamental en la economía colombiana, aunque en los últimos años su crecimiento se haya visto afectado por factores como los cambios climáticos, los elevados niveles de pobreza, ingresos y desigualdad. Dado lo anterior la propuesta está enmarcada en promover una reforma a las políticas agropecuarias, fortaleciendo los derechos sobre las tierras y el acceso a estas, equidad en

las políticas de precios, promoción de políticas de inversión y una fuerte apuesta a procesos de innovación y desarrollo para el campo colombiano, la iniciativa prospecta además el fomento de la competitividad y el crecimiento de la productividad, a través de la diversificación de la oferta exportable del país y el mejoramiento de las cadenas de valor a través de procesos innovadores de comercialización (OCDE, 2015).

Por su parte la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNTACD) desde el año 1964, fomenta la integración de los países en desarrollo a la economía mundial, propendiendo por el debate y la articulación de las políticas de manera reflexiva que conlleven a promover el desarrollo sustentable Naciones Unidas (2012). Así lo argumentan Cuenca García & Navarro Pabsdorf (2015), quienes mencionan los temas abordados por la organización a través de sus años de funcionamiento, enmarcados en el comercio, transferencia de tecnología, relaciones comerciales entre los países y hacen énfasis en el rol de la UNTACD frente al subdesarrollo, a su vez hacen un análisis de la perspectiva y prospectiva de la organización sobre las prácticas comerciales restrictivas, y cómo estas afectan y alteran la competencia, mencionan el aporte de Gill (1979), quien define la situación como *“los acuerdos verticales entre empresas que comparten distintas fases de la cadena de producción”*, a su vez esta situación conlleva a la restricción de la oferta de productos y a fijar de manera arbitraria los precios en el mercado, dado lo anterior la entidad procedió a fijar normas y principios sobre competencia, con la finalidad de fomentar la cooperación y la libre competencia, estas se ratificaron en el año 2000; ayudando a los países en desarrollo a evitar prácticas no competitivas entre empresas y el dominio abusivo del mercado.

Otra arista de la iniciativa, contempla procesos de promoción del comercio, enfocados en el cambio estructural del mismo, y haciendo especial énfasis en tópicos como las políticas comerciales, bajo esquemas como la agenda positiva o el programa de diplomacia comercial; abordando además la defensa del consumidor en los procesos de desarrollo y el impacto de este en el medio ambiente bajo iniciativas como *BioTrade* de diversidad biológica, y la propuesta sobre la financiación del desarrollo a través de los fondos de cooperación internacional.

Desde la perspectiva y el análisis de Brown (1998) en su libro denominado Comercio justo, se proponen los componentes de este como iniciativa de desarrollo económico y social, en primer lugar los precios, que deben ser acordados con los productores teniendo en cuenta los costos de producción, condiciones laborales y

salariales, como segundo aspecto el pago por adelantado que pueda garantizar el compromiso con la comercialización a largo plazo, el valor añadido, procurando que sea el mayor y que el productor se encuentre involucrado en todas las decisiones comerciales, la disponibilidad de información, los métodos de producción sostenible, gestionando el cuidado de la tierra, el medio ambiente y un fuerte enfoque frente a las prácticas lesivas de corrupción y soborno, enfocándose en el máximo beneficio económico, el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, alrededor del mundo algunas organizaciones y redes de comercio justo incluyen también aspectos de importancia como la igualdad de sexo, raza y la promoción de los derechos humanos; así como la asociatividad y las cadenas de valor.

Es importante resaltar que el comercio justo, ha sido abordado desde aristas económicas, sociales, culturales, éticas, ambientales y como un estilo de vida; que siempre traerá un impacto positivo en las comunidades alrededor del mundo.

El rastreo bibliográfico¹, en la base de datos científica *Science Direct* con la opción de búsqueda “*fair trade*”, arroja 114.492 resultados; con documentos publicados desde el año 1998 y hasta el 2023, siendo el año 2021 el que mayor cantidad tiene, con 8.400. esto permite deducir que el tema objeto de estudio es de interés colectivo creciente.

¹ Fecha final de consulta 19/06/2022. <https://www.sciencedirect.com/search?q=fair%20trade&lastSelectedFacet=years>

Hipótesis

A partir de los referentes teóricos analizados previamente, se plantean las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1 (H1): Los modelos de comercio justo tienen un efecto directo, en el crecimiento económico y desarrollo sostenible del sector de agro alimentos en los países de Latinoamérica y el Caribe miembros de la OCDE, donde han sido implementados.

Hipótesis 2 (H2): Los modelos de comercio justo implementados en los países de Latinoamérica y el Caribe miembros de la OCDE, mejoran la competitividad y el nivel de exportaciones del sector agro alimentos.

Variables

Los procesos de investigación deben permitir la medición y caracterización de aspectos relevantes, para ello se deben identificar las variables, tanto dependientes como independientes, y a su vez estas deben estar articuladas a los objetivos planteados, una definición propuesta por Hernández et. al (2014), menciona que, éstas pueden medirse u observarse y a su vez es aplicable a personas, objetos, seres vivos, hechos y fenómenos, donde adquieren diversos valores respecto a un criterio o contexto general; a continuación, se proponen las variables dependientes e independientes de la presente investigación.

Definición conceptual

Comercio justo (en los países latinoamericanos, miembros de la OCDE – México, Chile, Costa Rica y Colombia): relación comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional (World Fair Trade Organization, 2021).

Exportaciones (Sector agro alimentos con origen y procedencia del departamento del Quindío): se define como la salida de mercancías del territorio aduanero colombiano con destino a otro país o a una zona franca industrial de bienes y servicios, con el cumplimiento de los requisitos previstos en la norma (DIAN, 2021).

Crecimiento económico (En el sector de agro alimentos, de países de Latinoamérica miembros de la OCDE que cuentan con redes de comercio justo): El crecimiento económico de un país se mide a partir del PIB (Producto Interno Bruto)- (Castillo, 2020), evidenciando el incremento de la renta o del valor de los bienes y servicios que se generan en la economía de un país o región en un tiempo determinado, y para el caso de la presente investigación el análisis se hará en el componente de las exportaciones en un lapso de 5 años (Significados, 2021).

Desarrollo sostenible (en el sector de agro alimentos, de países miembros de la OCDE en Latinoamérica): proviene de la Comisión Brundtland, constituida por la Asamblea General en 1983. Su informe, “Nuestro Futuro Común” (1987) define el “desarrollo sostenible” como el que permite satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro de satisfacer sus propias necesidades (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021).

Competitividad (en el sector exportador de agro alimentos, de países miembros de la OCDE en Latinoamérica): conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país (Foro Económico Mundial, 2016).

Definición operacional

Comercio justo: Medición de los niveles de comercio justo en una población de estudio en el departamento del Quindío, a través de la Escala de Likert, por medio de una encuesta de elaboración propia.

Exportaciones: Medición del nivel de exportaciones por capítulo arancelario de productos agrícolas y cantidad exportada en escala anual entre los años 2015-2021.

Crecimiento económico / Competitividad: Índice de competitividad global, a partir de los 12 pilares establecidos por el Foro Económico Mundial, en los países de Latinoamérica miembros de la OCDE, análisis del informe consolidado año 2019.

Desarrollo sostenible: A partir del indicador de Progreso Genuino -GPI. Comparando el perfil de bienestar económico (consumo total) de una economía con su PIB (BERIK, 2020).

Metodología

El enfoque metodológico y alcance de la investigación se describe a continuación, también su diseño, tipo de estudio, población y muestra, aunado a los instrumentos de recolección de la información tanto de fuentes primarias como secundarias, así como las técnicas para el análisis de la información.

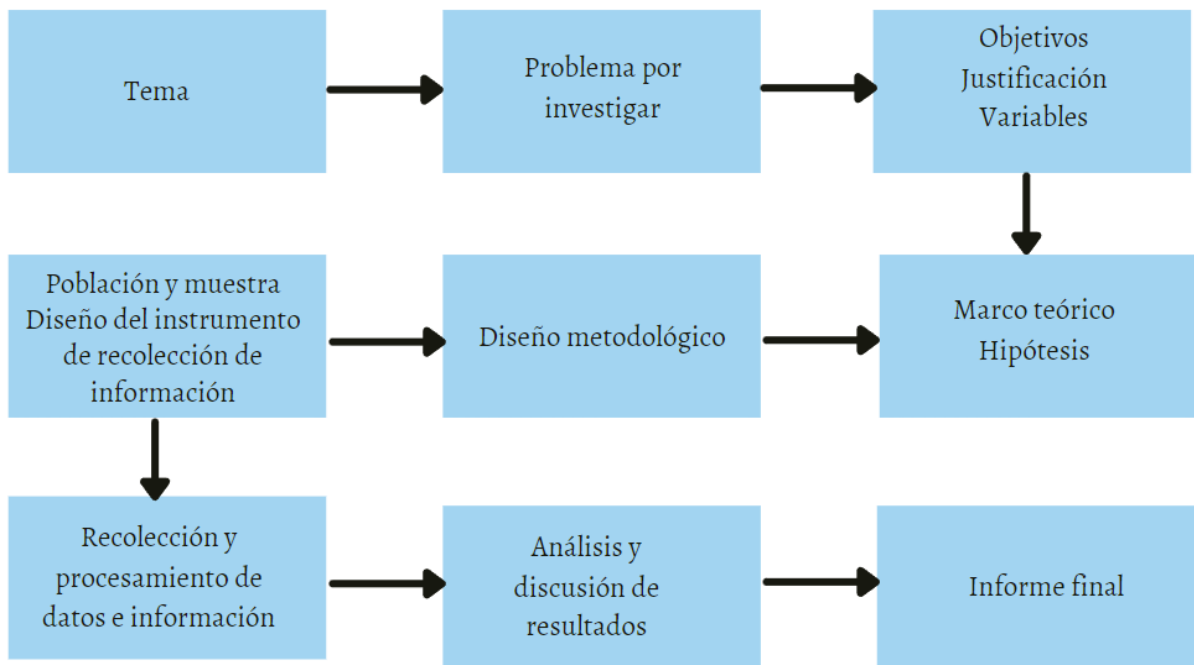
Enfoque y alcance de la investigación

El método de investigación propuesto es el inductivo, que parte de los hechos con un enfoque de observación, registro y análisis y posterior clasificación de la información, y que finaliza con la contrastación de esta que permitirá plantear soluciones a problemáticas sociales (Ferreira et. al, 2012).

Diseño: el diseño propuesto para esta investigación es el no experimental, ya que se busca observar situaciones existentes, como el efecto de las redes de comercio justo en su área de influencia, en los países de Latinoamérica, miembros de la OCDE, el contexto y las situaciones están presentes, y no son manipuladas por la investigación ni por quien la realiza (Hernández Sampieri et. al, 2014).

Enfoque: Cuantitativo, porque; “Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica.” (Hernández Sampieri et. al, 2014) – (Ver Ilustración 3).

Ilustración 3. Etapas de desarrollo en el enfoque de investigación



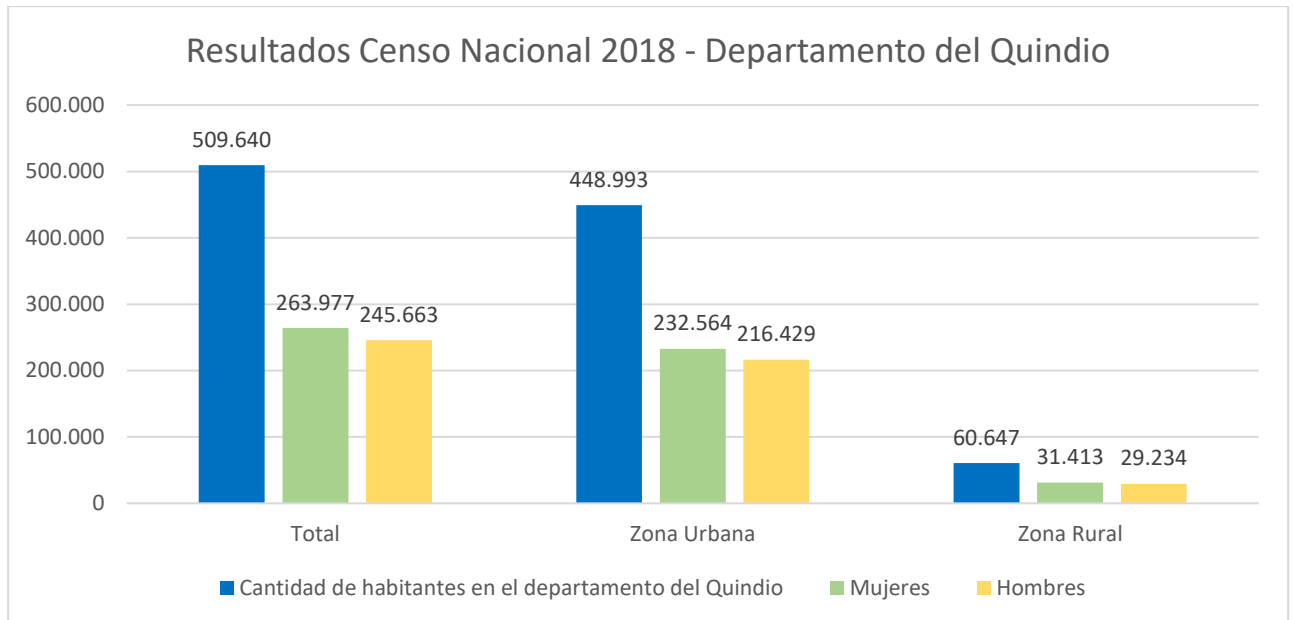
Fuente: Elaboración propia, basada en (Ferreyra et. al, 2012)

Tipo de estudio: Investigación transeccional o transversal, Hernández Sampieri, et. al (2014) correlacionales-causales, ya que se recolectarán datos en un solo momento, se describirán las variables y se analizará su incidencia e interrelación en un momento dado, y a partir de ellos se puede proponer un modelo de comercio justo, aplicable al sector agro-alimentos del departamento del Quindío.

Población y muestra:

La población objeto de esta investigación, cuenta con las siguientes características: Ubicados geográficamente en el departamento del Quindío, preferiblemente que se encuentren en la zona rural. El censo del Departamento Nacional de estadística DANE, evidencia que, en el departamento del Quindío, el 88,1% de la población se encuentra ubicada en el casco urbano, y el 11,9% restante vive en la zona rural, de igual manera el 51,8% son mujeres y el 48,20% hombres. La distribución geográfica de la población se describe a continuación (Ver Gráfico 1).

Gráfico 1. Población en el departamento del Quindío



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos obtenidos por (DANE, 2018)

La muestra se toma a partir de la cantidad de población ubicada en la zona rural del departamento de Quindío, que corresponde a 60.647 habitantes. El método de cálculo es el aleatorio simple, Sampieri et. al, (2014. P177); enfatiza en la importancia de este tipo de muestreo, ya que todos los elementos de la población tienen una misma probabilidad de ser elegidos y por lo tanto los resultados que se obtienen con la recolección de datos, cuentan con mayor exactitud. La fórmula del muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas es la siguiente:

$$n = \frac{N z_{1-\alpha/2}^2 s^2}{(N - 1) \varepsilon^2 + z_{1-\alpha/2}^2 s^2}$$

Calculando la muestra en la herramienta QuestionPro², se obtiene que:

- Población total 60.647 habitantes de la zona rural del departamento del Quindío.
- Nivel de confianza: 95%

² <https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html>

- Margen de error: 5%
- Total, muestra: 383 habitantes de la zona rural del departamento del Quindío.

Instrumentos

Los instrumentos de medición a usar en la presente investigación permitirán recolectar información de fuentes primarias y secundarias, en este caso para las fuentes primarias se empleará el cuestionario (Sampieri et. al, 2014). Sus características permiten contar con una alta tasa de respuesta y profundidad de datos obtenidos, requiere bajo presupuesto y se adapta a las variables del tema a abordar.

El instrumento de medición dirigido a recolectar datos de las fuentes primarias de información debe ser aplicado a 383 personas distribuidas en la zona rural del departamento del Quindío, éste cuenta con 12 municipios incluida su capital Armenia, por lo tanto, se considera pertinente aplicar las encuestas en cada uno de ellos. Éste corresponde a una encuesta, conformada por 20 preguntas, de la 1 a la 6 corresponden a datos generales de la población objeto de estudio, las preguntas 10 y 12 son de respuesta abierta, las preguntas 15 a 20 cuentan con escala de medición Likert, las demás preguntas son de opción múltiple. La validación del instrumento se realizó a partir de la V de Aiken, fue evaluado por 5 expertos, quienes consideraron que la claridad, pertinencia y relevancia del instrumento era la adecuada, el instrumento de recolección de información de fuentes primarias corresponde al Anexo 1 del presente documento.

En igual sentido, es necesario recolectar información a partir de fuentes secundarias de información, para ello se usan matrices de datos, en las cuales se relacionan las variables de la matriz con las variables de la investigación; que a su vez permiten ser analizadas a partir de la estadística descriptiva (Sampieri et. al, 2014, p.277).

(Ver B. Anexo. *Instrumentos de recolección de información de fuentes secundarias*

Anexo 2).

Para el procedimiento y técnicas de análisis de información, se toma como referente lo propuesto por Sampieri et. al, p. 209 (2014), donde a través de 12 fases se da

cumplimiento al proceso de recolección de datos y análisis de los mismo, que a su vez permiten dar respuesta a los objetivos trazados en la investigación (Ver Ilustración 4).

Ilustración 4. Fases para el procedimiento y análisis de información de la investigación

Ilustración 4Fuente: Elaboración propia, a partir de (Sampieri et. al, p. 209.2014)

Trabajo de Campo

La aplicación de los instrumentos de recolección de datos permitió desarrollar cada uno de los objetivos específicos de la presente investigación, el primero enfocado en hacer un inventario de las iniciativas de comercio justo, y se presentan los resultados a continuación:

Inventario de las iniciativas de comercio justo en países latinoamericanos miembros de la OCDE.

Las iniciativas de comercio justo en Latinoamérica y el caribe en países miembros de la OCDE, son lideradas por organizaciones como la coordinadora latinoamericana y del caribe de pequeños productores y trabajadores de comercio justo – CLAC, que a su vez funge en representación de las organizaciones certificadas *Fair trade* en esta zona del mundo, su enfoque está en representar y promover el empoderamiento, intereses y desarrollo de las comunidades y de sus miembros; actualmente cuenta con 1.000 organizaciones distribuidas en sus 24 países miembros incluidos México, Colombia, Chile y Costa Rica (CLAC, 2022). Las organizaciones se articulan en redes de productos, coadyuvando a intercambiar experiencias y a su vez proponiendo estrategias y planes de trabajo conjunto, entre éstas se destacan las redes de: café, miel, banano, cacao y azúcar; y con prospectiva de articulación con nuevas redes de quinua, frutas frescas y jugos.

En igual sentido la *World Fair Trade Organization*, trabaja con sus 67 miembros distribuidos en 12 países (WFTO, 2022); su eje central son las empresas sociales que practican el comercio justo y éste es el centro de su actividad y misión organizacional. En Países como Chile se cuenta con 7 miembros certificados, en productos como artesanías y joyas, productos agrícolas, cueros, fibras y tejidos naturales; también se articulan miembros provisionales de productos similares a los certificados y que una vez superen el seguimiento detallado de la WFTO pasan a certificarse. De igual manera para Chile se cuenta con una iniciativa promovida por achile justo, buscando impulsar programas en función del desarrollo del comercio local.

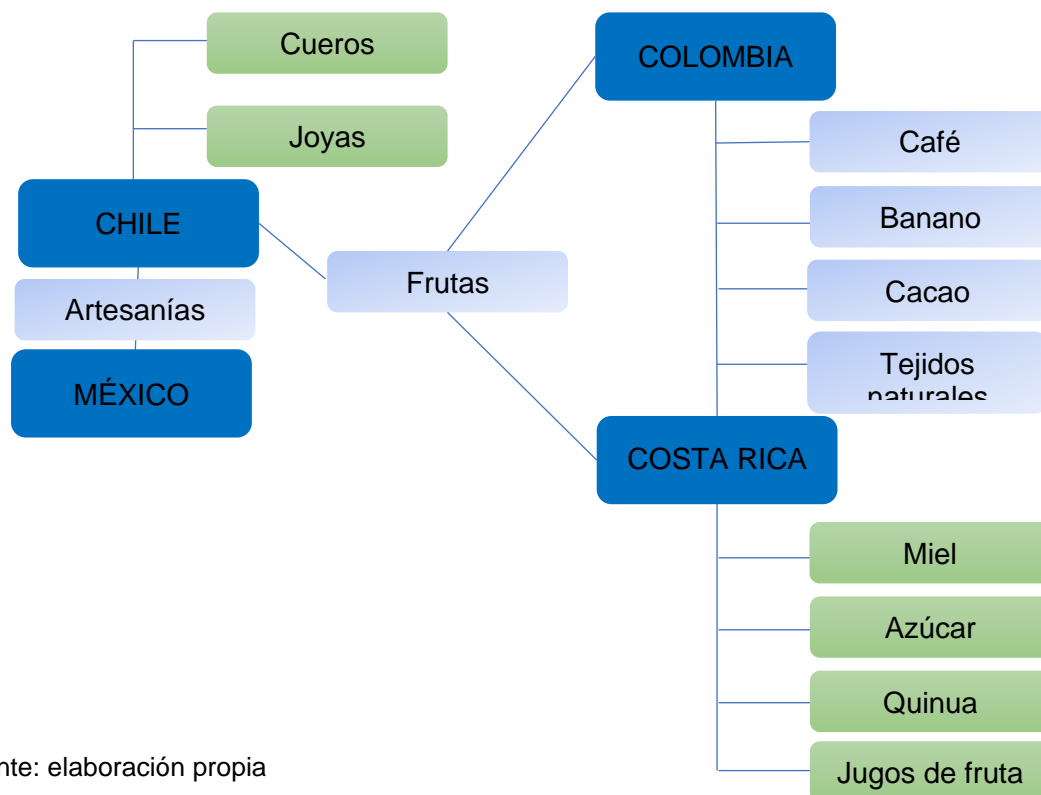
En países como Colombia, las organizaciones certificadas son Miquelina (textiles), donde su función en el comercio justo es desde la perspectiva de apoyo a mujeres cabeza de hogar y Fruandes (fruta fresca) articulando pequeños productores agrícolas, aunado a ellas, en Colombia también se cuenta con la coordinadora colombiana de comercio justo,

cuya función es liderar a pequeños productores pioneros en comercio justo en el país, incluye productos como el café, cacao, banano y algunas frutas, en México las empresas sociales como MITZ (artesanías ecológicas) y haciendas mundo maya, encaminados a fortalecer unidades productivas multisectoriales en su área de influencia.

Para Costa Rica la iniciativa está a cargo de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (subdivisión de la WFTO), su estrategia se incardina en la educación para el desarrollo, agrupa a 31 organizaciones (26 miembros y 5 colaboradoras).

De acuerdo al análisis anterior, se concluye que en los 4 países objeto de estudio, para cada uno existe una iniciativa, promovida por la WFTO y sus organizaciones asociadas, en donde se encuentran productos priorizados y que coinciden en países como Chile y México con artesanías, Colombia – Chile – Costa Rica con frutas, y Colombia – Costa Rica con productos como: café, banano, cacao y tejidos naturales; de igual manera existen iniciativas priorizadas de manera independiente como cueros y joyas en Chile y miel, azúcar, quinua y jugos de fruta en Costa Rica (ver Ilustración 5).

Ilustración 5. Productos priorizados en las redes de comercio justo en países de LAC miembros de la OCDE



Fuente: elaboración propia

Efectos de las redes de comercio justo en el desarrollo económico de su área de influencia.

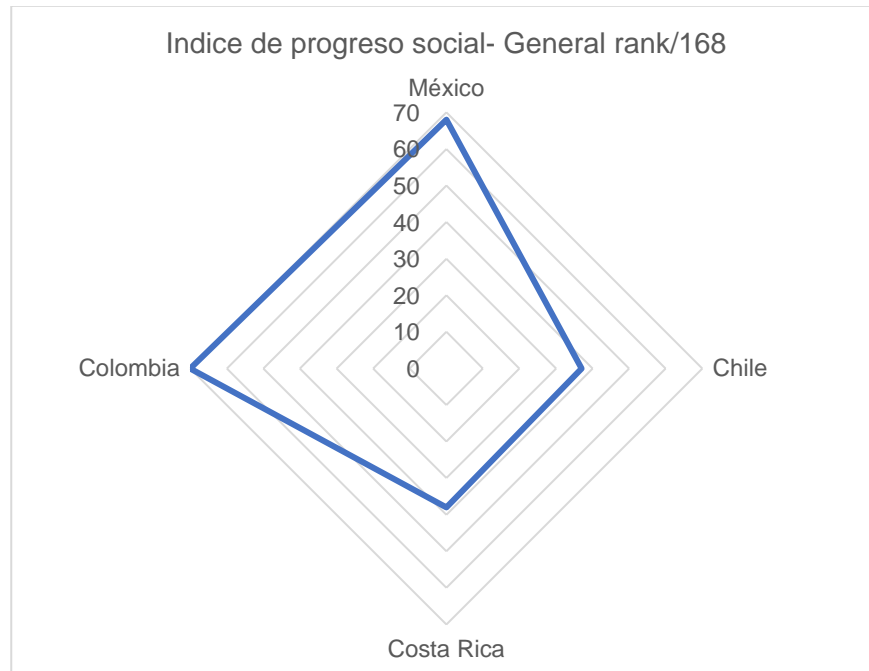
Para identificar los efectos de las redes de comercio justo en el desarrollo económico de su área de influencia, se abordan variables de análisis como el índice de progreso social, el índice de competitividad global y la dinámica de exportaciones desde Colombia, Chile, Costa Rica y México entre los años 2015 a 2021; esto con el fin de conocer si los productos incluidos y priorizados en las redes de comercio justo participan en la canasta exportadora de los mercados antes mencionados.

Índice de progreso social

El índice de progreso social evalúa detalladamente el desempeño de los países desde aristas sociales y ambientales, que son preponderantes para el desarrollo económico de los países, su finalidad es evaluar, comparar y permitir a las naciones priorizar sus estrategias de crecimiento y desarrollo (Green et. al, 2020). Éste, mide 168 países en 3 pilares: necesidades básicas, bienestar y oportunidades. Para efectos del presente estudio, se analizan los resultados obtenidos de México, Chile, Costa Rica y Colombia, es importante destacar que entre más cercana a 1 sea la posición que ocupa el país, más efectivo es en la aplicación de estrategias de progreso social.

El Gráfico 2, muestra la puntuación obtenida por los 4 países de LAC miembros de la OCDE, ubicándose en orden ascendente así: Chile con 37 puntos, Costa Rica con 38, México con 68 y Colombia con 70, en ese sentido es importante destacar que para los dos últimos países, el esfuerzo por mejorar el progreso social de sus territorios debe enfocarse en los tres pilares: Necesidades básicas, desde criterios como nutrición y acceso a la salud y seguridad personal, aunado al segundo pilar desde perspectivas como acceso al conocimiento y educación, salud y bienestar y calidad del medio ambiente; finalmente desde el tercer pilar con aspectos como derechos humanos, libertad de expresión, equidad e inclusión y acceso a la educación superior (ver Gráfico 3).

Gráfico 2. Ranking general - Índice de progreso social



Fuente: elaboración propia a partir del (Índice de progreso social, 2019)

Gráfico 3. Ranking específico - Índice de progreso social

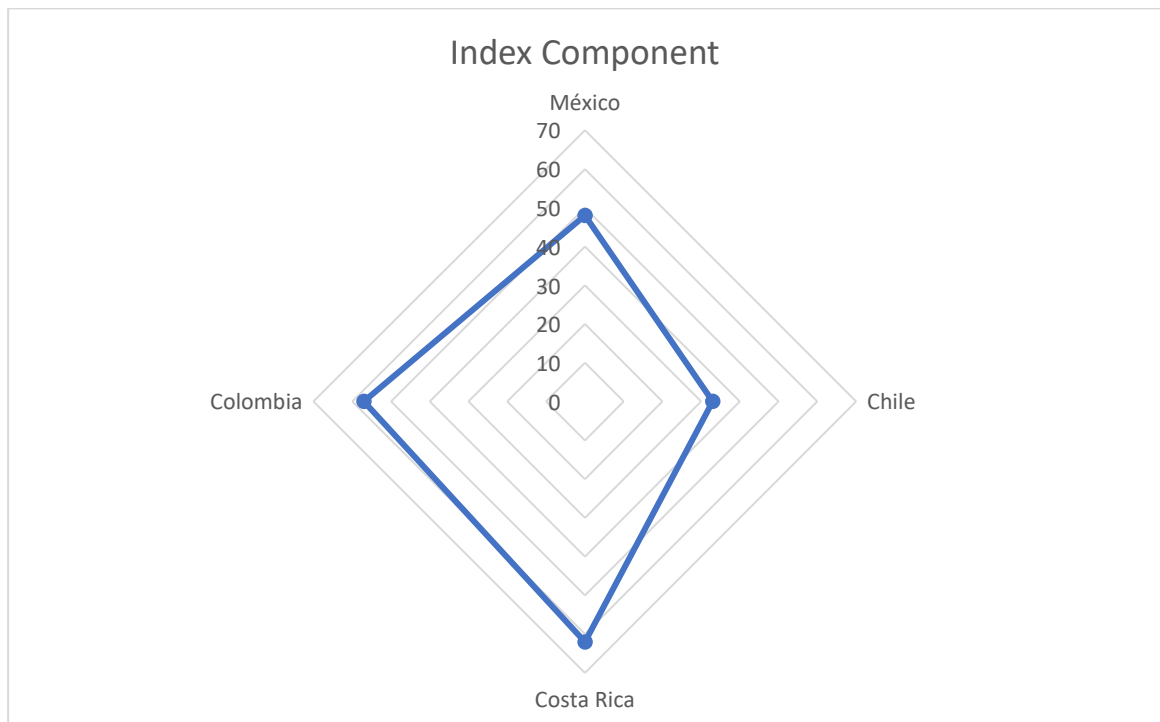


Fuente: elaboración propia a partir del (Índice de progreso social, 2019)

Índice de competitividad global

De igual manera y como estrategia de medición de los países, se encuentra el índice de competitividad global, emitido por el Foro Económico Mundial (WEF), éste mide la capacidad de los países para implementar estrategias y generar oportunidades de desarrollo económico para su población, a partir de factores encaminados hacia la productividad con resultados en el mejoramiento del progreso social y el desarrollo sostenible (Colombia competitiva, 2019). Al igual que el índice de progreso social, éste también incluye unos parámetros de medición a partir de pilares, en este caso 4: entorno, capital humano, tamaño de mercado y ecosistema de innovación; entre más cercano se encuentre un país a 1, indica que sus estrategias son más efectivas (ver Gráfico 4).

Gráfico 4. Ranking general - Índice de competitividad global

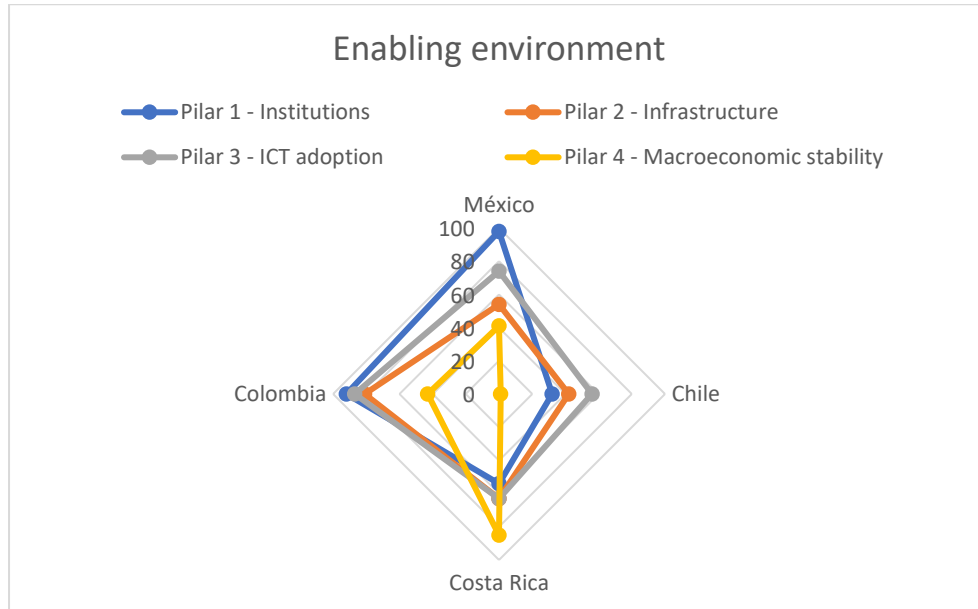


Fuente: elaboración propia a partir del índice de competitividad global del (Foro Económico Mundial, 2019)

El índice de competitividad global (2019), deja en evidencia que los países de LAC miembros de la OCDE deben mejorar en aspectos inherentes a entorno, específicamente Colombia y México, que se sitúan en las posiciones 98 y 92 respectivamente, seguido del

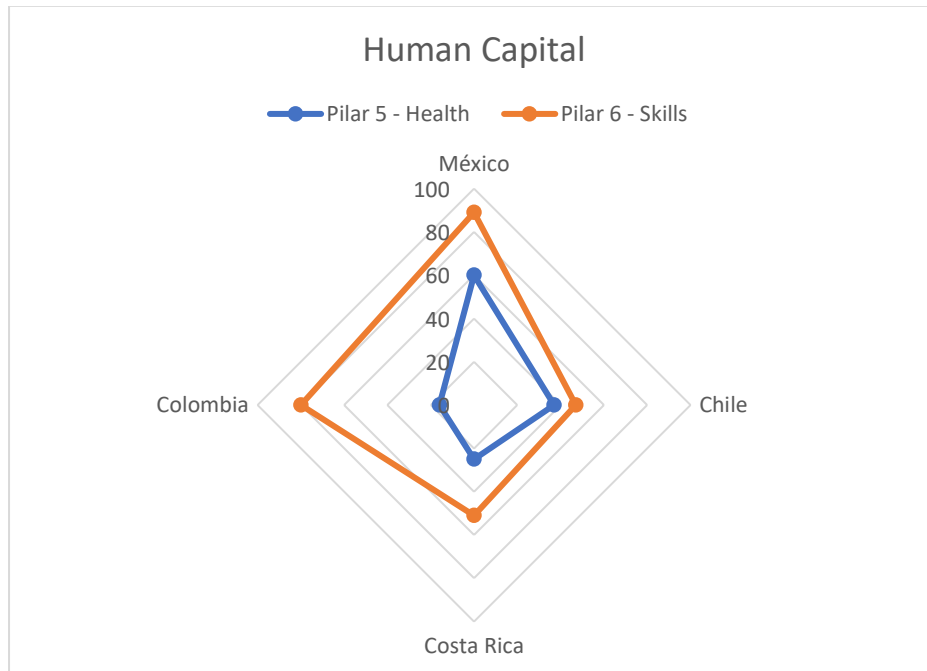
desarrollo de habilidades donde el ranking está en 89 y 80, finalmente y para Colombia el esfuerzo también debe canalizarse hacia el mejoramiento de procesos innovadores, ya que la escala lo ubica en el puesto 77 (ver Gráfico 5-Gráfico 6-Gráfico 7-Gráfico 8).

Gráfico 5. Índice de competitividad global - Pilares 1,2,3 y 4



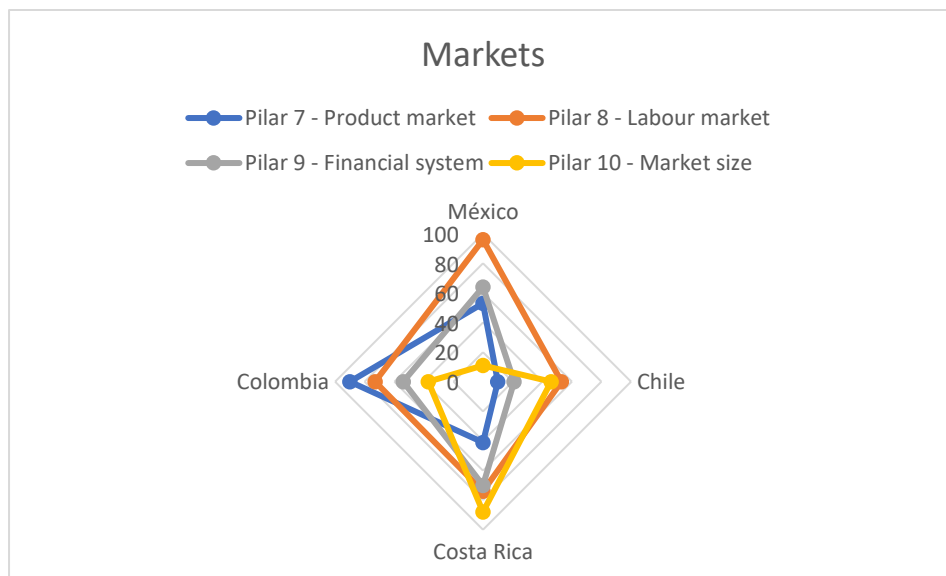
Fuente: elaboración propia a partir del índice de competitividad global del (Foro Económico Mundial, 2019)

Gráfico 6. Índice de competitividad global - Pilares 5 y 6



Fuente: elaboración propia a partir del índice de competitividad global del (Foro Económico Mundial, 2019)

Gráfico 7. Índice de competitividad global - Pilares 7,8,9 y 10



Fuente: elaboración propia a partir del índice de competitividad global del (Foro Económico Mundial, 2019)

Gráfico 8. Índice de competitividad global - Pilares 11 y 12



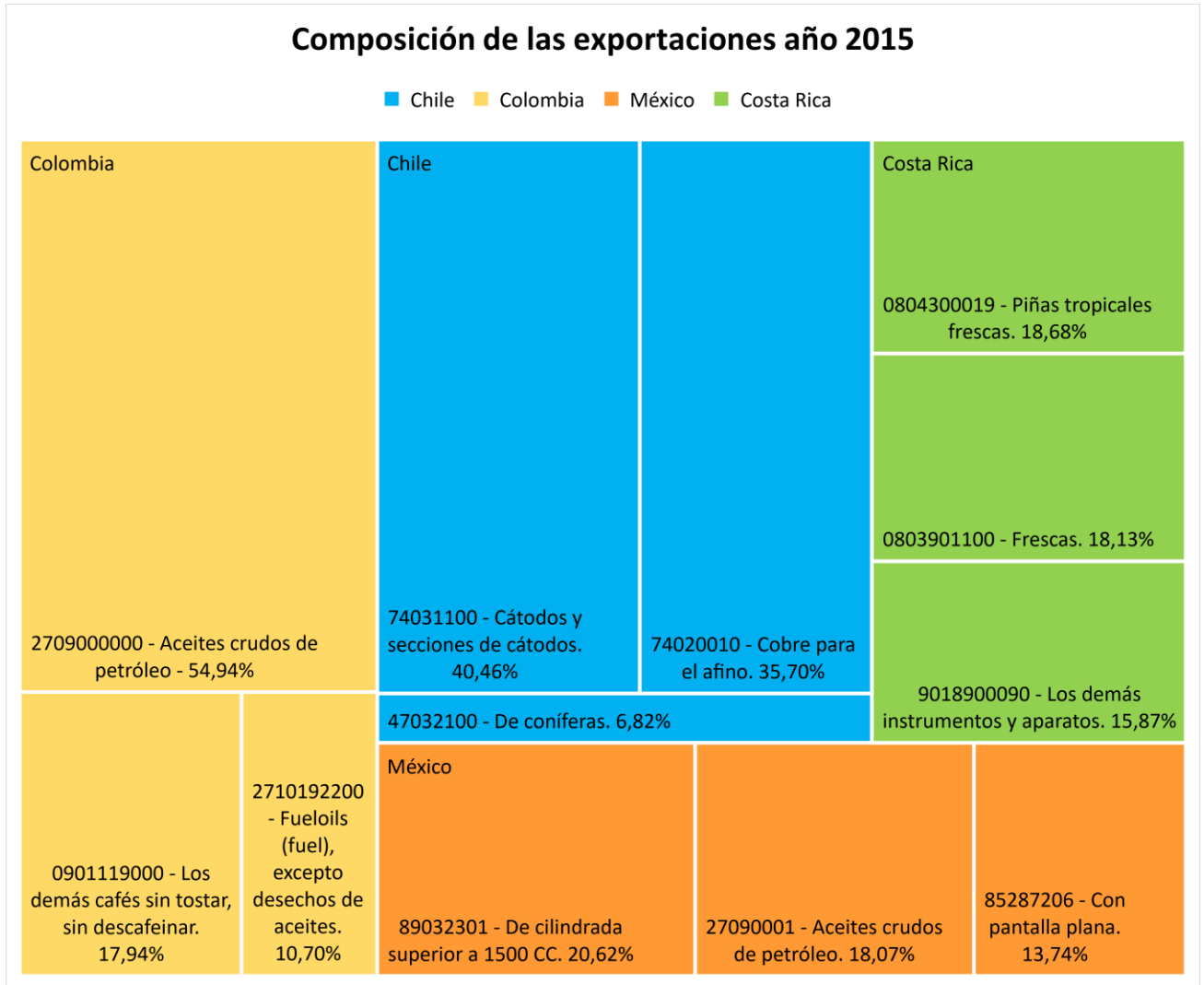
Fuente: elaboración propia a partir del índice de competitividad global del (Foro Económico Mundial, 2019)

Exportaciones

El nivel de exportaciones de un país también permite identificar qué tan competitivo es éste en el mercado global, a continuación, se relacionan los principales productos de exportación de Chile, México, Costa Rica y Colombia entre los años 2015 y 2021; con ello se pretende conocer qué tanta participación tiene los productos priorizados en las redes de comercio justo en este total de la oferta de cada nación.

El Gráfico 9 muestra que, Colombia y Costa Rica exportaron en el año 2015, productos priorizados en las redes de comercio justo, para el primer caso el café sin tostar ocupó el 17,94% del total de exportaciones y en el segundo caso, las piñas tropicales alcanzaron el 18,68% de participación en el total de exportaciones del país.

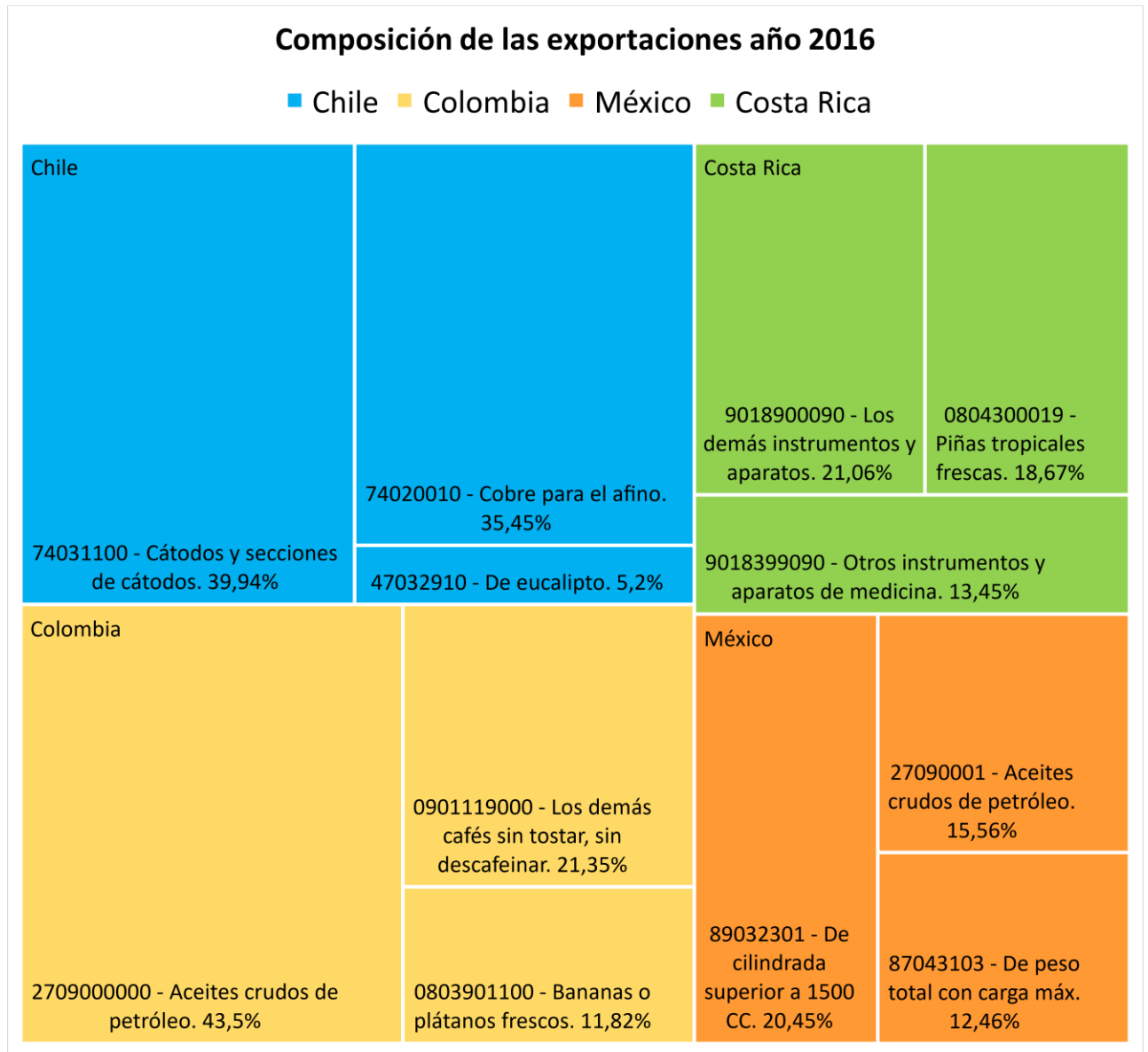
Gráfico 9. Composición de las exportaciones año 2015



Fuente: elaboración propia a partir de (Legiscomex, 2022)

El Gráfico 10, evidencia que Colombia y Costa Rica continúan con su proceso de exportación de bienes priorizados en las redes de comercio justo, para el país suramericano el café alcanzó el 21,35% de participación, seguido por los bananos y plátanos con 11,82%, mientras que Costa Rica conserva su participación de piñas con 18,67% del total de bienes exportados.

Gráfico 10. Composición de las exportaciones año 2016



Fuente: elaboración propia a partir de (Legiscomex, 2022)

Para el año 2017, la realidad no dista mucho del año anterior, en el Gráfico 11 se observa que Colombia y Costa Rica conservan la participación de los productos priorizados, aunque su porcentaje de participación en algunos casos decreció, tal es el caso de los bananos y plátanos para Colombia y las piñas frescas en Costa Rica.

Gráfico 11. Composición de las exportaciones año 2017



Fuente: elaboración propia a partir de (Legiscomex, 2022)

De igual manera, para el año 2018 se conserva la participación del café en las exportaciones de Colombia, ocupando uno de los tres primeros lugares, en los cuales ya no se encuentra el plátano y banano, entre tanto Costa Rica Mejoró la cantidad exportada de piñas frescas respecto al año anterior, pasando de 13,84% a 17,39% (ver Gráfico 12).

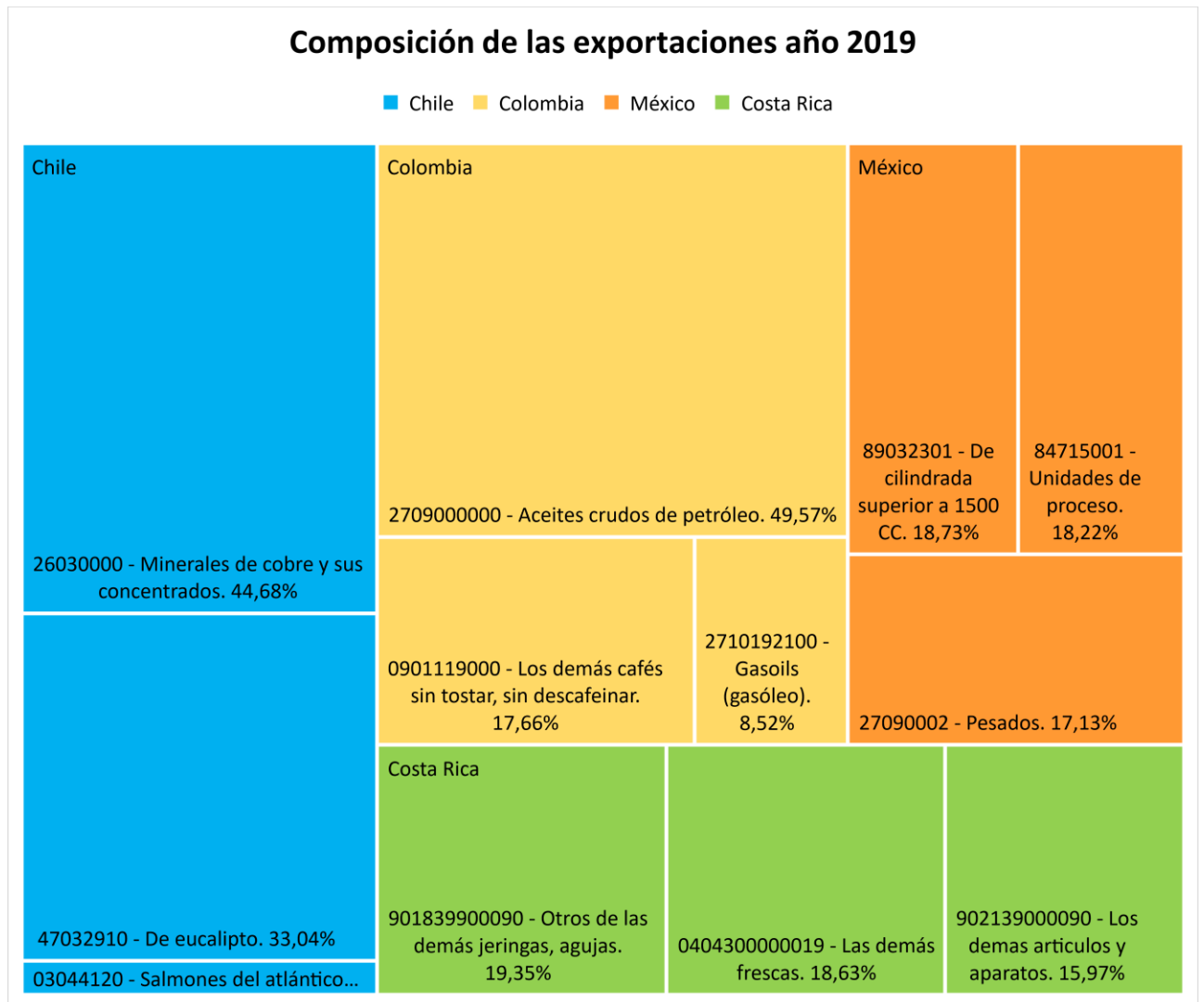
Gráfico 12. Composición de las exportaciones año 2018



Fuente: elaboración propia a partir de (Legiscomex, 2022)

Para el año 2019, la participación del café en las exportaciones desde Colombia se conserva, aunque con una leve disminución de 22,41% en 2018 a 17,66% en 2019; entre tanto que Costa Rica pasó de 17,39% en 2018 a 18,63% en 2019 en la exportación de piñas frescas (ver Gráfico 13).

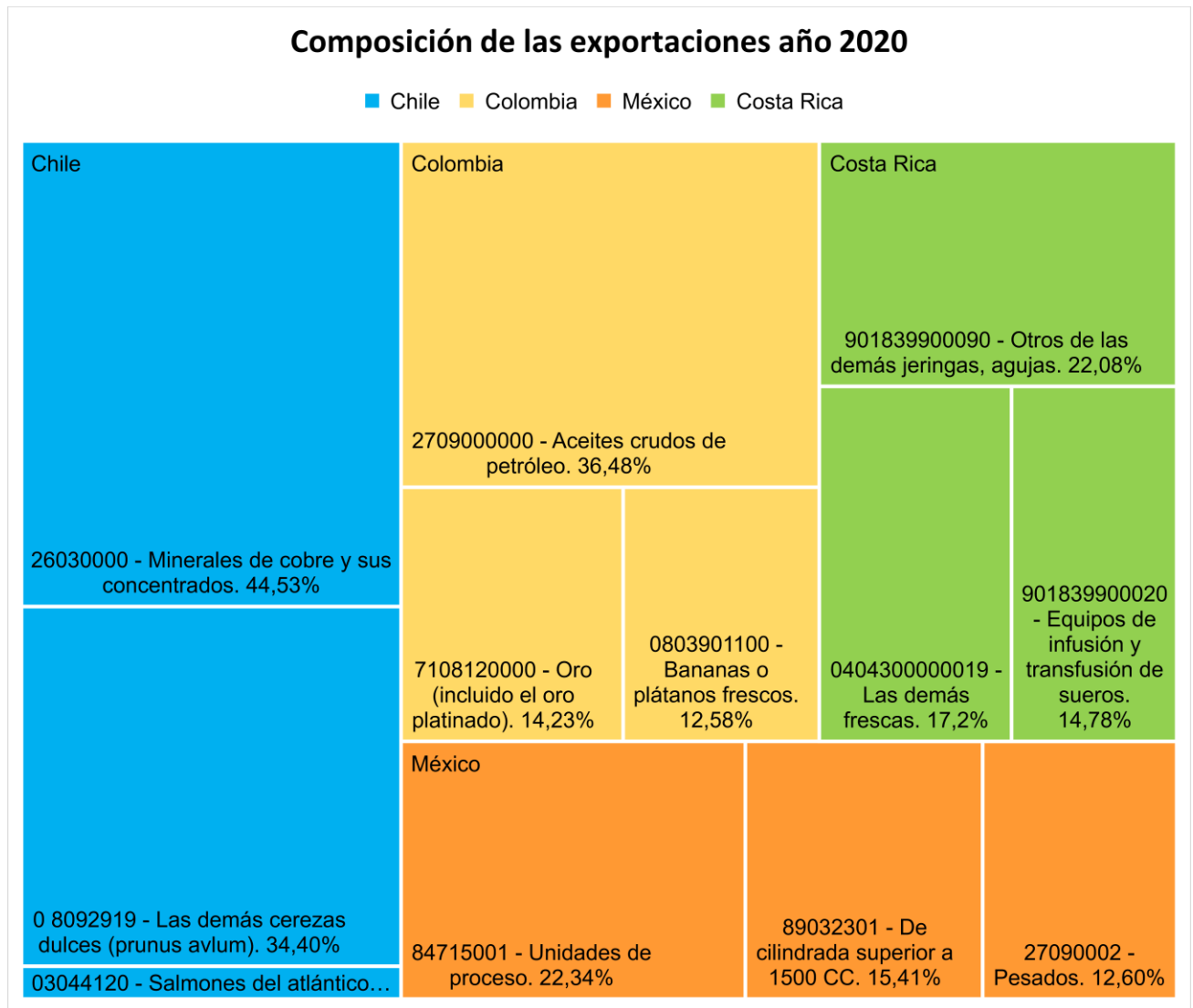
Gráfico 13. Composición de las exportaciones año 2019



Fuente: elaboración propia a partir de (Legiscomex, 2022)

En el Gráfico 14, se evidencia que los bananos y plátanos ocupan el tercer lugar en el total de exportaciones desde Colombia, con un 12,58%; pero el café ya no se encuentra entre los primeros productos exportados, desde otra arista Costa Rica conserva su exportación de piñas frescas con 17,2% del total de bienes exportados; Chile y México no ubican en sus tres primeros productos de exportación, a bienes priorizados en las redes de comercio justo.

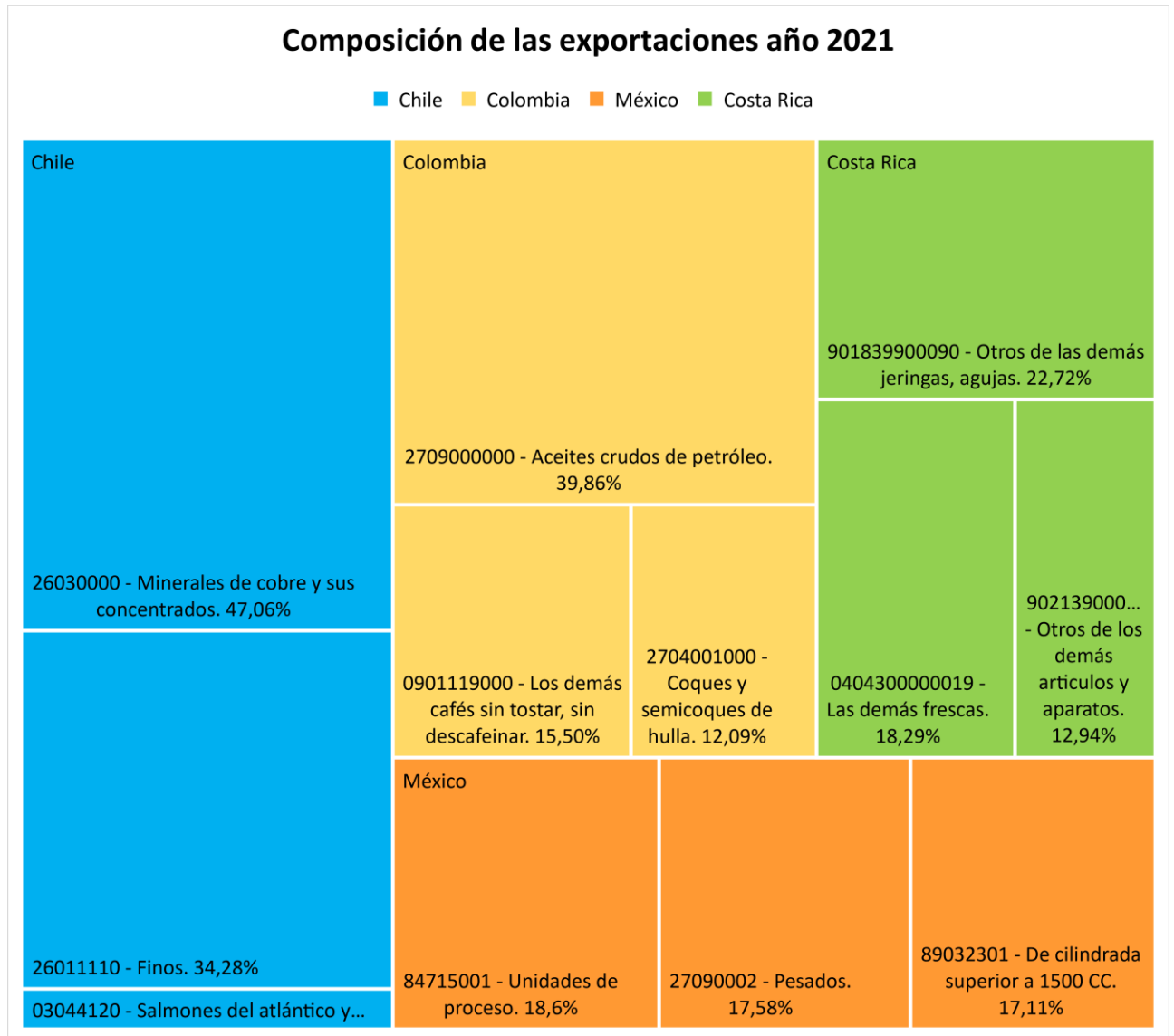
Gráfico 14. Composición de las exportaciones año 2020



Fuente: elaboración propia a partir de (Legiscomex, 2022)

Finalmente, el Gráfico 15 muestra que para Colombia y Costa Rica y como se ha observado en las gráficas anteriores, el café y las piñas frescas participan entre los 3 primeros bienes de exportación desde los países mencionados. Igualmente, que, para Chile y México, aún no se cuenta con participación en las exportaciones de bienes, los priorizados en el comercio justo.

Gráfico 15. Composición de las exportaciones año 2021



Fuente: elaboración propia a partir de (Legiscomex, 2022)

Teniendo en cuenta el índice de progreso social, el índice de competitividad global y la dinámica de exportación de los países de LAC miembros de la OCDE se puede concluir que:

El índice de progreso social no cuenta con indicadores enfocados en analizar si el sector agrícola se beneficia o no de iniciativas como las de comercio justo, si no que computa generalidades sociales en los países donde se hace la medición. De igual manera

el índice de competitividad global hace énfasis en factores como la innovación y el desarrollo de los países desde perspectivas de seguridad, democracia, acceso a tecnología y otros tópicos, pero no tienen en cuenta criterios de crecimiento en el sector agrícola, agropecuario y de pequeños productores de diferentes sectores.

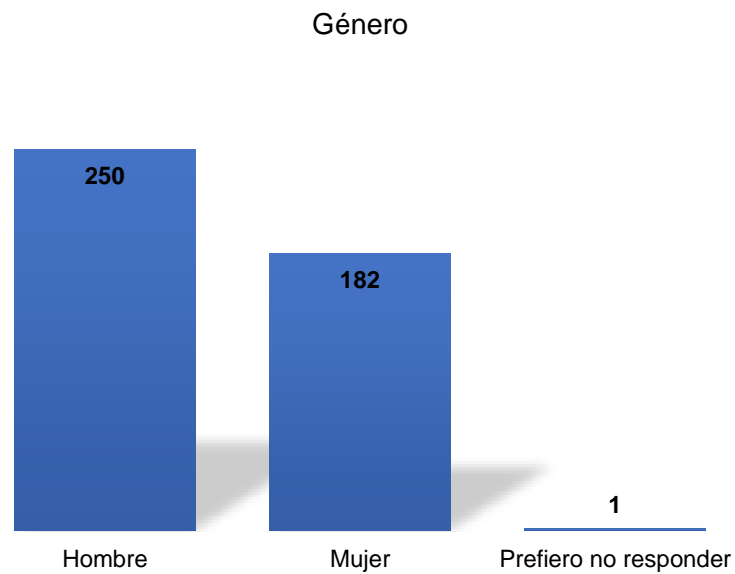
Finalmente, al analizar los tres principales productos exportados desde cada país en los últimos 7 años, se puede resaltar que en países como Colombia y Costa Rica si se exporta por lo menos un producto priorizado en las redes de comercio justo, como el café, la piña, el plátano y el banano; por el contrario, en México y Chile no se evidencia que los productos incluidos en *fair trade* hagan parte de sus tres principales productos exportados en los últimos 7 años.

Fuentes primarias de información

El instrumento de recolección de datos de fuentes primarias se aplicó alrededor de 1.000 personas, de las cuales dieron respuesta 433, el mínimo esperado era de 383 respuestas. A continuación, se analiza el resultado obtenido en las preguntas que componen la encuesta.

Entre los encuestados predominaron los hombres, alcanzando el 57,74%, seguido por mujeres con 42,03% y el 0,23% restante lo ocupa alguien que prefirió no indicar su género (ver Gráfico 16).

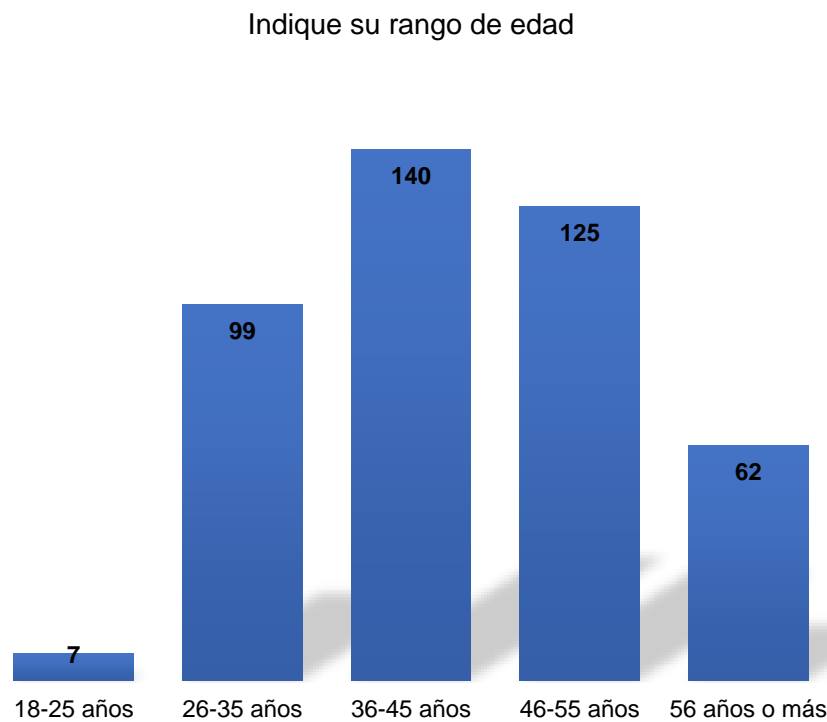
Gráfico 16. Género de los encuestados



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del instrumento de medición de fuentes primarias de información

El resultado etario indica que el 1,62% se encuentra entre 18 y 25 años, la mayor participación es para las personas entre 36 y 45 años con 32,33%, seguido por el 28,87% de las personas entre 46 y 55 años, el restante se ubica entre los 26 y 35 años con 22,86% y 56 años o más con 14,32% (ver Gráfico 17).

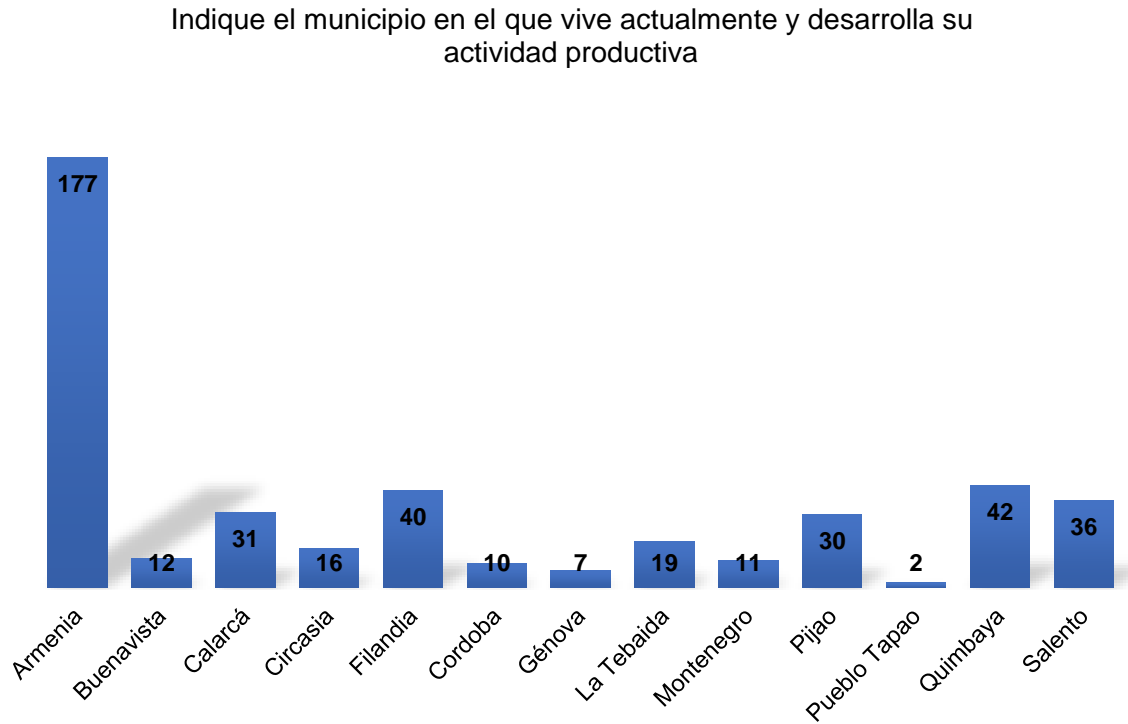
Gráfico 17. Rango de edad



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del instrumento de medición de fuentes primarias de información

El 40,88%, los encuestados viven en la ciudad capital, seguido de Quimbaya con 9,7% y Filandia con 9,24% (ver Gráfico 18).

Gráfico 18. Municipio de residencia y desarrollo de las actividades productivas

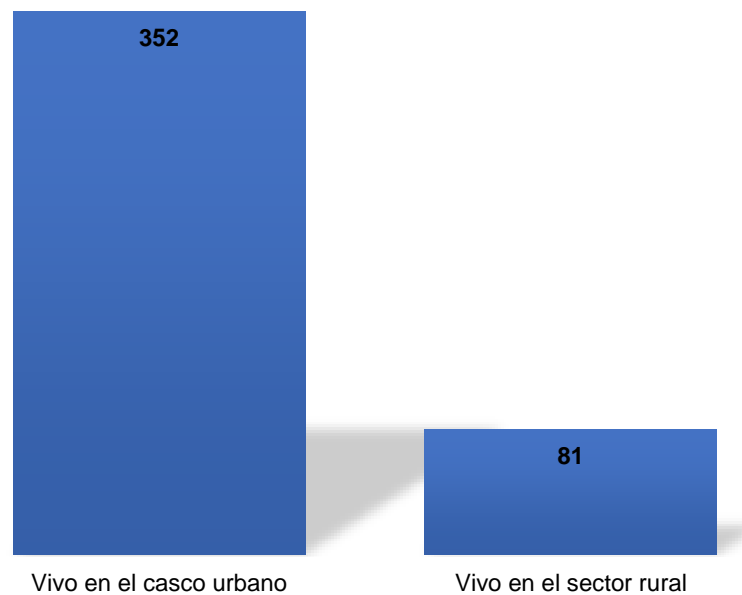


Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del instrumento de medición de fuentes primarias de información

La población objeto de estudio vive en su mayoría en el casco urbano, con un 81,29%; el restante vive en el sector rural (ver Gráfico 19).

Gráfico 19. Zona de residencia

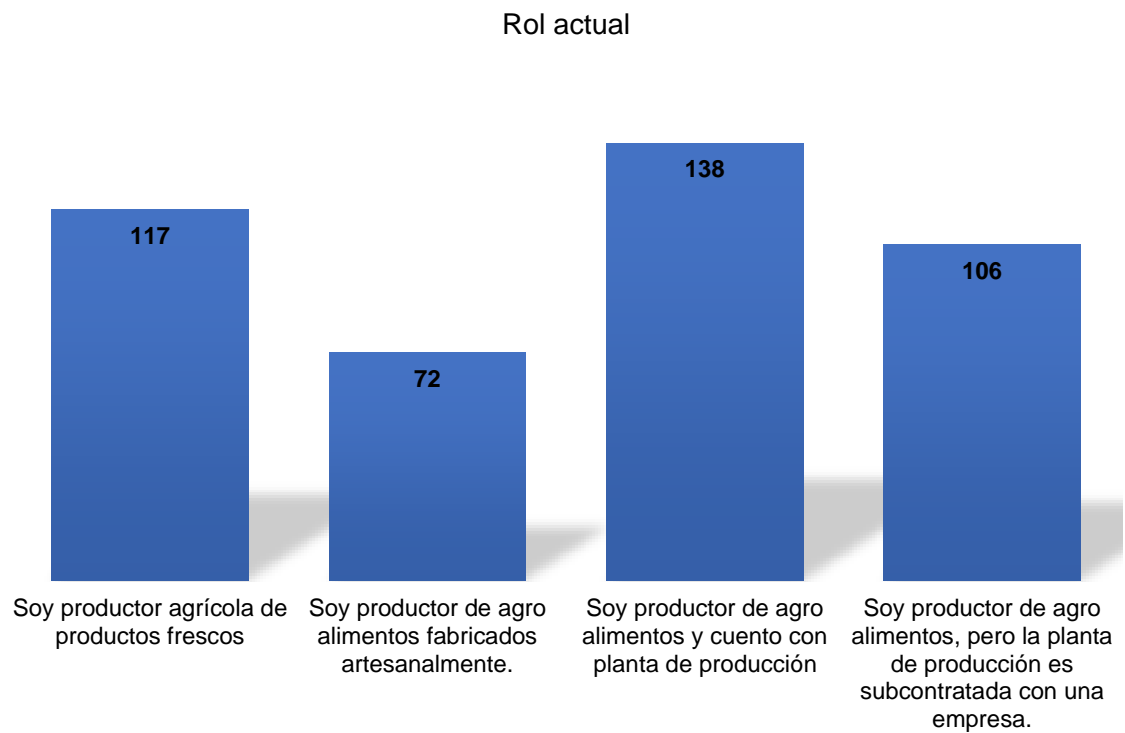
Seleccione la opción que corresponda



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del instrumento de medición de fuentes primarias de información

Los productores de agro alimentos que cuentan con planta de producción alcanzan el 37,87%, seguido por el 27,02% de los productores agrícolas de productos frescos y el 24,48% de quienes subcontratan su proceso productivo con terceros, finalmente solo el 16,63% desarrolla su proceso de fabricación de manera artesanal (ver Gráfico 20).

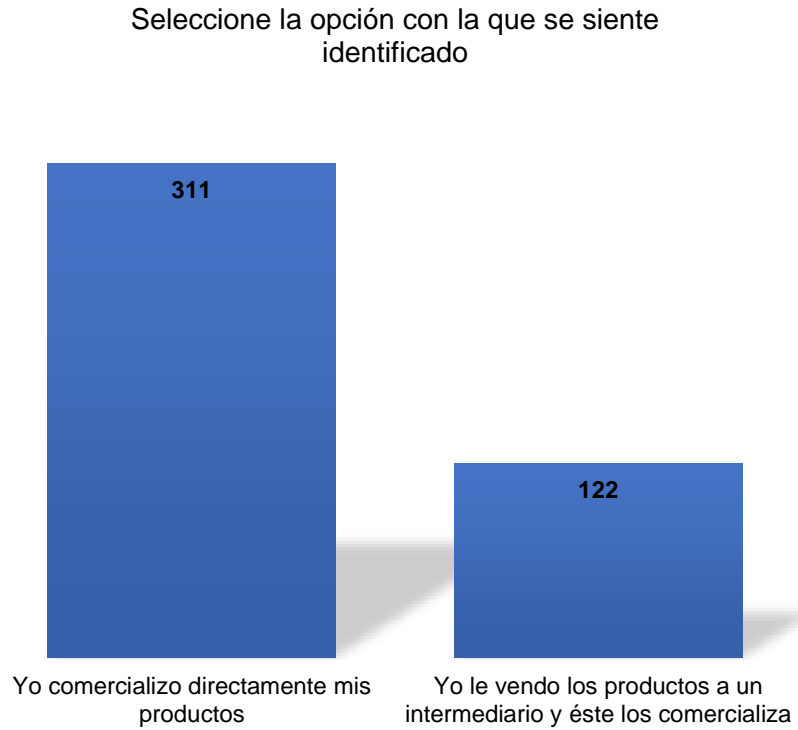
Gráfico 20. Rol actual de los productores



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del instrumento de medición de fuentes primarias de información

Frente a los criterios de comercialización, el 71,8% lo hace manera directa, mientras el 28,2% desarrolla el proceso a través de intermediarios (Ver Gráfico 21).

Gráfico 21. Comercialización de productos

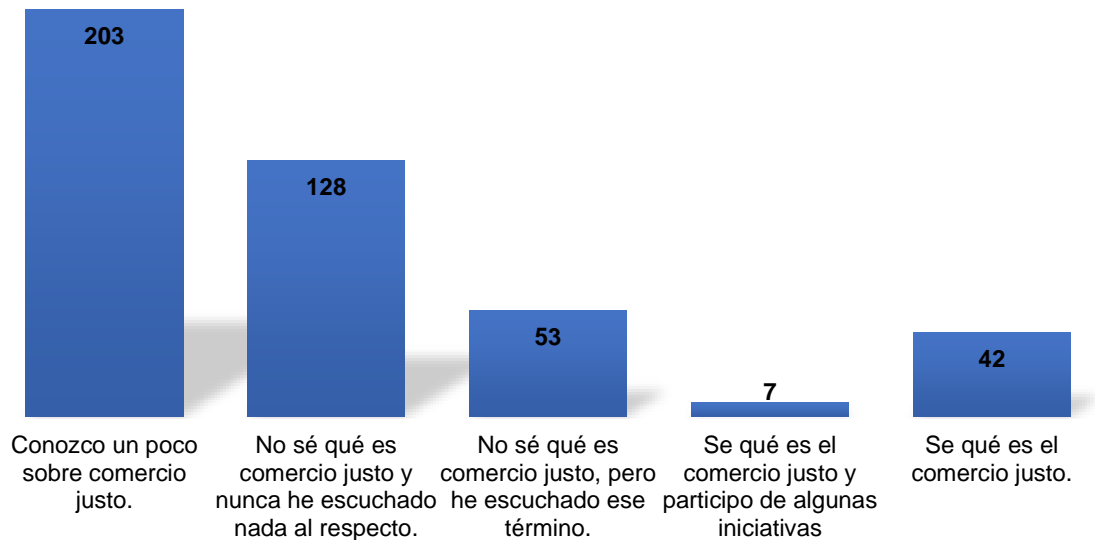


Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del instrumento de medición de fuentes primarias de información

Respecto al conocimiento sobre el comercio justo; el 46,88% conoce un poco sobre comercio justo, pero solo el 1,62% participa de alguna de estas iniciativas, aunado al 29,56% que no sabe qué es comercio justo y además no ha escuchado nada al respecto, solo el 12,24% ha escuchado el termino de referencia.

Gráfico 22. Conocimiento sobre comercio justo

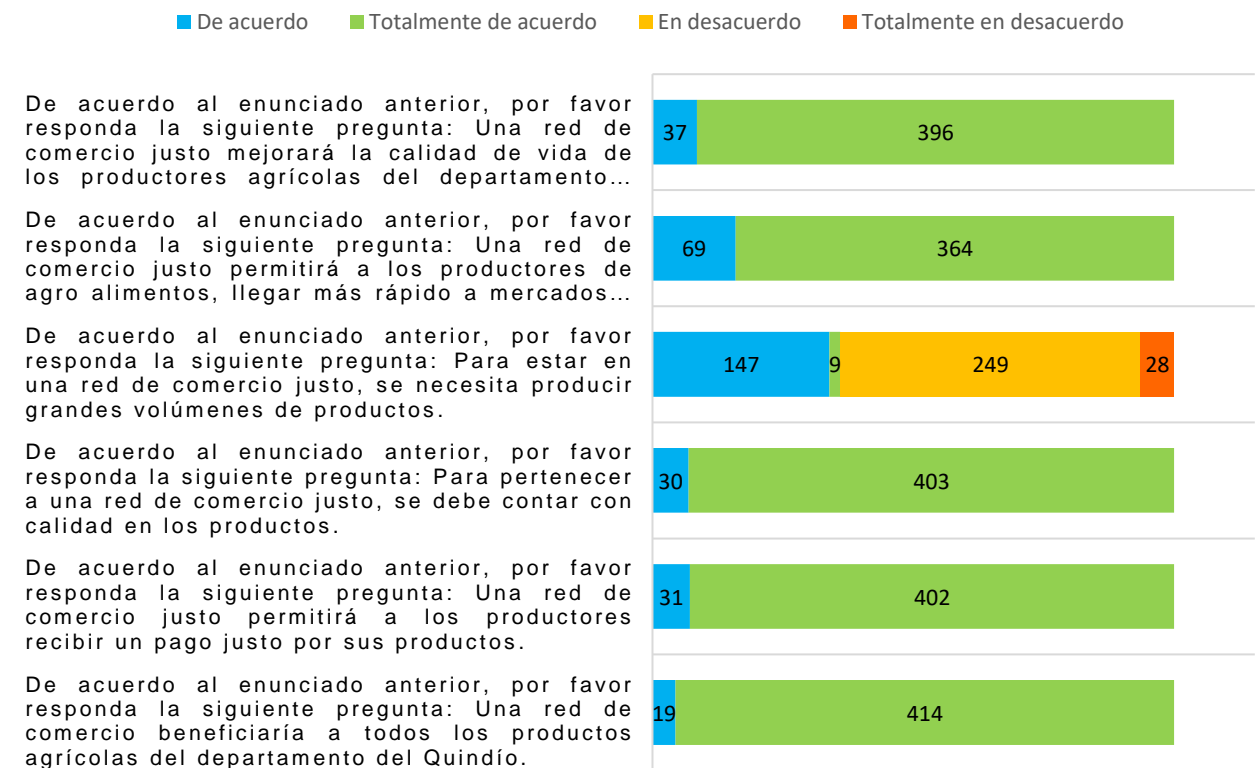
Teniendo en cuenta la siguiente afirmación “Conozco qué es el comercio justo”, por favor seleccione la opción con la que se identifica



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del instrumento de medición de fuentes primarias de información

En ese sentido, es importante resaltar que, el 95,6% está totalmente de acuerdo con que una red de comercio justo beneficiaría a todos los productores agrícolas del departamento del Quindío, igualmente el 92,8% afirma que una red de comercio justo permitirá a los productores recibir un pago justo por sus productos, así mismo el 93,07% está alineado con que es necesario contar con calidad en los productos para pertenecer a una red de comercio justo. Por el contrario, el 57,51% está en desacuerdo con que, para estar en una red de comercio justo, se necesita producir grandes volúmenes de productos, lo que difiere del 33,95% que consideran que si es necesario producir a gran escala. Por otra parte, el 84,1% está totalmente de acuerdo con que una red de comercio justo permitirá a los productores de agro alimentos, llegar más rápido a mercados internacionales. En esa misma línea el 91,5% considera que una red de comercio justo mejorará la calidad de vida de los productores agrícolas del departamento del Quindío (ver Gráfico 23)

Gráfico 23. Premisas de comercio justo



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del instrumento de medición de fuentes primarias de información

Dentro de los productos que más comercializan los encuestados, predomina el café tanto verde como tostado, así mismo se encuentran productores de aguacate hass, gulupa, aloe vera, uchuva, miel, plátano, mangostino, tomate, piña, banano, maíz, cítricos y frutas; dentro de los productos procesados está la panela, derivados lácteos, chips de plátano y yuca, cacao, ají, arequipe, cárnicos, galletas, plátano congelado, salsas picantes y bio fertilizantes. En menor cantidad se producen animales en pie como vacunos y aves de corral.

El análisis de los datos recolectados de fuentes primarias y secundarias, en este caso la encuesta y las matrices de análisis, permiten inferir que las redes de comercio justo probablemente benefician la exportación de algunos productos agrícolas en Colombia y Costa Rica, no obstante, no se evidencia que los agro alimentos reportados en la oferta exportada desde estos mercados, sean provenientes del *fair trade*.

De igual manera, el resultado de la encuesta aplicada a la población objetivo deja en evidencia que se tiene desconocimiento alrededor del comercio justo en el departamento del Quindío, y aunque han escuchado el término, no hay una iniciativa que lo promueva y gestione de acuerdo a los parámetros de las organizaciones internacionales.

Un estudio de Coscione (2019), propone un esquema de transformación de acuerdo a la teoría del cambio para pequeños productores, tomando como referente el caso Cosurca en el departamento del Cauca Colombia y Banelino en República Dominicana, dos redes de comercio justo para el sector agropecuario, enfocadas en la producción y comercialización de café y banano, así:

A. Intervención en el sistema *fair trade*: los resultados en el corto plazo se sustentan en la creciente inversión en pequeños productores, sus organizaciones y comunidades.

B. Apoyo en el fortalecimiento de las redes de comercio justo: mejorando las capacidades técnicas, la productividad y la calidad de los productos.

C. Desarrollo de redes y alianzas: movilizar a los productores hacia la articulación y las alianzas estratégicas, así como la gestión de alianza con otros actores.

Los impactos de las redes de comercio justo en su área de influencia, las menciona el mismo autor, haciendo énfasis en los beneficios para los productores desde aristas como:

- Acceso mejorado a servicios básicos.
- Menor riesgo hacia la seguridad alimentaria.
- Crecimiento con integridad.
- Incremento en el consumo consciente.
- Perspectiva de sustentabilidad de las comunidades beneficiadas.

El objetivo proponía identificar los efectos de las redes de comercio justo en su área de influencia, para los cual los productores de la zona objetivo consideran que una red de comercio justo tendrá beneficios en aspectos como el mejoramiento de la calidad de vida de los productores agrícolas, así mismo les permitirá llegar a mercados internacionales, siempre y cuando sus productos cumplan con los estándares de calidad requeridos.

Estrategias de las redes de comercio justo, que puedan ser replicables en el departamento del Quindío.

Las redes de comercio justo existentes en los países de LAC miembros de la OCDE, cumplen con los 10 principios del *Fair Trade* (ver **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.6**), de igual manera las asociaciones vinculadas cuentan con productos priorizados en cada región de acuerdo a su vocación productiva.

Ilustración 6. Descripción de los principios del comercio justo

1. Oportunidades para productores desfavorecidos	Pasar de la pobreza la autosuficiencia económica, a través del comercio justo.
2. Transparencia y responsabilidad	Responsabilidad al actuar frente a sus grupos de interés, comunicación asertiva para la toma de decisiones de las asociaciones vinculadas.
3. Prácticas comerciales justas	Prácticas que coadyuven al bienestar social, y enfocadas en relaciones solidarias, de confianza y el respeto mutuo entre todos los involucrados.
4. Pago Justo	Precios justos negociados entre los involucrados, bajo las premisas de igual pago, equidad de género y remuneración socialmente aceptable.
5. No al trabajo infantil, no al trabajo forzoso	Premisas articuladas con los derechos de los niños, aunado a la no aceptación del trabajo forzoso de ninguno de los miembros de la red.
6. No a la discriminación, igualdad de género, libertad de asociación.	Igualdad de género, derecho a la libre asociación sindical y un prospecto de oportunidades en igualdad de condiciones para todos.
7. Buenas condiciones de trabajo.	Entornos de trabajo seguro y saludable y con el cumplimiento de los parámetros de la organización internacional del trabajo, en igual sentido que el cumplimiento que las normas locales en donde se encuentra la red de comercio justo.
8. Desarrollo de capacidades.	Propender por el desarrollo y progreso de los pequeños productores, promoviendo el desarrollo de habilidades de gestión, capacidades de producción y acceso a los mercados de interés.
9. Promoción del comercio justo.	La promoción de la red, los productos y sus buenas prácticas, ofreciendo información que trascienda e impacte el entorno y el beneficio para los involucrados.
10. Respeto al medio ambiente.	Maximizar el uso de materias primas, uso de tecnologías amigables con el medio ambiente y promoción de la economía circular.

Fuente: elaboración propia a partir de (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2018)

Otro criterio relevante dentro de las estrategias de las redes de comercio justo se enfoca en las asociaciones clave que se gestan entre productores de productos similares y zonas cercanas (Coscione, 2019). Estas, deben estar enfocadas desde criterios éticos, que permeen mercados hacia el consumo consciente (Koos, 2021).

Desde otra arista, las certificaciones de *fair trade* también toman relevancia en las estrategias que implementan las redes de comercio justo para su adecuado funcionamiento, una de ellas es la certificación para la agricultura orgánica, ya que es un mercado en rápido crecimiento que puede brindar oportunidades a los países de América Latina y el Caribe (ALC) para diferenciar sus productos y diversificar sus ventas externas más allá de los productos básicos (Lisazo, 2022).

Las certificaciones no solo aplican para la agricultura orgánica, existe un sello general denominado *Fair Trade*, y otros para productos específicos como la miel, el arroz, las rosas, el café, el algodón. (ver Imagen 1 - Imagen 2).

Imagen 1. Sello general Fair Trade



Fuente: Tomado de (Fair Trade, 2022)

Imagen 2. Otros sellos Fair Trade



Fuente: Tomado de (Fair Trade, 2022)

En igual sentido se evidencian estrategias como la comercialización de los productos de comercio justo, a través de puntos de venta de las asociaciones, en donde los colaboradores trabajan bajo la figura de voluntarios, esto permite disminuir costos operativos de las tiendas y por lo tanto repercute en mejores ingresos para el productor, que a su vez y antes de que el producto se comercialice en tiendas, ya ha recibido el pago de este (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2012).

Una de las funciones de las organizaciones que lideran el comercio justo en los diferentes países, es la capacitación constante para los miembros de la red, en tal sentido es importante mencionar que los temas a trabajar se centran en mejores formas de producción, generación de valor agregado, asociatividad y estrategias de comercialización exitosa.

Así mismo, la articulación de los tres criterios generales: respeto a los derechos humanos, prácticas justas y protección del medio ambiente, con los procesos productivos y comerciales hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible- ODS, coadyuvando al cumplimiento de los 10 principios generales que las redes de *fair trade* deben integrar en su operación (Pernin et al. 2018).

Finalmente se identifica la cadena logística que soporta el funcionamiento comercial de las redes de comercio justo:

Producción: los procesos productivos son llevados a cabo por las pequeñas organizaciones productoras de productos frescos o con valor agregado.

Distribución: Se desarrolla a nivel local, regional, nacional o internacional de manera directa por las organizaciones que lideran las iniciativas en cada territorio.

Venta: se propende porque las tiendas vendan directamente al consumidor final, con la excepcionalidad de algunos procesos en mercados globales, donde los bienes se comercializan a través de terceros.

Consumo: El consumo se dirige a modelos globales humanos y ecológicos, trascendiendo hasta el consumo consciente.

A través de la cadena logística y de valor del comercio justo, se busca dar cumplimiento a:

Precios mínimos, que permiten cubrir los costos de producir cultivos de manera sostenible, permitiendo proteger al productor de las fluctuaciones convencionales en los precios de mercado. También, la prima *Fair trade*, como dinero extra que recibe el productor y que en consenso de la red definen cómo o en qué invertir; otra característica es hacia las condiciones de trabajo decente, no discriminación, no trabajo forzoso y no trabajo infantil, todo ello permite una mejor planificación para el futuro, seguridad y una mejor relación con los compradores (Fair trade, 2022).

Componentes de un modelo de comercio justo, aplicable al sector agro-alimentos del departamento del Quindío.

La de Comercio Justo Fairtrade es mucho más que una mera certificación ecológica; es la única y la mejor certificación ética y social que realmente garantiza un impacto en lo social, ambiental, ético y económico, y —por lo tanto— un impacto humano. Enrique Calderón, cafetalero, cooperativa COOPEAGRI (Costa Rica)

Para la existencia de redes y modelos de comercio justo, es necesario contar con:

- Productos priorizados por las coordinadoras nacionales de comercio justo.
- Productores con voluntad de asociación.
- Canales de comercialización locales, regionales, nacionales o internacionales.
- Cumplir con los requisitos internacionales de *fair trade*.
- Verificar si el ámbito geográfico *fair trade* tiene alcance en su jurisdicción.
- Identificar si el producto tiene criterios predeterminados por *fair trade*.

A través de Flocert (organismo de certificación global de *fair trade*), los productores, comercializadores y marcas propenden por alcanzar los estándares del comercio justo y

optar por certificarse, para ellos existen criterios de cumplimiento agrupados en 5 generalidades que contienen puntos de control verificables a través de auditorías:

- a. Organizaciones de pequeños productores.
- b. Trabajo contratado.
- c. Organizaciones de minería artesanal y a pequeña escala.
- d. Certificación comercial.
- e. Criterio de *fair trade* sobre el clima.

Existen tres tipos de criterios de cumplimiento:

- **Core (C):** Criterios básicos.
- **Major (M):** Criterios mayores.
- **Requisitos de desarrollo (D):** Mejora continua.

Aunados a 5 niveles, con rangos entre 1 y 2 cuando no se cumple, y entre 3 y 5 cuando se cumple con el criterio *fair trade*.

Para el caso del departamento del Quindío, se deben cumplir los criterios para pequeños productores, estos se pueden apreciar en el documento emitido por Flocert:

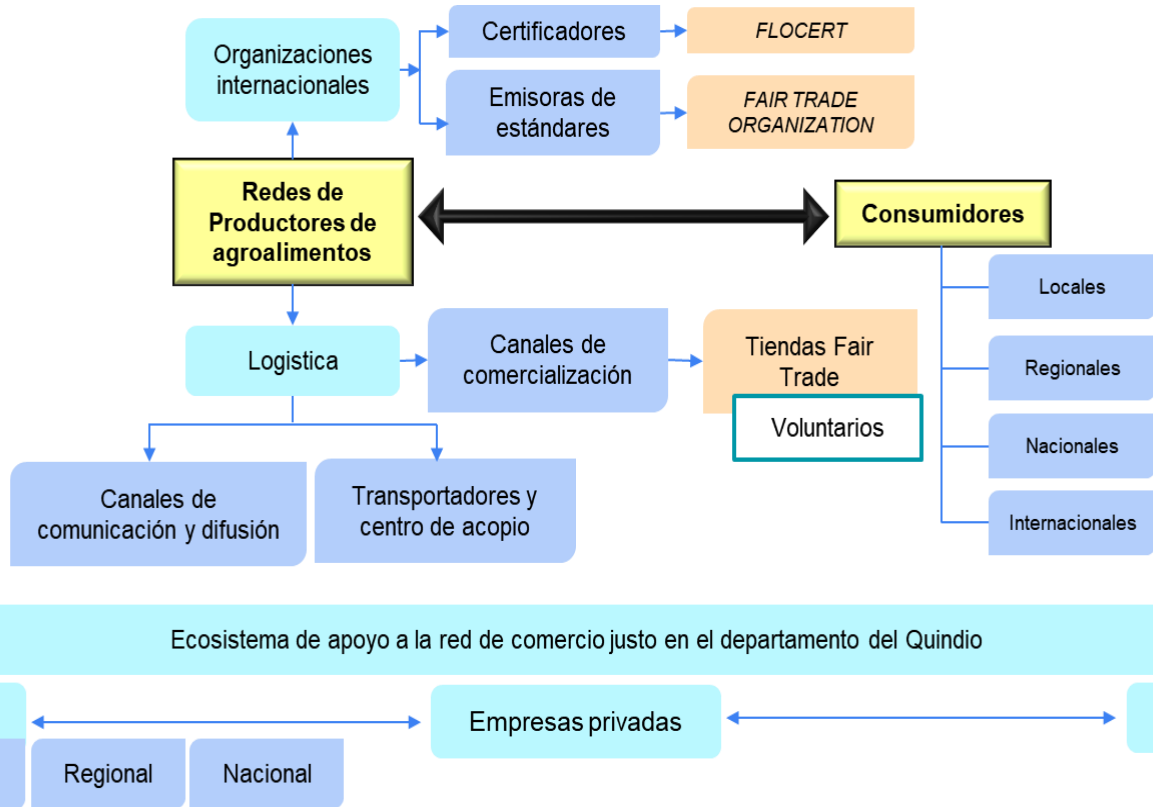
<https://www.flocert.net/wp-content/uploads/2022/01/pequenos-productores-criterios-cumplimiento.pdf>

A partir del cumplimiento de los criterios establecidos por las organizaciones líderes a nivel internacional, es necesario contar con:

- **Mercado:** que permita comercializar los productos *fair trade* del departamento del Quindío.
- **Medios digitales de comunicación:** que promuevan el consumo consciente y permitan ofertar los productos de manera asertiva.
- **Una cadena logística:** que permita la distribución de los productos y su recepción de parte del consumidor final, en este caso se requieren vehículos que transporten los productos desde el productor hasta el consumidor, ello además implica un proceso de envase, empaque y embalaje adecuado para la protección de los bienes durante su transporte.
- **Voluntad articulada de los actores involucrados y el liderazgo de la comunidad:** que permita resultados efectivos y alineados con los parámetros de *fair trade*.

Ver en la Ilustración , el modelo propuesto para una red de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, y que se describió anteriormente

Ilustración 7. Modelo de comercio justo para el departamento del Quindío



Fuente: elaboración propia

Análisis de resultados

El objetivo de esta investigación ha sido diseñar un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, a partir del análisis de las redes existentes en los países de LAC, miembros de la OCDE, identificando sus componentes y actores. Aunado a rebatir si los modelos de comercio justo tienen un efecto directo en el crecimiento económico y desarrollo sostenible del sector en los países objeto de estudio en donde se han implementado y que a su vez mejoran la competitividad y el nivel de exportaciones del sector.

En ese sentido y a partir del análisis de la información extraída de fuentes primarias a través de la encuesta y de fuentes secundarias por medio de matrices de datos, se resalta que no existe un modelo único de comercio justo, si no que se articula a través de redes que deben cumplir con estándares trazados por las organizaciones líderes en el tema a nivel mundial; así mismo se pudo identificar el desconocimiento que tienen los productores agrícolas del departamento del Quindío, sobre lo que es comercio justo y el impacto positivo que este puede traer en el mejoramiento de su calidad de vida.

Para ello se proponen algunas estrategias que requieren articulación de los sectores públicos y privados en función de coadyuvar a la implementación de una red efectiva de comercio justo para los 12 municipios del departamento.

Situación actual:

La situación actual tiene diferentes aristas que van desde el desconocimiento del comercio justo en la población, hasta las mediciones de competitividad que desarrollan organizaciones de orden internacional, en donde se identifican aspectos como:

a. Desde la medición del índice de competitividad global del Foro Económico Mundial: se miden 12 pilares, pero ninguno de ellos incluye al comercio justo como estrategia asertiva para mejorar la calidad de vida de la población.

b. De igual manera el índice de progreso social mide tres criterios, que tampoco incluyen al comercio justo.

c. El análisis de las exportaciones de los países objeto de estudio, muestra que no hay una medición que permita identificar si los productos agrícolas exportados hacen parte de las redes de comercio justo en los territorios.

d. Los datos recopilados de fuentes primarias, reflejan el desconocimiento de la población sobre los conceptos y funcionamiento de las redes de comercio justo, así como los beneficios que se obtienen a través de ellas.

Oportunidades

Dentro de las oportunidades identificadas se tiene que:

a. El comercio justo es una tendencia creciente que se ha ido expandiendo alrededor del mundo.

b. El departamento del Quindío cuenta con variedad de agro alimentos frescos y procesados, que se pueden articular a través de una o varias redes de comercio justo, de acuerdo a los estándares internacionales.

Propuesta de solución al problema planteado

Para implementar una o varias redes de comercio justo para los productores de agro alimentos frescos y procesados en el departamento del Quindío, es importante empezar por un proceso de sensibilización y caracterización, que posteriormente permita que ellos manifiesten la voluntad de articularse y trabajar conjuntamente en la promoción y comercialización de sus productos.

La sensibilización y capacitación puede ser orientada desde las instituciones de educación superior públicas y privadas del departamento, aunado a articularse con el sector gubernamental local, de tal manera que cuente con la voluntad y asociación público – privada en función de la implementación y el liderazgo de una red de comercio justo que pueda mejorar la calidad de vida de sus miembros y por lo tanto impactar de manera positiva en el entorno y al desarrollo de su área de influencia.

Discusión

Desde el año 1964 la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo – UNCTAD, estructuró propuestas encaminadas a formular políticas que ayudaran a la solución de problemas alrededor del desarrollo de los países, es allí donde surge el término “tiendas solidarias”, que trazaría las bases para el comercio justo y que en la actualidad permea las transacciones comerciales en los mercados. Y, como lo menciona Infante (2012), el crecimiento de la tendencia fair trade se incardina en tres aspectos:

- a. El cuidado del medio ambiente.
- b. La búsqueda del consumo responsable.
- c. El apoyo a poblaciones vulnerables.

Dentro de los limitantes evidenciados para el funcionamiento de las redes de comercio justo, se encuentran los precios, Gragusanu et al. (2014), mencionan que una de las premisas relevantes es el control de precios de los productos priorizados y parte de las redes, donde este debe permitir la sostenibilidad de los procesos productivos, y contribuir a mejorar la calidad de vida de la población; en ese sentido se puede generar dificultad en el departamento del Quindío, ya que los precios de los insumos para la producción agrícola fluctúan porque en su mayoría son importados, esto limita su acceso e incrementa el costo de producción y por ende el precio de venta de los productos frescos y procesados.

Desde otra perspectiva, Galtung (2019) menciona que, para el adecuado funcionamiento de las redes *de fair trade* es necesario optar por las certificaciones que provee el sistema, para ello se requiere cumplir con los estándares de las organizaciones líderes, pagar las tarifas establecidas para ello y prepararse para las auditorias, que si bien garantizan la calidad del proceso y de los productos, también puede ser un factor adverso porque genera un costo para los productores y a su vez puede ralentizar la puesta en marcha de las redes.

Así mismo, Motthida (2019) resalta la importancia de la responsabilidad social de las empresas y lo articula con el comercio justo, donde los participantes de las redes interactúan con las empresas a través de mesas de negociación con el fin de mejorar las condiciones de producción, empleo y calidad de vida de la comunidad y que puedan replicarse en su entorno inmediato.

Un análisis comparativo desarrollado por Stenn (2013), establece las características relevantes entre el comercio justo y el comercio libre, que por décadas

fueron confundidos. El segundo permite que cualquiera pueda comercializar sus productos y servicios en los diferentes mercados, aunado a que su enfoque es global y trasciende fronteras comerciales, mientras que el primero establece reglas claras hacía la justicia en los procesos productivos, el pago justo y la sostenibilidad de la población, que de manera libre se articula a través de redes de fair trade pero que a su vez deben ser reguladas y verificadas por las organizaciones de orden internacional y entes certificadores como Flocert.

Por su parte la carta internacional del comercio justo enfatiza en la importancia de incidir en las políticas públicas, donde las organizaciones de comercio justo buscan aprovechar el impacto que generan con el trabajo en las comunidades y a su vez permear la normatividad de los territorios en donde tienen influencia, propendiendo porque los principios se conviertan en normas, siendo agentes de cambio en las formas convencionales del comercio “Justicia, igualdad y desarrollo sostenible deben estar en el corazón de las estructuras comerciales” (Coordinadora de organizaciones para el desarrollo, 2022).

Finalmente es importante identificar si el gobierno local en el departamento del Quindío se encuentra con la intención de apoyar la implementación de redes de comercio justo y que a futuro se categoricen como modelos que puedan replicarse en otros territorios del país, de igual manera también es necesario conocer la voluntad de los productores de agro alimentos de vincularse a este tipo de iniciativas, siendo ellos los actores principales.

Conclusiones y Trabajo Futuro

Conclusiones

El análisis de la información recolectada en el presente estudio permite identificar que:

A través de variables como exportación, desarrollo social, exportaciones y competitividad global, no es posible medir el efecto directo de las redes de comercio justo en el crecimiento económico y desarrollo sostenible de sus áreas de influencia, para ello se hace necesario que a partir de medidas gubernamentales se empiece a medir qué cantidad de bienes priorizados y participantes en las redes de comercio justo, van para oferta exportable de los países, de igual manera en lapsos diferentes medir si los productores miembros de las redes de *fair trade* evidencian algún mejoramiento en su calidad y nivel de vida, antes y después de pertenecer a este tipo de iniciativas.

Las iniciativas de comercio justo en los países de LAC miembros de la OCDE, son lideradas por organizaciones de orden internacional, y queda en evidencia la necesidad de priorizar más productos de acuerdo a la vocación productiva de los países, que puedan incluirse en las redes existentes, o promover nuevas redes.

Dentro de las estrategias de las redes de comercio justo, se identifica que para el departamento del Quindío se pueden replicar los procesos productivos ecológicos, ya que las condiciones climáticas así lo permiten, de igual manera se pueden replicar estrategias como optar por certificaciones internacionales *fair trade*, en función de posicionar el comercio justo en el departamento y fuera de él, como por ejemplo las regiones y países que compran los bienes.

Cumplir con las condiciones exigidas por las organizaciones internacionales líderes del comercio justo, a través de flocert; exige a los productores y organizaciones interesadas en acceder a las certificaciones, que estructuren de manera suficiente todos los procesos necesarios para cumplir con los parámetros de las auditorias de cumplimiento, esto a su vez requiere trabajo en equipo y voluntad de los actores (públicos y privados).

Trabajo futuro

Dentro de las oportunidades de trabajo futuro a partir de diferentes aristas, se tiene que:

a. A partir de los 10 principios del comercio justo se pueden abordar temas como:

Principio 3 (Prácticas comerciales justas) - Oportunidad de trabajo futuro:

Caracterización de las prácticas comerciales justas, en los países donde se han implementado redes de comercio justo.

Principio 4 (Pago justo)- Oportunidad de trabajo futuro: Similar a la franja andina de precios (sistema que establece de manera bimensual, precios a algunos productos que se producen de manera paralela en Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia), estudiar de qué manera se pueden establecer precios a los productos objeto del comercio justo.

Principio 8 (Desarrollo de capacidades) - Oportunidad de trabajo futuro: Identificar qué capacidades se pueden desarrollar en las diferentes áreas donde se tiene perspectiva para establecer redes de comercio justo, y a partir de allí proponer estrategias para su implementación.

b. A partir de las temáticas abordadas por los autores de referencia, como: comercio justo y consumo consciente; se identifican oportunidades alrededor de seguridad alimentaria y comercio justo, de igual manera desde la perspectiva de comercio justo y desarrollo, se puede profundizar en la propuesta de indicadores que midan efectivamente el impacto del comercio justo en las comunidades y en los países, y finalmente desde la articulación del comercio justo y las organizaciones internacionales, la oportunidad de investigación puede enfocarse en el engranaje que se puede gestar entre éstas y los gobiernos de cada país, de tal manera que se puedan consolidar políticas públicas de apoyo a las redes de *fair trade*.

c. Desde el resultado de las fuentes de primarias de información objeto de esta investigación, las oportunidades de nuevas temáticas se pueden encaminar hacia estructuras de capacitación y sensibilización acordes a los productos priorizados y a las características culturales de la población.

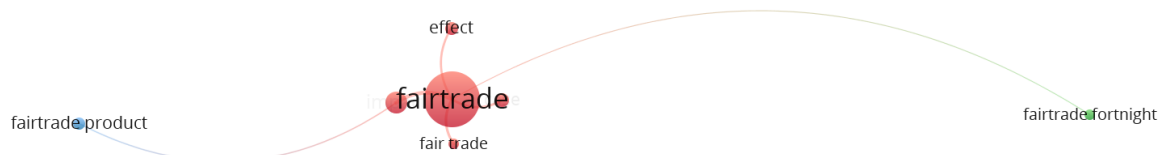
d. De igual manera a partir del resultado de los datos recopilados de las fuentes secundarias de información, se pueden proponer diferentes temas:

Analizar la viabilidad de nuevas partidas arancelarias en el arancel de aduanas para los productos *fair trade*, de tal manera que se pueda medir su impacto en el total de

exportaciones de los países. También, proponer métricas que puedan servir de soporte al Foro Económico Mundial para su índice de competitividad global.

De manera complementaria y a partir de la herramienta Vosviewer, se identifica concentración en temas como el efecto del comercio justo y menos densidad de datos en temas como: productos de comercio justo y oportunidades de comercio justo, en ese sentido estos últimos se convierten en oportunidades de investigación (ver Ilustración 8)

Ilustración 8. Network data Fair trade



Fuente: desarrollado en vosviewer software

De igual manera se gestan oportunidades de investigación en temas como *fair trade* y sostenibilidad, ya que la densidad de datos y la distancia de investigaciones abordadas es leve (ver Ilustración 9).

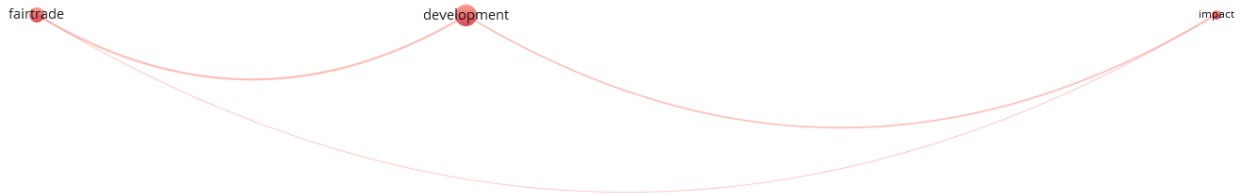
Ilustración 9. Network data fair trade and sustanaible



Fuente: desarrollado en vosviewer software

Aunado a lo anterior, la articulación entre *fair trade*, desarrollo y su impacto, también evidencia distancia de datos, lo que consolida en oportunidad de investigación a posibles temáticas como: inferencia del comercio justo en el desarrollo de los mercados, o impacto del comercio justo en el desarrollo económico, social y fortalecimiento cultural de las poblaciones.

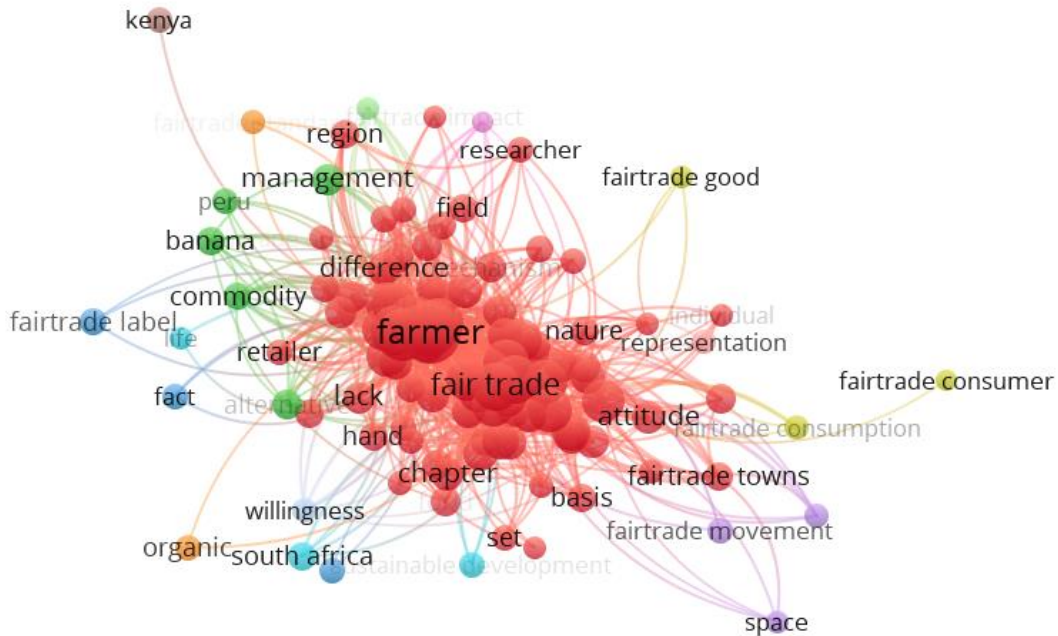
Ilustración 10. Network data fair trade and development



Fuente: desarrollado en vosviewer software

La Ilustración 10, muestra otros temas que pueden ser abordados en futuras investigaciones.

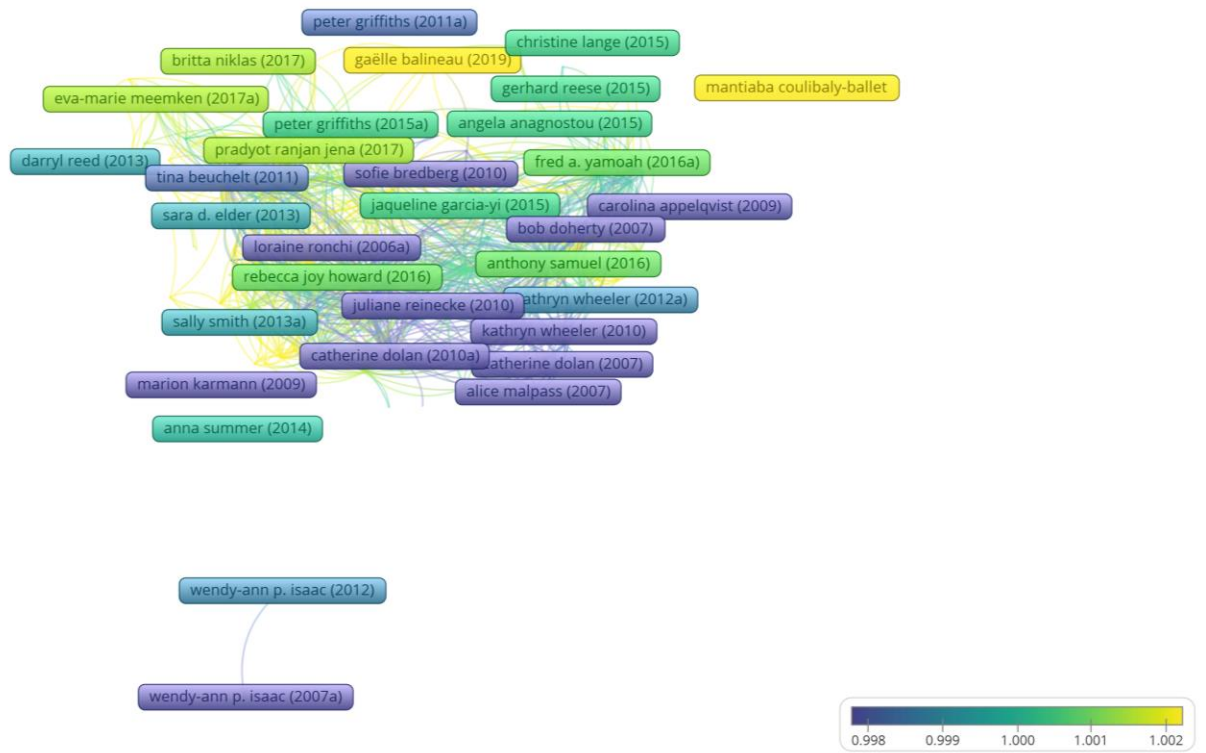
Ilustración 10. Fair trade and other topics



Fuente: desarrollado en vosviewer software

La Ilustración , muestra los principales autores de investigaciones sobre el tema objeto de está monografía, los cuales se pueden tomar de referencia para futuros estudios.

Ilustración 11. Red de autores alrededor del Fair trade, entre los años 1964 y 2022



Fuente: desarrollado en vosviewer software

Referencias

- Aguilar Poaquiza, Juan Bladimir, Avalos Peñafiel, Víctor Gabriel, Moncayo Sánchez, Yolanda Patricia, & Carrión Torres, Marco Vinicio. (2021). Comercio justo una opción estratégica para mejorar el sistema de comercialización agrícola. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 49-63. Epub 30 de junio de 2021. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.127>
- Aiken, L. R. (1985). Three Coefficients for Analyzing the Reliability and Validity of Ratings. *Educational and Psychological Measurement*, 45(1), 131–142. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.1177/0013164485451012>
- Andrade, O., & Nixon, J. (2019). Modelo de negocio para asociación de productores de cacao y derivados aromas del sur, año 2019. *Repositorio institucional UPTL*, 14-28.
- Benavides Vindas, S. (2016). Estructuralismo - neo-estructuralismo y el análisis del desarrollo productivo. *Economía y Sociedad*, 21(50), 1. <https://doi.org/10.15359/eys.21-50.5>
- BERIK, G. (2020). Evaluación del Índice de Progreso Real para medir lo que importa y orientar las políticas. *Revista internacional del trabajo*, 75-100
- Brown, M. B. (1998). Comercio justo, comercio injusto: hacia una nueva cooperación internacional. En M. B. Brown, *Comercio justo, comercio injusto* (pág. 38). Icaria .
- Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío. (2021). *Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío*. Obtenido de https://camaraarmenia.org.co/wp-content/uploads/2021/06/dinamica_empresarial_quindio_2021.pdf
- Castillo, J. F. (2013). La intermediación como un impedimento al desarrollo. *Economía y Desarrollo Rural*, 27-32.

Castillo, C. (2020, 13 agosto). Cómo se mide la economía de un país. BBVA NOTICIAS. Recuperado 30 de julio de 2022, de <https://www.bbva.com/es/pe/como-se-mide-la-economia-de-un-pais/>

Cepeda Bastidas, D. A., & Cuaspa Ortega, Y. G. (Enero de 2019). Efectos del comercio justo orgánico en los sistemas productivos de la organización FONMSOEAM en la provincia de Esmeraldas. *Efectos del comercio justo orgánico en los sistemas productivos de la organización FONMSOEAM en la provincia de Esmeraldas*. Quito, Ecuador: Universidad Central del Ecuador.

CLAC Comercio Justo - Fairtrade. (2022, 1 abril). Inicio. CLAC Comercio Justo. Recuperado 3 de abril de 2022, de <https://clac-comerciojusto.org>

Chiang, A. G. (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? *Polis*, 105-140

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (11 de 2017). *CEPAL*. Obtenido de El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/42404>

Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2012, mayo). Cuaderno de comercio justo (N.o 1). Advantia Comunicación Gráfica. <https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2012/05/cuaderno-caf%C3%A9-castellano2.pdf>

Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2018, 9 marzo). Los diez principios internacionales •. Recuperado 27 de abril de 2022, de <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/los-10-principios-internacionales/>

Coscione, M. (2012). Las Metas del Milenio y los Principios del Comercio Justo. *El Ágora U.S.B.*, 167-182.

Coscione, Marco. (2015). América Latina y el sentido originario del comercio justo. *Eutopía - Revista de Desarrollo Económico Territorial*. 11. 10.17141/eutopia.7.2015.1633.

Cuenca García, E., & Navarro Pabsdorf, M. (2015). Retos y soluciones alternativas de la UNTAC frente al subdesarrollo (1964-2014). *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal: Revista de Economía Mundial*, 239-260

Departamento Nacional de Estadística. (2018). Censo Nacional de Población y Vivienda DANE 2018. www.dane.gov.co. Recuperado 26 de octubre de 2021, de https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/63_infografia.pdf

DANE. (Junio de 2021). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#geih-mercado-laboral>

Derler, & Birgit, & Stephens, Simon & O'Rourke, Vicky. (2013). Fair trade, marketing and consumer behaviour. 7. 70-82.

DIAN. (2021). Obtenido de <https://www.dian.gov.co/tramitesservicios/tramites-y-servicios/Paginas/tramites-aduaneros.aspx>

Dragusanu, R., Giovannucci, D., & Nunn, N. (2014). The Economics of Fair Trade. *The Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 217–236. <http://www.jstor.org/stable/23800584>

Durán, C. I. (2019). Los paradigmas del desarrollo y su evolución: Del enfoque económico al multidisciplinario. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 7-23.

Económico, O. p. (2015). *COLOMBIA, políticas prioritarias para un desarrollo inclusivo*. Paris: OCDE.

Elizabeth Bennett Grabs, Janina (2021) Rethinking the “necessary” trade-offs of distributing value to suppliers: An analysis of the profit-sharing model *Harvard Kennedy School Working Paper Series*

Erin L. O'Connor, Lauren Sims, Katherine M. White, Ethical food choices: Examining people’s Fair Trade purchasing decisions, *Food Quality and Preference*, Volume 60, 2017, Pages 105-112, ISSN 0950-3293, <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.04.001>.

Fair trade. (2022) Los Sellos FAIRTRADE. Fairtrade International. Recuperado 29 de abril de 2022, de <https://info.fairtrade.net/es/what/the-fairtrade-marks>

Felber, C. (2012). *Socioeco*. Obtenido de http://www.socioeco.org/bdf_auteur-1147_es.html

Ferreya, Bernal Torres, C., & Cegara, S. J. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Pearson.

Ferro-Soto , C., & Mili , S. (2013). Desarrollo rural e internacionalización mediante redes de Comercio Justo del café. Un estudio del caso. *Cuadernos de desarrollo rural*, 267-289.

Foro Económico Mundial. (12 de Octubre de 2016). Obtenido de <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>

Fredrik Galtung. How impactful is Fair Trade? A paradigm shift in reporting would tell a better story. *Journal of Fair Trade*. Vol. 1(2):40-48. DOI: 10.13169/jfairtrade.1.2.0040

Gobernación del Departamento del Quindio. (17 de Septiembre de 2013). *Gobernación del Quindio*. Obtenido de <https://quindio.gov.co/el-departamento/generalidades/datos-geograficos-basicos>

Green, Harmacek, Krylova, M. J. P. (2020). *Índice de progreso social*. socialprogress.org. https://www.socialprogress.org/static/199117958a2ce200b7d85a39fb2df6c5/indice_de_progreso_social_2020.pdf

Helene Naegele. (2020). Where does the Fair Trade money go? How much consumers pay extra for Fair Trade coffee and how this value is split along the value chain. *World Development*, 133.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). En *Metodología de la Investigación* (pág. 187). México: McGraw Hill.

Ikwera , R., & Twongyirwe, R. (2019). Facilitating social enterprise development through collective marketing: insights from Bukonzo Joint Co-operative Union, Western Uganda. *Journal of Fair Trade*, 13-26.

Jean-louis, Pernin & Dufeu, Ivan & Djamen, Raoul & Georges, Laurent. (2018). Sustainable Development Goals, perceived territorial capital and feeling of being able to live on its territory: a survey of young people in Cameroon.

La Coordinadora de Organizaciones para el Desarrollo. (2022, 9 mayo). Coordinadora de ONG para el Desarrollo - España. Recuperado 18 de mayo de 2022, de <https://coordinadoraongd.org>

Lisazo, T. (2022, 21 marzo). Por qué los exportadores agrícolas deberían considerar las certificaciones orgánicas. Más Allá de las Fronteras. Recuperado 27 de abril de 2022, de <https://blogs.iadb.org/integracion-comercio/es/por-que-los-exportadores-agricolas-deberian-considerar-las-certificaciones-organicas/>

Maaya, L, Meulders, M, Surmont, N and Vandebroek, Martina, (2018), Effect of environmental and altruistic attitudes on willingness-to-pay for organic and fair-trade coffee in Flanders, no 627923, Working Papers of Department of Decision Sciences and Information Management, Department of Decision Sciences and Information Management, Leuven, <https://EconPapers.repec.org/RePEc:ete:kbiper:627923>

Marco Coscione (2019), Los beneficios y retos del comercio justo: los casos de Cosurca (Colombia) y Banelino (República Dominicana) *Los beneficios y retos del comercio justo: los casos de Cosurca (Colombia) y Banelino (República Dominicana)* 148.

Marques Vieiral, L., & Maia, T. (2009). The governance of fair trade system: evidence from small honey producers in Rio Grande do Sul. *Brazilian Administration Review*, 367-379.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Enero de 2011). *OCDE, WTO*. Obtenido de <https://www.oecd.org/aidfortrade/47765167.pdf>

Motthida Chin. Be the opportunity: the heart and soul of corporate social responsibility. *Journal of Fair Trade*. Vol. 1(1):27-35. DOI: 10.13169/jfairtrade.1.1.0027

Naciones Unidas. (2012). *Guía de implementación de la facilitación del comercio*. Obtenido de <http://tfig.unece.org/SP/contents/org-unctad.htm>

Naegele, H. (31 de Enero de 2019). Discussion. *Where Does the Fairtrade Money Go? How Much Consumers Pay Extra for Fairtrade Coffee and How This Value Is Split along the Value Chain*. Berlín, Alemania: German Institute for Economic Research.

Niama Rivera, L. M., Villacrés Pumagualle, M. L., & Barba Vera, R. G. (2021). Comercio justo: La dinámica intermedia entre el productor y el consumidor. *AlfaPublicaciones*, 3(3.1),171–187. <https://doi.org/10.33262/ap.v3i3.1.86>

OCDE. (2011). *OCDE*. Obtenido de <https://www.oecd.org/daf/competition/98765432.pdf>

OCDE Publishing. (2016). Compendio de OCDE Publishing. Obtenido de https://www.oecd.org/cfe/leed/2016_COMPENDIUM_SUMMER_SCHOOL_TRENTO.pdf

OCDE. (2020). *Organización Para la Cooperación y el Desarrollo Económico*. Obtenido de <https://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/masinformacionsobrelaocde.htm>

Organización Internacional del Comercio Justo. (2018, septiembre). LA CARTA INTERNACIONAL DE COMERCIO JUSTO. Comercio Justo. <https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2018/09/Carta-Intern-Comercio-Justo.pdf>

Oxfam e Intermon. (Mayo de 2019). *Oxfam e Intermon*. Obtenido de Oxfam e Intermon: https://www.oxfamintermon.org/sites/default/files/documentos/files/revista-oxfam-intermon-mayo19_0.pdf

Prebisch, R. (2008). Hacía una teoría de la transformación. *Revista de la CEPAL*, 27-73.

Presidencia de la república. (2019). <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/snci/indicadores-internacionales/indice-competitividad-global>. Recuperado 3 de abril de 2022.

Sánchez, I. E. D. P. (2012, 1 diciembre). Comercio justo: una propuesta histórica y conceptual. Scielo. Recuperado 19 de mayo de 2022, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-910X2012000200123

Sebastian Koos (2021) Moralising Markets, Marketizing Morality. The Fair Trade Movement, Product Labeling and the Emergence of Ethical Consumerism in Europe *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*

Significados. (2021). Obtenido de <https://www.significados.com/crecimiento-economico/>.

Stenn, D. T. (2013). Comercio Justo and Justice: An Examination of Fair Trade. *Review of Radical Political Economics*, 45(4), 489–500. <https://doi.org/10.1177/0486613412475189>.

Tiffen, P. (2019). Who cares about Fair Trade? An introduction to the Journal of Fair Trade and the Fair Trade Societ. *Who cares about Fair Trade? An introduction to the Journal of Fair Trade and the*, 1-5.

Vega-Leinert, A. C. (2019). Ciudades y consumo de bienes agrícolas. Transformaciones del consumo alimentario en el contexto de cambios en el comercio agrícola y las cadenas comerciales. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 213-220.

WFTO. (2016). *Fair Trade Organization*. Obtenido de <http://www.wfto-la.org/comercio-justo/que-es/#>.

World Fair Trade Organization. (2021). *WFTO*. Obtenido de <https://www.wfto-la.org/comerciojusto/>.

A. Anexo. Encuesta

Anexo 1. Encuesta

Variable para medir: **Comercio justo**

Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia			
Este cuestionario, hace parte de la investigación desarrollada por Ana María Heredia Rodríguez, en el marco de su proyecto de grado como Magister en Administración de la Universidad EAN.			
<p>Bienvenido, en el marco del proyecto de investigación denominado “Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia”, se agradece su participación con el aporte de opiniones y percepciones relacionadas con “Identificar los niveles de comercio justo, existentes en el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío”.</p> <p>Este ejercicio tiene una duración aproximada de 15 minutos y para nosotros es muy valiosa su colaboración.</p> <p>En este sentido, los datos serán manejados con estricta confidencialidad, de conformidad con la ley estatutaria 1581 de 2012, de protección de datos y con el decreto 1377 de 2013 y serán incorporados en una base de datos de responsabilidad de los investigadores principales del proyecto mencionado.</p>			
1. Dado lo anterior, ¿Acepta continuar con el cuestionario?	<input type="radio"/> Acepto	<input type="radio"/> No acepto	2. Nombres y apellidos
3. E-mail	4. Número de teléfono		
5. Indique su rango de edad	<input type="radio"/> 18-25 años	<input type="radio"/> 26-35 años	<input type="radio"/> 36-45 años
6. Seleccione una opción	<input type="radio"/> Hombre	<input type="radio"/> Mujer	<input type="radio"/> 46-55 años
7. Indique el municipio en el que vive actualmente y desarrolla su actividad productiva	<input type="radio"/> Prefiero no responder		
<input type="radio"/> Armenia	<input type="radio"/> Filandia	<input type="radio"/> Génova	<input type="radio"/> Salento
<input type="radio"/> Circasia	<input type="radio"/> Calarcá	<input type="radio"/> Pijao	<input type="radio"/> Buenavista
8. Seleccione la opción que corresponda:	<input type="radio"/> Vivo en el sector rural	<input type="radio"/> Vivo en el casco urbano	<input type="radio"/> La Tebaida
9. Seleccione la afirmación que corresponda, según su rol actual	<input type="radio"/> Soy productor agrícola de productos frescos.	<input type="radio"/> Soy productor de agro alimentos fabricados artesanalmente.	<input type="radio"/> Quimbaya
	<input type="radio"/> Soy productor de agro alimentos y cuento con planta de producción	<input type="radio"/> Soy productor de agro alimentos, pero la planta de producción es subcontratada con una empresa	<input type="radio"/> Montenegro
10. Mencione los productos que más comercializa			
11. Seleccione la opción con la que se siente identificado	<input type="radio"/> Yo comercializo directamente mis productos	<input type="radio"/> Yo le vendo los productos a un intermediario y éste los comercializa	
12. De acuerdo a la respuesta de la pregunta anterior, por favor indique las razones por las cuales comercializa directamente, o por las cuales le vende a un intermediario para que éste los comercialice:			
13. Teniendo en cuenta la siguiente afirmación “Conozco qué es el comercio justo”, por favor seleccione la opción con la que se identifica	<input type="radio"/> No sé qué es comercio justo y nunca he escuchado nada al respecto.	<input type="radio"/> No sé qué es comercio justo, pero he escuchado ese término.	
	<input type="radio"/> Conozco un poco sobre comercio justo. Se qué es el comercio justo.	<input type="radio"/> Se qué es el comercio justo y participo de algunas iniciativas	
14. Si su respuesta a la pregunta anterior fue “Se qué es el comercio justo y participo de algunas iniciativas”, por favor mencione qué iniciativas conoce y en qué iniciativas participa (por favor sepárelas por punto y coma).			
Por favor lea el siguiente enunciado:			
<p>El Comercio Justo es un movimiento internacional que lucha por una mayor justicia global en lo económico, social, humano y medioambiental. Para ello ha desarrollado un modelo comercial que protege los derechos humanos y el medio ambiente.</p> <p>Todas las organizaciones que pertenecen a este movimiento deben cumplir los diez principios del Comercio Justo, que podemos resumir en estos tres bloques (comercio justo, s:f):</p> <p>Respecto a los derechos humanos, laborales y sociales: salarios dignos, condiciones laborales adecuadas y seguras, lucha contra la explotación infantil e igualdad de género.</p> <p>Prácticas justas: relaciones comerciales estables, libertad sindical, democracia en la toma de decisiones.</p> <p>Protección del medioambiente: a través de técnicas de producción ecológicas y respetuosas con el entorno.</p>			
15. De acuerdo al enunciado anterior, por favor responda la siguiente pregunta: Una red de comercio beneficiaría a todos los productos agrícolas del departamento del Quindío	<input type="radio"/> a. Totalmente de acuerdo	<input type="radio"/> b. De acuerdo	<input type="radio"/> c. En desacuerdo
	<input type="radio"/> d. Totalmente en desacuerdo		
16. De acuerdo al enunciado anterior, por favor responda la siguiente pregunta: Una red de comercio justo permitirá a los productores recibir un pago justo por sus productos	<input type="radio"/> a. Totalmente de acuerdo	<input type="radio"/> b. De acuerdo	<input type="radio"/> c. En desacuerdo
	<input type="radio"/> d. Totalmente en desacuerdo		
17. De acuerdo al enunciado anterior, por favor responda la siguiente pregunta: Para pertenecer a una red de comercio justo, se debe contar con calidad en los productos.	<input type="radio"/> a. Totalmente de acuerdo	<input type="radio"/> b. De acuerdo	<input type="radio"/> c. En desacuerdo
	<input type="radio"/> d. Totalmente en desacuerdo		
18. De acuerdo al enunciado anterior, por favor responda la siguiente pregunta: Para estar en una red de comercio justo, se necesita producir grandes volúmenes de	<input type="radio"/> a. Totalmente de acuerdo	<input type="radio"/> b. De acuerdo	<input type="radio"/> c. En desacuerdo
	<input type="radio"/> d. Totalmente en desacuerdo		
19. De acuerdo al enunciado anterior, por favor responda la siguiente pregunta: Una red de comercio justo permitirá a los productores de agro alimentos, llegar más rápido a mercados internacionales	<input type="radio"/> a. Totalmente de acuerdo	<input type="radio"/> b. De acuerdo	<input type="radio"/> c. En desacuerdo
	<input type="radio"/> d. Totalmente en desacuerdo		
20. De acuerdo al enunciado anterior, por favor responda la siguiente pregunta: Una red de comercio justo mejorará la calidad de vida de los productores agrícolas del departamento del Quindío	<input type="radio"/> a. Totalmente de acuerdo	<input type="radio"/> b. De acuerdo	<input type="radio"/> c. En desacuerdo
	<input type="radio"/> d. Totalmente en desacuerdo		

Link de la encuesta on-line: <https://forms.gle/WyZt7GFqwvu1tRo7A>

B. Anexo. Instrumentos de recolección de información de fuentes secundarias

Anexo 2. Instrumentos de recolección de información de fuentes secundarias

Algunas fuentes para recolectar información son:

- Comtrade de Naciones Unidas.
- Trademap.
- Legiscomex.
- Datlas de Harvard.
- Foro económico mundial – WEF.
- Trading economics.
- Coface.
- Social progress.

Variable para medir: **Exportaciones.**

Cantidad Exportada en Miles de USD/Año (Pais)		
Partida arancelaria	Año	% de participación

Variable para medir: **Crecimiento económico / Competitividad.**

Indice de competitividad (2019)- Rank/141		México	Chile	Costa Rica	Colombia
General score / 141 countries	Index Component	General Rank/141	General Rank/141	General Rank/141	General Rank/141
Enabling environment	Pilar 1 - Institutions	Security			
		Social Capital			
		Checks and balances			
		Public- sector performance			
		Transparency			
		Property rights			
		Corporate governance			
	Future orientation of government				
	Transport infrastructure				

	Pilar 2 - Infrastructure	Utility infrastructure						
	Pilar 3 - ICT adoption	ICT adoption						
	Pilar 4 - Macroeconomic stability	Macroeconomic stability						
Human	Pilar 5 - Health	Health						
	Pilar 6 - Skills	Current workforce						
		Skills of current workforce						
		Skills of future workforce						
Markets	Pilar 7 - Product market	Domestic competition						
		Trade openness						
	Pilar 8 - Labour market	Flexibility						
		Meritocracy and incentivization						
	Pilar 9 - Financial system	Depth						
		Stability						
Pilar 10 - Market size	Market size							
Innovation	Pilar 11 - Business dynamism	Administrative requirements						
		Entrepreneurial culture						
	Pilar 12 - Innovation capability	Interaction and diversity						
		Research and development						
		Commercialization						

Variable para medir: **Desarrollo sostenible.**

Indice de progreso social	México	Chile	Costa Rica	Colombia
General rank/168				
Pilar 1- BASIC HUMAN NEEDS				
Nutrition & Basic Medical Care				
Water & Sanitation				
Shelter				
Personal Safety				
Pilar 2-FOUNDATIONS OF WELLBEING				

Access to Basic Knowledge				
Access to Information & Communications				
Health and Wellness				
Enviromental Quality				
Pilar 3-OPPORTUNITY				
Personal Rights				
Personal Freedom & Choice				
Inclusiveness				
Access to Advanced Education				

C. Anexo. Validación del instrumento de medición a partir de la V de Aiken

Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos, con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia

Anexo 3. Validación del instrumento de medición a partir de la V de Aiken (1985)

VALIDACIÓN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN - V DE AIKEN						
Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia						
Nombre del Evaluador: CAROLINA MEJÍA CORREDOR		Rol del evaluador: DIRECTORA - PROFESORA		Fecha de aplicación: 25/10/2021		
<p>INSTRUCCIONES: Para validar el instrumento de diagnóstico requerido en el presente estudio, se han identificado una serie de variables y un grupo preguntas que las describen. Califique cada una de las preguntas formuladas siendo 1 totalmente de acuerdo y 0 totalmente en desacuerdo, en relación a su grado de claridad, pertinencia y relevancia. En caso que evalúe con un 0, por favor indique las razones en la casilla de observaciones. Por favor tenga en cuenta las siguientes definiciones:</p> <p>Claridad: la pregunta está correctamente redactada y es fácil de comprender por el evaluador. Pertinencia: la pregunta permite medir con precisión la variable identificada. Relevancia: se evidencia un enfoque teórico adecuado en la redacción de la pregunta.</p>						
A. COMERCIO JUSTO		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Teniendo en cuenta la siguiente afirmación "Conozco qué es el comercio justo", por favor seleccione la opción con la que se identifica: <ul style="list-style-type: none"> •No sé qué es comercio justo y nunca he escuchado nada al respecto. •No sé qué es comercio justo, pero he escuchado ese término. •Conozco un poco sobre comercio justo. •Se qué es el comercio justo. •Se qué es el comercio justo y participo de algunas iniciativas 	1	1	1	
	2	Si su respuesta a la pregunta anterior fue "Se qué es el comercio justo y participo de algunas iniciativas ", por favor mencione qué iniciativas conoce y en qué iniciativas participa.	1	1	1	Agregaría: Sepárelas por punto y coma.
	3	<p>Por favor lea el siguiente enunciado: El Comercio Justo es un movimiento internacional que lucha por una mayor justicia global en lo económico, social, humano y medioambiental. Para ello ha desarrollado un modelo comercial que protege los derechos humanos y el medio ambiente. Todas las organizaciones que pertenecen a este movimiento deben cumplir los diez principios del Comercio Justo, que podemos resumir en estos tres bloques (comercio justo, s,f):</p> <ul style="list-style-type: none"> * Respeto a los derechos humanos, laborales y sociales: salarios dignos, condiciones laborales adecuadas y seguras, lucha contra la explotación infantil e igualdad de género. * Prácticas justas: relaciones comerciales estables, libertad sindical, democracia en la toma de decisiones. * Protección del medioambiente, a través de técnicas de producción ecológicas y respetuosas con el entorno. <p>De acuerdo al enunciado anterior, por favor responda las siguientes preguntas: Una red de comercio beneficiaría a todos los productos agrícolas del departamento del Quindío.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 	1	1	1	Se escribe dos veces, tanto en la introducción a la pregunta como en el texto "Por favor responda el siguiente enunciado", lo retiraría de la imagen. Agregué una tilde a beneficiaría.
	4	Una red de comercio justo permitirá a los productores recibir un pago justo por sus productos.	1	1	1	
	5	Para pertenecer a una red de comercio justo, se debe contar con calidad en los productos.	1	1	1	
	6	Para estar en una red de comercio justo, se necesita producir grandes volúmenes de productos:	1	1	1	
	7	Una red de comercio justo permitirá a los productores de agro alimentos, llegar más rápido a mercados internacionales:	1	1	1	
	8	Una red de comercio justo mejorará la calidad de vida de los productores agrícolas del departamento del Quindío:	1	1	1	

Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos, con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia

VALIDACIÓN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN - V DE AIKEN

Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia

Nombre del Evaluador: Liliana Heredia Rodríguez Cargo del evaluador: Docente Investigadora PUJ Cali Fecha de aplicación: 23/10/2021

INSTRUCCIONES: Para validar el instrumento de diagnóstico requerido en el presente estudio, se han identificado una serie de variables y un grupo preguntas que las describen. Califique cada una de las preguntas formuladas siendo 1 totalmente de acuerdo y 0 totalmente en desacuerdo, en relación a su grado de claridad, pertinencia y relevancia. En caso que evalúe con un 0, por favor indique las razones en la casilla de observaciones.
Por favor tenga en cuenta las siguientes definiciones:

Claridad: la pregunta está correctamente redactada y es fácil de comprender por el evaluador.
Pertinencia: la pregunta permite medir con precisión la variable identificada.
Relevancia: se evidencia un enfoque teórico adecuado en la redacción de la pregunta.

A. COMERCIO JUSTO		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Teniendo en cuenta la siguiente afirmación "Conozco qué es el comercio justo", por favor seleccione la opción con la que se identifica: <ul style="list-style-type: none"> •No sé qué es comercio justo y nunca he escuchado nada al respecto. •No sé qué es comercio justo, pero he escuchado ese término. •Conozco un poco sobre comercio justo. •Se qué es el comercio justo. •Se qué es el comercio justo y participo de algunas iniciativas 	1	1	1	Nota general: en el encabezado además pondría que el estudio lo hace Ana María...estudiante de... Y es exclusivamente con fines académicos...
	2	Si su respuesta a la pregunta anterior fue "Se qué es el comercio justo y participo de algunas iniciativas ", por favor mencione qué iniciativas conoce y en qué iniciativas participa.	1	1	1	
	3	Por favor lea el siguiente enunciado: El Comercio Justo es un movimiento internacional que lucha por una mayor justicia global en lo económico, social, humano y medioambiental. Para ello ha desarrollado un modelo comercial que protege los derechos humanos y el medio ambiente. Todas las organizaciones que pertenecen a este movimiento deben cumplir los diez principios del Comercio Justo, que podemos resumir en estos tres bloques (comercio justo, s,f): <ul style="list-style-type: none"> * Respeto a los derechos humanos, laborales y sociales: salarios dignos, condiciones laborales adecuadas y seguras, lucha contra la explotación infantil e igualdad de género. * Prácticas justas: relaciones comerciales estables, libertad sindical, democracia en la toma de decisiones. * Protección del medioambiente, a través de técnicas de producción ecológicas y respetuosas con el entorno. De acuerdo al enunciado anterior, por favor responda las siguientes preguntas: Una red de comercio beneficiaría a todos los productos agrícolas del departamento del Quindío. <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 	1	1	1	Yo pondría el formulario en dos páginas Partendolo a partir del enunciado de los principios del comercio justo
	4	Una red de comercio justo permitirá a los productores recibir un pago justo por sus productos. <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 	1	1	1	
	5	Para pertenecer a una red de comercio justo, se debe contar con calidad en los productos. <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 	1	1	1	
	6	Para estar en una red de comercio justo, se necesita producir grandes volúmenes de productos: <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 	1	1	1	
	7	Una red de comercio justo permitirá a los productores de agro alimentos, llegar más rápido a mercados internacionales: <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 	1	1	1	
	8	Una red de comercio justo mejorará la calidad de vida de los productores agrícolas del departamento del Quindío: <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 	1	1		

VALIDACIÓN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN - V DE AIKEN
Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia

Nombre del Evaluador: Miguel Ángel Luna Rassa	Cargo del evaluador: Ingeniero industrial con experiencia en procesos de evaluación y autoevaluación empresarial y BIG DATA - Conoce qué es el comercio justo	Fecha de aplicación: 23/10/2021
---	---	---------------------------------

INSTRUCCIONES: Para validar el instrumento de diagnóstico requerido en el presente estudio, se han identificado una serie de variables y un grupo preguntas que las describen. Califique cada una de las preguntas formuladas siendo **1** totalmente de acuerdo y **0** totalmente en desacuerdo, en relación a su grado de claridad, pertinencia y relevancia. En caso que evalúe con un 0, por favor indique las razones en la casilla de observaciones.
 Por favor tenga en cuenta las siguientes definiciones:

Claridad: la pregunta está correctamente redactada y es fácil de comprender por el evaluador.

Pertinencia: la pregunta permite medir con precisión la variable identificada.

Relevancia: se evidencia un enfoque teórico adecuado en la redacción de la pregunta.

A. COMERCIO JUSTO		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones			
Preguntas	1	Teniendo en cuenta la siguiente afirmación "Conozco qué es el comercio justo", por favor seleccione la opción con la que se identifica: •No sé qué es comercio justo y nunca he escuchado nada al respecto. •No sé qué es comercio justo, pero he escuchado ese término. •Conozco un poco sobre comercio justo. •Se qué es el comercio justo. •Se qué es el comercio justo y participo de algunas iniciativas			1	1	1	Nota general: Yo en el descargo o disclaimer por uso de datos personales pondría claro que los datos de contacto no se usarán para fines comerciales ni se compartirán para fines diferentes a la investigación académica (si es el caso)
	2	Si su respuesta a la pregunta anterior fue "Se qué es el comercio justo y participo de algunas iniciativas ", por favor mencione qué iniciativas conoce y en qué iniciativas participa.			1	1	1	
	3	Por favor lea el siguiente enunciado: El Comercio Justo es un movimiento internacional que lucha por una mayor justicia global en lo económico, social, humano y medioambiental. Para ello ha desarrollado un modelo comercial que protege los derechos humanos y el medio ambiente. Todas las organizaciones que pertenecen a este movimiento deben cumplir los diez principios del Comercio Justo, que podemos resumir en estos tres bloques (comercio justo, s,f): * Respeto a los derechos humanos, laborales y sociales: salarios dignos, condiciones laborales adecuadas y seguras, lucha contra la explotación infantil e igualdad de género. * Prácticas justas: relaciones comerciales estables, libertad sindical, democracia en la toma de decisiones. * Protección del medioambiente, a través de técnicas de producción ecológicas y respetuosas con el entorno. De acuerdo al enunciado anterior, por favor responda las siguientes preguntas: Una red de comercio beneficiaría a todos los productos agrícolas del departamento del Quindío. •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo			1	1	1	Eliminaría de la escala la opción Neutral, ya que por experiencia, puede generar sesgos en las respuestas
	4	Una red de comercio justo permitirá a los productores recibir un pago justo por sus productos. •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo			1	1	1	
	5	Para pertenecer a una red de comercio justo, se debe contar con calidad en los productos. •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo			1	1	1	
	6	Para estar en una red de comercio justo, se necesita producir grandes volúmenes de productos: •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo			1	1	1	
	7	Una red de comercio justo permitirá a los productores de agro alimentos, llegar más rápido a mercados internacionales: •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo			1	1	1	
	8	Una red de comercio justo mejorará la calidad de vida de los productores agrícolas del departamento del Quindío: •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo			1	1		

Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos, con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia

Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia		
Nombre del Evaluador: Andrés Bedoya Correa	Cargo del evaluador: Docente Investigador PUJ Cali	Fecha de aplicación: 25/10/2021
<p>INSTRUCCIONES: Para validar el instrumento de diagnóstico requerido en el presente estudio, se han identificado una serie de variables y un grupo preguntas que las describen. Califique cada una de las preguntas formuladas siendo 1 totalmente de acuerdo y 0 totalmente en desacuerdo, en relación a su grado de claridad, pertinencia y relevancia. En caso que evalúe con un 0, por favor indique las razones en la casilla de observaciones.</p> <p>Por favor tenga en cuenta las siguientes definiciones:</p> <p>Claridad: la pregunta está correctamente redactada y es fácil de comprender por el evaluador.</p> <p>Pertinencia: la pregunta permite medir con precisión la variable identificada.</p> <p>Relevancia: se evidencia un enfoque teórico adecuado en la redacción de la pregunta.</p>		

A. COMERCIO JUSTO		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones				
Preguntas	1	<p>Teniendo en cuenta la siguiente afirmación "Conozco qué es el comercio justo", por favor seleccione la opción con la que se identifica:</p> <ul style="list-style-type: none"> •No sé qué es comercio justo y nunca he escuchado nada al respecto. •No sé qué es comercio justo, pero he escuchado ese término. •No conozco un poco sobre comercio justo. •Se qué es el comercio justo. •Se qué es el comercio justo y participo de algunas iniciativas 			1	1	1	1	1. Yo en vez de seleccione, podría Indique
	2	<p>Si su respuesta a la pregunta anterior fue "Se qué es el comercio justo y participo de algunas iniciativas ", por favor mencione qué iniciativas conoce y en qué iniciativas participa.</p>			1	1	1	1	Esta pregunta no la dejaría abierta. Yo haría categorías para que se puedan basar. porque depues codificar o categorizar le quita tiempo a la investigación
	3	<p>Por favor lea el siguiente enunciado: El Comercio Justo es un movimiento internacional que lucha por una mayor justicia global en lo económico, social, humano y medioambiental. Para ello ha desarrollado un modelo comercial que protege los derechos humanos y el medio ambiente. Todas las organizaciones que pertenecen a este movimiento deben cumplir los diez principios del Comercio Justo, que podemos resumir en estos tres bloques (comercio justo, s,f):</p> <ul style="list-style-type: none"> * Respeto a los derechos humanos, laborales y sociales: salarios dignos, condiciones laborales adecuadas y seguras, lucha contra la explotación infantil e igualdad de género. * Prácticas justas: relaciones comerciales estables, libertad sindical, democracia en la toma de decisiones. * Protección del medioambiente, a través de técnicas de producción ecológicas y respetuosas con el entorno. <p>De acuerdo al enunciado anterior, por favor responda las siguientes preguntas: Una red de comercio beneficiaría a todos los productos agrícolas del departamento del Quindío.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 			1	1	1	1	Para la preguntas que tienen como respuestas escalas es mejor mencionarlas en la pregunta. algo cómo, Qué tan de acuerdo o desacuerdo usted considera la siguiente afirmación
	4	<p>Una red de comercio justo permitirá a los productores recibir un pago justo por sus productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 			1	1	1	1	
	5	<p>Para pertenecer a una red de comercio justo, se debe contar con calidad en los productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 			1	1	1	1	
	6	<p>Para estar en una red de comercio justo, se necesita producir grandes volúmenes de productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 			1	1	1	1	
	7	<p>Una red de comercio justo permitirá a los productores de agro alimentos, llegar más rápido a mercados internacionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 			1	1	1	1	
	8	<p>Una red de comercio justo mejorará la calidad de vida de los productores agrícolas del departamento del Quindío:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 			1	1	1	1	

Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos, con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia

Diseño de un modelo de comercio justo, para el sector agro alimentos con oferta exportable desde el departamento del Quindío, Colombia

Nombre del Evaluador: Alejandro Tamayo	Cargo del evaluador: Líder de "Hecho en Filandia", iniciativa que promueve el comercio justo entre los productores de agro alimentos frescos y procesados en el municipio.	Fecha de aplicación: 23/10/2021
--	--	---------------------------------

INSTRUCCIONES: Para validar el instrumento de diagnóstico requerido en el presente estudio, se han identificado una serie de variables y un grupo de preguntas que las describen. Califique cada una de las preguntas formuladas siendo **1** totalmente de acuerdo y **0** totalmente en desacuerdo, en relación a su grado de claridad, pertinencia y relevancia. En caso que evalúe con un 0, por favor indique las razones en la casilla de observaciones.
Por favor tenga en cuenta las siguientes definiciones:

Claridad: la pregunta está correctamente redactada y es fácil de comprender por el evaluador.

Pertinencia: la pregunta permite medir con precisión la variable identificada.

Relevancia: se evidencia un enfoque teórico adecuado en la redacción de la pregunta.

A. COMERCIO JUSTO		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Teniendo en cuenta la siguiente afirmación "Conozco qué es el comercio justo", por favor seleccione la opción con la que se identifica: <ul style="list-style-type: none"> •No sé qué es comercio justo y nunca he escuchado nada al respecto. •No sé qué es comercio justo, pero he escuchado ese término. •Donozco un poco sobre comercio justo. •Se qué es el comercio justo. •Se qué es el comercio justo y participo de algunas iniciativas 	1	1	1	Nota General: es interesante pensar en profundizar en el tema de los transformadores de los productos agrícolas, pero este puede ser tema más adelante.
	2	Si su respuesta a la pregunta anterior fue "Se qué es el comercio justo y participo de algunas iniciativas", por favor mencione qué iniciativas conoce y en qué iniciativas participa.	1	1	1	
	3	Por favor lea el siguiente enunciado: El Comercio Justo es un movimiento internacional que lucha por una mayor justicia global en lo económico, social, humano y medioambiental. Para ello ha desarrollado un modelo comercial que protege los derechos humanos y el medio ambiente. Todas las organizaciones que pertenecen a este movimiento deben cumplir los diez principios del Comercio Justo, que podemos resumir en estos tres bloques (comercio justo, s,f): <ul style="list-style-type: none"> * Respeto a los derechos humanos, laborales y sociales: salarios dignos, condiciones laborales adecuadas y seguras, lucha contra la explotación infantil e igualdad de género. * Prácticas justas: relaciones comerciales estables, libertad sindical, democracia en la toma de decisiones. * Protección del medioambiente, a través de técnicas de producción ecológicas y respetuosas con el entorno. De acuerdo al enunciado anterior, por favor responda las siguientes preguntas: Una red de comercio beneficiaría a todos los productos agrícolas del departamento del Quindío. <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 	1	1	1	
	4	Una red de comercio justo permitirá a los productores recibir un pago justo por sus productos. <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 	1	1	1	
	5	Para pertenecer a una red de comercio justo, se debe contar con calidad en los productos. <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 	1	1	1	
	6	Para estar en una red de comercio justo, se necesita producir grandes volúmenes de productos: <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 	1	1	1	
	7	Una red de comercio justo permitirá a los productores de agro alimentos, llegar más rápido a mercados internacionales: <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 	1	1	1	
	8	Una red de comercio justo mejorará la calidad de vida de los productores agrícolas del departamento del Quindío: <ul style="list-style-type: none"> •Totalmente de acuerdo •De acuerdo •Neutral •En desacuerdo •Totalmente en desacuerdo 	1	1		

