



Certificaciones en Sostenibilidad y Ecosellos: La Realidad de las Certificaciones Desde el Rol y Perspectiva de los Actores Involucrados

Por: Susana Margarita Awad López y Valentina Cure Vassallo

**Pregrado en Administración de Empresas
Colegio De Estudios Superiores de Administración (CESA)
Bogotá, Colombia
2025**

**Certificaciones en Sostenibilidad y Ecosellos: La Realidad de las Certificaciones Desde el
Rol y Perspectiva de los Actores Involucrados**

Por: Susana Margarita Awad López y Valentina Cure Vassallo

Directora: Claudia Patricia Arias Puentes

**Pregrado en Administración de Empresas
Colegio De Estudios Superiores de Administración (CESA)
Bogotá, Colombia
2025**

Tabla de Contenidos

Resumen.....	8
1. Introducción	10
1.1 Planteamiento del Problema	10
1.2 Justificación de la investigación	18
1.3 Objetivos	20
2. Revisión de la Literatura.....	22
2.1 Certificaciones de sostenibilidad.....	22
2.2 Certificaciones sostenibles en la agricultura.....	23
2.3 Actores involucrados en las certificaciones sostenibles y su rol	25
2.4 Perspectiva y dinámica entre los actores involucrados	27
2.5 Hipótesis	30
3. Metodología	32
3.1 Tipo y diseño de la investigación.....	32
3.2 Población y muestra	32
3.3 Instrumento de recolección de información	36
3.4 Procedimiento	38
4. Análisis de Resultados	41
4.1 Análisis Cualitativo de las Entrevistas según los Grupos de Actores.....	41

Análisis Cuantitativo de Encuestas Realizadas al Consumidor	54
5. Discusión	64
6. Conclusiones y Recomendaciones.....	68
Referencias.....	74

Índice de Figuras

Figura 1: Mapa Conceptual Actores en Certificaciones Sostenibles y Ecosellos Consolidado	
.....	35
Figura 2: Resultados Encuesta Familiaridad Sellos y Certificaciones.....	56
Figura 3: Resultado Encuesta Nivel de Acuerdo	58
Figura 4: Preferencia de Compra Productos Certificados	59
Figura 5: Intención de Compra Productos Certificados	60
Figura 6: Comportamiento de Compra Productos Certificados	61

Índice de Tablas

Tabla 1: Listado Actores Entrevistados.....	36
Tabla 2: Variables Estudiadas.....	38
Tabla 3: Reducción de Datos (codificación abierta) - Productores.....	43
Tabla 4: Disposición de datos (codificación axial) - Productores.....	44
Tabla 5: Reducción de datos (Codificación abierta) - Grandes Empresas.....	46
Tabla 6: Disposición de datos (Codificación axial) - Grandes Empresas.....	47
Tabla 7: Reducción de datos (Codificación abierta) - Certificadoras y ONGs.....	48
Tabla 8: Disposición de datos (Codificación axial) - Certificadoras y ONGs.....	49
Tabla 9: Reducción de datos (Codificación abierta) - Empresas Exportadoras.....	51
Tabla 10: Disposición de datos (Codificación axial) - Empresas Exportadoras.....	51
Tabla 11: Descriptivos de Muestra.....	55

Índice de Anexos

Anexo 1: Esquema de Investigación Actores.....	80
Anexo 2: Modelo Encuesta Consumidor.....	95
Anexo 3: Resultados Entrevistas y Encuesta.....	103

Resumen

En un contexto global donde la sostenibilidad se ha convertido en una prioridad estratégica, las certificaciones y ecosellos surgen como herramientas clave para validar el compromiso ambiental y social de las empresas, especialmente en el sector agrícola. Esta investigación se propuso analizar la realidad de las certificaciones sostenibles desde el rol y la perspectiva de los actores directamente involucrados en su implementación, evaluación y consumo en Colombia.

A través de un enfoque cualitativo con alcance exploratorio-descriptivo, se realizaron entrevistas a profundidad con representantes de cuatro grupos estratégicos: productores, empresas certificadoras, ONGs y empresas exportadoras o grandes compañías. Paralelamente, se aplicó una encuesta cuantitativa a 125 consumidores para complementar y contrastar los hallazgos. Este diseño metodológico permitió entender no solo los beneficios percibidos de las certificaciones, sino también las tensiones, barreras y desafíos que enfrentan los distintos actores.

Los resultados revelan una percepción general positiva frente a las certificaciones como mecanismos que promueven buenas prácticas y acceso a mercados diferenciados. Sin embargo, también se evidencian obstáculos significativos, como los altos costos de certificación para pequeños productores, la limitada educación del consumidor frente a los sellos y la falta de articulación efectiva entre los actores del sistema. Las empresas y ONGs cumplen un rol de facilitadores, aunque no siempre logran cerrar las brechas de acceso o garantizar trazabilidad.

Este estudio concluye que las certificaciones sostenibles no deben ser entendidas como mecanismos aislados, sino como parte de un ecosistema complejo que requiere mayor cooperación, educación y apoyo institucional. Solo a través de una visión integral e inclusiva será posible consolidar un sistema de certificación más justo, accesible y eficaz para todos los actores involucrados.

Palabras Clave

- Certificaciones sostenibles
- Ecosellos
- Actores involucrados
- Agricultura sostenible
- Producción agrícola
- Participación actores
- Consumo responsable
- Gobernanza
- Inclusión productiva
- Barreras de acceso
- Análisis cualitativo
- Análisis cuantitativo
- Encuesta a consumidores
- Sostenibilidad
- Cooperación público-privada

1. Introducción

En un mundo cada vez más consciente de la sostenibilidad y el impacto ambiental, las certificaciones y ecosellos han surgido como herramientas fundamentales para fomentar prácticas empresariales más responsables. Según DQS Global (2024), las certificaciones son reconocimientos otorgados por terceros que acreditan una empresa por cumplir con ciertos criterios establecidos bajo normas internacionales, requisitos industriales o reglas técnicas específicas.

A continuación, se presentará un análisis exhaustivo de los estudios actuales sobre certificaciones sostenibles y ecosellos. El enfoque estará en las certificaciones sostenibles vinculadas a la naturaleza, seguido de aquellas aplicadas a productos agrícolas. El propósito de esta investigación es identificar los conceptos ya estudiados y detectar las carencias existentes en las investigaciones actuales.

Además, se plantea una pregunta de investigación que abrirá campo a un análisis más profundo de estos temas. Se explicará la relevancia de esta pregunta y los beneficios que su estudio aportará al avance en la comprensión y mejora de las certificaciones sostenibles, con enfoque el sector agrícola.

1.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad, existen diversos métodos y herramientas que nos permiten seguir la trazabilidad y las buenas prácticas de las empresas. Esto abarcando todos los ámbitos de una empresa, desde su producción, como su factor social, comercial, financiero y demás. En este caso,

se estudiarán aquellas herramientas llamadas certificaciones de sostenibilidad o ecosellos, que son utilizadas con el fin de medir el impacto ambiental y social que tienen las empresas, tanto en el mundo como en la comunidad en dónde operan.

Las certificaciones de sostenibilidad validan el cumplimiento de estándares para reducir el impacto ambiental y promover una imagen verde. Son esenciales para que las empresas demuestren su compromiso con la sostenibilidad y mejoren su desempeño socioambiental. Entre los beneficios se encuentran la diferenciación en el mercado, mayor credibilidad ante los consumidores, y la validación del compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (ProMateriales, 2023, párr 3).

Dicho esto, las certificaciones de sostenibilidad más allá de ser una herramienta de monitoreo de buenas prácticas sostenibles, también es un canal de oportunidad para obtener beneficios y ventajas competitivas en un mercado determinado. De acuerdo con el artículo titulado *Las cinco certificaciones de sostenibilidad más prestigiosas del momento* (Promateriales, 2023), las principales certificaciones en sostenibilidad destacan por su capacidad para mejorar la reputación empresarial y asegurar el cumplimiento de normativas ambientales y sociales.

Entre estas certificaciones se encuentran AENOR, con más de 400 certificaciones, siendo un referente en el mercado al ofrecer estándares como ISO 9001 para la gestión de la calidad, ISO 14001 para la gestión ambiental e ISO 27001 en la seguridad de la información. Fairtrade Ibérica, por su parte, asegura prácticas de comercio justo, enfocándose en la sostenibilidad y la transparencia, respaldada por más de 2,552 empresas certificadas. Asimismo, EcoVadis evalúa la sostenibilidad a nivel global, impulsando mejoras continuas y facilitando la entrada a nuevos mercados. B Corp, promueve un modelo económico que equilibra la rentabilidad con el impacto social y ambiental, con más de 3,800 empresas certificadas en 74 países. Finalmente, los

Certificados de Ahorro Energético (CAE), respaldados por el Ministerio para la Transición Ecológica, fomentan la eficiencia energética en las empresas, generando beneficios económicos por los ahorros en energía. En conjunto, estas certificaciones permiten a las empresas demostrar su compromiso con la sostenibilidad, mejorar su reputación y cumplir con obligaciones legales y sociales (Promateriales, 2023).

Es relevante mencionar que, en Colombia se han creado acreditaciones para reconocer las buenas prácticas. Entre ellas se encuentra el Sello Ambiental Colombiano (SAC), desarrollado por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible como parte del Plan Nacional Estratégico de Mercados Verdes. Según el Ministerio de Ambiente (s.f), este sello, regulado por la Resolución 1555 de 2005, distingue bienes y servicios que cumplen requisitos ambientales específicos. Su uso es una estrategia comercial que ofrece una ventaja competitiva para los productores y un valor agregado para los consumidores. El SAC opera bajo las normas del Subsistema Nacional de la Calidad y las Normas ISO 1402, lo que garantiza su credibilidad y sostenibilidad.

Mientras las certificaciones de sostenibilidad ayudan a empresas en términos de su reputación, para los consumidores, proporcionan un criterio adicional a la hora de decidir qué productos adquirir, alineándose con el creciente interés por hábitos de consumo más responsables.

En relación con esto, según Valero y Vega en su publicación *Una aproximación a los ecosellos* (2016), vivimos en una sociedad de consumo donde somos fácilmente persuadidos a la compra, pero al mismo tiempo, nos hemos vuelto más conscientes de lo que consumimos. Esto ha dado lugar a los ecosellos, que surgieron con el objetivo de dirigir la producción de bienes y servicios hacia un propósito más ecológico y amigable con el planeta. Para complementar, “las certificaciones de sostenibilidad han aumentado su popularidad con los años, siendo actualmente una de las principales herramientas utilizadas por las organizaciones, empresas y productores que

desean contribuir al desarrollo sostenible en los aspectos económico, social y ambiental” (Correa y Araya, 2023).

En la industria agrícola, estos instrumentos no solo aseguran el cumplimiento de estándares ambientales y sociales, también ofrecen a los productores una ventaja competitiva en los mercados internacionales.

Entrando en contexto, Hatanaka y Busch (2005), en una publicación hecha por Van der Kamp et al. (2013), titulada *Inferring the unknown: enacting organic standards through certifications*, afirman que las certificaciones enfocadas en productos agrícolas verifican y validan que ciertos productos y prácticas de producción cumplen con estándares específicos establecidos por organismos de certificación. Abarcan aspectos como calidad, sostenibilidad y seguridad alimentaria: “estas certificaciones se basan en criterios claros y requieren un proceso de verificación mediante auditorías, donde los inspectores evalúan las prácticas agrícolas y condiciones de producción” (Van der Kamp et al., 2013), garantizando transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro.

Según Englund y Berndes, en su artículo *How do sustainability standards consider biodiversity?* (2015), algunas de las certificaciones más reconocidas en este ámbito son Fair Trade, que garantiza precios justos y condiciones laborales dignas; Rainforest Alliance, que protege la biodiversidad y mejora los medios de vida de los agricultores; Global GAP, que se enfoca en la seguridad alimentaria y la gestión sostenible; USDA Organic y EU Organic, que regulan la producción orgánica sin pesticidas ni organismos genéticamente modificados (OGM); Sustainable Agriculture Network (SAN), que aborda la conservación y el bienestar social; Biodynamic Certification, que promueve la salud del ecosistema agrícola; y la Certificación de Agricultura Regenerativa, que busca regenerar los ecosistemas.

Es importante reconocer las certificaciones que promueven las prácticas de soluciones basadas en la naturaleza (NBS). Estas certificaciones no solo refuerzan el compromiso de las empresas con la sostenibilidad, la conservación de los ecosistemas y el fortalecimiento de las comunidades locales, sino que también fomentan el uso de estrategias que imitan y respetan los procesos naturales

Primero, está la Certificación de Agricultura Ecológica (EU Organic Farming), que promueve prácticas agrícolas sostenibles que excluyen el uso de pesticidas y fertilizantes químicos. En la Unión Europea y otros países, se otorgan sellos de agricultura orgánica que indican que los productos, se han cultivado respetando los ciclos naturales (Comisión Europea, s.f.).

En segundo lugar, encontramos Global GAP (Good Agricultural Practices), una marca de soluciones inteligentes para la verificación de buenas prácticas agrícolas, construida sobre un portafolio de estándares que garantizan procesos de producción seguros y responsables en la agricultura, acuicultura y floricultura. Según su página web, Global GAP (s.f), su enfoque holístico para la certificación se desarrolla mediante una extensa colaboración con expertos del sector. Aunque no se enfoca específicamente en soluciones basadas en la naturaleza, muchos de los requisitos promueven el uso de recursos naturales de manera sostenible.

Es relevante destacar a Rainforest Alliance y sus esfuerzos por brindar equidad a todos los agricultores al disfrutar de los beneficios de las certificaciones: “A través de programas de capacitación, más de 2 millones de agricultores han adoptado prácticas agrícolas sostenibles que mejoran su productividad, ingresos y resiliencia climática. La certificación también promueve mejores medios de vida y protección ambiental” (Rainforest Alliance, 2021).

Posteriormente, encontramos la Biodynamic Certification (Demeter, s.f), un estándar para la agricultura biodinámica, que utiliza métodos basados en la naturaleza y principios ecológicos,

promoviendo la biodiversidad y la salud del suelo. “Certificamos a todos los productores y procesadores que, con esmero y dedicación, llevan alimentos biodinámicos a clientes en todo el mundo” (Demeter, s.f.).

Finalmente, Fair for Life es un sistema de certificación de comercio justo que abarca la agricultura, manufactura y comercio, creado en 2006 por la Fundación Bio de Suiza y luego gestionado por el Grupo Ecocert. Según su página web “Fairforlife.org” (s.f), desde el principio se ha enfocado en promover cadenas de suministro responsables, fomentando compromisos sólidos y una visión a largo plazo. El sello impulsa un modelo de negocio resiliente, donde los participantes implementan buenas prácticas económicas, sociales y ambientales.

Dicho lo anterior, entrando un poco más en las relaciones dentro de estas certificaciones, para comprender la verdadera dinámica de las certificaciones de sostenibilidad y ecosellos, es fundamental analizar quiénes son los actores involucrados en estos procesos y cuál es su realidad dentro del sistema de certificación.

Desde la perspectiva de los productores, las certificaciones pueden representar una oportunidad para acceder a mercados premium y diferenciarse de otros participantes en el mercado, pero también imponen altos costos y requisitos estrictos que pueden ser difíciles de cumplir, especialmente para pequeños agricultores. Algunos estudios han demostrado que, aunque las certificaciones pueden mejorar las prácticas agrícolas, su impacto económico no siempre es positivo. En ocasiones, los costos de certificación y auditoría superan los beneficios financieros, limitando la adopción por parte de pequeños productores (Ibáñez y Blackman, 2016). Adicionalmente, existen barreras burocráticas y de financiamiento que dificultan su acceso, lo que genera una brecha entre productores grandes y pequeños (Furumo et al., 2019).

Por otro lado, los consumidores juegan un papel crucial en la demanda de productos certificados, pero su confianza en estos sellos ha sido cuestionada debido al aumento de certificaciones con criterios poco claros. Aunque existe un creciente interés por productos sostenibles, muchas veces los consumidores no tienen suficiente información para diferenciar entre sellos con rigor ambiental y aquellos utilizados únicamente con fines de marketing o *greenwashing* (Ge et al., 2022). Lo anterior genera incertidumbre sobre el impacto real de las certificaciones y limita su capacidad de influir en las decisiones de compra.

Otros actores influyen significativamente en la implementación, la percepción y los resultados de las certificaciones. Por ejemplo, los distribuidores pueden potenciar o limitar el alcance de los productos certificados, mientras que las comunidades locales pueden generar impactos directos en sus economías y entornos. Al incluir a todos los involucrados, se obtiene una visión más integral, lo que permite evaluar con mayor precisión si las certificaciones realmente están cumpliendo con sus objetivos de sostenibilidad y cómo pueden ser mejoradas para generar un impacto positivo más amplio.

Por su parte, Hatanaka et al. (2005), destacan que los supermercados, quienes juegan un papel importante en la credibilidad y transparencia de los procesos de certificación, a menudo superando los estándares gubernamentales.

En el ámbito empresarial, exportadores e importadores han adoptado certificaciones como una estrategia para acceder a mercados con regulaciones más estrictas y para cumplir con compromisos de sostenibilidad. Sin embargo, en muchos casos, estas certificaciones se han convertido en una exigencia comercial más que en un verdadero compromiso ambiental (Rueda y Lambin, 2013).

El sector financiero juega un papel clave en la viabilidad de estos sistemas, pero el acceso a financiamiento para certificaciones sigue siendo limitado. Aunque algunas instituciones han comenzado a otorgar incentivos financieros para productores certificados, los costos asociados a la implementación y mantenimiento de los estándares siguen siendo una barrera significativa (Ibáñez y Blackman, 2016).

Las ONGs y organismos certificadores han impulsado muchas de las certificaciones existentes, promoviendo estándares rigurosos y facilitando el monitoreo de su cumplimiento (Hatanaka et al., 2005). Sin embargo, también han sido criticadas por favorecer modelos de certificación que benefician a grandes empresas y excluyen a pequeños productores. Alternativas como los Sistemas de Garantía Participativa (PGS) han surgido para contrarrestar este problema, permitiendo la participación activa de productores y consumidores en el proceso de certificación, lo que aumenta la transparencia y la credibilidad del sello (Ge et al., 2022).

Este panorama resalta la importancia de analizar no solo a los productores y consumidores, quienes suelen ser el foco de los estudios, sino también a otros actores clave como empresas, comunidades locales y certificadores, cuyo rol puede influir significativamente en los resultados de las certificaciones y en cómo se perciben. Incorporar estas perspectivas permite una visión integral y más precisa del impacto real de las certificaciones, ayudando a identificar mejoras para maximizar su efectividad y alcance.

Las certificaciones de sostenibilidad y los ecosellos han sido promovidos como mecanismos para garantizar la trazabilidad y validar las buenas prácticas ambientales y sociales en sectores como la agricultura (Promateriales 2023). Si bien su propósito es mejorar la sostenibilidad y generar confianza en el mercado, su implementación y efectividad dependen de la interacción de múltiples actores, cada uno con intereses y desafíos específicos.

Los productores enfrentan altos costos de certificación y barreras burocráticas que dificultan su acceso (Ibáñez y Blackman, 2016), mientras que los consumidores, a pesar de su creciente interés por productos responsables, se enfrentan a la desinformación y al escepticismo sobre la autenticidad de los sellos (Ge et al., 2022). Las empresas y exportadores utilizan las certificaciones como una estrategia comercial, pero en muchos casos estas terminan siendo más una exigencia de mercado que un verdadero compromiso con la sostenibilidad (Rueda y Lambin, 2013). Por último, las ONGs y organismos certificadores han impulsado estándares y sistemas de auditoría, aunque han sido criticados por favorecer modelos que benefician a grandes empresas y excluyen a pequeños actores (Ge et al., 2022).

La falta de una visión holística que integre las realidades de todos los actores ha llevado a resultados mixtos en términos de impacto económico, social y ambiental. Ante esta compleja interacción de intereses y desafíos, surge la necesidad de analizar con mayor profundidad la siguiente pregunta de investigación: ***¿Cómo es la realidad de las certificaciones de sostenibilidad y ecosellos desde el rol y perspectiva de los actores involucrados (productores, consumidores, empresas, certificadoras/ongs y exportadoras)?***

1.2 Justificación de la investigación

Esta pregunta abre una línea de investigación crucial al enfocar la atención en las experiencias de los diversos actores involucrados en las certificaciones de sostenibilidad y ecosellos dentro de la agricultura. Hasta ahora, la mayoría de los estudios han priorizado la evaluación del impacto ambiental y económico de estas certificaciones, centrándose en el consumidor y el productor. Sin embargo, se ha prestado poca atención a cómo perciben y

experimentan estos procesos otros actores clave, como quienes los implementan, supervisan o se ven directamente afectados por ellos. Este vacío limita la comprensión integral del impacto y efectividad de las certificaciones.

A pesar del creciente interés por las certificaciones sostenibles en la producción agrícola, existe un vacío en la literatura en cuanto al análisis integral de los actores que intervienen en su implementación, especialmente en el contexto colombiano. Estudios previos han abordado los efectos de estas certificaciones en la productividad o en el acceso a mercados (Ibáñez & Blackman, 2016), así como su papel en procesos de gobernanza ambiental (Rueda & Lambin, 2013), pero pocos exploran cómo se configuran los roles, percepciones y niveles de participación de los distintos actores involucrados dentro del sistema. Esta investigación busca aportar a ese vacío, visibilizando las realidades de quienes hacen posible la sostenibilidad desde distintos puntos de la cadena, tal como lo sugieren autores como Ge et al. (2022) y Furumo et al. (2019), quienes llaman la atención sobre la necesidad de enfoques más inclusivos y contextualmente relevantes.

Como destacan investigaciones recientes como lo es la de Araya y Correa (2023) en colaboración con CEPAL, los actores involucrados en las certificaciones incluyen productores, organismos certificadores, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, distribuidores, supermercados y consumidores finales. Cada uno de estos grupos interactúa con los ecosellos de manera única, enfrentando desafíos específicos que condicionan su aceptación y éxito. Por ejemplo, los productores, especialmente los pequeños agricultores, perciben las certificaciones tanto como una oportunidad para acceder a mercados más lucrativos como una carga operativa y económica que puede comprometer su viabilidad. Por otro lado, los organismos certificadores establecen estándares y garantizan su cumplimiento, mientras que los gobiernos y las ONGs supervisan, monitorean y, en muchos casos, promueven estos sistemas.

Diversos estudios, como los de Milder et al. (2014) y Oya et al. (2018), han demostrado que el contexto socioeconómico y geográfico juega un papel fundamental en la efectividad de las certificaciones. Estos trabajos resaltan cómo las dinámicas locales y las condiciones específicas de cada actor pueden influir en el éxito o fracaso de los ecosellos. Ignorar estas perspectivas podría conducir a diagnósticos incompletos y a la implementación de estrategias que no responden adecuadamente a las realidades del entorno.

Investigar las certificaciones sostenibles desde la perspectiva de todos los actores involucrados es esencial para desarrollar una visión integral que permita identificar tanto las fortalezas como las limitaciones de estos sistemas. Esta línea de investigación tiene el potencial de generar información clave para diseñar estrategias más efectivas de implementación y evaluación, ajustadas a las necesidades y realidades de cada contexto.

1.3 Objetivos

Objetivo general: Analizar la realidad de las certificaciones de sostenibilidad y ecosellos desde el rol y perspectiva de los actores involucrados.

Objetivos específicos:

1. Reconocer a los actores directos involucrados en las certificaciones de sostenibilidad y ecosellos.
2. Describir el rol de cada actor directo involucrado en las certificaciones de sostenibilidad y ecosellos.
3. Identificar a los actores indirectos que participan en las certificaciones de sostenibilidad y ecosellos.

4. Explicar el impacto que tienen las certificaciones de sostenibilidad desde la perspectiva y la realidad de cada actor involucrado.
5. Reconocer a aquellos actores indirectos presentes y describir su rol y perspectiva dentro de las certificaciones de sostenibilidad y ecosellos.

2. Revisión de la Literatura

2.1 Certificaciones de sostenibilidad

Las **certificaciones de sostenibilidad** son un mecanismo cuyo propósito es validar que los productos agrícolas cumplan con ciertos criterios ambientales, sociales y económicos (DQS Global, 2024). Según Blackman y Rivera en su publicación llamada *Producer-level benefits of sustainability certification* en 2011, se menciona que las certificaciones fomentan mejoras en el rendimiento ambiental y económico de los productores abriéndoles la puerta a mercados especializados que valoran estas prácticas sostenibles.

Las certificaciones de sostenibilidad no solo funcionan como mecanismos de monitoreo de buenas prácticas ambientales, sociales y económicas, sino que también representan una estrategia clave para generar ventajas competitivas en los mercados actuales (Promateriales, 2023).

Un aspecto relacionado es el **eco-etiquetado**, un sello que garantiza que un producto ha sido producido bajo estándares sostenibles. Este tipo de etiquetas ayuda a los consumidores a tomar decisiones informadas y a preferir productos con menores impactos ambientales (Auld et al., 2008).

Por otro lado, la **biodiversidad** juega un rol crucial en las certificaciones sostenibles, tal y como se menciona en *How do sustainability standards consider biodiversity?* (Englund y Berndes, 2014), estas buscan evitar la degradación ambiental y promover la conservación de especies. Los estándares de sostenibilidad varían considerablemente en su nivel de protección de la biodiversidad, siendo algunos más estrictos en la identificación y protección de áreas de alto valor ecológico.

De acuerdo con Promateriales en 2023, dentro de las certificaciones más reconocidas, se encuentran AENOR que se destaca con más de 400 certificaciones, proporcionando estándares

internacionales como ISO 9001 para la gestión de calidad, ISO 14001 para la gestión ambiental e ISO 27001 para la seguridad de la información. Por otro lado, Fairtrade Ibérica se enfoca en el comercio justo, promoviendo la transparencia y la sostenibilidad con el respaldo de más de 2,552 empresas certificadas. EcoVadis, con su evaluación global de sostenibilidad, impulsa la mejora continua y facilita el acceso a nuevos mercados. A su vez, B Corp certifica a empresas que equilibran el éxito económico con impactos positivos en el ámbito social y ambiental, contando con más de 3,800 compañías certificadas en 74 países. Finalmente, los Certificados de Ahorro Energético (CAE), avalados por el Ministerio para la Transición Ecológica, incentivan la eficiencia energética en el sector empresarial, generando ahorros económicos significativos.

Además, Araya y Correa (2023) enfatizan que el auge de las certificaciones de sostenibilidad responde a la creciente demanda de mecanismos confiables que permitan a empresas y productores demostrar su compromiso con el desarrollo sostenible en todas sus dimensiones: económica, social y ambiental. En este contexto, las certificaciones no solo garantizan la transparencia y credibilidad de las prácticas empresariales, sino que también contribuyen a la consolidación de mercados más sostenibles y equitativos.

2.2 Certificaciones sostenibles en la agricultura

Las certificaciones sostenibles en la agricultura han sido promovidas como herramientas clave para mejorar tanto el desempeño ambiental como el bienestar económico de los productores, sin embargo, la evidencia sobre sus efectos es mixta. Según Ibañez y Blackman (2016), en el caso del café, estudios han demostrado que la certificación orgánica en Colombia genera beneficios ambientales al reducir la disposición de aguas residuales en los campos y aumentar el uso de fertilizantes orgánicos, aunque los beneficios económicos para los productores no son tan claros. De manera similar, la certificación Rainforest Alliance ha mostrado mejorar el bienestar de los

agricultores al fortalecer la resiliencia socioeconómica de sus comunidades y fomentar la adopción de prácticas de conservación de ecosistemas (Rueda y Lambin, 2013).

Dentro de este marco, el sistema de **Comercio Justo** es una forma de certificación que garantiza que los productores reciben precios justos, lo cual es vital en sectores con altos niveles de desigualdad económica de acuerdo con el estudio *Producer-level benefits of sustainability certification* (Blackman y Rivera, 2011). Este sistema ofrece ventajas a los productores, permitiéndoles acceder a mejores precios y condiciones comerciales más equitativas en comparación con los mercados convencionales.

En el sector del aceite de palma, la certificación de la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO) ha sido objeto de debate. De acuerdo con Furumo et al., (2019), a pesar de que los estudios han encontrado que los pequeños productores certificados presentan mejores prácticas ambientales, como la sustitución de fertilizantes sintéticos por orgánicos y la reducción del uso de agroquímicos, los resultados económicos son más ambiguos, ya que, si bien los productores certificados pagan salarios más altos, también emplean a menos trabajadores debido a menores rendimientos.

Por otro lado, la confianza de los consumidores en los productos agrícolas certificados sigue siendo un reto. Un estudio sobre los sistemas de garantía participativa (PGS) por Ge et., al en 2022, mostró que la participación de los consumidores en los procesos de certificación mejora su confianza en los productos ecológicos, principalmente a través del acceso a información de calidad y el fortalecimiento de la identidad social con los productores.

Para finalizar, las **Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)** son fundamentales para la sostenibilidad en las fincas agrícolas, ya que promueven la conservación de los recursos naturales y aseguran condiciones laborales justas. “La implementación de BPA, en conjunto con

certificaciones como Comercio Justo, genera incentivos económicos para que los productores adopten prácticas más sostenibles, contribuyendo al bienestar de las comunidades y la protección del medio ambiente” (Caviedes Rubio & Olaya Amaya, 2020).

Estos estudios evidencian que, aunque las certificaciones sostenibles pueden desempeñar un papel importante en la promoción de prácticas agrícolas responsables, sus impactos varían según el contexto y los actores involucrados.

2.3 Actores involucrados en las certificaciones sostenibles y su rol

Las certificaciones sostenibles en productos agrícolas involucran a diversos actores que desempeñan un papel clave en la implementación, gestión y percepción de estos esquemas. En el centro de este proceso se encuentran los productores agrícolas, quienes, al adoptar prácticas alineadas con los criterios establecidos por los ecosellos, de acuerdo con Rueda y Lambin (2013), se convierten en el eje central de su funcionamiento. Estos pueden ser pequeños, medianos o grandes, y suelen buscar la certificación para mejorar sus prácticas ambientales, acceder a mercados diferenciados y obtener posibles beneficios económicos, como precios premium o mayor estabilidad en la comercialización. A pesar de los costos y desafíos que puede implicar la certificación, esta también ofrece oportunidades de fortalecimiento institucional, empoderamiento comunitario y reputación del producto según Carlson y Palmer (2016).

Por otro lado, los consumidores juegan un rol esencial al generar la demanda de productos certificados, lo que incentiva a los productores a adoptar prácticas sostenibles. Además, la confianza del consumidor puede verse reforzada con la intervención de los gobiernos a través de regulaciones claras y mecanismos de control, fortaleciendo así la credibilidad de los ecosellos (Sønderskov y Daugbjerg, 2011).

Las organizaciones de certificación y terceros auditores también intervienen, responsables de diseñar los estándares de sostenibilidad, verificar su cumplimiento y otorgar las certificaciones. Certificaciones como Rainforest Alliance, Fair Trade, orgánica o RSPO han establecido criterios ambientales, sociales y económicos que son verificados mediante auditorías independientes (Furumo et al., 2019).

En paralelo, las empresas certificadoras privadas desarrollan etiquetas ecológicas que sirven como señales de confianza para los consumidores (Chkanikova y Lehner, 2015), consolidando su rol como actores clave de la gobernanza en sostenibilidad.

Asimismo, las ONGs y organizaciones ambientales desempeñan un papel relevante como intermediarios entre productores, certificadoras y consumidores. Estas entidades promueven estándares, apoyan técnicamente a los agricultores, gestionan los costos asociados a la certificación y colaboran con gobiernos para impulsar marcos regulatorios coherentes como lo concluyen Rueda y Lambin en su publicación en 2013.

Los gobiernos y organismos reguladores son fundamentales en este ecosistema, ya que proporcionan el marco legal que respalda las certificaciones. Phillip y Marathe lo mencionan en su publicación en 2022, en la cual se habla de que, en muchos países, estos actores han integrado las certificaciones en sus políticas públicas de sostenibilidad agrícola, otorgando incentivos financieros y promoviendo el etiquetado ecológico como herramienta de consumo responsable.

Los actores del mercado y la cadena de suministro como exportadores, distribuidores, y minoristas, también impulsan la adopción de certificaciones, facilitando la comercialización de productos certificados a nivel internacional. Su rol es clave para satisfacer las exigencias de sostenibilidad de consumidores y reguladores, además de fortalecer la trazabilidad y transparencia en la cadena de valor (Furumo et al., 2019). En este sentido, importadores y exportadores

contribuyen a reducir la asimetría de información, aumentando el valor de las exportaciones agrícolas de acuerdo con Macchiavello y Miquel-Florensa (2019).

Además, según Cao y Gao en 2024, el sector financiero ha emergido como un actor estratégico, facilitando el acceso a créditos verdes y promoviendo la adopción de tecnologías sostenibles, lo cual permite superar las barreras económicas de la certificación.

Otros actores relevantes incluyen a las comunidades locales, que pueden beneficiarse indirectamente mediante mejoras en la gobernanza local y el prestigio asociado a prácticas sostenibles (Carlson y Palmer, 2016), así como las organizaciones internacionales y multilaterales, que establecen marcos normativos que fortalecen la gobernanza global de estos esquemas (Radomsky y Leal, 2015).

Por último, la comunidad académica y científica también cumple un papel importante al evaluar el impacto de los ecosellos, identificando oportunidades de mejora en su diseño e implementación (Ven et al., 2018).

En conjunto, estos actores conforman un ecosistema dinámico en el que las certificaciones sostenibles actúan como mecanismos de gobernanza de la sostenibilidad. La interacción articulada entre estos es fundamental para garantizar que las certificaciones sostenibles contribuyan verdaderamente a una agricultura más responsable y sostenible en lo ambiental, social y económico.

2.4 Perspectiva y dinámica entre los actores involucrados

Las certificaciones de sostenibilidad y los ecosellos han surgido como herramientas clave para fomentar prácticas responsables. Sin embargo, su éxito y efectividad dependen de la percepción y participación de diversos actores, incluyendo productores, industrias, exportadores e

importadores, el sector financiero, ONGs, consumidores y gobiernos. La interacción entre estos actores define la viabilidad y legitimidad de estos sistemas de certificación.

En el mismo artículo escrito por Araya y Correa en colaboración con la CEPAL (2023), se identifica que los actores clave en las certificaciones sostenibles incluyen organismos que crean estándares, acreditadores, certificadores, productores, consumidores y entidades gubernamentales. La CEPAL destaca la importancia de una colaboración estructurada entre estos actores para fortalecer la adopción de certificaciones en América Latina.

Para los productores agrícolas, la certificación representa tanto una oportunidad como un reto. Se ha demostrado que la adopción de certificaciones como Rainforest Alliance y orgánico en el sector cafetero colombiano ha generado mejoras en prácticas ambientales, como la reducción del uso de agroquímicos y el manejo responsable de residuos (Ibáñez & Blackman, 2016).

No obstante, los beneficios económicos no siempre son claros. Aunque la certificación puede mejorar la estabilidad financiera y abrir nuevos mercados, los costos de cumplimiento y auditoría suelen ser elevados, lo que limita el acceso de pequeños productores a estos sistemas (Rueda & Lambin, 2013).

Las empresas, empresas exportadoras e importadoras juegan un papel clave en la adopción y expansión de certificaciones. La certificación se ha convertido en una estrategia de diferenciación comercial y acceso a mercados internacionales que imponen regulaciones estrictas sobre sostenibilidad. En el caso del café, el Rainforest Alliance ha facilitado la entrada a mercados exigentes al garantizar prácticas sostenibles en la producción y comercialización (Rueda & Lambin, 2013).

Sin embargo, la certificación también puede convertirse en una barrera de entrada para pequeños productores, ya que los costos de implementación pueden ser inaccesibles sin el apoyo

de cooperativas o financiamiento externo. En sectores como el aceite de palma, muchos exportadores han optado por certificaciones como RSPO para evitar restricciones comerciales y cumplir con los estándares de sostenibilidad impuestos en Europa y Norteamérica (Furumo et al., 2019).

El acceso a financiamiento es un factor clave en la adopción de certificaciones sostenibles. Los productores y empresas que desean certificarse a menudo requieren inversiones iniciales significativas para cumplir con los estándares exigidos (Ibáñez & Blackman, 2016).

Las organizaciones no gubernamentales (ONGs) han jugado un papel central en la promoción, diseño y monitoreo de certificaciones sostenibles. En el turismo, las ONGs ambientales han impulsado la certificación Blue Flag, promoviendo mejores prácticas en la gestión costera y aumentando el apoyo político hacia la sostenibilidad (Botero & Zielinski, 2020).

Sin embargo, algunos estudios han cuestionado el impacto de las ONGs en estos procesos, argumentando que ciertos modelos de certificación favorecen a grandes productores y corporaciones, dejando en desventaja a los pequeños agricultores (Ge et al., 2022).

La percepción del consumidor sobre la credibilidad de los ecosellos y certificaciones es un factor determinante en su éxito. Mientras que certificaciones de terceros, como las avaladas por organismos independientes, han sido cuestionadas por casos de fraude o falta de supervisión rigurosa, los PGS han mostrado un mayor nivel de aceptación al fomentar la participación directa de los consumidores en la verificación de estándares (Ge et al., 2022).

De acuerdo con lo anterior, se demuestra que la efectividad de las certificaciones de sostenibilidad depende de la interacción entre los actores involucrados. Mientras que las industrias y exportadores ven la certificación como una estrategia de acceso a mercados y cumplimiento regulatorio, los productores enfrentan barreras económicas que limitan su participación.

El sector financiero puede jugar un papel más activo en facilitar la certificación, mientras que las ONGs continúan siendo actores clave en la gobernanza y monitoreo de estos sistemas. Finalmente, la confianza del consumidor es fundamental para la viabilidad de las certificaciones, lo que subraya la necesidad de mayor transparencia y educación en torno a los estándares de sostenibilidad.

2.5 Hipótesis

En el ecosistema de certificaciones sostenibles, diversos actores desempeñan roles fundamentales en su implementación y éxito. En primer lugar, las organizaciones creadoras de estándares, tanto privadas como públicas, establecen los criterios de sostenibilidad que deben cumplir las empresas o productos para obtener la certificación. En estrecha relación, las empresas acreditadoras capacitan y autorizan a las certificadoras para garantizar evaluaciones confiables y efectivas (Araya y Correa, 2023). Además, ONGs y alianzas internacionales colaboran en la formulación de estándares que integren justicia social y criterios ambientales (Valero y Vega, 2016).

Por otro lado, los productores y empresas implementan prácticas sostenibles para alinearse con los estándares, mientras que los consumidores juegan un rol crucial al optar por productos certificados, impulsando un mercado responsable (Araya y Correa, 2023).

De acuerdo con lo anterior, las hipótesis que se plantean para dar respuesta a la pregunta de investigación son:

H1: Cómo entienden y asumen su rol en el sistema de certificaciones sostenibles para productos agrícolas los distintos actores (productores, certificadoras, consumidores, empresas, ONGs y exportadores). La certificación sostenible es un proceso que involucra a múltiples actores.

Los productores son los responsables de implementar las prácticas certificadas, mientras que las certificadoras garantizan el cumplimiento de los estándares. Por su parte, los consumidores influyen en la demanda de productos certificados, y ONGs juegan un papel facilitador a través de incentivos y regulaciones (Rueda y Lambin, 2013).

H2: Cómo varía el rol de los actores involucrados en las certificaciones sostenibles para productos agrícolas según su grado de participación en el proceso. Las certificaciones sostenibles en la agricultura dependen de una red de actores con funciones complementarias. Los productores son los principales responsables de implementar prácticas sostenibles para cumplir con los criterios de certificación (Furumo et al., 2019), mientras que las certificadoras verifican el cumplimiento de estos estándares (Ge et al., 2022). Los consumidores, por su parte, impulsan la demanda de productos certificados, aunque su confianza depende de la transparencia del proceso (Ge et al., 2022). En el ámbito indirecto, ONGs y empresas contribuyen a la expansión de estos esquemas mediante capacitación, financiamiento y apoyo técnico a los productores (Ibáñez y Blackman, 2016).

H3: En el contexto colombiano, cómo el éxito de las certificaciones sostenibles depende de la cooperación entre actores para generar incentivos que faciliten la adopción de estos esquemas. La implementación de certificaciones sostenibles requiere de políticas públicas y apoyo financiero que permitan a los productores asumir los costos y cumplir con los requisitos. En este sentido, la colaboración entre gobiernos, ONGs y certificadoras ha sido fundamental para fortalecer la sostenibilidad en el sector agrícola colombiano (Rueda y Lambin, 2013).

3. Metodología

3.1 Tipo y diseño de la investigación

Se eligió un enfoque mixto porque el objetivo de la investigación requería entender a profundidad las percepciones, experiencias y realidades de los actores involucrados en las certificaciones sostenibles, al mismo tiempo que se necesitaba medir el conocimiento y comportamiento del consumidor frente a los ecosellos (Hernández-Sampieri et al., 1991).

El componente cualitativo, con enfoque exploratorio, permitió captar la complejidad del fenómeno desde las voces directas de productores, empresas, certificadoras, ONGs y exportadoras, a través de entrevistas en profundidad. Esta fase fue clave para identificar patrones, tensiones y diferencias entre actores, en un campo donde la literatura en Colombia aún es limitada.

Por otro lado, el componente cuantitativo complementó este análisis al ofrecer datos medibles sobre el nivel de conocimiento, percepción e intención de compra de los consumidores colombianos frente a productos certificados. A través de una encuesta aplicada a 125 personas, se pudo cuantificar la brecha entre actitud e información, y respaldar empíricamente los hallazgos cualitativos.

Este diseño metodológico permitió triangular los datos y construir una visión más completa del sistema de certificaciones sostenibles, integrando tanto las dinámicas internas del proceso como su recepción en el mercado.

3.2 Población y muestra

Teniendo en cuenta que se hizo una investigación cualitativa con un alcance exploratorio descriptivo donde se buscaba entender las perspectivas de los distintos actores involucrados en las

certificaciones sostenibles en productos agrícolas, la población que se tuvo en cuenta estuvo compuesta por los diversos actores que participan o están relacionados con las certificaciones de sostenibilidad en el contexto de la industria agrícola colombiana, como lo son productores, consumidores, empresas certificadoras, ONGs, empresas exportadoras y grandes empresas.

Se seleccionaron estos cinco actores clave, debido a su alto nivel de involucramiento y capacidad de incidir en el proceso de certificación sostenible. Los productores son el eje central de la implementación (Rueda & Lambin, 2013), los consumidores influyen en la demanda y percepción del valor (Sønderskov & Daugbjerg, 2011), las certificadoras legitiman los estándares (Blackman & Rivera, 2011), las ONGs brindan acompañamiento técnico (Carlson & Palmer, 2016) y las grandes empresas impulsan la adopción mediante exigencias comerciales (Marín-Burgos et al., 2015). Elegir estos actores permitió una mirada estratégica y representativa sin perder profundidad analítica.

De acuerdo con lo anterior, se elaboró una corta definición de cada uno de estos actores para facilitar la comprensión y el análisis de sus entrevistas:

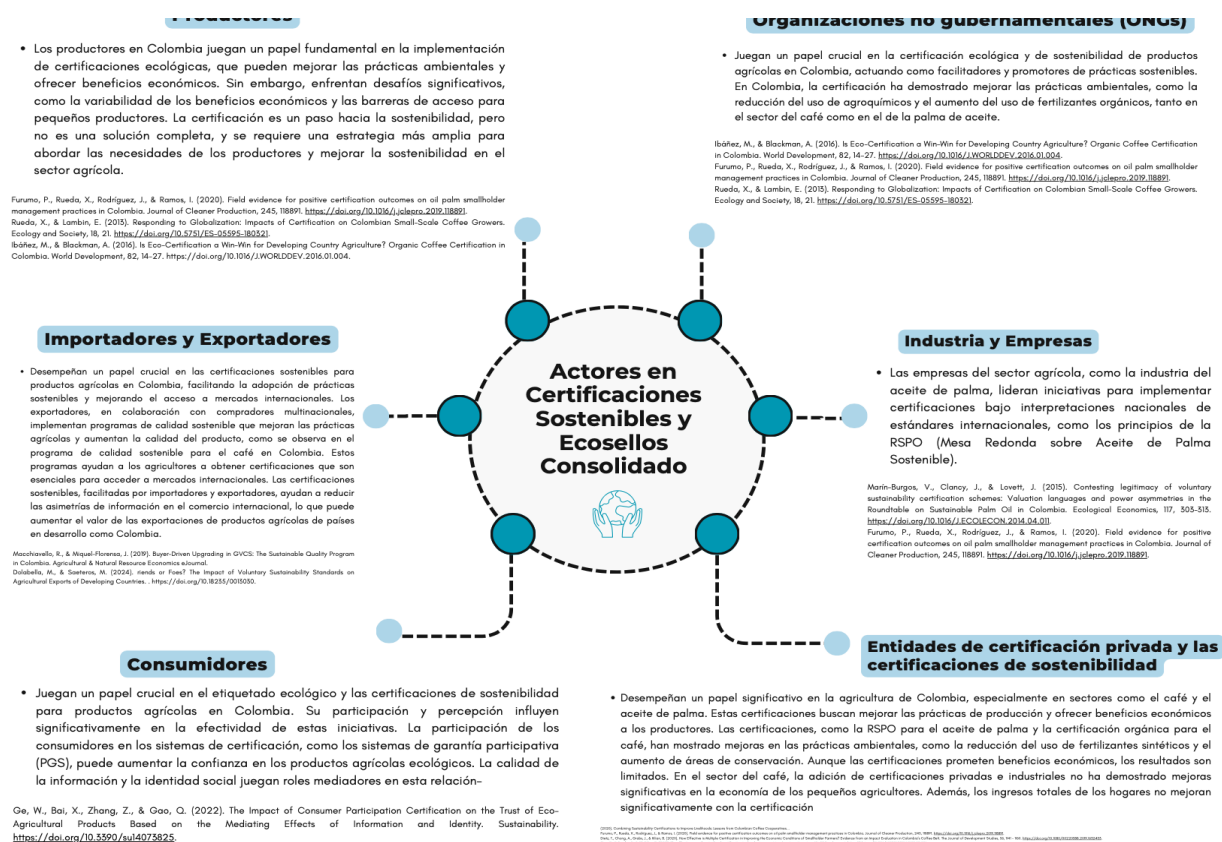
- **Productores:** Agricultores que adoptan prácticas sostenibles para mejorar su desempeño ambiental y acceder a mercados diferenciados (Rueda & Lambin, 2013).
- **Consumidores:** Personas que impulsan la demanda de productos certificados y fomentan la confianza mediante su elección de compra (Sønderskov & Daugbjerg, 2011).
- **Empresas certificadoras:** Entidades que crean estándares, verifican su cumplimiento y otorgan sellos de sostenibilidad (Furumo et al., 2019).
- **ONGs:** Organizaciones que apoyan a productores, promueven estándares y articulan actores del sistema (Rueda & Lambin, 2013).

- **Empresas exportadoras:** Intermediarios clave que comercializan productos certificados y aseguran trazabilidad (Macchiavello & Miquel-Florensa, 2019).
- **Grandes empresas:** Compañías que implementan certificaciones a gran escala, influyendo en la sostenibilidad del sector (Marín-Burgos et al., 2015).

Dicho esto, para nuestra muestra se utilizó un muestreo por conveniencia en dónde se escogió un número de agentes representativos de cada rol para mostrar una diversidad de perspectivas y realidades con respecto a las certificaciones sostenibles y los ecosellos.

Para empezar y de acuerdo con nuestros objetivos e hipótesis, se realizó un proceso de diseño y planificación con respecto a la elaboración de nuestra investigación cualitativa con alcance exploratorio. De acuerdo con la investigación previa realizada, se ilustró un mapa conceptual con los actores identificados ya por la literatura existente y relacionado con el grupo de actores elegido para la investigación.

Figura 1: Mapa Conceptual Actores en Certificaciones Sostenibles y Ecosellos Consolidado



Nota: Elaboración propia

De acuerdo con esto se creó nuestro grupo “muestra” que estuvo conformado por distintos agentes que hacen parte de los diversos grupos de actores involucrados en las certificaciones sostenibles y los ecosellos. Estos fueron encontrados a través de plataformas como LinkedIn, contacto con terceros como lo es PepsiCo y demás. En esta fase, se seleccionaron cuidadosamente a los participantes clave, incluyendo productores, consumidores, certificadores, ONGs, siguiendo los criterios establecidos en el diseño metodológico.

Con respecto a su tamaño, esta fue de 12 actores, en dónde pudimos estudiar distintas situaciones económicas, geográficas y demás que nos permitan entender su perspectiva en el tema

de las certificaciones sostenibles y los ecosellos en productos agrícolas. En la siguiente tabla se observa el cronograma de entrevistas y personas que fueron entrevistadas.

Tabla 1: Listado Actores Entrevistados

Productor Agrícola					
#	Gremio	Nombre	Canal	Fecha	Hora
1	Plátano	Ariel Rico	PepsiCo	19/03/25	3:00 PM
2	Legumbres	Santiago Cardoso	PepsiCo	20/03/25	11:30 AM
3	Plátano	Felipe Sánchez	Santa Cruz de Papare	01/04/25	9:00 AM
4	Papa	Green Farms	PepsiCo	31/03/25	3:30 PM
ONGs y Empresas Certificadoras					
#	Empresa	Nombre	Canal	Fecha	Hora
5	CO2CERO	Federico López	Linkedin	25/03/25	5:00 PM
6	WWF Colombia	Carolina Escallón	Linkedin	28/03/25	3:00 PM
7	RainForest Alliance Colombia	Juan José Wagner	Linkedin	21/03/15	3:00 PM
Grandes Empresas					
#	Empresa	Nombre	Canal	Fecha	Hora
8	PepsiCo	Santiago Cardoso	Correo	20/03/25	11:30 AM
9	Juan Valdéz	Camila López	Correo	04/04/25	8:00 AM
10	Alpina	Martín Gómez	Linkedin	25/03/25	9:00 AM
Empresas Exportadores					
#	Empresa	Nombre	Canal	Fecha	Hora
11	Santa Cruz de Papare	Diana De Vengoechea	Whatsapp	28/03/25	5:00 PM
12	Técnicas Baltime de Colombia	Fernando Gómez	Whatsapp	26/03/25	4:00 PM

Nota: Elaboración propia

3.3 Instrumento de recolección de información

Para la realización de esta investigación se optó por dos herramientas dentro del método cualitativo que nos permitieron entender distintas perspectivas y describir diversas realidades que tienen los actores de las certificaciones de sostenibilidad y los ecosellos con respecto a estas.

En primer lugar, se optó por entrevistas a profundidad, las cuales son ideales para comprender las percepciones y perspectivas individuales de los diferentes actores en relación con las certificaciones de sostenibilidad para productos agrícolas. Esta es una técnica de recolección

de datos en la que el entrevistador interactúa directamente con el entrevistado en un ambiente diseñado para generar confianza y comodidad (Hernández-Sampieri et al., 1991).

Este tipo de entrevista se caracteriza por su flexibilidad y por permitir una exploración detallada de las respuestas del entrevistado, lo que requiere que el entrevistador posea habilidades avanzadas para interpretar de manera adecuada las respuestas y dirigir la conversación hacia los objetivos del estudio (Hernández-Sampieri et al., 1991).

Las preguntas estuvieron orientadas a explorar aspectos como la percepción de los ecosellos y certificaciones, los desafíos enfrentados en su implementación o consumo, así como las expectativas y beneficios percibidos (Anexo 1, guía de entrevista). Este método ofrece la ventaja de ser flexible, lo que facilita profundizar en temas emergentes y obtener información detallada que enriquezca el análisis. Esta herramienta fue útil para indagar en aquellos actores que no fueron tan asequibles o fueron pocos los que se pudieron estudiar, como lo son las ONGs o las empresas asociadas con el sector.

Por otro lado, se utilizó la herramienta encuesta como método de estudio al consumidor y conocer su rol y perspectiva sobre las certificaciones sostenibles en productos agrícolas porque, según Hernández Sampieri et al., los cuestionarios permiten recopilar de manera sistemática información de una población sobre sus opiniones, creencias y comportamientos, facilitando así el análisis cuantitativo de fenómenos sociales relevantes (1991). La encuesta fue el método adecuado para nuestra investigación del consumidor porque permitió recopilar de forma estructurada y estandarizada la percepción de los consumidores sobre las certificaciones sostenibles en productos agrícolas, un fenómeno que requería ser cuantificado para identificar tendencias y patrones de opinión.

A continuación, se presenta una tabla con las variables estudiadas y su función:

Tabla 2: Variables Estudiadas

Variable evaluada en la encuesta	Autores Pioneros o referencia teórica	Utilidad en la investigación
Conocimiento sobre certificaciones	Aaker (1991)	Permite identificar el nivel de conocimiento previo del consumidor sobre el tema.
Familiaridad con sellos específicos	Thøgersen (2000)	Ayuda a reconocer qué sellos son más visibles o recordados por los consumidores.
Definición subjetiva de certificación	Ajzen (1991)	Explora cómo interpreta el consumidor el concepto de certificación sostenible.
Percepción sobre impacto de certificaciones (ética, ambiental, precio, trazabilidad)	Thøgersen (2000)	Evalúa la percepción del impacto de las certificaciones en distintas dimensiones (ética, ambiental, económica).
Confianza en certificaciones	Thøgersen (2000)	Mide el grado de confianza que tienen los consumidores hacia los sellos sostenibles.
Actitud general hacia certificaciones	Ajzen (1991) – Teoría del Comportamiento Planeado	Captura la actitud general (positiva o negativa) frente a las certificaciones.
Percepción comparativa entre productos certificados y no certificados	Vermeir & Verbeke (2006)	Compara la valoración del consumidor entre productos certificados y no certificados.
Frecuencia de compra de productos certificados	Rokka & Uusitalo (2008)	Mide los hábitos de compra relacionados con productos certificados.
Preferencia por tipos de productos certificados	Vermeir & Verbeke (2008)	Identifica en qué categorías de productos el consumidor prefiere certificación.
Disposición a pagar más	Louviere et al. (2000)	Evalúa el umbral de sobreprecio aceptable por parte del consumidor.
Factores percibidos en decisiones de compra (calidad, salud, transparencia, etc.)	Brécard et al. (2009)	Analiza los criterios más valorados por el consumidor al tomar decisiones de compra.
Datos demográficos del Hernández Sampieri et al. Permite segmentar y consumidor	Hernández Sampieri et al. (1991)	Permite segmentar y consumidor (1991) caracterizar a los encuestados según su perfil demográfico.

Nota: Elaboración propia

3.4 Procedimiento

Para obtener los mejores resultados y responder a la pregunta central del estudio, la investigación se desarrolló en varias etapas, siguiendo el enfoque metodológico propuesto por Hernández Sampieri et al., en 1991.

Etapas 1: Diseño y planificación

- Se definió un enfoque cualitativo con alcance exploratorio, basado en los objetivos e hipótesis del proyecto (Hernández Sampieri et al., 1991).
- Se construyó un mapa conceptual, mostrado en la figura 1, con los actores involucrados en las certificaciones sostenibles, identificados a partir de la revisión de literatura existente.

- A partir de este análisis, se conformó la muestra, integrada por representantes de distintos grupos de actores (productores, consumidores, certificadores, ONGs, empresas).
- Los participantes fueron seleccionados a través de plataformas como LinkedIn, contactos con terceros como PepsiCo, y redes de referencia, los cuales se ven listados en la tabla 1.

Etapas 2: Recolección de información

- **Entrevistas:** Se realizaron entrevistas a profundidad con los actores clave. Todas fueron grabadas con autorización y transcritas para su posterior análisis, de acuerdo con las recomendaciones de Hernández Sampieri et al. (1991).
- **Encuesta a consumidores:** Se diseñó un cuestionario estructurado basado en las escalas de medición propuestas por Hernández Sampieri, específicamente las escalas tipo Likert y de diferencial semántico (Anexo 2). Este cuestionario fue implementado en Microsoft Forms y difundido por diferentes canales digitales. La encuesta estuvo activa durante 8 días y se recopilaron 125 respuestas.

Etapas 3: Análisis de datos

- **Análisis cualitativo:** Las entrevistas fueron analizadas siguiendo los principios de codificación abierta y axial. Se identificaron patrones, categorías y temas recurrentes que permitieron organizar la información en función de los objetivos de la investigación (Hernández Sampieri et al., 1991).
- **Análisis cuantitativo:** Las respuestas de la encuesta fueron codificadas numéricamente y organizadas en una base de datos (Anexo 3). Se aplicaron estadísticas descriptivas

(frecuencias, porcentajes, medidas de tendencia central) para identificar patrones de percepción y comportamiento de los consumidores (Hernández Sampieri et al., 1991).

Etapas 4: Triangulación e interpretación

- Se utilizó el método de triangulación de resultados para contrastar los resultados de las entrevistas con los datos cuantitativos de la encuesta. Esta estrategia permitió validar los hallazgos desde múltiples fuentes (Hernández Sampieri et al., 1991).
- Como resultado, se extrajeron conclusiones significativas sobre los roles, percepciones e impactos de las certificaciones sostenibles desde la perspectiva de los distintos actores involucrados.

4. Análisis de Resultados

4.1 Análisis Cualitativo de las Entrevistas según los Grupos de Actores

Esta sección presenta el análisis cualitativo de las entrevistas realizadas a los diferentes actores involucrados en las certificaciones de sostenibilidad y ecosellos en el contexto agrícola colombiano. El objetivo de este ejercicio fue identificar y comprender cómo perciben, viven y participan en estos procesos, teniendo en cuenta sus roles dentro de la cadena.

El análisis se estructuró siguiendo la metodología propuesta por Hernández Sampieri et al. (1991), que plantea tres etapas clave: la reducción de datos, la disposición y transformación de datos y la obtención y verificación de resultados. En la primera etapa, se identifican frases o ideas clave que se repiten entre los entrevistados y que se agrupan como códigos de primer orden. Luego, en la segunda etapa, se realiza una codificación axial, que permite agrupar esos códigos en categorías más amplias y relacionarlas con los objetivos e hipótesis planteadas. Finalmente, en la tercera etapa, se construyen narrativas interpretativas que permiten analizar los hallazgos y respaldarlos con citas textuales (verbatim).

Para guiar este análisis, se tienen en cuenta tanto el objetivo general como los objetivos específicos definidos al inicio de la investigación. El objetivo general es analizar la realidad de las certificaciones de sostenibilidad y ecosellos desde el rol y la perspectiva de los actores involucrados. Los objetivos específicos son:

- 1.** Reconocer a todos los actores directos involucrados en las certificaciones de sostenibilidad y ecosellos.
- 2.** Describir el rol de cada actor directo involucrado.
- 3.** Identificar a todos los actores indirectos que participan en las certificaciones.

4. Explicar el impacto de las certificaciones desde la perspectiva y realidad de cada actor involucrado.
5. Reconocer a los actores indirectos presentes y describir su rol y perspectiva dentro del sistema.

Este análisis también se apoya en tres hipótesis de trabajo que orientan la interpretación de los hallazgos:

H1: Los principales actores involucrados en las certificaciones sostenibles incluyen productores, certificadoras, consumidores, exportadores/importadores y ONGs, cada uno con funciones específicas que determinan el éxito del proceso.

H2: El rol de los actores varía según su grado de participación; los actores principales implementan y validan los estándares, mientras que los secundarios los facilitan y regulan.

H3: En el contexto colombiano, el éxito de las certificaciones depende de la cooperación entre actores públicos y privados para generar incentivos que faciliten su adopción.

A partir de estas directrices, el análisis se organiza por grupos de actores (productores, empresas, certificadoras y ONGs, exportadores), con el fin de mostrar de forma estructurada y comparativa cómo cada uno se relaciona con las certificaciones sostenibles. Este análisis cualitativo permite comprender no sólo los beneficios percibidos, sino también las tensiones, barreras y oportunidades que emergen en la práctica.

Análisis del Rol de los Productores

En primer lugar, se efectuó una codificación abierta o de primer orden, en la que se identificaron temas clave a partir de las propias palabras de los entrevistados. La siguiente tabla permite entender las codificaciones realizadas.

Tabla 3: Reducción de Datos (codificación abierta) - Productores

Código de Primer Orden	Verbatim	Fuente
Valor económico de la certificación	El cliente está dispuesto a pagar más por el producto	Santa Cruz de Papare
Prácticas sostenibles sin certificación	Estamos manejando buenas prácticas agrícolas que reducen el impacto ambiental	Agroyanos
Barreras económicas y técnicas	Nos va a costar demasiado... no tenemos un mercado que pague ese valor agregado	Agroyanos
Transición voluntaria	Nos queremos ir volcando hacia el lado sostenible	Green Farms
Falta de incentivo del mercado	El cliente no va a pagar ese valor adicional	Agroyanos
Necesidad de apoyo	Sería muy bueno que Pepsico nos apoyara con capacitaciones	Agroyanos

Nota: Elaboración propia

Posteriormente, estos códigos se agruparon en categorías temáticas de segundo orden, lo cual permitió abstraer patrones comunes y construir dimensiones analíticas más amplias. En la siguiente tabla se percibe lo mencionado y se hace una conexión con respecto a qué objetivos e hipótesis se responden mediante esta investigación.

Tabla 4: Disposición de datos (codificación axial) - Productores

Categoría	Códigos Relacionados	Objetivo / Hipótesis
Rol activo del productor	Prácticas sostenibles, Transición voluntaria	Obj. 2, H1, H2
Barreras para certificarse	Barreras técnicas y económicas, Falta de mercado	Obj. 4, H3
Apoyo requerido para certificarse	Necesidad de apoyo de empresas o gobierno	Obj. 5, H3
Valor percibido de la certificación	Valor económico y diferenciación	Obj. 4, H1

Nota: Elaboración propia

A partir de lo anterior, se logró sacar una serie de conclusiones de acuerdo con lo observado y el análisis realizado.

Conclusiones

Los productores desempeñan un rol clave en la implementación de prácticas sostenibles, aunque no todos cuentan con certificaciones formales. En las entrevistas se evidenció que algunos, como Santa Cruz de Papare, han logrado integrar exitosamente ecosellos que les permiten acceder a mercados internacionales y mejorar sus ingresos. En contraste, productores como Agroyanos y Green Farms han adoptado prácticas sostenibles sin certificación, ya sea por decisión propia o por falta de incentivos concretos del mercado.

Una constante en las entrevistas fue la percepción de que certificarse representa un alto costo económico y técnico, especialmente cuando no hay compradores dispuestos a pagar un precio diferencial por productos certificados. Esta situación genera una brecha entre el esfuerzo que implica la certificación y los beneficios reales para el productor local. Además, muchos

señalaron que aún no existe una cultura de mercado que valore estas certificaciones, especialmente en regiones donde predomina la agricultura tradicional.

Finalmente, los productores manifestaron la necesidad de recibir acompañamiento por parte de actores como el gobierno o las grandes empresas compradoras. Solicitan apoyo en capacitación, asesoría técnica y acceso a mercados diferenciados que valoren las certificaciones. En suma, aunque existe una disposición creciente hacia la sostenibilidad, su consolidación requiere un ecosistema de apoyo institucional que incentive y facilite la transición.

Análisis del Rol de las Grandes Empresas

Se aplicó el mismo procedimiento metodológico previamente descrito para el análisis de este actor. En primer lugar, se efectuó una codificación abierta o de primer orden, en la que se identificaron temas clave a partir de las propias palabras de los entrevistados. La siguiente tabla permite entender las codificaciones realizadas.

Tabla 5: Reducción de datos (Codificación abierta) - Grandes Empresas

Código de Primer Orden	Verbatim	Fuente
Certificaciones como respaldo reputacional	Las certificaciones son cruciales porque validan los esfuerzos en sostenibilidad ante consumidores e inversionistas	Alpina
Certificación como diferenciador en mercados internacionales	Este nicho de consumidor consciente está más presente en el ámbito internacional	Juan Valdez
Desafíos para certificar a productores	Los costos iniciales, la resistencia al cambio y la falta de infraestructura son los mayores obstáculos	Alpina
Diversificación de productos según tipo de certificación	Tenemos productos con y sin certificación para que el consumidor elija	Juan Valdez
Responsabilidad corporativa en sostenibilidad	Sin agua, sin suelos, sin agricultores no hay negocio	PepsiCo
Educación al consumidor	La formación a nuestros colaboradores permite comunicar el impacto de la certificación	Juan Valdez

Nota: Elaboración propia

Posteriormente, estos códigos se agruparon en categorías temáticas de segundo orden, lo cual permitió abstraer patrones comunes y construir dimensiones analíticas más amplias. En la siguiente tabla se percibe lo mencionado y se hace una conexión con respecto a qué objetivos e hipótesis se responden mediante esta investigación.

Tabla 6: Disposición de datos (Codificación axial) - Grandes Empresas

Categoría	Códigos Relacionados	Objetivo / Hipótesis
Certificación como estrategia reputacional y comercial	Certificaciones como respaldo reputacional, diferenciación internacional	Obj. 4, H1, H3
Desafíos para pequeños productores	Desafíos de certificación, obstáculos estructurales	Obj. 4, H3
Educación y comunicación al consumidor	Educación al consumidor, formación interna	Obj. 4, H3
Diversificación responsable del portafolio	Diversificación según certificación	Obj. 2, Obj. 4

Nota: Elaboración propia

A partir de lo anterior, se logró sacar una serie de conclusiones de acuerdo a lo observado y el análisis realizado.

Conclusiones

Las empresas entrevistadas (Alpina, Juan Valdez y PepsiCo) revelan un uso estratégico de las certificaciones sostenibles como herramientas para respaldar su compromiso ambiental, social y comercial. Para ellas, contar con sellos reconocidos mejora la reputación, facilita la entrada a mercados internacionales y fortalece la credibilidad frente a consumidores y stakeholders.

También reconocen los retos estructurales que enfrentan los productores para certificarse, especialmente en términos económicos, técnicos y educativos. Aunque no todas exigen certificaciones a sus proveedores, sí promueven prácticas sostenibles mediante asistencia técnica, programas piloto o incentivos graduales. Este enfoque busca avanzar hacia la sostenibilidad sin imponer cargas que el productor no pueda asumir.

En mercados como el colombiano, donde aún no hay una fuerte disposición de pago por productos certificados, las empresas diversifican su oferta con productos con y sin sello. A la par, implementan estrategias de educación y comunicación para sensibilizar a los consumidores sobre el valor real de estas certificaciones. Esto les permite equilibrar su estrategia comercial con su propósito institucional, consolidando su rol como promotores clave de la sostenibilidad.

Análisis del Rol de las Certificadoras y ONGs

Se aplicó el mismo procedimiento metodológico previamente descrito para el análisis de este actor. En primer lugar, se efectuó una codificación abierta o de primer orden, en la que se identificaron temas clave a partir de las propias palabras de los entrevistados. La siguiente tabla permite entender las codificaciones realizadas.

Tabla 7: Reducción de datos (Codificación abierta) - Certificadoras y ONGs

Código de Primer Orden	Verbatim	Fuente
Rol técnico y normativo	Rainforest otorga licencias y capacita para lograr el estándar, pero la certificación la otorgan terceros	Rainforest Alliance
Educación como barrera y oportunidad	La formación es clave para que el productor entienda y cumpla el estándar	Rainforest Alliance
Valor agregado poco reconocido	El productor no ve el valor agregado porque nadie se lo reconoce	Rainforest Alliance
No son certificadores directos	WWF no entrega certificados, acompaña a productores y promueve buenas prácticas	WWF
Certificación como barrera para pequeños	Las certificaciones son un reto para pequeños productores sin medios económicos	WWF
Falta de trazabilidad en el mercado local	Muchas veces el certificado se pierde en la cadena de intermediación	WWF

Nota: Elaboración propia

Posteriormente, estos códigos se agruparon en categorías temáticas de segundo orden, lo cual permitió abstraer patrones comunes y construir dimensiones analíticas más amplias. En la siguiente tabla se percibe lo mencionado y se hace una conexión con respecto a qué objetivos e hipótesis se responden mediante esta investigación.

Tabla 8: Disposición de datos (Codificación axial) - Certificadoras y ONGs

Categoría	Códigos Relacionados	Objetivo / Hipótesis
Rol técnico y no comercial de la certificadora	Rol técnico y normativo, No son certificadores directos	Obj. 2, Obj. 5
Limitaciones estructurales para productores	Certificación como barrera, Educación como oportunidad	Obj. 4, H3
Poca visibilidad del valor agregado	Valor poco reconocido, Trazabilidad baja en mercados locales	Obj. 4, H3

Nota: Elaboración propia

A partir de lo anterior, se logró sacar una serie de conclusiones de acuerdo con lo observado y el análisis realizado.

Conclusiones

Las entrevistas con Rainforest Alliance y WWF evidencian que el rol de las empresas certificadoras y ONGs en las certificaciones sostenibles es principalmente técnico y formativo. Mientras que las certificadoras como Rainforest establecen los estándares y capacitan a actores de

la cadena productiva y brindan estas certificaciones, WWF se enfoca más en el acompañamiento y la promoción de buenas prácticas sostenibles, más no certifica.

Ambas entidades reconocen que las certificaciones, si bien son herramientas valiosas para mejorar prácticas agrícolas y abrir mercados, representan una barrera para pequeños productores por sus altos costos y exigencias técnicas. WWF destaca además la falta de trazabilidad en los mercados locales, donde el valor de la certificación suele perderse entre intermediarios, dificultando que llegue al consumidor final.

El análisis también señala una falta de reconocimiento y comunicación efectiva del valor agregado de los ecosellos. Para mejorar su impacto, es necesario fortalecer la articulación entre certificadoras, empresas, gobiernos y consumidores, promoviendo una mayor educación, transparencia y visibilidad del proceso de certificación.

Análisis del Rol de las Empresas Exportadoras

Se aplicó el mismo procedimiento metodológico previamente descrito para el análisis de este actor. En primer lugar, se efectuó una codificación abierta o de primer orden, en la que se identificaron temas clave a partir de las propias palabras de los entrevistados. La siguiente tabla permite entender las codificaciones realizadas.

Tabla 9: Reducción de datos (Codificación abierta) - Empresas Exportadoras

Código de Primer Orden	Verbatim	Fuente
Valor económico del ecosello	El cliente está dispuesto a pagar más por el producto que yo tengo	Santa Cruz de Papare
Impacto social y ambiental positivo	Los ecosellos generan beneficios para nuestros colaboradores y el ambiente	Santa Cruz de Papare
Diversidad y exigencia de certificaciones	Hoy tenemos más de 15 certificaciones de sostenibilidad	Técnicas Baltime
Certificación como requisito para exportar	No puedo seguir exportando si no cumplo con esos estándares	Técnicas Baltime
Acompañamiento a productores pequeños	Tenemos auditores que acompañan a pequeños productores a certificarse	Técnicas Baltime
Barreras para productores pequeños	El pequeño productor no tiene solvencia para cumplir con requisitos sociales	Técnicas Baltime

Nota: Elaboración propia

Posteriormente, estos códigos se agruparon en categorías temáticas de segundo orden, lo cual permitió abstraer patrones comunes y construir dimensiones analíticas más amplias. En la siguiente tabla se percibe lo mencionado y se hace una conexión con respecto a qué objetivos e hipótesis se responden mediante esta investigación.

Tabla 10: Disposición de datos (Codificación axial) - Empresas Exportadoras

Categoría	Códigos Relacionados	Objetivo / Hipótesis
Certificación como ventaja competitiva	Valor económico, Requisito para exportar	Obj. 4, H1
Responsabilidad social y ambiental	Impacto social y ambiental, Diversidad de sellos	Obj. 2, Obj. 4, H1
Acompañamiento como estrategia de inclusión	Acompañamiento a pequeños	Obj. 5, H3
Desigualdad estructural para productores	Barreras para pequeños	Obj. 4, H3

Nota: Elaboración propia

A partir de lo anterior, se logró sacar una serie de conclusiones de acuerdo a lo observado y el análisis realizado.

Conclusiones

Las empresas exportadoras entrevistadas destacan el rol estratégico de las certificaciones sostenibles como herramientas indispensables para acceder a mercados internacionales. En ambos casos, Santa Cruz de Papare y Técnicas Baltim subrayan el valor comercial, ambiental y social de estos ecosellos, así como su impacto positivo en la reputación empresarial, los ingresos y la mejora de condiciones laborales en las fincas certificadas.

Sin embargo, también reconocen las barreras que enfrentan los pequeños productores para acceder a estas certificaciones, especialmente en términos de requisitos técnicos, económicos y sociales. Aunque existen incentivos como bonos y acompañamiento técnico, muchas veces la baja escala productiva limita la capacidad de cumplir con las exigencias de sostenibilidad.

En este contexto, las exportadoras han asumido un rol clave como articuladoras de buenas prácticas, promoviendo modelos de certificación grupal, asistencia técnica y conexión directa con los estándares internacionales. Esto las posiciona como actores centrales en la consolidación de cadenas sostenibles, aunque advierten que la inclusión plena de pequeños productores sigue siendo un desafío pendiente que requiere mayor articulación institucional.

Conclusión de Interpretaciones

A partir del proceso de codificación, categorización y análisis interpretativo, se pueden identificar cinco grandes categorías que unen a todos los actores:

1. **Percepción estratégica de las certificaciones:** son vistas como instrumentos útiles, pero no suficientes por sí solos.
2. **Inequidad en el acceso:** los pequeños productores están en desventaja para certificarse.
3. **Educación como base de transformación:** todos los actores coinciden en que el cambio depende de formación y acompañamiento.
4. **Debilidad de la demanda del consumidor:** la falta de reconocimiento de los sellos limita su expansión.
5. **Necesidad de articulación sistémica:** se requiere colaboración efectiva entre todos los actores para que el sistema funcione.

Después de analizar todas las entrevistas y contrastar las opiniones de los distintos actores involucrados en las certificaciones sostenibles, se encontraron varios puntos clave que se repiten con fuerza. Aunque cada actor tiene su propio rol y visión, hay ciertos temas que los conectan.

Primero, las certificaciones se entienden como herramientas importantes para demostrar compromiso con la sostenibilidad, pero también se percibe que, por sí solas, no son suficientes para transformar realmente el sistema. Además, quedó claro que no todos los actores tienen las mismas condiciones para acceder a ellas. En especial, los pequeños productores enfrentan barreras económicas, técnicas y de contexto que los ponen en desventaja.

Otro punto que resalta es que todos coinciden en que la educación y el acompañamiento son fundamentales para lograr un cambio real. La sostenibilidad no puede imponerse; debe construirse desde el conocimiento y la conciencia. A esto se suma un problema que pocos mencionan directamente pero que está presente: el consumidor final todavía no reconoce ni valora lo suficiente los sellos de certificación, lo cual limita su alcance e impacto.

Finalmente, algo que se repite con fuerza es la necesidad de una mejor articulación entre todos los actores. Ninguno puede transformar el sistema por sí solo: se necesita colaboración entre empresas, certificadoras, productores, consumidores y gobiernos.

En conjunto, estos hallazgos no solo confirman lo planteado en las hipótesis, sino que también muestran que las certificaciones sostenibles son parte de un sistema mucho más complejo. No son mecanismos neutrales; funcionan dentro de realidades sociales, económicas y políticas específicas, donde el acceso, la información y el poder están desigualmente distribuidos.

Análisis Cuantitativo de Encuestas Realizadas al Consumidor

Con el fin de entender la perspectiva y realidad del consumidor como actor en las certificaciones de sostenibilidad para productos agrícolas, se diseñó y aplicó una encuesta a 125 consumidores colombianos. Esta herramienta buscó explorar su nivel de conocimiento, percepción, intención de compra y comportamientos reales frente a los productos agrícolas certificados. El objetivo fue entender su rol dentro del sistema de certificación y cómo su perspectiva puede influir en la adopción y consolidación de estos sellos en el mercado nacional. El análisis se organiza en torno a cinco dimensiones clave definidas por Hernández Sampieri et al., (1991):

1. **Conocimiento:** mide el nivel de familiaridad del consumidor con las certificaciones sostenibles y los sellos más reconocidos.

2. **Actitud:** explora la percepción general del consumidor frente al valor, utilidad y credibilidad de las certificaciones.
3. **Preferencia de compra:** indaga en qué productos se valora más la certificación y si existe disposición a pagar un sobreprecio.
4. **Intención de compra:** evalúa la probabilidad de que el consumidor elija productos certificados en el corto plazo.
5. **Comportamiento:** analiza si la intención y la actitud se traducen en acciones reales de compra.

A continuación, en la siguiente tabla se muestran los descriptivos de la muestra en dónde se presentan los datos sociodemográficos de los encuestados:

Tabla 11: Descriptivos de Muestra

Categoría	Datos
Edad	Promedio: 29,5 años Rango: Jóvenes adultos
Genero	Femenino: 58% Masculino: 42%
Ciudad o Municipio de residencia	Bogotá: 39% Barranquilla: 19% Pereira: 3% Medellin: 3% Bucaramanga: 3% USA: 2%
Nivel educativo	Secundaria: 2% Técnica/Tecnológica: 1% Universitaria: 75% Posgrado: 22%
Ocupación	Estudiante: 23% Empleado: 53% Independiente: 14% Hogar: 5% Desempleado: 2% Otro: 3%
Ingreso Mensual estimado	Menos de 1 SMMLV: 6% 1-2 SMMLV: 20% 2-4 SMMLV: 22% Más de 4 SMMLV: 42% Prefiero no decir: 10%

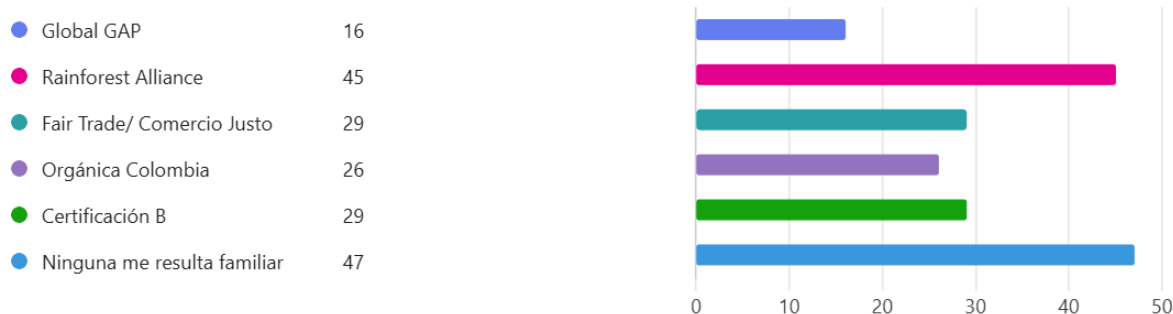
Nota: Elaboración propia

Conocimiento

Los resultados revelan que el 46% de los encuestados afirma haber visto o escuchado sobre certificaciones sostenibles en productos agrícolas, mientras que el 55% no las conoce. Además, aunque algunos consumidores pueden identificar sellos específicos, solo el 24% reconoce al menos uno, siendo los más familiares *Rainforest Alliance* (23%), *Certificación B* (15%) y *Fairtrade* (15%), datos que se pueden ver más detallados en la siguiente figura.

Figura 2: Resultados Encuesta Familiaridad Sellos y Certificaciones

2. ¿Cuál(es) de los siguientes sellos o certificaciones le resultan familiares?



Nota: Elaboración propia

Asimismo, el grado de familiaridad con el concepto de certificación sostenible es limitado, solo el 40,8% declara estar moderadamente o bien familiarizado con este. Esto sugiere que, aunque el término pueda sonar familiar para algunos, su comprensión sigue siendo superficial o confusa para la mayoría.

Conclusión: El conocimiento del consumidor colombiano sobre las certificaciones sostenibles es limitado. La falta de claridad sobre qué representan estos sellos, cómo se obtienen

y qué garantizan obstaculiza su capacidad para diferenciarlos o valorarlos. Esta baja familiaridad representa una barrera estructural importante para la expansión y adopción de estas certificaciones en el mercado.

Actitud

La actitud de los consumidores hacia las certificaciones sostenibles fue evaluada a través de afirmaciones relacionadas con su percepción general (útiles, apropiadas, confiables, buenas) y su valoración comparativa entre productos certificados y no certificados. Los resultados muestran que, a pesar de sus niveles moderados de conocimiento, la actitud es predominantemente positiva.

Cerca del 36% de los encuestados considera que las certificaciones son buenas, mientras que solo un 34% las considera malas, con un puntaje promedio de 7 en una escala de 1 a 10, lo que indica una valoración positiva moderada. Lo mismo ocurre con la percepción de utilidad (32% las considera útiles) y confiabilidad (28% las considera confiables), aunque también se observa un alto porcentaje de posturas neutras, lo que refleja un grado de desconocimiento o desinterés.

De forma más específica, se compararon percepciones sobre características de productos certificados vs. no certificados. Los productos certificados son valorados de forma significativamente más positiva en todos los aspectos, especialmente en:

- Impacto ambiental (69%)
- Impacto en salud (68%)
- Transparencia (57%)
- Impacto en los productores (62%)

En contraste, los productos no certificados presentan altos niveles de neutralidad y una proporción importante de percepciones negativas, lo que refuerza la imagen favorable de los

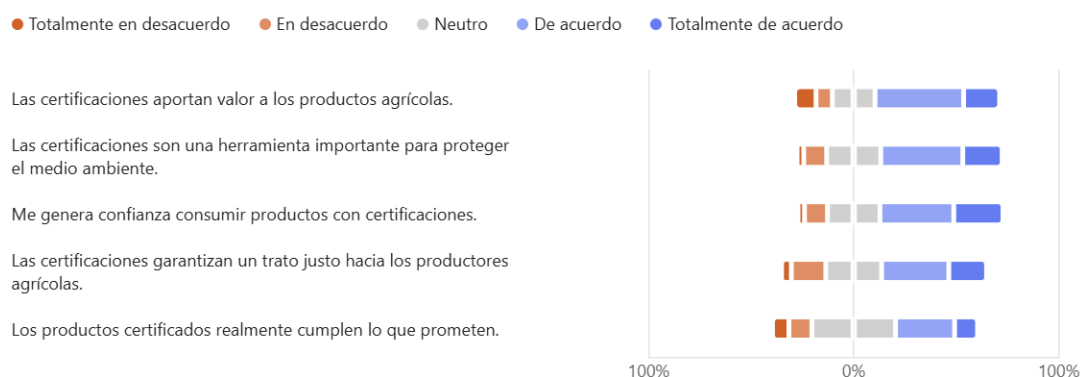
productos certificados. Además, la confiabilidad estadística de estos ítems fue confirmada con un alfa de Cronbach de 0,94, lo cual valida la coherencia de las respuestas dentro del conjunto de preguntas formuladas para esta.

Este patrón también se refleja en la pregunta sobre el aporte de las certificaciones, donde la mayoría de los encuestados afirmó estar de acuerdo en que estas agregan valor, generan confianza, garantizan un trato justo y son herramientas útiles para proteger el medio ambiente, aunque persiste un grado de escepticismo en cuanto a si realmente cumplen lo que prometen. A continuación, se presentan los resultados gráficos de la pregunta 6, los cuales ilustran con mayor claridad la distribución de respuestas frente a esta.

Figura 3: Resultado Encuesta Nivel de Acuerdo

6. Por favor manifieste su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

[M](#)



Nota: Elaboración propia

Conclusión: La actitud de los consumidores colombianos hacia las certificaciones sostenibles es favorable y coherente en su valoración, tanto a nivel general como en aspectos específicos del producto. Esta actitud positiva, respaldada por una alta consistencia interna en las respuestas, representa una base sólida sobre la cual actores del sistema de certificación pueden construir estrategias de educación, posicionamiento y confianza de marca.

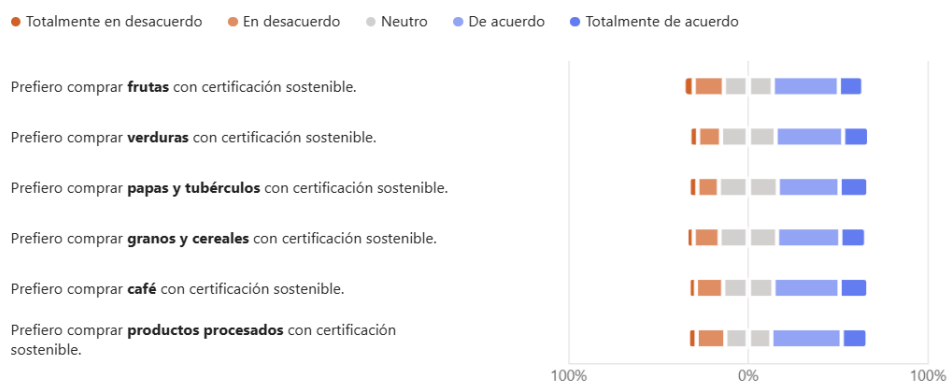
Preferencia de compra

En cuanto a las preferencias, el 60% de los consumidores manifestó estar dispuesto a pagar un precio ligeramente más alto por productos certificados, especialmente si estos son percibidos como más seguros o sostenibles. Además, los productos donde más se valora la certificación son las frutas y verduras (68%), el café (56%) y los lácteos (48%), es decir, categorías asociadas al consumo diario. En la siguiente figura se observa este patrón.

Figura 4: Preferencia de Compra Productos Certificados

13. Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

[Mo](#)



Nota: Elaboración propia

Esto indica una apertura del mercado hacia productos diferenciados, especialmente en segmentos donde el consumidor puede establecer una conexión más directa entre sostenibilidad y bienestar personal. La disposición a pagar sugiere un interés real, aunque condicionado a factores como el nivel de confianza, la visibilidad del sello y el sobreprecio aceptable.

Conclusión: Existe una clara preferencia por productos certificados en ciertas categorías clave del mercado agrícola colombiano. Esta preferencia, acompañada de una disposición a pagar más, revela un espacio de oportunidad para los actores de la cadena de valor, siempre que se logren superar barreras informativas y de acceso.

Intención de compra

El indicador de intención de compra muestra que un 58,4% de los encuestados estaría dispuesto a adquirir productos certificados en el próximo mes, si tuviera acceso a ellos. Esta es una cifra significativa, ya que indica no solo una actitud favorable, sino una voluntad concreta de acción, especialmente si se garantiza la disponibilidad y visibilidad del producto. La siguiente figura muestra el resultado del Net Promoter Score (NPS) aplicado a la intención de compra de productos agrícolas certificados en el corto plazo, revelando el nivel de disposición de los consumidores a recomendarlos o adquirirlos si tienen acceso a ellos.

Figura 5: Intención de Compra Productos Certificados

19. ¿Qué tan probable es que en el próximo mes compre productos agrícolas certificados si tiene acceso a ellos?



Nota: Elaboración propia

Conclusión: La intención de compra es prometedora, pero requiere un entorno favorable para concretarse. Esto implica que los actores del sistema de certificación deben enfocarse no solo en mejorar la oferta, sino también en facilitar el acceso, la señalización y la educación del consumidor.

Comportamiento

Finalmente, cuando se observan los comportamientos reales, el panorama es más matizado: solo el 40% de los encuestados afirma haber comprado productos certificados en el último mes, y el 48% los incluye con cierta frecuencia en su mercado habitual. Esto muestra una brecha entre intención y comportamiento. La siguiente figura muestra el Net Promoter Score (NPS) asociado a la frecuencia con la que los consumidores incluyen productos agrícolas certificados en su mercado habitual, lo cual permite identificar la brecha entre intención y comportamiento real de compra.

Figura 6: Comportamiento de Compra Productos Certificados

18. ¿Con qué frecuencia incluye productos certificados agrícolas en su mercado habitual?



Nota: Elaboración propia

Dicha brecha puede deberse a múltiples factores: baja disponibilidad de productos certificados, poca diferenciación visual en los puntos de venta, falta de confianza o falta de

incentivos. También influye la percepción de que estos productos son más costosos o que no aportan beneficios tangibles y verificables.

Conclusión: El comportamiento de compra aún no refleja todo el potencial de la actitud positiva y la intención declarada. Para cerrar esta brecha, es necesario fortalecer los canales de distribución, mejorar la señalización de los productos certificados y generar mecanismos de confianza más claros para el consumidor.

Conclusión de Interpretaciones

El análisis de la encuesta realizada a consumidores colombianos permite comprender con mayor profundidad la realidad de las certificaciones sostenibles desde su rol como actores en el ecosistema de sostenibilidad. Si bien los niveles de conocimiento sobre certificaciones y sellos específicos son aún limitados, la actitud general hacia estas iniciativas es positiva. Los consumidores asocian las certificaciones con valores como responsabilidad ambiental, transparencia, salud y ética en la producción agrícola.

Existe una predisposición favorable a pagar más, más no un costo significativamente mayor (no más del 25%), por productos certificados y una intención de compra relativamente alta, especialmente en categorías como frutas, verduras, café y lácteos. Sin embargo, también se evidencia una brecha significativa entre esa intención declarada y el comportamiento de compra real, lo que sugiere que factores estructurales, como la falta de información, confianza, acceso y diferenciación en el punto de venta, limitan su adopción efectiva.

En conjunto, estos hallazgos muestran que el consumidor colombiano está abierto a las certificaciones sostenibles, pero requiere de un entorno más adecuado para integrarlas en sus decisiones de compra. Para avanzar hacia un sistema de certificación más robusto y funcional, es

clave fortalecer la comunicación, la visibilidad del valor agregado y la articulación entre los actores involucrados: productores, empresas, certificadoras, ONGs, consumidores.

5. Discusión

Esta sección analiza los hallazgos obtenidos en el trabajo de campo desde una perspectiva comparativa con la literatura revisada, con el objetivo de evaluar hasta qué punto las percepciones, barreras y oportunidades identificadas por los actores involucrados, se alinean o contrastan con estudios previos.

5.1 Productores: altos costos y bajo incentivo económico

Las conclusiones realizadas evidenciaron que, aunque los productores reconocen los beneficios ambientales y comerciales de las certificaciones, perciben altos costos económicos y técnicos, especialmente cuando no existe un diferencial claro en el precio de venta. Este hallazgo concuerda con Ibáñez y Blackman (2016), quienes señalan que los beneficios económicos de las certificaciones son ambiguos, y en algunos casos, los costos de implementación superan las ganancias obtenidas.

Además, los hallazgos refuerzan lo planteado por Furumo et al. (2019), en cuanto a las barreras que enfrentan pequeños productores, que destaca la importancia del rol de los productores y sus limitaciones estructurales. A pesar de esto, algunos casos exitosos estudiados, confirman que, con apoyo técnico y canales comerciales adecuados, las certificaciones pueden generar mejores resultados.

5.2 Empresas compradoras: sostenibilidad estratégica pero no uniforme

Las grandes empresas de acuerdo con lo investigado usan las certificaciones como herramienta reputacional y de cumplimiento normativo, lo que valida lo expuesto por Marín-

Burgos et al. (2015) sobre el uso estratégico de estos sellos. Sin embargo, también se identificó que no todas exigen certificaciones a sus proveedores, lo cual refleja un enfoque flexible que busca fomentar sostenibilidad sin excluir a actores más pequeños.

Este comportamiento sugiere que las certificaciones siguen siendo percibidas más como un diferenciador comercial que como un requerimiento estructural, alineado con lo mencionado por Rueda y Lambin (2013).

5.3 Certificadoras y ONGs: impulso técnico limitado por baja trazabilidad

Dentro de los resultados de entidades certificadoras de sellos y ONGs como Rainforest Alliance y WWF, se evidencia que las certificaciones tienen el potencial de mejorar prácticas, pero que sus exigencias son una barrera para los pequeños productores. Esta perspectiva refuerza los hallazgos de Ge et al., (2022) sobre la exclusión estructural que pueden generar estos modelos. Adicionalmente, se evidencia una falta de trazabilidad en los mercados locales, lo que dificulta que el consumidor reconozca el valor del sello, un tema que también ha sido mencionado por Furumo et al. (2019).

Aunque estas entidades promueven activamente prácticas sostenibles, coinciden en que se requiere una mejor articulación con empresas, gobiernos y consumidores, lo cual responde al patrón común identificado en el análisis cualitativo: la necesidad de una gobernanza más colaborativa.

5.4 Empresas exportadoras: articuladoras clave con limitaciones estructurales

Por el lado de los exportadores, se encuentra que estos enfatizan el papel crucial de las certificaciones para acceder a mercados internacionales. Esto se alinea con lo señalado por Macchiavello y Miquel-Florensa (2019), quienes argumentan que la certificación puede aumentar el valor de exportación y reducir la asimetría de información. No obstante, también se reiteran las dificultades que enfrentan los pequeños productores para alcanzar los estándares exigidos.

Las estrategias de certificación grupal mencionadas en las entrevistas reafirman los hallazgos de Furumo et al. (2019), sobre cómo las cooperativas pueden democratizar el acceso a estos esquemas.

5.5 Consumidores: interés creciente, pero sin comprensión profunda

Los hallazgos con base al análisis cuantitativo permiten matizar y reafirmar lo identificado en la literatura sobre el rol del consumidor en los sistemas de certificación sostenible para productos agrícolas. En primer lugar, aunque una parte significativa ha escuchado sobre certificaciones, el nivel de conocimiento real es bajo, y pocos identifican sellos específicos o comprenden su significado. Esto respalda lo señalado por Ge et al. (2022) sobre la confusión generada por la proliferación de sellos y la falta de información clara.

La actitud hacia las certificaciones es en general positiva, especialmente frente a atributos como salud, ética y medio ambiente. Sin embargo, la intención de compra, aunque alta, se ve limitada por factores como el precio, el acceso y la confianza, una tendencia también identificada por Ibáñez y Blackman (2016).

Finalmente, el comportamiento real refleja una brecha entre lo que los consumidores declaran y lo que hacen, reafirmando lo señalado por Ibáñez y Blackman (2016), sobre la distancia entre actitud e implementación práctica. En síntesis, aunque el consumidor colombiano muestra

disposición y valores alineados con la sostenibilidad, su rol como agente activo aún es incipiente y requiere más información, acceso y confianza para consolidarse.

6. Conclusiones y Recomendaciones

La presente investigación permitió explorar de manera integral la realidad de las certificaciones de sostenibilidad y ecosellos en productos agrícolas en Colombia desde la perspectiva de ciertos actores involucrados. A partir del análisis cualitativo de entrevistas a actores directos e indirectos y del análisis cuantitativo de encuestas a consumidores, se obtuvieron hallazgos clave que responden a los objetivos planteados:

1. **Reconocimiento de actores directos e indirectos:** Se identificó una amplia variedad de actores involucrados, incluyendo productores, empresas comercializadoras, certificadoras, organizaciones de cooperación, consumidores y entidades gubernamentales. Cada uno cumple un papel determinante en la construcción, implementación y validación del sistema de certificación sostenible.
2. **Perspectiva diferenciada según el rol:** Los productores perciben la certificación como una herramienta que puede abrir mercados y generar valor agregado, aunque enfrentan barreras significativas asociadas a costos, burocracia y falta de acompañamiento técnico. Las empresas encuentran valor en la reputación y confianza que otorgan estos sellos ante el consumidor, mientras que las certificadoras y ONGs destacan los retos de credibilidad, trazabilidad y adaptación a contextos locales. Por su parte, los consumidores valoran los sellos como señales de responsabilidad, pero existe aún un bajo nivel de conocimiento, lo cual limita su capacidad para incidir directamente en el mercado.
3. **Impacto percibido:** Aunque las certificaciones han tenido efectos positivos en términos de fortalecimiento institucional, acceso a mercados y buenas prácticas ambientales, también se evidenció un desfase entre las expectativas de los diferentes actores y la

operatividad real de los esquemas. Existen tensiones entre la estandarización global de los criterios y las realidades sociales y económicas locales.

4. **Participación y gobernanza:** Se identificó una necesidad de mayor inclusión de los actores en los procesos de diseño y evaluación de los estándares. La gobernanza actual de los ecosellos tiende a estar centralizada en entidades externas, lo que genera percepciones de falta de apropiación por parte de los actores locales.

En conjunto, los hallazgos evidencian que la sostenibilidad certificada en productos agrícolas en Colombia es una construcción compleja, sujeta a tensiones entre legitimidad técnica, viabilidad económica, credibilidad social y adaptabilidad territorial.

Ahora bien, por el lado de las recomendaciones, a partir de los hallazgos obtenidos en esta investigación, es posible plantear recomendaciones concretas para cada actor involucrado en el ecosistema de certificaciones sostenibles y ecosellos en Colombia.

Para los productores agrícolas, especialmente pequeños y medianos, es fundamental que existan esquemas de acompañamiento técnico, financiero y logístico que les permitan acceder a certificaciones sin que estas representen una carga económica excesiva. Se recomienda fomentar la colaboración entre pares como estrategia para compartir costos, acceder a mercados diferenciados y fortalecer la capacidad de negociación colectiva. Asimismo, resulta clave que los productores participen de manera más activa en espacios donde se discuten y validan los estándares de sostenibilidad, de manera que estos sean más pertinentes y ajustados a las realidades del territorio.

Las empresas y exportadoras, por su parte, deben asumir un rol más activo en la educación del consumidor. Es recomendable que implementen estrategias de comunicación que expliquen con claridad el valor de las certificaciones, su impacto y su trazabilidad. Igualmente, deben exigir

mayor transparencia por parte de las certificadoras y fomentar relaciones comerciales más equitativas y estables con sus proveedores, generando así una cadena de valor más ética y coherente con los principios de sostenibilidad que promueven.

Las certificadoras y ONGs tienen la responsabilidad de rediseñar estándares que, sin perder rigurosidad, sean más flexibles y sensibles a las condiciones locales. Deben incluir mecanismos que permitan una mayor participación de actores del territorio, y al mismo tiempo, fortalecer los procesos de auditoría, trazabilidad y comunicación para generar confianza tanto en los productores como en los consumidores. La innovación tecnológica puede jugar aquí un papel clave, mediante herramientas que faciliten la verificación y seguimiento de los procesos certificados.

Desde el **rol del consumidor**, se hace evidente la necesidad de desarrollar campañas educativas que eleven el nivel de conocimiento sobre lo que significan los sellos y certificaciones, cómo funcionan y qué impacto generan. Es importante empoderar al consumidor para que ejerza un consumo más consciente, informado y exigente, lo cual puede actuar como una presión positiva para mejorar la calidad y legitimidad de las certificaciones.

Finalmente, este actor no se estudió en la anterior investigación, sin embargo, como parte de los hallazgos, se concluye como un actor clave para la adopción e implementación de las certificaciones y sellos de sostenibilidad en productos agrícolas. **Las instituciones gubernamentales y entidades del sector público** deben desempeñar un papel articulador. Se recomienda que se generen incentivos (fiscales, comerciales o técnicos) para quienes adoptan prácticas sostenibles verificadas por certificaciones. Asimismo, es necesario fortalecer la política pública relacionada con sostenibilidad agroalimentaria, promoviendo esquemas de certificación integrados dentro de estrategias más amplias de desarrollo rural, compras públicas sostenibles y protección ambiental.

Desde su posición normativa y de diseño de políticas públicas, el Estado tiene la capacidad de generar incentivos económicos, fiscales o comerciales que faciliten la adopción de certificaciones por parte de pequeños y medianos productores, quienes hoy enfrentan barreras de acceso. Además, el gobierno puede cumplir un papel fundamental en la adaptación de estándares internacionales al contexto local, promoviendo la inclusión y la pertinencia técnica. En este proceso, se vuelve esencial fortalecer la relación entre el gobierno y las ONGs, quienes ya cuentan con experiencia territorial y capacidades de acompañamiento. Esta articulación puede convertirlos en habilitadores estratégicos, tanto en la formación como en la implementación gradual de prácticas sostenibles alineadas con los sellos, creando así un ecosistema de gobernanza más inclusivo y eficiente.

De manera transversal, se recomienda fomentar una mayor articulación entre los actores involucrados para avanzar hacia modelos de gobernanza más participativos y adaptables. Esto incluye explorar modelos híbridos que combinen certificaciones formales con sistemas de garantía participativa, así como aprovechar tecnologías digitales para mejorar la trazabilidad, la eficiencia y la confianza en los procesos.

Por último, entendiendo que a partir de dicha investigación se encontraron hallazgos bastante valiosos para el tema de las certificaciones sostenibles en productos agrícolas entorno a sus actores, se considera que, a partir de esta investigación, se abren varias líneas para futuras investigaciones que pueden profundizar el entendimiento y mejorar la efectividad de los ecosellos y certificaciones en Colombia.

En primer lugar, se sugiere realizar estudios longitudinales que permitan evaluar el impacto real de las certificaciones en el mediano y largo plazo, tanto en términos de beneficios económicos para los productores como en mejoras ambientales y sociales. Este tipo de análisis ayudaría a determinar si las promesas de los sellos sostenibles se materializan de forma consistente.

También sería útil desarrollar comparativos entre diferentes tipos de certificaciones (privadas, participativas, públicas) para entender cuáles son más efectivas según el contexto. Asimismo, se propone profundizar en la percepción y comportamiento del consumidor, explorando cómo factores como el ingreso o el nivel educativo influyen en su relación con los ecosellos.

Por último, se recomienda investigar otros actores no mencionados en esta investigación, que permitan llegar a un entendimiento aún más profundo sobre las realidades y perspectivas de estos frente a las certificaciones de sostenibilidad para productos agrícolas. Actores como el gobierno, sector financiero y la academia pueden determinar a mayor detalle el impacto que estas certificaciones pueden generar y su efectividad.

Ahora bien, a manera de concluir, las certificaciones de sostenibilidad y ecosellos para productos agrícolas se consolidan como herramientas clave para avanzar hacia un modelo agrícola más justo, responsable y alineado con los retos ambientales, sociales y económicos del país. Esta investigación permitió comprender, desde distintos enfoques, cómo estas certificaciones son percibidas, implementadas y valoradas por quienes intervienen directamente en su funcionamiento.

Desde la perspectiva de la Administración de Empresas, esta investigación aporta una comprensión estratégica sobre cómo se configuran, operan y perciben las certificaciones sostenibles dentro del sistema agrícola colombiano. Al analizar las realidades y perspectivas de productores, empresas, certificadoras, ONGs y consumidores, se visibilizan elementos clave para la toma de decisiones organizacionales relacionadas con sostenibilidad, diferenciación de mercado, gestión de relaciones con stakeholders y creación de valor compartido. Más allá del cumplimiento normativo o reputacional, las certificaciones emergen como herramientas que inciden en la propuesta de valor, en la estructura de costos y en la estrategia comercial de las

empresas del sector. Así, este trabajo ofrece insumos relevantes para administradores, exportadores y líderes de sostenibilidad que buscan integrar criterios ambientales, sociales y éticos en sus modelos de negocio, alineando propósito empresarial con impacto positivo y competitivo en los mercados agrícolas locales e internacionales.

Los productores encuentran en estos sellos una oportunidad para diferenciar su oferta, acceder a nuevos mercados y mejorar sus prácticas productivas, aunque su experiencia está atravesada por el acompañamiento que reciban y el tipo de certificación a la que accedan. Las empresas y exportadoras, por su parte, entienden los ecosellos como mecanismos estratégicos de valor reputacional, legitimidad frente al consumidor y alineación con políticas de sostenibilidad corporativa.

Asimismo, las certificadoras y ONGs destacan la importancia de establecer estándares rigurosos pero adaptables, y de promover procesos más inclusivos y representativos de las realidades locales. Finalmente, el consumidor colombiano demuestra una actitud positiva y una creciente intención de apoyar el consumo responsable, aunque todavía enfrenta desafíos relacionados con el conocimiento, el acceso y la comprensión del valor detrás de los sellos

Este recorrido investigativo muestra que la sostenibilidad no puede construirse desde una única perspectiva, sino desde el reconocimiento y articulación de todos los actores que hacen parte del sistema. Solo mediante el diálogo, la transparencia y el compromiso colectivo será posible consolidar certificaciones que realmente impulsen la transformación sostenible del sector agrícola colombiano.

Referencias

- Aaker, D. (1992). Managing brand equity : capitalizing on the value of a brand name. .
<https://doi.org/10.2307/1252048>.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Arayá, N. & Correa, F. (2023). Certificaciones empresariales de sostenibilidad en América Latina y el Caribe. *Cepal Org.* <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/4c452e3b-1d7b-4f23-b1fb-f1c80fece951/content>
- Auld, G., Gulbrandsen, L. H., & McDermott, C. L. (2008). Certification schemes and the impact on forests and forestry. *Annual Review of Environment and Resources*, 33, 187-211
<https://open.fsc.org/entities/publication/0df277b0-907d-42ff-81e8-4761069dee14>
- Blackman, A., & Rivera, J. (2011). Producer-level benefits of sustainability certification. *Conservation Biology*, 25(6), 1176-1185. https://www.researchgate.net/publication/51787274_Producer-Level_Benefits_of_Sustainability_Certification
- Botero, C., & Zielinski, S. (2020). The implementation of a world-famous tourism ecolabel triggers political support for beach management. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100691.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100691>.
- Brécard, D., Hlaimi, B., Lucas, S., Perraudeau, Y., & Salladarré, F. (2009). Determinants of demand for green products: An application to eco-label demand for fish in Europe. *Ecological Economics*, 69, 115-125. <https://doi.org/10.1016/J.ECOLECON.2009.07.017>.
- Cao, L., & Gao, J. (2024). The Impact of Green Finance on Agricultural Pollution and Carbon Reduction: The Case of China. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su16145832>.

- Carlson, A., & Palmer, C. (2016). A qualitative meta-synthesis of the benefits of eco-labeling in developing countries. *Ecological Economics*, 127, 129-145. <https://doi.org/10.1016/J.ECOLECON.2016.03.020>.
- Caviedes Rubio, D. I., & Olaya Amaya, A. (2020). Impacto ecológico, social y económico de fincas certificadas en buenas prácticas agrícolas y comercio justo. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 17 https://www.researchgate.net/publication/349939927_Impacto_ecologico_social_y_economico_de_fincas_certificadas_en_buenas_practicas_agricolas_y_comercio_justo.
- Chkanikova, O., & Lehner, M. (2015). Private eco-brands and green market development: towards new forms of sustainable governance in food retailing. *Journal of Cleaner Production*, 107, 74-84. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2014.05.055>.
- Comisión Europea. (s.f). La agricultura ecológica en pocas palabras. https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organics-glance_es
- Demeter. (s.f). 100 Years of healing the planet through agriculture. <https://demeter.net/>
- DQS Global. (2024). ¿Qué es una certificación?. [dqsglobal.com. https://www.dqsglobal.com/es-mx/aprenda/centro-de-conocimientos-dqs/que-es-una-certificacion](https://www.dqsglobal.com/es-mx/aprenda/centro-de-conocimientos-dqs/que-es-una-certificacion)
- Englund, O., & Berndes, G. (2015). How do sustainability standards consider biodiversity?. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Energy and Environment*, 4
- Fair for Life. (s.f). Fairness has no borders. https://www.fairforlife.org/pmws/indexDOM.php?client_id=fairforlife&page_id=home
- Furumo, P., Rueda, X., Rodríguez, J., & Ramos, I. (2019). Field evidence for positive certification outcomes on oil palm smallholder management practices in Colombia. *Journal of Cleaner Production*, 245, 118891. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118891>.

- Ge, W., Bai, X., Zhang, Z., & Gao, Q. (2022). The Impact of Consumer Participation Certification on the Trust of Eco-Agricultural Products Based on the Mediating Effects of Information and Identity. Sustainability. <https://doi.org/10.3390/su14073825>.
- Global Gap. (s.f). How does GLOBALG.A.P. certification work?. <https://www.globalgap.org/about/> Rain Forest Alliance. (05 de agosto de 2021).
- Hatanaka, M., Bain, C., & Busch, L. (2005). Third-party certification in the global agrifood system. *Food Policy*, 30(3), 354-369. https://www.researchgate.net/publication/222561661_Third-Party_Certification_in_the_Global_Agrifood_System
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1991). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Interamericana de México.
- Ibáñez, M., & Blackman, A. (2016). Is Eco-Certification a Win–Win for Developing Country Agriculture? Organic Coffee Certification in Colombia. *World Development*, 82, 14-27. <https://doi.org/10.1016/J.WORLDDEV.2016.01.004>.
- Louviere, J., Hensher, D., & Swait, J. (2000). *Stated Choice Methods: Analysis and Applications*.
- Macchiavello, R., & Miquel-Florensa, J. (2019). Buyer-Driven Upgrading in GVCS: The Sustainable Quality Program in Colombia. *Agricultural & Natural Resource Economics eJournal*.
- Marín-Burgos, V., Clancy, J., & Lovett, J. (2015). Contesting legitimacy of voluntary sustainability certification schemes: Valuation languages and power asymmetries in the Roundtable on Sustainable Palm Oil in Colombia. *Ecological Economics*, 117, 303-313. <https://doi.org/10.1016/J.ECOLECON.2014.04.011>.
- Milder, J. C., Arbuthnot, M., Blackman, A., Brooks, S. E., Giovannucci, D., Gross, L., Kennedy, E. T., Komives, K., Lambin, E. F., Lee, A., Meyer, D., Newton, P., Phalan, B., Schroth, G., Semroc, B.,

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (S.F.) Sello Ambiental Colombiano.
[minambiente.gov.co. https://www.minambiente.gov.co/asuntos-ambientales-sectorial-y-urbana/sello-ambiental-colombiano-sac/](https://www.minambiente.gov.co/asuntos-ambientales-sectorial-y-urbana/sello-ambiental-colombiano-sac/)

Oya, C., Schaefer, F., & Skolidou, D. (2018). The effectiveness of agricultural certification in developing countries: A systematic review. *World Development*, 112, 282-312.
https://www.researchgate.net/publication/327691747_The_effectiveness_of_agricultural_certification_in_developing_countries_A_systematic_review

Philip, A., & Marathe, R. (2022). A New Green Labeling Scheme for Agri-Food Supply Chains: Equilibrium and Information Sharing under Uncertainties. *Sustainability*.
<https://doi.org/10.3390/su142315511>.

ProMateriales. (28 de diciembre 2023). Las cinco certificaciones de sostenibilidad más prestigiosas del momento. [prosostenible.es. https://prosostenible.es/las-cinco-certificaciones-de-sostenibilidad-mas-prestigiosas-del-momento/#:~:text=Las%20certificaciones%20de%20sostenibilidad%20avalan,los%20efectos%20del%20cambio%20clim%C3%A1tico](https://prosostenible.es/las-cinco-certificaciones-de-sostenibilidad-mas-prestigiosas-del-momento/#:~:text=Las%20certificaciones%20de%20sostenibilidad%20avalan,los%20efectos%20del%20cambio%20clim%C3%A1tico)

Radomsky, G., & Leal, O. (2015). Ecolabeling as a Sustainability Strategy for Smallholder Farming? The Emergence of Participatory Certification Systems in Brazil. *Journal of Sustainable Development*, 8, 196. <https://doi.org/10.5539/JSD.V8N6P196>.

Rain Forest Alliance. (05 de agosto 2021). Nuestro trabajo para mejorar los medios de vida rurales. <https://www.rainforest-alliance.org/es/perspectivas/nuestro-trabajo-para-mejorar-medios-de-vida-rurales/>

- Rokka, J., & Uusitalo, L. (2008). Preference for green packaging in consumer product choices – Do consumers care?. *International Journal of Consumer Studies*, 32, 516-525. <https://doi.org/10.1111/J.1470-6431.2008.00710.X>.
- Rueda, X., & Lambin, E. (2013). Responding to Globalization: Impacts of Certification on Colombian Small-Scale Coffee Growers. *Ecology and Society*, 18, 21. <https://doi.org/10.5751/ES-05595-180321>.
- Sønderskov, K., & Daugbjerg, C. (2011). The state and consumer confidence in eco-labeling: organic labeling in Denmark, Sweden, The United Kingdom and The United States. *Agriculture and Human Values*, 28, 507-517. <https://doi.org/10.1007/S10460-010-9295-5>.
- Thøgersen, J. (2000). Psychological Determinants of Paying Attention to Eco-Labels in Purchase Decisions: Model Development and Multinational Validation. *Journal of Consumer Policy*, 23, 285-313. <https://doi.org/10.1023/A:1007122319675>.
- Valero, G. & Vega, P. (2016). Una aproximación a los ecosellos. *Revista Activos*. <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/activos/article/view/2784/2686>
- Van der Kamp, M. (2013). Inferring the unknown: Enacting organic standards through certification. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 20(1), 109-125. <https://www.researchgate.net/publication/279960902> Inferring the unknown Enacting standards through certification
- Van Rikxoort, H., & Zrust, M. (2014). An agenda for assessing and improving conservation impacts of sustainability standards in tropical agriculture. *Conservation Biology*, 28(2), 308-322. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/25363833/>

- Ven, H., Rothacker, C., & Cashore, B. (2018). Do eco-labels prevent deforestation? Lessons from non-state market driven governance in the soy, palm oil, and cocoa sectors. *Global Environmental Change*. <https://doi.org/10.1016/J.GLOENVCHA.2018.07.002>.
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer “Attitude – Behavioral Intention” Gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19, 169-194. <https://doi.org/10.1007/S10806-005-5485-3>.
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2008). Sustainable food consumption among young adults in Belgium: Theory of planned behaviour and the role of confidence and values. *Ecological Economics*, 64, 542-553. <https://doi.org/10.1016/J.ECOLECON.2007.03.007>.

Anexos

Anexo 1: Esquema de Investigación Actores

Actor: Entidades de Certificación Privada, Certificaciones de Sostenibilidad y ONGs

Duración ideal: 45 minutos

Modalidad: Entrevista a profundidad

1. Introducción

- Presentación del entrevistador y propósito de la entrevista.
 - Explicación del estudio sobre sostenibilidad y certificaciones en productos agrícolas.
 - Consentimiento para el uso de la información y confidencialidad.
 - **Pregunta general:** ¿Qué son las certificaciones sostenibles y cómo las entiende desde su perspectiva?
-

2. Rol y Responsabilidades de la Entidad en el Ecoetiquetado

- **Pregunta introductoria:** ¿Cuál es el papel de su entidad en el ecotiquetado de productos agrícolas?
 - Coordinación con otras instituciones gubernamentales en el ecoetiquetado.
 - Principales logros en la implementación de certificaciones sostenibles en la agricultura.
 - **¿Cuenta con informes o datos que respalden lo mencionado y que puedan ser compartidos?**
-

3. Políticas y Normativas Relacionadas con los Ecosellos

- **Pregunta introductoria:** ¿Qué normativas regulan actualmente el ecotiquetado y qué cambios se esperan?
- Planes para fortalecer el marco normativo.
- Accesibilidad al proceso de certificación para pequeños y medianos productores en términos de costos y requisitos.

4. Implementación y Supervisión de las certificaciones de sostenibilidad

Pregunta introductoria: ¿Cómo se asegura su entidad de que las certificaciones de sostenibilidad sean implementadas de manera efectiva y supervisadas de forma rigurosa?

- Trazabilidad de rendimiento y eficacia en las certificaciones de sostenibilidad.
 - Garantización de que el producto cumpla los estándares sostenibles.
 - Relación con el gobierno.
-

5. Relación con Productores y el Sector Privado

Pregunta introductoria: ¿Qué papel juega su entidad en facilitar y fortalecer la certificación sostenible entre los productores agrícolas y el sector privado?

- Incentivos para apoyo de productores en la certificación.
 - Respuesta de los productores frente a las certificaciones de sostenibilidad.
 - Barreras para productores al momento de implementar certificaciones de sostenibilidad.
-

6. Relación con el Mercado y los Consumidores

Pregunta introductoria: ¿Cómo trabaja su entidad para educar a los consumidores y promover la confianza en las certificaciones de sostenibilidad?

- Promoción y educación del ecotiquetado a los consumidores.

- Fortalecimiento de la confianza del consumidor.
- Evaluación de la percepción del consumidor colombiano sobre productos de certificación sostenible.

7. Desafíos y Oportunidades

Pregunta introductoria: ¿Cuáles considera que son los principales retos y oportunidades para mejorar la regulación, promoción e implementación de certificaciones de sostenibilidad en Colombia?

- Principales desafíos que enfrenta su entidad en la regulación y promoción de las certificaciones de sostenibilidad agrícola.
- Oportunidades para mejorar la implementación de las certificaciones de sostenibilidad en Colombia.
- Comunicación con productores para adoptar las certificaciones de sostenibilidad.

8. Cierre

- Agradecimiento por la participación.
- Consulta sobre posibilidad de seguimiento o contacto para aclaraciones futuras.
- Pregunta abierta: **¿Hay algún otro aspecto sobre el rol de su entidad en las certificaciones de sostenibilidad que considere importante compartir?**

Actor: Productor Agrícola

Duración ideal: 45 minutos

Modalidad: Entrevista a profundidad

1. Introducción

- Presentación del entrevistador y propósito de la entrevista.
 - Explicación del estudio sobre sostenibilidad y certificaciones en productos agrícolas.
 - Consentimiento para el uso de la información y confidencialidad.
 - **Pregunta general:** Desde su perspectiva, ¿qué significa una certificación de sostenibilidad y cómo impacta su labor como productor?
-

2. Perfil del Productor y Motivaciones para la Certificación

Pregunta introductoria: ¿Cuál es su experiencia con las certificaciones de sostenibilidad y qué lo ha motivado (o desmotivado) a obtener una?

- **Para productores certificados:**
 - ¿Qué certificaciones o ecoetiquetas posee?
 - ¿Cuáles fueron los principales motivos para certificarse?
 - ¿Cómo ha cambiado su producción y comercialización tras la certificación?
 - ¿Los requisitos de certificación han sido fáciles de cumplir?
- **Para productores no certificados:**
 - ¿Ha considerado certificarse? ¿Por qué sí o por qué no?
 - ¿Cuáles son las principales barreras que enfrenta para obtener una certificación?
 - ¿Qué tipo de apoyo considera que necesitaría para certificarse?
- **Para ambos:**

- ¿El proceso de certificación es voluntario o ha habido presiones externas para hacerlo?
 - ¿Existen diferencias económicas o comerciales entre estar certificado y no estarlo?
 - **Evidencia:** ¿Cuenta con datos o informes que respalden su experiencia con certificaciones?
-

3. Relación con Entidades Gubernamentales

Pregunta introductoria: ¿Qué tipo de apoyo o dificultades ha tenido con el gobierno en relación con las certificaciones de sostenibilidad?

- Apoyo técnico o financiero del gobierno para certificarse.
 - Experiencia con las entidades gubernamentales en este proceso.
 - Principales desafíos que enfrenta en la relación con estas entidades.
 - **Evidencia:** ¿Existen informes o datos gubernamentales que respalden su experiencia?
-

4. Relación con Certificadoras y Organizaciones Privadas

Pregunta introductoria: ¿Cómo ha sido su relación con las entidades certificadoras y qué impacto han tenido en su producción?

- Apoyo técnico o financiero por parte de certificadoras o entidades privadas.
- ¿Las certificadoras han facilitado o complicado el proceso de certificación?
- Principales desafíos en su relación con estas entidades.
- Diferencias entre distintas certificadoras en términos de costos, requisitos o beneficios.

- **Evidencia:** ¿Cuenta con datos o reportes que puedan ilustrar su experiencia con certificadoras?
-

5. Relación con el Mercado y los Consumidores

Pregunta introductoria: ¿Cree que las certificaciones de sostenibilidad han influido en la demanda y comercialización de sus productos?

- Diferencias en la demanda de sus productos desde que se certificó.
 - Clientes o mercados que buscan productos con certificaciones de sostenibilidad.
 - ¿Cree que los consumidores colombianos están suficientemente informados sobre las certificaciones de sostenibilidad?
 - **Evidencia:** ¿Cuenta con estudios de mercado, encuestas o datos sobre el impacto de las certificaciones en sus ventas?
-

6. Barreras y Desafíos en la Obtención y Mantenimiento de las Certificaciones de Sostenibilidad

Pregunta introductoria: ¿Cuáles han sido los mayores obstáculos para obtener y mantener una certificación de sostenibilidad?

- **Para productores certificados:**
 - ¿Qué desafíos enfrentó al obtener su certificación?
 - ¿El costo de certificación ha sido accesible o representa una barrera importante?
 - Dificultades para mantener la certificación en el tiempo.
- **Para productores no certificados:**
 - Principales obstáculos que le impiden certificarse.
 - ¿El costo de certificación es un factor determinante para su decisión?

- **Para ambos:**
 - ¿Existen dificultades específicas para cumplir con los requisitos exigidos por las certificaciones?
 - ¿Qué cambios cree que deberían implementarse para hacer el proceso más accesible para todos los productores?
 - **Evidencia:** ¿Cuenta con documentos o reportes que reflejen estas barreras y desafíos?
-

7. Desafíos y Oportunidades

Pregunta introductoria: ¿Cuáles son los principales retos y oportunidades que enfrenta como productor en relación con las certificaciones de sostenibilidad?

- **Desafíos:**
 - ¿Cuáles considera que son los principales desafíos en la regulación y promoción de las certificaciones agrícolas?
 - ¿Cómo ha afectado la certificación (o la falta de ella) su posición en el mercado?
 - Barreras que le gustaría que se eliminaran o modificaran en el proceso de certificación.
- **Oportunidades:**

- ¿Qué oportunidades ve en el futuro para mejorar la implementación de certificaciones en Colombia?
 - ¿Qué acciones deberían tomarse para hacer el proceso más fácil y accesible para los productores?
 - **Evidencia:** ¿Cuenta con estudios o datos que respalden su percepción sobre estos desafíos y oportunidades?
-

8. Cierre

- Agradecimiento por la participación.
- Consulta sobre posibilidad de seguimiento o contacto para aclaraciones futuras.
- **Pregunta abierta:** ¿Hay algún otro aspecto sobre su experiencia con las certificaciones de sostenibilidad que considere importante compartir?

Actor: Importadores y Exportadores

Duración ideal: 45 minutos

Modalidad: Entrevista a profundidad

1. Introducción

- Presentación del entrevistador y propósito de la entrevista.
 - Explicación del estudio sobre sostenibilidad y certificaciones en productos agrícolas.
 - Consentimiento para el uso de la información y confidencialidad.
 - **Pregunta general:** ¿Cómo influyen las certificaciones de sostenibilidad en su negocio y qué impacto tienen en la dinámica de importación y exportación?
-

2. Rol del Importador/Exportador en la Comercialización de Productos Sostenibles

Pregunta introductoria: ¿Qué papel juega su empresa en la comercialización de productos agrícolas con certificaciones sostenibles?

- ¿Cómo garantizan que los productos importados o exportados cumplen con los estándares de sostenibilidad?
 - ¿Qué requisitos adicionales deben cumplir los productos agrícolas en sus mercados de destino?
 - ¿Cómo se relacionan con los productores locales en relación con las exigencias de sostenibilidad en los mercados internacionales?
 - ¿Cuentan con mecanismos para verificar el cumplimiento de los estándares sostenibles a lo largo de la cadena de suministro?
 - **Evidencia:** ¿Dispone de informes o datos que respalden sus procesos de certificación y cumplimiento?
-

3. Certificaciones y Normativas Internacionales

Pregunta introductoria: ¿Qué certificaciones y normativas internacionales impactan más en la exportación e importación de productos agrícolas?

- ¿Cuáles son las certificaciones o normas internacionales que deben cumplir los productos agrícolas que comercializan?
- ¿Cómo afectan estas certificaciones la competitividad de los productos agrícolas en los mercados internacionales?
- ¿Qué tan exigentes son los estándares de sostenibilidad en los distintos mercados de destino?

- **Evidencia:** ¿Cuenta con datos o informes sobre la demanda de productos certificados en los mercados internacionales?
-

4. Desafíos en el Cumplimiento de Normativas Ambientales y Sociales

Pregunta introductoria: ¿Cuáles son los principales retos que enfrentan para garantizar que los productos agrícolas cumplan con las normativas ambientales y sociales?

- ¿Cuáles son las principales barreras logísticas, económicas y regulatorias que enfrentan los productores al exportar productos certificados?
 - ¿Cómo impactan las regulaciones ambientales de países importadores (UE, EE.UU.) en el comercio internacional de productos agrícolas?
 - ¿Existe apoyo gubernamental o de otras entidades para facilitar el cumplimiento de estas normativas?
 - ¿Se han presentado casos donde una certificación haya representado una barrera comercial en lugar de una ventaja?
 - **Evidencia:** ¿Existen reportes o datos que reflejen estos desafíos en la práctica?
-

5. Relación con Consumidores Internacionales y Educación sobre Sostenibilidad

Pregunta introductoria: ¿Cómo perciben los consumidores internacionales los productos agrícolas certificados en términos de confianza y preferencia?

- ¿Cómo ha evolucionado la demanda de productos sostenibles en los mercados internacionales?

- ¿Las certificaciones de sostenibilidad impactan en la decisión de compra de los consumidores en el exterior?
 - ¿Qué estrategias se han implementado para educar a los consumidores internacionales sobre los beneficios de los productos agrícolas sostenibles?
 - ¿Han desarrollado campañas de sensibilización o etiquetado específico para fortalecer la confianza del consumidor?
 - **Evidencia:** ¿Cuenta con estudios de mercado o encuestas que respalden la percepción del consumidor sobre productos certificados?
-

6. Oportunidades y Retos en el Futuro del Comercio de Productos Agrícolas Sostenibles

Pregunta introductoria: ¿Cuáles son las principales oportunidades y desafíos que enfrenta el comercio de productos agrícolas sostenibles en el futuro?

- ¿Cuáles son las principales oportunidades para expandir la comercialización de productos certificados en nuevos mercados?
 - ¿Qué nuevas tendencias de consumo en mercados internacionales favorecen la sostenibilidad?
 - ¿Qué desafíos enfrenta su empresa para lograr que los productos sostenibles sean competitivos en términos de precio y volumen?
 - ¿Cómo se pueden mejorar las condiciones para que los productores puedan acceder a mercados internacionales con sus productos certificados?
 - **Evidencia:** ¿Cuenta con datos sobre tendencias del mercado y oportunidades de crecimiento en la exportación de productos certificados?
-

7. Cierre

- Agradecimiento por la participación.
 - Consulta sobre posibilidad de seguimiento o contacto para aclaraciones futuras.
 - **Pregunta abierta:** ¿Hay algún otro aspecto sobre su experiencia con las certificaciones de sostenibilidad que considere importante compartir?
-

Actor: Industrias y Empresas

Duración ideal: 45 minutos

Modalidad: Entrevista a profundidad

1. Introducción

- Presentación del entrevistador y propósito de la entrevista.
 - Explicación del estudio sobre sostenibilidad y certificaciones en productos agrícolas.
 - Consentimiento para el uso de la información y confidencialidad.
 - **Pregunta general:** ¿Cómo entiende su empresa el concepto de certificación sostenible y cómo lo aplica en sus operaciones?
-

2. Estrategias Empresariales en Sostenibilidad

Pregunta introductoria: ¿Cuál es la visión de su empresa sobre la sostenibilidad en la industria agrícola y qué estrategias ha implementado para alcanzarla?

- La sostenibilidad en sus operaciones diarias (producción, distribución, comercialización).
- Principales objetivos a corto y largo plazo en términos de sostenibilidad.
- Acciones que ha desarrollado para reducir su impacto ambiental y social dentro de su cadena de valor.

- **Evidencia:** ¿Cuenta con informes o reportes que muestren el impacto de su estrategia de sostenibilidad?
-

3. Certificaciones y Normativas en la Industria

Pregunta introductoria: ¿Cuál es la importancia de las certificaciones de sostenibilidad para su empresa y cómo han influido en su modelo de negocio?

- Certificaciones de sostenibilidad que posee su empresa y por qué las eligió.
 - Impacto que han tenido las certificaciones en sus operaciones y competitividad.
 - ¿Cuáles son los principales desafíos que ha enfrentado su empresa en términos de costos, procesos y cumplimiento normativo?
 - **Evidencia:** ¿Dispone de datos que reflejen el impacto de las certificaciones en su empresa?
-

4. Colaboración y Relaciones con Productores Locales

Pregunta introductoria: ¿Cómo colabora su empresa con los productores locales para promover prácticas agrícolas sostenibles?

- ¿Qué estrategias han implementado para fomentar la certificación de productores dentro de su cadena de suministro?
- Incentivos o apoyos específicos para pequeños y medianos productores que buscan certificarse.
- Desafíos que ha encontrado al trabajar con productores en la implementación de prácticas sostenibles.
- **Evidencia:** ¿Cuenta con informes o casos de éxito sobre su relación con productores?

5. Desafíos en la Implementación de Prácticas Sostenibles

Pregunta introductoria: ¿Cuáles son los principales obstáculos que ha enfrentado su empresa al implementar prácticas sostenibles en su cadena de valor?

- Barreras logísticas y económicas que han complicado la sostenibilidad en la producción y comercialización de sus productos.
 - ¿Qué acciones han tomado para mejorar la trazabilidad y garantizar la autenticidad de sus certificaciones?
 - **Evidencia:** ¿Existen datos internos o estudios que reflejen estos desafíos?
-

6. Relación con los Consumidores y el Mercado

Pregunta introductoria: ¿Cómo perciben los consumidores sus productos certificados y qué estrategias han implementado para comunicar sus beneficios?

- ¿Las certificaciones han generado mayor confianza en los consumidores y mejores oportunidades de mercado?
 - **Evidencia:** ¿Cuenta con estudios de mercado o encuestas que respalden el impacto de la certificación en la percepción del consumidor?
-

7. Impacto de la Regulación Gubernamental y las Políticas Públicas

Pregunta introductoria: ¿De qué manera las políticas gubernamentales y normativas ambientales han afectado las operaciones de su empresa en relación con la certificación sostenible?

- Regulaciones nacionales o internacionales que han limitado la adopción de certificaciones en su sector.
 - ¿Cómo ha respondido su empresa a los cambios normativos en materia de sostenibilidad?
 - ¿Qué mejoras sugeriría en la regulación para fomentar la adopción de prácticas sostenibles en la industria?
 - **Evidencia:** ¿Cuenta con reportes o experiencias que reflejen el impacto de la regulación en su empresa?
-

8. Cierre

- Agradecimiento por la participación.
- Consulta sobre posibilidad de seguimiento o contacto para aclaraciones futuras.
- **Pregunta abierta:** ¿Hay algún otro aspecto sobre su experiencia con las certificaciones de sostenibilidad que considere importante compartir?

Anexo 2: Modelo Encuesta Consumidor

Encuesta: Perspectiva del Consumidor Colombiano sobre Certificaciones Sostenibles

Objetivo: Esta encuesta busca conocer el nivel de conocimiento, percepción y comportamiento de los consumidores colombianos frente a los ecosellos y certificaciones sostenibles. Sus respuestas serán anónimas y utilizadas sólo con fines investigativos.

Instrucciones: Responda las siguientes preguntas seleccionando la opción que mejor refleje su opinión o experiencia.

Información del consumidor

1. Edad (Respuesta numérica)
2. Género (Opción múltiple: Femenino, Masculino, Otro, Prefiero no decir)
3. Nivel educativo (Opción múltiple: Básica primaria, Secundaria, Técnica/Tecnológica, Universitaria, Posgrado)
4. Ciudad o municipio de residencia (Respuesta abierta)
5. Ocupación (Opción múltiple: Estudiante, Empleado, Independiente, Hogar, Desempleado, Otro)
6. Nivel de ingreso mensual estimado (Opción múltiple: Menos de 1 SMMLV, 1-2 SMMLV, 2-4 SMMLV, Más de 4 SMMLV, Prefiero no decir)

Sección 1: Reconocimiento

1. ¿Ha visto o escuchado antes sobre 'certificaciones sostenibles' en productos agrícolas?
(Opción múltiple: Sí / No / No estoy seguro[a])
2. ¿Cuál(es) de los siguientes sellos o certificaciones le resultan familiares? Marcar casillas:

GlobalG.A.P	
Fair Trade / Comercio Justo	
Orgánico Colombia	
Rainforest Alliance	
Certificacion B	
Ninguna me resulta familiar	

Sección 2: Conocimiento

1. ¿Qué tan familiarizado(a) está con el concepto de certificación sostenible en alimentos?

(Escala: Nada familiarizado a Muy familiarizado)

2. De acuerdo con lo que ha escuchado, conoce, sin acudir a otras fuentes más allá de su memoria, ¿podría dar una breve definición de lo que entiende por certificación sostenible?

Si no ha escuchado o conoce sobre el concepto, escriba “Nunca lo he escuchado”

3. Por favor manifieste su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

1. Las certificaciones sostenibles garantizan que el producto esté elaborado con materiales naturales.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

2. Las certificaciones sostenibles aseguran que las empresas cumplan con estándares laborales justos y éticos.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

3. Las certificaciones sostenibles permiten que las empresas eviten el uso de prácticas agrícolas responsables.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

4. Las certificaciones sostenibles promueven la conservación de la biodiversidad y el uso responsable de los recursos naturales.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

5. Las certificaciones sostenibles garantizan que los productos sean más caros que los productos no certificados.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

6. Las certificaciones sostenibles aseguran que los productos sean producidos en condiciones que minimizan el impacto ambiental.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

7. Las certificaciones sostenibles no tienen en cuenta el bienestar de las comunidades locales donde se cosechan los productos.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

8. Las certificaciones sostenibles fomentan la transparencia en la cadena de suministro.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

9. Las certificaciones sostenibles garantizan que los productos sean siempre orgánicos.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

10. Las certificaciones sostenibles ayudan a las empresas a mejorar su reputación y atraer a consumidores conscientes.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

Sección 3: Actitud

1. ¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones? (Escala Likert)

1. Las certificaciones aportan valor a los productos agrícolas.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

2. Las certificaciones son una herramienta importante para proteger el medio ambiente.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

3. Me genera confianza consumir productos con certificaciones.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

4. Las certificaciones garantizan un trato justo hacia los productores agrícolas.

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

5. Los productos certificados realmente cumplen lo que prometen

(Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé)

2. Para usted, las certificaciones sostenibles en productos agrícolas son:

Malas (0) 1-2-3-4-5-6-7-8(10) Buenas

Inapropiadas (0) 1-2-3-4-5-6-7-8(10) Apropriadas

Inútiles (0) 1-2-3-4-5-6-7-8(10) Útiles

Engañosas (0) 1-2-3-4-5-6-7-8(10) Confiables

Sección 4: Percepción

1. Por favor, indique cuál es su percepción frente a las siguientes características de los productos agrícolas certificados:

- a. Calidad del producto. (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)
- b. Impacto en salud: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)
- c. Precio: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)
- d. Transparencia: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)
- e. Presentación: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)
- f. Impacto Ambiental: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)
- g. Impacto en los productores: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)

- h. Impacto en los consumidores: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)

Sección 5: Preferencia

1. ¿Con qué frecuencia prefiere comprar un producto agrícola certificado frente a uno que no lo está? (Escala ordinal: Nunca, rara vez, ocasionalmente, a menudo, siempre)
2. Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones:
 - Prefiero comprar **frutas** con certificación sostenible. (*Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé*)
 - Prefiero comprar **verduras** con certificación sostenible. (*Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé*)
 - Prefiero comprar **papas y tubérculos** con certificación sostenible. (*Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé*)
 - Prefiero comprar **granos y cereales** con certificación sostenible. (*Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé*)
 - Prefiero comprar **café** con certificación sostenible. (*Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé*)
 - Prefiero comprar **productos procesados** con certificación sostenible. (*Escala: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, Neutral, De acuerdo, Totalmente de acuerdo, No sé*)
3. Por favor, indique cuál es su percepción frente a las siguientes características de los productos agrícolas **NO** certificados:
 - a. Calidad del producto. (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)
 - b. Impacto en salud: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)

- c. Precio: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)
- d. Transparencia: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)
- e. Presentación: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)
- f. Impacto Ambiental: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)
- g. Impacto en los productores: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)
- h. Impacto en los consumidores: (Escala: Muy negativa, negativa, neutra, positiva, muy positiva)

Sección 6: Disposición a pagar

1. ¿Qué tan probable es que usted pague un precio más alto por un producto agrícola con certificación sostenible? Nada probable (0)-1-2-3-4-5-6-7-8-9-(10) Totalmente probable
2. ¿Cuánto más estaría dispuesto(a) a pagar por un producto certificado en comparación con uno convencional? (No pagaría más, Hasta un 25% más, entre un 25%-50%, más de 50%)

Sección 7: Intención y comportamiento de compra

1. En el último mes, cuando tuvo la oportunidad de tomar decisiones de compra de alimentos agrícolas, ¿con qué frecuencia compró productos con algún tipo de certificación sostenible? Nunca (0)-1-2-3-4-5-6-7-8-9-(10) Siempre
2. ¿Con qué frecuencia incluye productos certificados **agrícolas** en su mercado habitual? Nunca (0)-1-2-3-4-5-6-7-8-9-(10) Siempre
3. ¿Qué tan probable es que en el próximo mes compre productos agrícolas certificados si tiene acceso a ellos? Nada probable (0)-1-2-3-4-5-6-7-8-9-(10) Muy Probable

Sección final: Comentario opcional

1. ¿Tiene alguna sugerencia o comentario sobre las certificaciones sostenibles y su relación con el consumidor? (ej: sobre el acceso, confianza, costo, otros) (Respuesta abierta)

*Anexo 3: Resultados Entrevistas y Encuesta*Anexo 3 - Resultado Entrevistas y Encuestas (Susana Awad y Valentina Cure)