UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Efectos de la certificación de comercio justo en el departamento de
Piura con respecto a las exportaciones de banano orgánico con partida
arancelaria 0803.90.11.00 a los Países Bajos durante el periodo de
2013-2018

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES

Ccaccya Díaz, Karina Iris (0000-0003-2226-1570)

Huamán Tirado, Mayra Alexsandra (0000-0003-1372-5046)

ASESOR

Moscoso Cuaresma, Julio Ricardo (0000-0001-5343-3713)

Lima, 24 de septiembre del 2020

DEDICATORIA

“A mis padres y abuelos quienes me impulsan para crecer profesionalmente y por todo el amor que me dan y a todas las personas que me han motivado día a día para seguir adelante. A Dios, por ayudarme a superar cada obstáculo que se me ha presentado durante mi vida y no dejarme sola.”

Karina Ccaccya

“A mis padres y hermana por su amor, consejos y apoyo incondicional en todo el proceso de esta investigación y a lo largo de mi vida. De igual manera, a todas las personas que estuvieron presentes en esta etapa ofreciéndome palabras de aliento.”

Mayra Huamán

AGRADECIMIENTOS

“Agradecemos a la plana docente de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas por haber compartido sus conocimientos a lo largo de nuestra carrera universitaria, de manera especial, al profesor y nuestro asesor Ricardo Mosco, por su paciencia y valioso aporte en el desarrollo de la investigación.”

“A nuestros familiares y Dios por ser el apoyo y fortaleza en los momentos de dificultad. Así como, a las personas que nos estiman, quienes nos ofrecieron su amistad y consejos en todo momento. A ellos también, expresamos nuestros más sinceros agradecimientos.”

RESUMEN

La certificación de Comercio Justo ha transformado el comercio convencional e impactado en la forma de trabajar de agricultores, exportadores y trabajadores dedicados al sector agroalimentario. La creciente demanda de productos sostenibles ha impulsado una mayor cantidad de productos certificados, entre ellos el banano. A pesar de que, este movimiento enfocado en los seres humanos y la sostenibilidad social, económica y medio ambiental de las sociedades no es un modelo comercial nuevo, aún existen personas que no tienen conocimiento de la existencia de los productos certificados por el Comercio Justo ni la labor que cumple mediante sus reglas establecidas.

El objetivo del presente estudio es analizar el efecto del Comercio Justo en las exportaciones de bananos orgánicos producidos en Piura hacia Países Bajos durante el periodo 2013-2018, haciendo énfasis principalmente en 3 principios que deben cumplir las empresas exportadoras y asociaciones si desean comercializar sus productos con el sello de certificación, los cuales son creación de oportunidades para productores desfavorecidos, precio justo y respeto por el medio ambiente.

La metodología de la investigación es de enfoque mixto. La información cuantitativa se analizó a través del modelo, en tanto que, para el desarrollo cualitativo se realizó entrevistas semi estructuradas a exportadores del sector. A partir, de la discusión de resultados del desarrollo cuantitativo y cualitativo se concluyó que la creación de oportunidades y el respeto por el medio ambiente tuvieron un efecto positivo en las exportaciones de banano orgánico de Piura hacia Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

Palabras Claves: Bananos orgánicos, Comercio Justo, Exportación, Precio Justo, Oportunidades, Medio Ambiente, Países Bajos.

ABSTRACT

Fairtrade certification has transformed conventional trade and impacted the way of working of farmers, exporters and workers dedicated to the agri-food sector. The growing demand for sustainable products has fueled a greater number of certified products, including bananas. Despite the fact that this movement that focuses on human beings and the social, economic and environmental sustainability of societies is not a new business model, there are still people who are unaware of either the existence of Fair-Trade certified products or the work that it fulfills through its established rules.

The objective of this study is to analyze the effect of Fairtrade on the exports of organic bananas produced in Piura to the Netherlands during the period 2013-2018, mainly emphasizing 3 principles that exporting companies must comply with and associations if they want to have the certification seal on their products, which are creating opportunities for disadvantaged producers, fair prices and respect for the environment.

The research methodology follows a mixed method design. Quantitative data was analyzed through the gravitational model and for the qualitative development, semi-structured interviews were carried out with exporters in the. From the discussion of quantitative and qualitative development results, it was concluded that create opportunities and respect for the environment had a positive effects on organic banana exports from Piura to the Netherlands during the period 2013-2018.

Key Words: Organic bananas, Fair Trade, Export, Fair Price, Opportunities, Environment, Netherlands.

INDICE

INDICE	6
INDICE DE ABREVIATURAS	1
INDICE DE TABLAS.....	2
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	3
INTRODUCCIÓN.....	4
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	6
1.1 Revisión de la literatura.....	6
1.2 Bases Teóricas.....	18
1.3 Antecedentes Históricos	30
1.4 Marco Conceptual.....	34
CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	45
2.1 Realidad problemática	45
2.2 Formulación del problema	57
2.2.1 Problema Principal	57
2.2.2 Problemas Específicos.....	58
2.3 Justificación de la investigación	58
2.4 Objetivo Principal	59
2.5 Hipótesis Principal	60
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	64
3.1 Enfoque de la investigación	64
3.2 Diseño metodológico.....	65
3.3 Operacionalización de las variables.....	68
3.4 Proceso de muestreo.....	70
3.5 Mapeo de actores claves.....	72
3.6 Instrumentación	75
3.6.1 Técnicas para la obtención de información primaria	76
3.6.2 Técnicas para la obtención de información secundaria.....	78
3.7 Aspectos éticos	80
CAPÍTULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN.....	81
4.1 Desarrollo cuantitativo	81
4.2 Desarrollo cualitativo.....	103
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	125
5.1 Variable de Creación de oportunidades.....	125
5.2 Variable de Precio justo.....	128

5.3 Variable de Respeto por el medio ambiente	131
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	135
6.1 Conclusiones	135
6.2 Recomendaciones	136
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	139
ANEXOS PERTINENTES	147

INDICE DE ABREVIATURAS

WFTO: World Fair Trade Organization

FAO: Food and Agriculture Organization

MINAGRI: Ministerio de Agricultura y Riego

MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

SUNAT: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria

UE: Unión Europea

TLC: Tratado de Libre Comercio

OTAN: Organización del Tratado del Atlántico Norte

CEE: Comunidad Económica Europea

FTUSA: Fair Trade United States of America

FLO: Fairtrade Labelling Organizations

IFAT: International Federation of Alternatives Traders

Global GAP: Global Good Agricultural Practices

OMC: Organización Mundial del Comercio

ACP: África, el Caribe y el Pacífico

FT: Fairtrade

FMB: Foro Mundial Bananero

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Población de artículos de investigación estudiados</i>	6
Tabla 2. <i>Búsqueda de Palabras Claves</i>	7
Tabla 3. <i>Arancel negociado del Acuerdo de Ginebra sobre el Comercio de Bananos</i>	31
Tabla 4. <i>Temas negociados en el TLC Perú-UE</i>	32
Tabla 5. <i>Valores nutritivos por cada 100 gramos de porción comestible</i>	38
Tabla 6. <i>Estructura clasificación arancelaria</i>	38
Tabla 7. <i>Clasificación arancelaria para el banano</i>	39
Tabla 8. <i>Certificaciones Orgánicas</i>	41
Tabla 9. <i>Perú: Producto Bruto Interno Total y por habitante, 1990-2018</i>	45
Tabla 10. <i>Principales países importadores de banano exportado por Perú</i>	50
Tabla 11. <i>Volumen vendido por productores de Comercio Justo en 2018</i>	52
Tabla 12. <i>Países productores de Banano de Comercio Justo</i>	53
Tabla 13. <i>Precio Mínimo Fairtrade Banano Orgánico para Perú</i>	55
Tabla 14. <i>Diferencias entre la investigación cuantitativa y cualitativa</i>	65
Tabla 15. <i>Operacionalización de variables</i>	69
Tabla 16. <i>Principales Empresas Exportadoras de Banano Orgánico a Países Bajos durante 2013-2018 del departamento de Piura</i>	71
Tabla 17. <i>Elaboración del Mapa de Actores Claves</i>	74
Tabla 18. <i>Recolección de información primaria</i>	76
Tabla 19. <i>Criterios de selección de expertos en el sector</i>	77
Tabla 20. <i>Criterios de selección de especialistas del sector</i>	77
Tabla 21. <i>Recolección de información secundaria</i>	78
Tabla 22. <i>Fuentes de información secundaria</i>	79
Tabla 23. <i>Clasificación de Variables del Enfoque Cuantitativo</i>	86
Tabla 24. <i>Prueba de Normalidad</i>	87
Tabla 25. <i>Resultado de la Correlación de Spearman</i>	87
Tabla 26. <i>Resultado de correlación en SPSS – Ingreso Promedio Monetario de la Agricultores en Piura</i>	91
Tabla 27 : <i>Resultado de correlación en SPSS – Crédito del Sistema Financiero</i>	93
Tabla 28. <i>Resultado de correlación en SPSS – Producción de Banano Orgánico en Piura</i>	96
Tabla 29. <i>Resultado de correlación en SPSS – Cosecha de Banano Orgánico en Piura</i>	100
Tabla 30. <i>Perfil de los entrevistados</i>	104

INDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1.</i> Teoría del Cambio del Comercio Justo Fairtrade	29
<i>Ilustración 2.</i> Principios del Comercio Justo	43
<i>Ilustración 3.</i> Exportaciones peruanas del periodo 1990-2018	46
<i>Ilustración 4.</i> Producción Mundial de Banano expresado en toneladas.....	47
<i>Ilustración 5.</i> Exportaciones peruanas de banano al mundo y la Unión Europea	49
<i>Ilustración 6.</i> Participación en las importaciones mundiales	49
<i>Ilustración 7.</i> Presencia del Comercio Justo por ámbito.....	56
<i>Ilustración 8.</i> Línea de Tiempo de Tipos de Metodología	66
<i>Ilustración 9:</i> Diseño de triangulación concurrente (DITRIAC)	67
<i>Ilustración 10.</i> Objetivos del Modelo de Gravedad en este estudio.....	82
<i>Ilustración 11.</i> Evolución del Modelo de Gravedad	83
<i>Ilustración 12.</i> Evolución de Exportación de Banano Orgánico 2013-2018.....	89
<i>Ilustración 13.</i> Esquema causal del Ingreso Monetario de los Agricultores de Piura.....	92
<i>Ilustración 14:</i> Esquema Causal del Crédito del Sistema Financiero en Piura	94
<i>Ilustración 15:</i> Evolución de Crédito del Sistema Financiero en Piura 2013 - 2018.....	95
<i>Ilustración 16:</i> Esquema causal de la Producción de Banano Orgánico	97
<i>Ilustración 17:</i> Comportamiento de la Producción de Banano Orgánico en el Departamento de Piura durante 2013 - 2018	98
<i>Ilustración 18:</i> Herramienta "Calendario de Siembra" de MINAGRI	100
<i>Ilustración 19:</i> Esquema causal de la Cosecha de Banano Orgánico	102
<i>Ilustración 20.</i> Vista de red de variables que impactan en la exportación de banano orgánico bajo la certificación de Comercio Justo.	106
<i>Ilustración 21.</i> Vista de red “Creación de oportunidades a partir de las exportaciones de banano orgánico de las pequeñas asociaciones de Piura	109
<i>Ilustración 22.</i> Vista de red “Precio justo a partir de las exportaciones de banano orgánico de las pequeñas asociaciones de Piura.....	116
<i>Ilustración 23.</i> Vista de red “Respeto por el medio ambiente a partir de las exportaciones de banano orgánico de las pequeñas asociaciones de Piura. Elaboración Propia.	121

INTRODUCCIÓN

El Perú es uno de los principales países cultivadores y exportadores de banano orgánico, el cual es cosechado durante todo el año en zonas tropicales de la costa y selva del país. Este commodity es considerado como uno de los productos más importantes en todo el mundo, pues ayuda a la sostenibilidad económica de países en desarrollo como es el caso de Perú, Ecuador, Honduras, entre otros. Dado que, la producción de banano brinda un ingreso económico y empleo asegurado a muchas familias de zonas rurales (MINAGRI, 2014).

Adicionalmente, el principal destino de las exportaciones de banano orgánico del Perú son los países de la Unión Europea, seguido por Estados Unidos. La Unión Europea es considerada como un gran mercado de consumo de bananos en especial de tipo banano orgánico. A pesar de esto, en un comienzo, Perú tenía problemas arancelarios y de competitividad para poder estabilizarse en este mercado.

En el año 2010, Perú acompañado de Colombia firman el “Acuerdo de Ginebra del comercio de banano”, el cual tiene como objetivo la reducción arancelaria al banano impuesta por la Unión Europea (MINAGRI, 2018). A partir de este nuevo acuerdo y con la firma del Tratado de Libre Comercio en el año 2013, Perú obtiene mayores facilidades para las exportaciones de banano orgánico a este mercado. Al mismo tiempo, gracias a las prácticas del Comercio Justo empleadas en la producción de productos agrícolas, Perú se convierte en el primer país productor comercial de productos certificados del Comercio Justo como el banano y el café.

Este movimiento que acompaña al Comercio Justo tiene como objetivo ayudar a la sostenibilidad económica de los países en desarrollo y promover el cuidado ambiental mediante estándares que son monitoreados por empresas certificadoras de Fairtrade. Al mismo tiempo, estos estándares ayudan a reducir la pobreza y desigualdad que existe entre pequeños y grandes productores, crea un valor económico y ayuda a la conservación del medio ambiente mediante la reutilización de recursos naturales (Trade for Development Centre, 2019).

Por este motivo, la presente investigación tiene como objetivo analizar los efectos de la certificación de Comercio Justo en las exportaciones peruanas de banano orgánico producido en el departamento de Piura hacia los Países Bajos. Para lo cual, se ha seleccionado tres importantes principios del Comercio Justo: Creación de oportunidades, precio justo y respeto por el medio ambiente.

En el primer capítulo, se realizará una revisión de la literatura y las bases teóricas que nos ayudaran a sustentar el planteamiento. Asimismo, se mencionarán los antecedentes históricos y definiciones relacionadas a la investigación. Posteriormente, en el segundo capítulo, se formulará el problema de investigación, a partir del cual se planteará los objetivos que se pretenden alcanzar con el estudio y las suposiciones sobre los resultados de la presente tesis.

Mientras que, en el tercer capítulo se explicará la metodología de la investigación. Para ello, se determinará el enfoque y diseño de la investigación, así como las técnicas e instrumentos que se emplearán para acceder y registrar toda la información relevante para el estudio. En este capítulo también se determinará como las variables de la investigación serán medidas y analizadas, así como se delimitará la población y el tamaño de la muestra.

En el cuarto capítulo, se estudiará la información obtenida a través del desarrollo cuantitativo y cualitativo. El primero se basará en la teoría del modelo gravitacional a partir de datos secundarios y el segundo, comprenderá información primaria obtenida a través de entrevistas a exportadores que laboran en pequeñas asociaciones de agricultores bananeros. Más adelante, en el quinto capítulo esta información se discutirá y contrastará en base a los objetivos e hipótesis formuladas anteriormente para su aprobación o rechazo.

Finalmente, se concluirá con los hallazgos encontrados en el proceso de investigación y recomendaciones para futuros análisis, así como sugerencias dirigidas a los actores involucrados en el presente estudio.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

En este primer capítulo se desarrollará el marco teórico, para el cual se ha revisado investigaciones similares de otros autores y se ha tomado como referencia a aquellas que se consideraron relevantes. Asimismo, se identificaron conceptos que son necesarios desarrollarlos para asegurar la comprensión total de la investigación. Estas bases conceptuales junto a las bases teóricas relacionadas al estudio y los antecedentes son primordiales para el desarrollo de la investigación y orientan el planteamiento del problema que se realizará en el capítulo II.

1.1 Revisión de la literatura

La revisión de literatura es la etapa de búsqueda y recolección de información que ayuda a sustentar la problemática del estudio en cuestión, la cual se puede conseguir en papers, tesis, revistas y artículos científicos (Cortés & León, 2004). Para ello, se ha utilizado bases de datos internacionales como Scopus, Ebsco, Scielo y a nivel nacional, Alicia y los repositorios de algunas universidades.

Tabla 1. Población de artículos de investigación estudiados

Fuentes Internacionales	Fuentes Nacionales
13 artículos científicos	1 artículo científico
1 tesis de postgrado	3 tesis de pregrado

Fuente: datos extraídos de Scopus (2020), Ebsco (2020), Scielo (2020) & Alicia (2020)

Elaboración Propia

Asimismo, para acceder a estas informaciones específicas, se procedió a realizar una identificación sobre aquellas palabras claves que nos faciliten y limiten la búsqueda.

Tabla 2. Búsqueda de Palabras Claves

PALABRAS CLAVES	
FAIRTRADE	FAIR TRADE
FAIRTRADE CERTIFICATION	ORGANIC BANANA
PERUVIAN ORGANIC BANANA	FAIR PRICE
FARMER PREMIUM	EXPORTACIÓN DE BANANA A UE
FAIRTRADE AND ENVIOIREMENT	COMERCIO JUSTO EN LATINOAMERICA
SUSTAINABLE DEVELOPMENT	COMERCIO JUSTO EN PERU
FRUIT EXPORTS	COMERCIO JUSTO DE BANANO ORGÁNICO
SMALLHOLDER	ALTERNATIVE FOOD NETWORKS

Fuente: Datos extraídos de Scopus (2020), Ebsco (2020), Scielo (2020) & Alicia (2020)

Elaboración Propia

Para la selección del tema, se tuvo como referencia diversas fuentes científicas que sostienen la justificación teórica en relación a los efectos del precio justo, la creación de oportunidades y el respeto por el medio ambiente en materia del Comercio Justo en las exportaciones de Banano Orgánico de Piura a Países Bajos durante el periodo de 2013-2018. A continuación, se presentan los antecedentes epistemológicos que respaldan el estudio en cuestión:

a. Revisión de la literatura científica a nivel internacional

En la investigación de Leegte, Kroezen y Boselie (2009) denominada *Fostering co-ownership in sustainable international value chains: The case of AgroFair*, se menciona que la industria mundial de exportación de banano ha sido altamente concentrada por grandes empresas, ocasionando métodos de producción intensivas y guerras de precios. Sin embargo, desde 1996, la introducción del estándar de comercio justo en el sector de fruta fresca ha demostrado ser una iniciativa exitosa que brinda acceso a los pequeños productores al segmento de supermercados en rápida expansión en muchos países europeos. Uno de los

principios centrales del estándar del comercio justo es la garantía del precio mínimo, la cual permitió a las organizaciones de productores respetar criterios claves como salarios mínimos. Asimismo, analiza el caso de AgroFair, una compañía de comercio justo al 100% que nació con el fin de introducir las bananas a este nuevo modelo de negocios.

Por otro lado, explica el complejo sistema de cuotas de exportación a la Unión Europea puesto que, estaba diseñado para proteger el plátano de agricultores de la UE y antiguas colonias holandesas, francesas y británicas en África y el Caribe (Leegte, Kroezen & Boselie, 2009).

Según la investigación realizada por Schleifer y Sun (2020) titulada *Reviewing the impact of sustainability certification on food security in developing countries*, se indica que contar con productos certificados es contar con beneficios económicos que recompensan al agricultor, ya que uno de los objetivos de las certificaciones es otorgar al agricultor una prima o precio de mercado por sus productos certificados.

En el Comercio Justo, los agricultores reciben primas fijas por productos certificados independientemente de las fluctuaciones del mercado. Inclusive se afirma que cuando tales primas aumentan, el ingreso neto de los agricultores también puede aumentar. Otro beneficio, es el acceso a mercados y, por lo tanto, mejora la posición económica de los productores. De la misma forma, otro punto positivo de trabajar con un producto certificado es que ayuda a mejorar los ingresos de los agricultores a través de ganancias por mayores productividades.

Esto se da porque el programa de certificación tiene como uno de sus objetivos mejorar los procesos de producción y gestión de los agricultores, y conlleva a tener mayores rendimientos. Por otra parte, ayuda a los agricultores a proteger sus cultivos contra condiciones climáticas severas, y, por lo tanto, estabiliza la producción de alimentos (Schleifer & Sun, 2020).

En la investigación realizada por Ruben, Fort y Zúñiga-Arias (2009) titulado *Measuring the impact of fair trade on development*, estudia el impacto del comercio justo en pequeños productores de café y banano en Perú y Costa Rica. Los autores después de las investigaciones pertinentes concluyeron que el régimen de precios y comercio del FT proporciona a los hogares rurales salidas de mercado garantizadas y una mayor seguridad en

términos de precios. Esta estabilidad de los ingresos también influye en el horizonte temporal del hogar en términos de su disposición a invertir que apuntan a respuestas empresariales de una mayor certeza de ingresos. Si bien, los efectos directos en términos de ingresos siguen siendo modestos, existen efectos importantes sobre la acumulación de activos, uso del crédito, inversiones, patrones de gasto y fortaleza de la organización (mejora en el poder de negociación).

Con respecto a la sostenibilidad del medio ambiente, FT muestra efectos positivos en el uso de insumos orgánicos y cierta reducción en la dependencia de fertilizantes químicos. No obstante, la inversión en mejoras vinculadas a la tierra (como infraestructura para mejorar la conservación del suelo, terrazas, hileras de contorno, drenaje) sigue siendo escasa. Aparentemente, la suma global requerida para realizar estas inversiones sigue siendo prohibitivamente alta, y la prima de FT apenas está disponible para estas actividades. En combinación con un mejor acceso al crédito, necesario para la compra de sustitutos de fertilizantes químicos, las posibilidades de que se apliquen prácticas más sostenibles en los sistemas de FT probablemente sean altas (Ruben, Fort & Zúñiga-Arias, 2009).

La siguiente investigación trabajada por Mook y Ovesderst (2019) titulado *Fairtrade credentialism: towards understanding certifies producer organizations' perceptions of Fairtrade as a credential*, relata como el Comercio Justo nació por una iniciativa transnacional voluntaria y tiene como objetivo mejorar las condiciones sociales, económicas y ambientales de los productores en los países en desarrollo. Esto se da porque un producto bajo el sello de Comercio Justo abre nuevas oportunidades de mercado, aumenta ingresos familiares y crea estabilidad económica. De la misma forma, se indica que las entidades certificadoras de Comercio Justo son organizaciones privadas sin fines de lucro que desean certificar productos que trabajan con el cumplimiento de condiciones sociales y ambientales en su producción.

Asimismo, cuando un producto se vende con la etiqueta de Comercio Justo, el productor recibe una prima social y un precio mínimo. Estos estándares son reglamentos establecidos por la Organización paraguas Fairtrade International, además de coordinar la asesoría, capacitación y apoyo financiero correspondiente a los agricultores que quieran implementar la práctica de Comercio Justos en su producción (Mook & Overderst, 2019).

Por otro lado, el estudio realizado por Oya, Schaefer y Skalidou (2018) denominada *The effectiveness of agricultural certification in developing countries: A systematic review*, muestra en general los objetivos que tienen los Sistemas de Certificación en un producto como el Comercio Justo, el cual establece una lista de estándares voluntarios a cumplir en un producto para que la producción agrícola sea más económica, social y ambientalmente sostenible y sobre todo justa para los agricultores como los trabajadores. A su vez, los Sistemas de Certificación tienen la labor importante de apoyar a los agricultores a cumplir con los estándares solicitados y realizan monitoreo a través de auditorías.

Por este motivo, el Comercio Justo planifica alcanzar sus objetivos estableciendo normas, verificando su cumplimiento, otorgando capacidades y capacitaciones para organizaciones de agricultores y productores. De la misma forma, realiza intervenciones en el mercado como garantizar puntos de ventas, conceder una prima y acceso a facilidades de crédito al productor (Oya et al., 2018).

En la investigación de Ruben, Clercx, Cepeda y Hoop (2008) denominada *Fair Trade impact of banana production in El Guabo Association, Ecuador: a production function analysis* se menciona que la certificación de Comercio Justo tiene potencial de alterar las prácticas de producción que refuerzan los medios de vida de los pequeños productores. Asimismo, al comparar los pequeños agricultores de Comercio Justo y no Comercio Justo de Ecuador, primer país exportador de banano fresco, entre sus hallazgos alegan lo siguiente: a) Se registran mejor y más asistencia técnica, lo cual muestra efectos positivos con respecto a los rendimientos de banano (volúmenes de producción y calidad del banano) y la productividad laboral se traducen en mayores ingresos al hogar. b) Un mejor acceso a los mercados, precios más altos y estables, tiene efectos positivos en las actitudes de inversión de los productores en sus fincas bananeras para mejorar sus condiciones de producción y embalaje, también están invirtiendo en el cuidado del medio ambiente, así como en el cuidado de la salud y el seguro de vida. c) La propiedad de los activos y equipos, el acceso al crédito y los cambios en las estrategias de producción y los medios de vida relacionados son importantes diferencias entre el grupo de agricultores FT de El Guabo y sus vecinos no FT (Ruben et al., 2008).

El siguiente trabajo de investigación por Borsellino, Schnimmenti y Bilali (2020) denominado *Agri-Food Markes towards Sustainable Patterns*, señala la transformación que ha sufrido los mercados agroalimentarios por consecuencia de la globalización, puesto que ha conllevado a una segmentación y reubicación desde las etapas de producción hasta el viaje que realizan estos productos a través de numerosos intermediarios comerciales. Por este motivo, los mercados de productos orgánicos y que implementan prácticas de Comercio Justo representan 3.1 millones de granjas en países en desarrollo y tienen un papel muy importante en el desarrollo agrícola ya que ayuda en el desarrollo rural y reduce el nivel de pobreza.

Fairtrade surgió en los sistemas alimentarios mundiales para crear un mayor equilibrio entre el precio de comida y el costo de producirla. Debido a esto, las prácticas Fairtrade implican garantizar condiciones de trabajo decentes, mejores precios e intercambios justos en agricultores y trabajadores en el mundo en desarrollo. Al mismo tiempo, la Fundación del Comercio Justo indica que al exigir a las empresas que paguen precios sostenibles, es decir que nunca sean más bajos que los precios del mercado, Fairtrade enfrentaría las injusticias del comercio internacional que con frecuencia discrimina a los productores más pobres. Finalmente, el estudio afirma que, el comercio justo, los productores pueden tener un mejor control sobre las condiciones de intercambio y obtener un mayor precio de venta. Ejemplos de productos de comercio justo son el café, té, cacao, azúcar, caña, semillas de algodón y bananos (Borsellino et al., 2020).

El siguiente estudio desarrollado por Lim, Mak y Park (2019) titulado *Money Well Spent? Operations, Mainstraming, and Dairness of Fair Trade*, se detalla al comercio justo como una alternativa de comercio que tiene como objetivo apoyar el desarrollo sostenible de agricultores marginados en países en desarrollo. Además, este modelo de negocio cuenta con estándares que otorgan mejores condiciones a los productores para reducir la pobreza, proporcionar buenas condiciones de trabajo y fomentar prácticas ambiental y socialmente responsables.

De la misma manera, Fair Trade USA (FTUSA), la organización de comercio justo más grande de los Estados Unidos, describe el comercio justo como un modelo de comercio global y la certificación permite a los compradores identificar rápidamente los productos que se produjeron de manera ética. Para los consumidores, el Comercio Justo ofrece una forma

poderosa de reducir la pobreza a través de sus compras diarias. Para los agricultores y trabajadores de los países en desarrollo, el Comercio Justo ofrece mejores precios, mejores términos de intercambio y las habilidades comerciales necesarias para producir productos de alta calidad que puedan competir en el mercado global. Por otro lado, el estudio explica que, para obtener la etiqueta de Comercio Justo en un producto se debe cumplir con otorgar una prima al agricultor (Lim, Mak & Park ,2019).

Por otra parte, en la investigación de Clercx y Huyghe (2013) titulado *Towards a More Sustainable Banana – Limitations and Strengths of a Territorial Approach* se menciona que la cuota de mercado de frutas tropicales con etiquetas de consumo como comercio justo, orgánico y Rainforest Alliance está creciendo. La adopción de normas de producción, procesamiento y la trazabilidad relacionadas con estas certificaciones son pasos importantes hacia mejores condiciones de salud para los trabajadores, una mayor seguridad alimentaria y cadenas de frutas tropicales más justas y más sostenibles.

En tanto, en la dimensión ambiental mencionan que el uso sostenible de la tierra y el agua (recursos cada vez más escasos), conservación de la biodiversidad (bajo presión extrema debido a la destrucción del hábitat, principalmente por la agricultura), salud y conservación del suelo (incluye la biodiversidad de microorganismos en los suelos), gestión de residuos , el reciclaje de nutrientes, la reducción de insumos externos y el uso de agroquímicos, el manejo integrado de plagas y la mitigación y adaptación al cambio climático (y el manejo de riesgos relacionados con el clima), son temas cada vez más importantes para la producción y el comercio sostenible. Asimismo, en la investigación se examina el sector bananero del norte del Perú y sur de Ecuador. Los investigadores concluyen que la destrucción del medio ambiente, la injusticia social y cambios climáticos son problemas precompetitivos que deben ser tomados en cuenta por los exportadores e importadores (Clercx & Hutghe, 2013).

En la investigación realizada por Van Der Waal (2010) denominada *Exporting bananas for improved livelihoods and social development: Experiences and challenges from Latin America and Africa* relata que los pequeños agricultores se enfrentaron a una inseguridad comercial permanente en los mercados de exportación, ya que a menudo se veían obligados a vender por debajo del costo al no tener canales de venta confiables. Asimismo, en el pasado la producción de banano a gran escala se ha asociado con una serie de

preocupaciones ambientales. El daño ocasionado por el uso de pesticidas, fertilizantes y la destrucción de las tierras vírgenes para dar cabida a los monocultivos de banano a largo plazo puede conducir a la compactación y pérdida de fertilidad del suelo. El autor menciona que esta difícil situación condujo al desarrollo del modelo del comercio justo. Esto ofrece a los pequeños agricultores una oportunidad de mercado alternativa, donde pueden beneficiarse de volúmenes de contrato estables, obtener acceso directo a los mercados de exportación y compartir los ingresos iniciales. Además, una parte de los ingresos por ventas se paga a las organizaciones de agricultores como una prima para el desarrollo social y económico. Esto mejora la calidad de los medios de vida de los productores de banano y fomenta el desarrollo social en todas las comunidades. Al mismo tiempo, el sistema también ayuda a los agricultores a mantener prácticas agrícolas ambientalmente sostenibles mediante el manejo integrado de plagas y, en algunos casos, a través de la agricultura orgánica (Van Der Waal, 2010).

La investigación realizada por Melo y Wolf (2007) denominada *Ecocertification of Ecuadorian bananas: Prospects for progressive North-South linkages* exploran la importancia de la certificación a través de un estudio de caso de producción de bananos ecuatorianos y manifiestan que los esquemas de etiquetado generan riesgos ambientales más bajos que las empresas no certificadas. Las empresas certificadas exhiben sistemas de gestión ambiental relativamente más complejos, mientras que las granjas no certificadas exhiben una adopción limitada, desigual y desestructurada de las mejores prácticas de gestión. Finalmente, concluyen que la certificación de Comercio Justo y los vínculos con el mercado proporcionan las condiciones mínimas para que los agricultores participen en técnicas de producción ambientalmente sostenibles que de otro modo no serían accesibles para los pequeños propietarios individuales (Melo y Wolf, 2007).

El estudio desarrollado por Mixad (2010) titulado *Sustainable Development of Fairtrade Coffee in Laos*, se discute sobre la dependencia que realizan los países agrícolas al tratar de exportar sus productos para obtener un ingreso y sin embargo el resultado no es lo esperado. Esto se explica al tratar de exponer el medio ambiente a daños perjudiciales como a talas de árboles para tener un mayor lugar de plantación para los productos que tienen una gran demanda por países extranjeros. Del mismo modo, se puede observar el daño ecológico

y enfermedades que ocasiona el uso de pesticidas en los productos agrícolas como en África occidental que utiliza pesticidas en 90% de sus productos exportados y en América Latina que se utiliza en un 77%. En el estudio, se afirma que el problema principal de las exportaciones es el daño ambiental, por ejemplo, si se examina productos como el café Fairtrade se podrá encontrar una ventaja positiva ambiental por sus políticas de producción y consumo diferentes. Mientras que, si se analiza el café convencional con un precio más alto, los agricultores preferirán producir este producto y esto se traducirá en una mayor cantidad de hectáreas deforestadas.

Por esta razón, tener un producto Fairtrade conlleva a realizar prácticas favorables con el medio ambiente y tener una economía más sostenible. Además, según FLO (2009), la mayor ventaja de Fairtrade es eliminar a los intermediarios. Normalmente el precio final de un producto convencional se divide entre cuatro grupos principales: productores, exportadores (intermediarios), tostadores y minoristas. Sin embargo, al añadir la práctica de Comercio Justo, ya no se trabaja con intermediarios y esto implica un mayor beneficio financiero, ya que los contratos de FLO, indica que los socios que trabajan con el sello de Fairtrade deben tener un pago por adelantado del 60% del contrato (Mixad, 2010).

La siguiente investigación realizada por Raynolds y Keahey, (2008), el cual se titula *Fair trade, gender and the environment in Africa* relata sobre el impacto social y ambiental en la producción de productos certificados por el Comercio Justo en la población de África. La investigación indica que, gracias a los estándares de la certificación de Comercio Justo se puede lograr obtener una economía y ambiente sostenible, reduciendo la pobreza y promoviendo la producción orgánica ya que sus estándares están relacionados tanto en las preocupaciones sociales como ambientales.

De la misma forma, la certificación del Comercio Justo se diferencia de otras certificaciones ecológicas teniendo como objetivo ayudar a los pequeños agricultores con recursos financieros para que puedan tener una participación en la gestión ambiental. Según Raynolds (2007) citado por Raynolds & Keahey (2008, p. 2), menciona que el movimiento del Comercio Justo está creciendo y gracias a esto, tiene una representación significativa en el desafío de problemas referentes a destrucción ecológica.

Al mismo tiempo, la literatura explica que el Comercio Justo cuenta con normas de producción con estándares básicos para los productores, como la prohibición del uso de agroquímicos y destrucción del suelo como parte de ampliar campos para producción. Estas normas forman parte de la estrategia del Comercio Justo, ya que se centra en concientizar a los productores con respecto al cuidado del medio ambiente mediante manejos correctos del agua y suelo con el objetivo de reducir la desertificación, prohibiendo la tala de árboles vírgenes para evitar la deforestación y restringiendo la recolección de especies silvestres para minimizar el agotamiento de recursos (Raynolds & Keahey, 2008).

Por otra parte, la investigación realizada por Meemken (2020) titulado *Do smallholder farmers benefit from sustainability standards? A systematic review and meta-analysis*, se enfoca en los efectos económicos de estándares de sostenibilidad y analiza variables cuantitativas como precios de venta, costos de producción, rendimientos, ganancias e ingresos familiares. Los resultados sugieren que los agricultores certificados bajo un estándar de sostenibilidad como el Comercio Justo reciben precios entre 20% a 30% más altos que sus contrapartes no certificados. Los agricultores certificados obtienen mayores ganancias lo que conlleva un aumento del ingreso familiar de un 16% a 22%. Sin embargo, existe heterogeneidad entre los estudios analizados. Es decir, los resultados varían de acuerdo al tipo de producto que comercialicen, así como de la región donde se desarrolle la asociación o cooperativa y del estándar, por lo que los resultados serán diferentes si la cooperativa solo posee una certificación o, por ejemplo, además de poseer la certificación de Comercio Justo también es orgánica.

En cuanto, a los costos de producción el autor menciona que suelen ser sustancialmente más altos porque la certificación también implica procedimientos burocráticos y contratar a personal más calificado a nivel cooperativo. Además, las cooperativas a menudo no pueden vender toda su producción en mercados certificados por problemas de calidad del producto, capacidad de procesamiento limitada y/o exceso de oferta, reduciendo la ganancia que se puede distribuir entre los miembros. En tanto que, el rendimiento tiene resultados contradictorios puesto que algunos estudios sugieren que las capacitaciones, acceso al crédito, provisión de información ayudan a aumentar los rendimientos. Mientras que, otros estudios sugieren que la restricción de insumos químicos

reduce la productividad o en algunos casos la falta de fertilizantes orgánicos a nivel local (Meemken, 2020).

b. Revisión de la literatura científica a nivel nacional

La investigación llevada a cabo por Fort y Ruben (2008) denominada *The impact of Fair Trade on banana producers in Northern Peru*, analiza el impacto de la certificación FT de banano a nivel hogar en el Valle de Chira ubicado en Piura. A través, de comparaciones de los resultados de agricultores orgánicos que pertenecen a una asociación FT con los resultados de dos diferentes agricultores: (a) agricultores orgánicos que pertenecen a una asociación recientemente certificada FT, y (b) agricultores convencionales en la misma área que no pertenecen a ninguna asociación. Los autores en ambos casos llegan a la conclusión que el ingreso neto derivado de la producción de banano es mayor para los productores de FT. Si bien esta diferencia se basa exclusivamente en mayores niveles de productividad en la comparación con los agricultores orgánicos no FT, se deriva principalmente de un mejor precio que el que obtienen los agricultores convencionales.

Además, se evidencia mayores gastos de los hogares para los productores FT a comparación de los convencionales y en cuanto a los agricultores orgánicos no FT un mayor valor de activos duraderos y valor de la tierra, lo que revela un efecto en el ingreso y bienestar general derivado de FT. Estas mejoras no solo se logran a través del mejor precio obtenido por las ventas de FT, sino también debido a los mayores niveles de productividad como resultado de la inversión premium FT. Surgen nuevas diferencias importantes en el mayor uso de fertilizantes orgánicos y se confirman otros efectos relacionados con un mejor acceso al crédito, una mayor aceptación del riesgo y un mayor compromiso con las organizaciones locales de agricultores (Fort & Ruben, 2008).

La tesis de grado publicado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas titulado “Impacto de la Certificación de Comercio Justo en las exportaciones de cacao de la Región de San Martín a Países Bajos durante el 2009 al 2018”, analiza el impacto del principio del precio justo en las exportaciones de cacao y afirma que este es un factor importante pues el precio obtenido con la certificación es superior a uno convencional. De esta forma, agrega

valor al *commoditie*, le permite continuidad a la actividad económica y mejora las relaciones comerciales entre ambos países. Adicionalmente, los autores mencionan que contar con un precio justo crea sinergia entre los productores para asociarse, conformar una cooperativa con el fin de obtener mayores ingresos y tener mayor reconocimiento al acceder a nuevos mercados por contar con la certificación de Comercio Justo (Montes & Moreno, 2020).

Los autores también analizaron el principio del respeto por el medio ambiente y concluyeron que este si tiene un impacto positivo en las exportaciones de cacao, empero el Comercio Justo no ve el tema profundamente pues existen asociaciones que priorizan el aspecto social y cumplen las prácticas medio ambientales mínimas para cumplir con la certificación. A pesar de esto, afirman que existe una tendencia creciente sobre la protección del medio ambiente y es un concepto que toma cada vez mayor valor en el mundo de los negocios (Montes & Moreno, 2020).

Asimismo, la tesis de grado publicado por la Universidad Nacional del Centro de Perú titulado “Incidencia de la certificación del café en el desarrollo social y sostenible: Caso de la cooperativa Agraria Cafetalera Perene Chanchamayo 2013”, analiza el impacto de la certificación de Comercio Justo en el aspecto social y el desarrollo sostenible de la cooperativa en estudio. El autor menciona que el principal factor para que un productor se asocie a una cooperativa es el precio justo, ya que reduce la inestabilidad de los precios en el mercado internacional. Sin embargo, en los productores que tienen poco tiempo formando parte de la cooperativa o poseen pocas hectáreas expresan cierta disconformidad con el precio mínimo al no poder cubrir los costos de una vida sostenible. Además, mencionan que uno de los obstáculos para maximizar los beneficios del Comercio Justo es que exista suficiente demanda que esté dispuesta comprar café a un precio superior al establecido y así permita a los productores obtener un ingreso sustancial (Castro, 2017).

Por otro lado, el autor afirma en su investigación que el Comercio Justo ha logrado impactos importantes en las cooperativas de pequeños productores como permitirles acceder a nuevos mercados, mejorar su gestión empresarial y ayudar a los pequeños agricultores a empoderarlos para su desarrollo personal y de su comunidad, pero todavía falta mucho por hacer para trascender de la sobrevivencia hacia la sostenibilidad (Castro, 2017).

La tesis de grado publicado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas titulado “Efecto positivo del Comercio Justo en la comunidad puneña con respecto a las exportaciones de quinua hacia Francia dentro del marco del Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea durante los años 2008-2018”, tiene como objetivo conocer los efectos de las políticas de Comercio Justo en los ingresos y calidad de vida de los productores que exportan quinua perlada hacia Francia. Los autores mencionan que el precio establecido para la quinua en el Comercio Justo es superior al convencional y esto se debe a una compensación debido a que trabajar bajo el esquema del Comercio Justo es más costoso porque implica implementar políticas de trabajo, sistemas de producción sostenibles, entre otros. Además, de contar con un precio mínimo en este esquema de trabajo la cooperativa recibe una prima que está relacionado con el volumen exportado. En el caso de la quinua, el Perú es el principal exportador del producto y contar con la certificación ha ayudado a que las exportaciones crezcan y la calidad del producto mejore (Gutiérrez & Surco, 2020).

Asimismo, los autores afirman que los productores que forman parte de la red de Comercio Justo deciden el destino de la prima a lo que ellos consideren pertinente siempre y cuando esa decisión sea transparente e incluya a todos los miembros de la organización. Sin embargo, puede tener consecuencias negativas ya que inicialmente los productores son personas con poco nivel educativo que no cuentan con conocimientos sobre inversión, lo que puede propiciar a que tomen malas decisiones. Finalmente, concluyen que al obtener esta certificación los pequeños productores se ven obligados a mejorar la organización interna de la cooperativa y que el Comercio Justo tiene un efecto positivo en la calidad de vida al obtener mayores ingresos que les permite destinar mayor dinero al consumo de alimentos, acceso de servicios básicos, a mejorar notoriamente el nivel educativo y la infraestructura de sus hogares dejando atrás el uso de materiales como el adobe (Gutiérrez & Surco, 2020).

1.2 Bases Teóricas

En el proceso de investigación, la teoría sirve de base para establecer relaciones causa-efecto a través de modelos y pueden estar asociados con la operacionalización y los indicadores de las variables, aspectos orientados a explicar el fenómeno de interés (Mendoza, 2012). Por lo que, en este punto se explicarán las teorías más relevantes que guarden relación

con el tema de investigación y que nos ayudarán a comprender porque los países como Perú y Países Bajos comercian entre sí, las ventajas que obtienen del comercio internacional, entre otros aspectos.

1.2.1 Teoría del precio

Esta teoría analiza cómo se determinan los precios de un bien o servicio de consumo final con respecto a otros. La oferta y la demanda influyen altamente en su comprensión, pues la primera representa la cantidad de un bien o servicio que un productor está dispuesto a vender a un precio determinado y la demanda, cuánto de esa cantidad está dispuesto a pagar un consumidor. Asimismo, en el mercado internacional, cuando la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida se alcanza el precio de equilibrio. Sin embargo, diferentes factores pueden incurrir en el incremento o disminución en el precio generando un exceso de oferta o demanda. Ante un alza de precios, los productores querrán producir una mayor cantidad de cierto bien generando un exceso de oferta y, al no vender la totalidad de la cantidad producida, la competencia hará que el precio descienda hasta el equilibrio. Por el contrario, si el precio es menor al del equilibrio, entonces los compradores demandarán una mayor cantidad del bien (exceso de demanda) y generarán un incremento en el precio (Tapia, 2015).

En el caso de los bananos orgánicos, este producto por ser un producto Premium recibe un precio mayor al convencional, empero su precio se ha visto afectado por un exceso de oferta abaratando así está fruta, por lo que los agricultores para no perder su cosecha se ven obligados a venderlos al mismo precio que un producto convencional. Con el comercio justo, se asegura el precio mínimo, es decir un precio que cubra los costos del agricultor y de esta forma, sus precios no se vean afectados por el mercado.

1.2.2 Teoría Económica del Comercio Internacional

David Hume con su ensayo “Sobre la balanza comercial” y Adam Smith con “La riqueza de las naciones” fueron los primeros en hablar sobre el modelo de la economía internacional. Sin embargo, fue hasta inicios del siglo XXI donde esta cobró mayor importancia, dado que los países estaban más conectados a través del intercambio de bienes y servicios, una mayor afluencia de divisas y por medio de las inversiones extranjeras directas.

La economía internacional estudia aquellos temas que suscitan a causa de los problemas propios de la interacción económica entre naciones soberanas que crean vínculos comerciales. En este intercambio se ocasionan siete temas recurrentes: las ganancias del comercio, los patrones del comercio, el proteccionismo, la balanza de pagos, la determinación del tipo de cambio, la coordinación internacional de las políticas y el mercado internacional de capitales (Krugman, Obstfeld & Meltiz, 2012).

Ganancias del comercio

Cuando un país vende recíprocamente bienes y servicios se obtiene, generalmente, ganancias mutuas. Este es uno de los puntos que genera mayor escepticismo, ya que muchas personas piensan que el comercio es contraproducente si hay diferencias considerables entre países respecto a producción y sueldos. El comercio internacional ofrece beneficios al permitir a un país concentrarse en bienes cuya producción cueste menos desarrollarlas y después intercambiarlo con otros países con bienes cuya producción requiere una intensidad en la utilización de los recursos que son relativamente limitados para el primer país. Asimismo, la especialización en la producción de gamas de productos más reducidas, permiten a los países obtener mayor eficiencia con la producción a gran escala.

Por otro lado, el intercambio de activos con riesgo, las migraciones y el endeudamiento internacional son también formas de comercio que generan ganancias entre países. A pesar de que, en las líneas anteriores se explicaron los beneficios que se obtienen con el comercio internacional también pueden ocasionar efectos negativos en aquellos que poseen productos que pierden valor con la importación como es el caso de los textiles, maquinaria especializada, la pesca y la distribución de la renta (Krugman et al., 2012).

Patrones del comercio

Los economistas no lograrían comprender los efectos del comercio internacional y mucho menos sugerir modificaciones en las políticas gubernamentales del comercio sino entienden que es lo que se aprecia en la realidad. Es decir, conocer los patrones del comercio es entender a quién y qué es lo que se vende. La identificación de estos patrones puede ayudar a comprender cómo y por qué los países comercializan entre sí y reducir el riesgo de un desequilibrio comercial (Krugman et al., 2012).

El comercio internacional no solo ha crecido, sino que ha sufrido variaciones en el tiempo como pasar de la comercialización de bienes primarios a productos industrializados, pero identificar porque un país vende un producto y compra otro puede tener diferentes niveles de dificultad. El clima y los recursos son algunos aspectos de los patrones del comercio fáciles de entender, por ejemplo, el clima de Piura y la calidad de su suelo permite la producción y comercialización de banano orgánico. Sin embargo, la mayoría de los patrones del comercio son mucho más complejos.

Proteccionismo

En el siglo XVI emergieron los modernos estados-nación, lo cual generó preocupación en los gobiernos sobre la prosperidad de las industrias nacionales. A lo largo de los años se han impuesto fuertes limitaciones a las importaciones de bienes provenientes de terceros países o subvencionado las exportaciones con el objetivo de ayudar a los productores nacionales en la competencia con mercados exteriores. Sin embargo, desde la Segunda Guerra mundial, países desarrollados como Estados Unidos han adaptado una política progresiva de eliminación de barreras al comercio internacional. Los acontecimientos más relevantes firmados fueron el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) entre Estados Unidos, Canadá y México, aprobado en 1993, y la denominada Ronda Uruguay por la que se constituyó la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 1994 (Krugman et al., 2012).

Por otro lado, la OMC siempre ha censurado las prácticas de subvención en las exportaciones de productos industriales, pero, se ha permitido de forma limitada y temporal a ciertos productos agropecuarios primarios. El Acuerdo sobre la Agricultura tiene como compromiso reducir el volumen de exportaciones subvencionadas y la cantidad de dinero desembolsado para financiar las exportaciones (OMC, 2020).

Balanza de pagos

De acuerdo al Banco Central de Reserva del Perú (BCRP, 2019), la balanza de pagos registra las transacciones económicas entre una economía y el resto del mundo. Estas transacciones se refieren al movimiento de bienes y servicios, al igual que a los flujos financieros y a las transferencias. La sostenibilidad de las cuentas externas de una nación y

su capacidad de reacción para contrarrestar una crisis puede medirse por medio de indicadores elaborados con la información que provee la Balanza de Pagos. A modo de ejemplo, con los saldos de las Reservas Internacionales Netas (RIN) y de la deuda externa, se pueden elaborar indicadores de solvencia externa, la cual hace mención a la capacidad económica que tiene un país de producir las divisas necesarias para hacer frente a sus obligaciones de pago futuros con países terceros.

Determinación del tipo de cambio

Una de las disimilitudes clave entre la economía internacional y otras áreas de la economía es que los países suelen tener sus propias monedas. A lo largo del tiempo, los valores relativos de las divisas pueden cambiar, como representación podemos mencionar al euro y el dólar. Las razones por las que una moneda se deprecie o aprecie en relación a otra es el crecimiento desigual que los precios experimentan en los diferentes países. Antes de la Primera Guerra Mundial, el valor de las monedas más importantes del globo se fijaba respecto al oro, en tanto que, para la generación posterior a la Segunda Guerra Mundial, el valor de la mayoría de las monedas estaba fijado en función del dólar estadounidense (Krugman et al., 2012).

Coordinación internacional de las políticas

La economía internacional comprende naciones soberanas y, por lo tanto, cada una es libre de escoger sus propias políticas económicas. Sin embargo, en una economía mundial integrada, las políticas económicas de un país repercuten a los demás países. Por lo que, desde la creación del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), las políticas de comercio internacional han estado regidas por este tratado internacional; y, desde 1994, las normas han sido impuestas por una organización internacional, la Organización Mundial del Comercio, que puede decir a los países que sus políticas incumplen los acuerdos anteriores. En este sentido, la coordinación internacional trata de la adopción de decisiones de política económica por un grupo de naciones, con el propósito de maximizar el bienestar económico conjunto (Krugman et al., 2012).

Mercado internacional de capitales

Desde la década de 1960, la creciente importancia del comercio internacional ha estado acompañada por el crecimiento del mercado internacional de capital, en la cual los individuos y las empresas intercambian dinero en un acuerdo presente por promesas de pago en el futuro. Así, en los años setenta, las naciones beneficiadas económicamente por la actividad de extracción del petróleo de Oriente Medio colocaron sus ingresos petrolíferos en bancos de Londres o de Nueva York, y estos bancos, a su vez, prestaron dinero a los Gobiernos y a las empresas de Asia y de América Latina. En otras palabras, el mercado internacional de capitales permite diversificar el riesgo de inversión y el acceso a las mejores empresas en el mundo dentro de un marco de legalidad y seguridad (Krugman et al., 2012).

Con el paso de los años, han aparecido inmensos mercados internacionales de capitales, los cuales llevan también asociados algunos riesgos especiales. Uno de ellos es la fluctuación de las monedas, por ejemplo, si el euro se desploma frente al dólar, los inversores estadounidenses que compraron bonos en euros incurrirán en una pérdida de capital. Otro riesgo es el que se produce cuando un país declara no poder hacer frente a sus obligaciones financieras, y no existe una manera fácil para que los acreedores lo lleven ante los tribunales (Krugman et al., 2012).

Por otro lado, los países comercializan por dos razones fundamentales: porque son diferentes y pueden beneficiarse de estas diferencias enfocándose en aquello que pueden hacer relativamente mejor y para obtener economías de escala en la producción, es decir producir uno de los bienes a mayor escala y, por lo tanto, de una forma más eficiente que si produjera todo (Krugman et al., 2012). Para una mayor comprensión de las razones porque los países comercian entre sí y el impacto del comercio internacional en la producción y el consumo de los países es necesario explicar los siguientes modelos económicos:

Modelo de Ventaja Comparativa

El comercio internacional aumenta la producción mundial cuando un país se especializa en la producción del bien en el que posee una ventaja comparativa. Dicho esto, un país mantiene una ventaja comparativa si el costo de oportunidad en la producción de un bien en función de otros bienes es menor en este país a comparación de otros países. Se entiende, por costo de oportunidad al valor máximo que se renuncia por producir un bien o servicios en lugar de otro. Suponga, por ejemplo, que Países Bajos cultiva en la actualidad 10 millones

de bananos orgánicos, y que si no hubiera cultivado bananos con esos recursos pudo haber producido 100.000 maquinarias pesadas.

Por lo tanto, el costo de oportunidad de producir 10 millones de bananos orgánicos es 100.00 máquinas y lo mismo ocurrirá a la inversa si hubiese producido máquinas y no bananos. Por otro lado, esos 10 millones de bananos orgánicos pudieron ser cultivados en Perú. El costo de oportunidad en este segundo país es probablemente menor que cultivarlas en Países Bajos porque Perú cuenta un clima y suelos más adecuados para el cultivo que necesitarían de menos inversión para que la cosecha de banano sea exitosa. Además, los trabajadores peruanos son menos eficientes que los de Países Bajos elaborando productos más sofisticados, lo que significa que un número determinado de recursos utilizados en la producción de maquinarias pesadas producen menos de este producto en Perú que en Países Bajos. De esta forma, la elección en Perú sería 10 millones de bananos orgánicos o 20.000 máquinas pesadas. En conclusión, Perú tiene ventaja comparativa cultivando banano orgánico y Países Bajos produciendo maquinarias y esta especialización puede aumentar el nivel de vida en ambos países (Krugman et al., 2012).

Adicionalmente, García (2010) menciona que la teoría de ventaja comparativa de David Ricardo, llamado modelo ricardiano, nació como respuesta a la teoría de Smith demostrando que, inclusive si un país cuenta con desventajas absolutas en la elaboración de productos, en algunos de estos productos deben tener menor desventaja, por lo tanto, existiría ventajas comparativas. Asimismo, si un país cuenta con una producción más eficiente que otro, existiría una especialización productiva y exportaría dicho producto (García, 2010; Fita, 2006).

Modelo de Ventaja Absoluta

Adam Smith expone su teoría de ventaja absoluta indicando que un país debería especializarse en la producción de aquellos productos que tienen ventaja absoluta para poder comercializarlos de manera eficaz (García, 2010). Es decir, que pueda producir una mercadería a un menor costo o empleando un menor recurso, como horas de trabajador. De la misma forma, se indica que, si un país cuenta con ventaja absoluta en la producción de todos sus bienes, no existiría comercio. Por otro lado, según esta teoría aquellos países que

realicen un intercambio comercial sobre aquellos productos que tienen ventaja absoluta, es decir menor costo, reciben una mejor ganancia (Fita, 2006).

Según la explicación de la ventaja absoluta, se puede afirmar que, entre Perú y Países Bajos, Perú tiene ventaja absoluta ya que cuenta con experiencia de producción y comercialización de bananos orgánicos certificados mientras que los Países Bajos no cuentan con campo de producción. Por este motivo, los países europeos son nuestro primer destino de bananos orgánicos. Además, según la investigación de Fairlie, indica que, gracias a la certificación del Comercio Justo, ayuda a los agricultores mediante las capacitaciones y permite que estos se especialicen en la producción de bananos orgánicos certificados (2008).

Modelo de los Factores Específicos

A diferencia del modelo desarrollado por Ricardo que reconoce como único factor al trabajo, el modelo de los factores específicos por Paul Samuelson y Ronald Jones nos dice que, el capital y la tierra también son factores que deben ser incluidos en la producción de un bien. Además, este modelo indica que el trabajo es un factor móvil pues puede moverse entre sectores, mientras que los otros factores son específicos. A modo de ejemplo, si suponemos que una economía produce dos bienes: manufacturas y alimentos. Las primeras se producirán utilizando capital y trabajo, pero no tierra. En tanto que, los alimentos se producirán utilizando tierra y trabajo, pero no capital. Es decir, el trabajo puede desempeñarse en cualquiera de los dos factores, sin embargo, el capital se utiliza particularmente en la producción de manufacturas y la tierra en alimentos. Adicionalmente, se debe analizar como el trabajo cambia de un sector a otro para conocer las posibilidades de producción en una economía.

Finalmente, este modelo nos dice que un país puede diferenciarse de los demás en la dotación de sus recursos, ya sea en la cantidad de capital, tierra y trabajo disponible, pero para que exista comercio el país se encontrará ante un precio relativo diferente en el comercio internacional que será mayor. Si la apertura al comercio estuviera relacionada con una reducción del precio relativo de las manufacturas, los cambios en la oferta y la demanda se revertirán, y la economía se convertirá en una exportadora de alimentos y una importadora de manufacturas. Se puede asumir que una economía exportará el bien cuyo precio relativo

haya aumentado e importará el bien cuyo precio relativo haya disminuido (Krugman et al., 2012).

Modelo Heckscher-Ohlin

La teoría de dotación de factores de producción se explica mediante el modelo de Heckscher-Ohlin, que fue creada por Eli Heckscher y Bertil Ohlin en el año 1977, como respuesta al modelo ricardiano. El propósito de esta teoría es demostrar que el comercio se da por diferencias en dotaciones factoriales entre los países. Es decir, que por más que los países cuenten con la misma tecnología para la producción, los países exportan y se especializan en aquellos productos con factores que tienen en abundancia, como el suelo, para así poder producir un bien a mayor volumen, pero a un menor costo (Fita, 2006).

Es decir, un país tenderá a producir relativamente más de los bienes que utilizan intensivamente sus recursos abundantes. El resultado es el teorema básico Heckscher-Ohlin del comercio, el cual nos dice que las naciones tienden a exportar los bienes que son intensivos en los factores que están abundantemente dotados (Krugman et al., 2012).

En el caso del comercio entre Perú y Países Bajos, este modelo es un claro ejemplo de la exportación de bananos orgánicos, ya que los Países Bajos no cuentan con el campo para producir productos agrícolas, mientras que el departamento de Piura, es privilegiado por contar con esta dotación de recurso como es el suelo propicio para este cultivo y gracias al clima de la zona, favorece a que los frutos no sean afectados por la enfermedad de la hoja negra, presente en otros países exportadores (Clercx & Huyghe, 2013).

Por otro lado, el comercio internacional del Perú está supeditado por las posibilidades de acceso a los diferentes mercados. El cual depende de la distancia no solo desde el punto de vista geográfico, sino además de lo económico, cultural y político. La teoría del comercio internacional nos dice que la demanda es un factor importante pero que además el potencial de la demanda debe ser ajustado por las distancias entre las economías que participan en el intercambio (Bolívar, Cruz & Pinto, 2015). Bajo esta segunda premisa, en el presente trabajo se estudiará el modelo econométrico gravitacional para probar esta teoría.

Modelo Gravitacional del Comercio Internacional

Este modelo surgió a raíz de la ley gravitacional de Newton, el cual explica que la atracción de dos cuerpos es proporcional a sus respectivas masas e inversamente a la distancia que tienen estos cuerpos. De esta forma, se puede aseverar que el flujo del comercio entre en dos países está asociado con el tamaño de sus economías, la distancia entre ambos, los tipos de cambios bilaterales, entre otros factores (Cafiero, 2005).

Asimismo, el economista Paul Kraugman con la ayuda de Helpman señalaron que el modelo de la gravedad ayuda a hacerse una idea del valor del comercio bilateral y también arroja luz sobre los obstáculos que siguen limitando el comercio internacional. Al mismo tiempo, Krugman mediante el análisis del modelo gravitacional nos dice que al contar con un comercio de producto diferenciado como es el caso del banano orgánico se puede tener una economía de escala en el país productor o exportador (Helpman y Krugman, 1985).

1.2.3 Teoría de Integración Económica

La integración económica es el proceso a través de la cual se eliminan las barreras artificiales para la operación óptima e introduce deliberadamente todos los elementos deseables para la coordinación y unificación. De la misma manera, distingue entre integración negativa e integración positiva: la primera implica suprimir los obstáculos que separan las economías y son, generalmente, las más fáciles de definir y adoptar (por ejemplo, eliminar los aranceles entre países aliados). Mientras que, las medidas positivas entrañan mecanismos de cooperación (tales como, armonizar políticas macroeconómicas) que se van ampliando conforme la integración avanza y que resultan ser más complejas de ejecutar (Petit, como se citó en Tinberger, 1954).

Asimismo, la integración económica es un proceso constituido por cinco etapas: la zona de libre comercio, la unión aduanera, el mercado común, la unión económica y la integración económica total. La primera fórmula de integración se basa en la supresión de barreras arancelarias y no arancelarias a las exportaciones e importaciones de productos y servicios que son originarios de los países miembros del área. A modo, de ejemplificación podemos mencionar al acuerdo TLCAN firmado entre Estados Unidos, Canadá y México.

En tanto, el segundo modelo los Estados que forman parte del área de libre comercio fijan un arancel externo frente a terceros países. Asimismo, la unión económica exige la

existencia previa de un mercado común y una armonización de las políticas económicas de los Estados miembros, lo que exige un grado más avanzado en el proceso de integración. Por último, la integración económica total involucra la unificación monetaria, fiscal y cambiaria. Es decir, crear una autoridad supranacional cuyas decisiones recaerán en los Estados miembros (Petit, 2014).

Es importante mencionar que, la Unión Europea surgió como un deseo para mantener la paz entre gobiernos europeos y el crecimiento económico regional, y es hasta la actualidad el ejemplo más avanzado de integración. La Unión Europea es un mercado común donde se eliminaron entre los estados miembros las barreras arancelarias, hay libre circulación de personas como establecimiento de empresas y se acuerdan políticas comunes que buscan el beneficio común.

1.2.4 Teoría del cambio

Esta teoría explica cómo las acciones que se realizan ocasionan resultados que ayudan a lograr un impacto deseado y pueden elaborarse a través de un proyecto, organización, estrategia, política, entre otras. Si se identifica y planifica objetivos y las actividades de una intervención por adelantado entonces puede desarrollarse una teoría del cambio (Rogers, 2014).

El sistema Fairtrade International ha adoptado esta teoría y la ha desarrollado como la teoría del cambio Fairtrade, pues ayuda a describir el cambio que se desea lograr en el mundo y las acciones que se realizan para colaborar a que el cambio se materialice. El Comercio Justo tiene como visión, un mundo donde todos los productores puedan disfrutar de medios de vida seguros y sostenibles. Por lo que, se propusieron tres metas: empoderar a los pequeños productores y trabajadores, mejorar sus condiciones de vida y hacer comercio justo. Esta teoría permite guiar estas metas y proporciona un marco de trabajo a sus miembros que permite establecer indicadores de manera simple, monitorearlos y evaluarlos a través del sistema (Fairtrade, 2019).

Ilustración 1. Teoría del Cambio del Comercio Justo Fairtrade

Adaptado de Fairtrade (2019)

Elaboración Propia

El Comercio Justo sabe que no existe soluciones rápidas para las desigualdades sociales y el desequilibrio pero con la teoría del cambio muestran que ese cambio es posible. Como se aprecia en la ilustración N°1, con la teoría del cambio, el Comercio Justo actúa bajo 4 pilares. El primero, es a través de intervenciones como criterios y certificaciones estableciendo el precio mínimo y la prima Fairtrade, brindado apoyo a productores y trabajadores y haciendo campañas por la justicia en el Comercio, esto conduce a resultados a corto plazo como un comercio más justo, mejor acceso al mercado, mejores condiciones de

trabajo, capacitación a medida y apoyo a los productores. A continuación, vienen los resultados a mediano plazo, por ejemplo negocios viables y fortalecidos, mayor rendimiento de los cultivos, aumento de las ventas de productos Fairtrade, salarios dignos para los trabajadores e impulso del cambio de las prácticas comerciales a través de actores influyentes. Todo lo anteriormente mencionado, sumado a los impactos a largo plazo buscan mejorar los ingresos y el bienestar, la igualdad de género, la educación, la adaptación al cambio climático, la producción y el consumo justo (Fairtrade, 2019).

1.3 Antecedentes Históricos

1.3.1 Del GATT (OMC)

Este órgano (ahora Organización Mundial del Comercio, OMC) tiene como función principal regular normas comerciales globales entre sus países miembros de manera fluida, previsible y con la libertad posible (OMC, 2014). Al mismo tiempo, es un foro en el cual los países miembros pueden ir para resolver sus diferencias (OMC, 2020).

El inicio de la OMC tiene como antecedentes el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) el cual se dedica a establecer normas que regulen las relaciones económicas internacionales dando lugar a una nueva era de cooperación internacional y brinda apoyo a en negociaciones de acuerdos comerciales a sus países miembros. El acuerdo entró en vigencia a finales del año 1947 firmado en Ginebra y fue creado por el estado de preocupación de la economía que dejó la segunda guerra mundial, de la misma forma, se creó el Fondo Monetario Internacional (FMI), actualmente es Banco Mundial (BM) (OMC, 2013).

El GATT pasaba por momentos de reuniones a través de rondas de negociaciones durante el periodo 1896-1994. Sin embargo, en la “Ronda Uruguay”, que fue la octava y última ronda, se renegó los términos del GATT en el cual introdujeron temas agrícolas como reglas de negociación. Durante ese año, se propuso el acuerdo llamado “GATT de 1994”, dando pase a la OMC (OMC, 2013).

1.3.2 Acuerdo de Ginebra sobre el Comercio de Bananos

Este acuerdo se da teniendo como antecedente que la UE, en el año 1993, estableció un régimen preferencial arancelario en las importaciones de banana de los países de su excolonia África, el Caribe y el Pacífico (CAP).

A raíz de esto, a comienzos del año de 1999, se observaba disputas entre Estados Unidos (EEUU) y la UE con respecto al arancel impuesto al banano proveniente de países latinoamericanos. Esta noticia llega al foro de la OMC en Ginebra, el cual evaluó el caso, considerando que EEUU y la UE son los primeros exportadores de banano, e impuso un acuerdo el que involucra la participación de los países norteamericanos y centroamericanos en un compromiso de reducción anual de arancel en sus exportaciones de banano hacia la UE.

Por esta razón, el 31 de mayo del 2010 se publica la resolución del Acuerdo de Ginebra sobre el Comercio de Bananos firmado entre la UE y los países latinoamericanos, dando así, fin al delicado conflicto entre la UE, América Latina y EEUU.

Tabla 3. Arancel negociado del Acuerdo de Ginebra sobre el Comercio de Bananos

Fecha de entrada de vigencia	Arancel
15/10/2009 al 31/12/2010	148 EUR/t
01/01/2011 al 31/12/2011	143 EUR/t
01/01/2012 al 31/12/2012	136 EUR/t
01/01/2013 al 31/12/2013	132 EUR/t
01/01/2014 al 31/12/2014	132 EUR/t
01/01/2015 al 31/12/2015	132 EUR/t
01/01/2016 al 31/12/2016	127 EUR/t
01/01/2017 al 31/12/2017	122 EUR/t
01/01/2018 al 31/12/2018	117 EUR/t

Nota: Arancel impuesto al banano por año. Adaptado del Diario Oficial de la Unión Europea (2010)

Elaboración Propia

1.3.3 TLC Perú - Unión Europea

El Tratado de Libre Comercio entre Perú y la Unión Europea entro en vigencia el 1 de marzo del 2013, casi simultáneo a la firma del Acuerdo de Ginebra sobre el Comercio de Bananas. En este TLC trae beneficios para el país en temas arancelarios como la desgravación inmediata del 99.3% de partidas arancelarias, el cual el 95% de estas partidas pertenecen al sector agrícola, y una desgravación arancelaria del 100% para productos del sector industrial (MINCETUR, 2020).

Con este TLC Perú-UE y el Acuerdo de Ginebra, Perú había aumentado la posibilidad de posicionar el banano peruano en el mercado europeo ya que, con este TLC, Perú recibía una nueva tasa arancelaria para productos peruanos. Al mismo tiempo, este nuevo TLC era una nueva estrategia comercial para Perú pueda ampliar su mercado de productos y convirtiera al país en uno exportador (Acuerdos Comerciales, 2020). De la misma forma, en este TLC Perú-UE se negociaron los siguientes temas:

Tabla 4. Temas negociados en el TLC Perú-UE

Acceso al Mercados	Competencia
Reglas de Origen	Propiedad Intelectual
Compras Públicas	Defensa Comercial
Obstáculos Técnicos al Comercio	Comercio y Desarrollo Sostenible
Medidas Sanitarias y Fitosanitarias	Asuntos Aduaneros y Facilitación del Comercio
Servicios, Establecimientos y Movimiento de Capitales	Asistencia Técnica y Fortalecimiento de Capacidades
Solución de Diferencias, Asuntos Sostenible y Asistencia Técnica	

Nota: Adaptado de Mincetur (2019)

1.3.4 Declaración de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo

Para fines de estudio y como antecedente histórico, la Declaración de Estocolmo y la Declaración de Río son dos Conferencias de las Naciones Unidas sobre el medio ambiente y el desarrollo, celebradas en 1972 y 1992 respectivamente. Ambas hacen un balance de los efectos de la actividad humana en el medio ambiente mundial (Handl, 2012). Después de 20 años, la Declaración de Río reafirma la Declaración de Estocolmo y cuenta con 27 principios, de los cuales se mencionan aquellos que estén alineados a la investigación.

El principio 4, nos dice que la protección del medio ambiente debe integrarse en el proceso de desarrollo con el objetivo de lograr un desarrollo sostenible mundial y, por lo tanto, no puede tratarse de forma aislada. Este criterio está alineado con el respeto del medio ambiente y es uno de los principios que las instituciones certificadas de comercio justo deben cumplir en su trabajo diario y el cual, es analizado en la investigación. Asimismo, el principio 5 manifiesta que, un requisito indispensable para el desarrollo sostenible es la eliminación de la pobreza, es decir las disparidades en los niveles de vida, especialmente, en los países en desarrollo. Mientras que, el principio 8 menciona que, para lograr el desarrollo sostenible y una mejor calidad de vida para todos, se deberá reducir las prácticas de consumo insostenibles y fomentar la utilización de métodos de producción sostenibles (Naciones Unidas, 1992). Erradicar la pobreza para así mejorar la calidad de vida de los agricultores y trabajadores es un factor relevante que se cree determinante en las exportaciones de banano orgánico bajo la certificación de comercio justo.

1.3.5 Foro Mundial Bananero

El Foro Mundial Bananero (FMB) es un espacio creado por la FAO con el propósito de reunir a los principales grupos de interés de la cadena global de suministro de banano; entendiéndose por grupo de interés a minoristas, importadores, productores, asociaciones de consumidores, gobiernos, instituciones de investigación, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil, para que trabajen conjuntamente y de esta manera, se logre un consenso en la industria sobre las mejores prácticas para la producción y el comercio sostenibles. Asimismo, el FMB tiene como misión promover la colaboración entre las múltiples partes implicadas de forma que se produzcan resultados prácticos para la mejora de la industria

bananera y lograr un consenso sobre buenas prácticas en materia de trabajo, equidad de género, impacto medioambiental, producción sostenible y asuntos económicos (FAO, 2020). A continuación, se explicarán de manera detallada las tres comisiones de trabajo creadas para el desarrollo del FMB.

CT01. Sistemas de producción sostenible e impacto medioambiental

Esta comisión de trabajo pretende colaborar a una mejor comprensión de los problemas más relevantes que guarden relación con la producción de banano y desarrollar una hoja de ruta para la mejora de su sostenibilidad. En el año 2010, se celebró su primera reunión en Amberes (Bélgica) y la segunda reunión tuvo lugar en Roma, en las cuales se inició con el proceso de recopilación de información y opiniones por parte de los actores claves con respecto a la producción sostenible e impacto medioambiental relativos al banano (FAO, 2020).

CT02. Distribución de la cadena de valor

La segunda comisión de trabajo busca laborar para la obtención de un reparto justo del valor a lo largo de la cadena de suministro del banano. Adicionalmente, algunos de sus principales objetivos son: mapear la distribución de valor en las cadenas de suministro clave (orígenes y mercado), evaluar las diferencias entre costo de producción convencionales y los sostenibles a lo largo de la cadena, realizar esfuerzos para la implementación de salarios vitales, entre otros (FAO, 2020).

CT03. Derechos laborales

Esta última comisión del FMB trabaja estrechamente con la FAO y la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la cual desde su primera reunión en Guayaquil se ha centrado en tres áreas prioritarias: libertad sindical y la negociación colectiva, salud y seguridad, y la igualdad de género (FAO, 2020).

Finalmente, los informes disponibles sobre el FMB son importantes para el presente trabajo pues brinda fuentes secundarias que complementaran su desarrollo.

1.4 Marco Conceptual

1.4.1 Commodity

En forma general, se define como commodity a todo aquel producto que ha sido elaborado de forma genérica con el objetivo de que sea comercializado. Es decir, un commodity debe ser producido en gran cantidad en distintos países utilizando los recursos naturales. Como lo explica Castelo (2003) que define el término el término inglés “commodity” como “todo bien que es producido en masa por el hombre o del cual existen enormes cantidades disponibles en la naturaleza, que tiene valor o utilidad y un muy bajo nivel de diferenciación o especialización”.

1.4.2 Producto orgánico

Este movimiento se centra principalmente en realizar la producción de un producto de forma “orgánica” o “ecológica” en el mercado agrícola. Esto quiere decir, que se emplea una estrategia de producción con métodos naturales y amigables con el cuidado del medio ambiente, la vida silvestre y el suelo. Esto se da a través de un acuerdo agrícola que es fomentado por la Federación Internacional de Movimiento de Agricultura Orgánica (IFOAM) en el cual determina los requisitos para que un producto sea considerado “orgánico”. Entre estos requisitos se detalla procesos naturales y queda prohibido el uso de pesticidas sintéticos, herbicidas y fungicidas; y la plantación no debe ser tratada químicamente (Raynolds, 2020).

1.4.3 Banano

Según, Clay (2004, como se citó en Clercx y Huyghe, 2013) el banano es uno de los principales cultivos alimentarios del mundo, tanto a nivel de subsistencia, para los mercados locales como para el comercio internacional. De la misma manera, de acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, mundialmente conocida como FAO (por sus siglas en inglés: Food and Agriculture Organization) el banano es una fruta tropical y alimento básico que contribuye a la seguridad alimentaria de millones de personas en gran parte del mundo en desarrollo, y dada su mercantilización en ferias locales proporciona ingresos y oficio a poblaciones rurales. Asimismo, hay más de 1,000 variedades de bananos y el que más sobresale es el grupo Cavendish dado que, en su mayoría son este tipo de bananos los que se comercializan en todo el mundo (FAO, 2016).

Descripción del producto

De acuerdo, a MINAGRI (2011) el plátano, banano, cambur o guineo agrupa a un número considerable de plantas herbáceas del género *Musa*. El producto presenta un “seudo tallo color verde con manchas oscuras y alcanza en promedio una altura de 2.10 m. y un diámetro en su base de 20 cm. En su madurez fisiológica toma un color verde amarillento, y de ápice rojo” (p.2). Asimismo, en la variedad de banano Cavendish hay ausencia de semilla por lo que resulta muy adecuado para el consumo. Empero, esta carencia es sinónimo de esterilidad: no puede reproducirse mediante procesos normales de siembra. En la actualidad, la industria comercial bananera obedece casi íntegramente al banano Cavendish porque la comercialización de una única variedad abarata los costes de recolección, empaquetado, transporte y posibilita ofrecer un fruto uniforme (FAO, 2016).

Diferencias entre el plátano y el banano

Por otra parte, en 1753 Carl Nilsson Linnaeus catalogó por primera vez a los plátanos y bananos como *Musa Paradisiaca*, el cual hace alusión a híbridos y cultivares de las especies silvestres *Musa acuminata* y *Musa balbisiana*, de acuerdo a las reglas de Nomenclatura Botánica. El nombre genérico (*Musa Paradisiaca*) se mantiene hasta la actualidad y se usa para hacer referencia tanto para el plátano como al banano (Cheesman, 1948). No obstante, cuando se observa una mayor presencia genética de *Musa balbisiana*, se le conoce como plátano, que por su mayor contenido de fécula debe ser consumida cocida, asada o frita; mientras que las bananas con un mayor contenido genético de *Musa acuminata*, son ingeridas como frutas de postre. Del mismo modo, una importante diferencia entre plátano y banano es su contenido de humedad. Puesto que, poseen 65% y 74% correspondientemente. Esto se debe a la hidrólisis, proceso por el cual los almidones se transforman en azúcares, actúa con mayor celeridad en las frutas con un mayor contenido de humedad (MINAGRI, 2014).

Origen del banano cavendish

Los plátanos y bananos son originarios del Sudeste Asiático y del Pacífico en cuyos bosques se hallan hasta la actualidad ejemplares ancestrales diploides, no comestibles y con semillas. Con el paso de los años diversas subespecies diploides de *Musa acuminata* Colla se cruzaron de forma natural originando la producción de cuantiosos híbridos interespecíficos.

Algunos de estos tenían un genoma triploide, con esterilidad femenina. Los moradores de la zona descubrieron que tales plantas poseían frutos comestibles y podían ser propagadas vegetativamente por retoños y de esta forma se eligieron cruces superiores comestibles de *Musa acuminata* Colla que posteriormente fueron sembrados y distribuidos localmente como cultivo de subsistencia (MINAGRI, 2014).

Asimismo, conforme a Israeli y Lahav (2016) los dos cultivares de postre de banano más importantes son los triploides (AAA) del genoma de *Musa acuminata*: importados del sur de Asia a Martinica, el ‘Gros Michel’ produce una fruta que destaca por su color, sabor, almacenamiento y rendimiento. Fue el primer y más popular banano comercializado internacionalmente hasta su destrucción por la enfermedad de Panamá a fines de la década de 1950. Su sucesor, "Cavendish" del sur de China, fue importado en 1826 a Mauricio y en 1829 comprado por el Duke Cavendish de Devonshire en Inglaterra. Los retoños se introdujeron con éxito en Samoa y Fiji en 1838 y, desde entonces, se han convertido en el banano más popular y representan el 50% de la producción mundial.

Propiedades del producto

Según, FAO (2016) el banano Cavendish contiene unos 400 miligramos de potasio por cada 100 g de fruta fresca, una cantidad similar a muchas legumbres cocinadas, a la carne o al pescado. Si se ingieren en la dieta diaria, los bananos pueden contribuir a regular la presión arterial y a controlar la actividad cardíaca. Aquellas personas que consumen gran cantidad de potasio tienen hasta un 27% menos de riesgo de padecer enfermedades cardíacas.

Del mismo modo, la Organización Mundial de la Salud (OMS) indicó que las enfermedades no transmisibles (ENT) son el principal contribuyente a la mortalidad y morbilidad a nivel mundial. La baja ingesta de potasio se ha asociado con las ENT, por lo que recomienda aumentar la ingesta de potasio presente en frutas como el banano que puedan reducir la presión arterial, disminuir el riesgo de enfermedades cardiovasculares, tiene un efecto beneficioso sobre la densidad mineral ósea y mitiga las consecuencias negativas de alto consumo de sodio (OMS, 2012).

Tabla 5. Valores nutritivos por cada 100 gramos de porción comestible

Composición	Banano
Agua	72,4 g
Energía	92 Kcal
Grasa	0,48 g
Proteína	1,03 g
Hidratos de carbono	23,43 g
Potasio	396 mg
Hierro	0,31 mg
Sodio	1 mg
Calcio	6 mg
Vitamina C	9,1 mg

Nota: Adaptado de MINAGRI (2014)

1.4.4 Partida Arancelaria

La partida arancelaria es un código numérico del Sistema Armonizado que clasifica las mercancías con el objetivo de poder identificarlos a nivel internacional y aplicarles el régimen aduanero correspondiente (SUNAT, 2020). En el caso del Perú, el código se compone por 10 dígitos. La sub partida nacional presenta la siguiente estructura:

Tabla 6. Estructura clasificación arancelaria

Dígitos	Denominación
1° 2°	Capítulo
1° 2° 3° 4°	Partida del Sistema Armonizado
1° 2° 3° 4° 5° 6°	Subpartida del Sistema Armonizado
1° 2° 3° 4° 5° 6° 7° 8°	Subpartida NANDINA
1° 2° 3° 4° 5° 6° 7° 8° 9° 10°	Subpartida Nacional

Nota: Adaptado de SUNAT (2020)

Con el fin de analizar el comportamiento de la producción en el comercio mundial y nacional del banano, la partida arancelaria a analizar en la presente investigación es: 0803.90.11.00 correspondiente a bananos tipo Cavendish valery frescos, la cual entró en

vigencia a inicios del año 2012. El producto años anteriores se encontraba bajo la partida arancelaria 0803.00.12.00.

Tabla 7. Clasificación arancelaria para el banano

Código	Designación
08.03	Bananas o plátanos, frescos o secos
0803.10	- Plátanos << plantains >>:
0803.10.10.00	- - Frescos
0803.10.20.00	- - Secos
0803.90	- Los demás:
	- - Frescos
0803.90.11.00	- - - Tipo << Cavendish valery >>

Nota: Clasificación de mercancías de acuerdo a los dígitos numéricos. Adaptado de “Arancel de Aduanas”, por Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), 2017

1.4.5 Comercio Justo

Según la WFTO, define el Comercio Justo como una asociación comercial apoyada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Al mismo tiempo, contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente en el Sur (WFTO, 2009).

Asimismo, según Andorfer y Liebe indican que el objetivo que busca el Comercio Justo con respecto a pequeños productores y trabajadores de economías emergentes es mejorar el nivel de trabajo y de vida (2015). De la misma forma Raynolds y Bennett, afirman que estas mejoras se dan mediante el cumplimiento de estándares voluntarios. De la misma forma, tiene el propósito de lograr una sostenibilidad ambiental (2015).

Por este motivo, el Comercio Justo cuenta con estándares que ayuda a aumentar la calidad de vida de los productores que han sido rechazados y marginados en países desarrollados. Además, según Fair Trade Estados Unidos (FTUSA, 2017) explica que el

Comercio Justo tiene normas de cumplimientos que ayuda a reducir la pobreza, fomentando buenas prácticas en las condiciones de trabajo, ambientales y responsabilidad social.

1.4.6 Certificación Orgánica

En toda producción existe una estrategia predeterminada con la cual se elabora un producto, como por ejemplo en el mercado agrícola en el cual se determina la estacionalidad y tipos de cosechas. Sin embargo, existen nuevas modalidades de trabajo y de producción que involucra métodos establecidos por empresas que certifican la calidad de un producto. Además de que garantice que el producto este en buenas condiciones, también garantiza que, por la compra de un producto certificado, ayuda al trabajador y exportador dándole una mejor calidad de vida con recompensas que ofrece las organizaciones certificadoras.

En la siguiente tabla, se detalla algunas organizaciones certificadoras que apoya al agricultor y al trabajador mediante sus prácticas.

Tabla 8. Certificaciones Orgánicas

Sello – Logo	Nombre de la Certificación	Descripción
Comercio Justo	La certificación cuenta con normas voluntaria y garantiza que durante los procesos de elaboración del producto se ha utilizado métodos que cuidan el medio ambiente y adquirir un producto con este sella significa que el agricultor recibe beneficios como una prima social.
Global GAP	La certificación en un producto garantiza que el producto ha sido laborado mediante el cumplimiento de estándares voluntarios. Esta certificación ayuda al agricultor a acceder a nuevos mercados.
Agricultura Ecológica de la Unión Europea	El sello de la certificación garantiza que es un producto orgánico (95% de su materia debe ser natural) y puede ser usado de manera voluntaria, considerando aquellos productos que no se han elaborado en la UE.
Bio Siegel	Este certificado o sello da a conocer al público que el producto es ecológico y han cumplido normas con respecto a la agricultura orgánica impuesta por la UE. De la misma forma, garantiza que se realizan inspecciones.
BASC	Esta certificación indica que las empresas (no necesariamente agropecuarias) ha alcanzado el cumplimiento del sistema de gestión en control y seguridad.

Fuente: PROMPERÚ (2018) & BASC (2020)
Elaboración Propia

1.4.7 Certificación de Comercio Justo

La certificación Fair Trade en un producto es un sello que garantiza que el producto ha sido elaborado con una estrategia mediante la realización de cumplimiento de estándares establecidos por la Organización del Comercio Justo, en el cual se ve reflejado que existe un apoyo al agricultor y trabajador y se cuida el medio ambiente durante su elaboración. Al mismo tiempo, los estándares que se mencionan, son 10 principios del Comercio Justo, que las empresas certificadas de Comercio Justo deben implementar e involucran acciones que se ven reflejadas positivamente en el bienestar del agricultor y los trabajadores (WTFO, 2020).

Estos 10 principios van dirigidos a la sostenibilidad social y ambiental. En este caso, se detallará 3 prácticas del Comercio Justo que se investigará en el siguiente estudio.

- Creación de Oportunidades para Productores con Desventaja Económica

Este principio nos indica que el impacto positivo será para aquellos productores que han sido marginados encontrándose en un país en desarrollo. Este principio tiene como finalidad la reducción de pobreza mediante el apoyo que ofrece el Comercio Justo como capacitación a los agricultores para que sean autosuficientes (WTFO, 2020).

- Pago Justo

Este principio señala que en la empresa certificada por el Comercio Justo existe un pago justo que está compuesto por precios justos, salarios justos y salarios dignos. Los precios justos hacen referencia al precio que se fija transparentemente entre el comprador y el vendedor, el cual incluye el salario mínimo y una ganancia justa. De la misma manera, los salarios justos se refieren a un salario equitativo que como por lo menos debe estar de acuerdo al salario mínimo local. Además, el salario digno hace referencia al salario del trabajador el cual debe ser digno de tener una vida decente, que incluye alimentos, vivienda, educación, atención médica entre otros (WTFO, 2020).

- Respeto por el Medioambiente

Esta práctica garantiza que no hubo un impacto negativo en el medio ambiente durante la realización de un producto. Para esto, los agricultores deben implementar

métodos de producción que ayuden a minimizar su impacto ambiental como el uso de pesticidas orgánicos.

Además, se realiza una visita y auditoría a las empresas de Comercio Justo para evaluar que se estén cumplimiento estos 10 principios de Comercio Justo. En esta auditoría, no solo se evalúa el producto sino la totalidad de la empresa, incluyendo la su estructura y el modelo de negocio empleado. Una vez que la empresa sea confirmada con el cumplimiento de los 10 principios de Fair Trade, se procede a colocar la etiqueta Comercio Justo Garantizada en todos sus productos (WTFO, 2020).

Ilustración 2. Principios del Comercio Justo

Fuente: WTFO (2020)

1.4.8 Prima de Comercio Justo

La prima es un ingreso adicional obtenido por trabajar bajo los principios del Comercio Justo y es pagada a un fondo comunitario que debe utilizarse para mejorar las condiciones sociales, económicas y medioambientales de los agricultores, sus familias y las comunidades. Este dinero no es pagado directamente al trabajador dentro de su salario, sino que las organizaciones de pequeños agricultores son quienes gestionan democráticamente este dinero y deciden en donde invertirlo (Fairtrade, 2019).

1.4.9 Tratado de Libre Comercio

El tratado de Libre Comercio (TLC) es un acuerdo comercial entre dos o más países para obtener una preferencia arancelaria y reducción de barreras no arancelarias mutuas en el intercambio comercial de mercancías y servicios y tener como resultado tener una oferta exportable competitiva. Este TLC tiene como objetivo estratégico profundizar la integración económica y acceso a nuevos mercados entre los países involucrados entre otros aspectos competitivos. Los Tratados de Libre Comercio no tienen un plazo determinado de vigencia, por este motivo, tienen carácter de perpetuidad (Mincetur, 2020).

CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El planteamiento del problema es la base de toda investigación, pues delimita el problema que será objeto de estudio. En este capítulo se plantea el problema general e identifica sus componentes específicos, así como se expone las razones de por qué el problema es considerado relevante para ser investigado y los beneficios de realizarlo. Posteriormente, se formulan los objetivos y especula sobre los resultados del estudio.

2.1 Realidad problemática

El Perú, como gran parte de las economías latinoamericanas, en las últimas décadas ha experimentado un crecimiento económico acelerado. Entre 1990 y 2018, la producción ascendió en más de 250 por ciento (medida en soles constantes de 2007), en tanto que la población creció en más de 47 por ciento, es decir un aumento en 139 por ciento en el producto bruto interno per cápita.

Tabla 9. Perú: Producto Bruto Interno Total y por habitante, 1990-2018

Año	Población (Miles)	PBI	PBI per cápita (Soles a precios de 2007)
1990	21,765	151,492	6,961
1994	23,502	182,044	7,746
1998	25,182	213,190	8,466
2002	26,739	235,773	8,817
2006	28,151	294,598	10,465
2010	29,462	382,380	12,979
2014	30,814	467,376	15,168
2018	32,162	535,171	16,640

2018/1990	47.7%	253.3%	139%
-----------	-------	--------	------

Nota: Adaptado de BCRP (2018)

Una parte importante del crecimiento de la producción peruana se debe a las exportaciones, ya que genera empleo e impulsa la economía. Por lo tanto, las exportaciones son el motor de desarrollo de una nación. En la siguiente ilustración, se puede apreciar el crecimiento de las exportaciones desde el año 1990, el cual se considera el año de la apertura comercial.

Ilustración 3. Exportaciones peruanas del periodo 1990-2018

Fuente: BCRP (2018)

Elaboración Propia

Desde el año 2013 al 2016 se observa un decrecimiento de las exportaciones peruanas, debido a la caída de los precios internacionales que afectaron los sectores de minería y derivados de petróleo. Mientras que, el sector no tradicional creció por el dinamismo del sector agropecuario. La producción agrícola para la exportación creció en un 6.4% para el 2018, asimismo, el crecimiento de este sector ha conllevado en un crecimiento del empleo formal y, por lo tanto, la reducción de la pobreza en zonas donde predominan las empresas exportadoras (BCRP, 2018).

Dentro de los productos agrícolas podemos encontrar al banano, el cual es considerado un producto estrella de exportación para el Perú y a nivel mundial es el cuarto cultivo alimentario más importante, pues ocasiona un gran impacto en el aspecto social y

económico. En lo social, ya que forma parte de la dieta alimentaria de millones de personas, mientras que en lo económico por su participación en el Producto Bruto Interno (PBI), pues proporciona empleo e ingresos a poblaciones rurales. Como producto de exportación, el banano aporta de manera crucial a la economía de muchos países de bajos ingresos como Ecuador, Honduras, Colombia, Filipinas, Perú, entre otros (MINAGRI, 2014).

Ilustración 4. Producción Mundial de Banano expresado en toneladas

Fuente: FOASTAD (2020)

Elaboración: Propia

En la ilustración N° 4 se puede apreciar que la producción de banano ha tenido crecimientos constantes desde el año 1990, sin embargo, en muchos países en desarrollo la mayoría de la producción se destina al autoconsumo (FAO, 2002).

A finales del siglo XX el Perú producía banano convencional, generalmente, para satisfacer la demanda del mercado local y eran pocas las veces que tenían como destino el mercado internacional, ya que era imposible competir con grandes abastecedores transnacionales como Dole Food Company, Chiquita, Fresh Del Monte y Fyffes. Estas empresas con grandes economías de escala situadas en Centroamérica y en Latinoamérica en países como Ecuador y Colombia, abastecían de banano convencional de buena calidad y

buen precio al continente europeo y al mundo. Adicionalmente, ciertos países bananeros del ACP (África, el Caribe y el Pacífico), ex colonias europeas, tenían un trato más favorable que los países latinoamericanos en temas de acceso al principal mercado de consumo del banano, Europa. En resumen, existía un mercado oligopólico en el comercio del banano al que el Perú no tenía acceso (MINAGRI, 2018).

Es en el siglo XXI, en el marco de la OMC que las disputas comerciales bananeras entre los grandes gigantes empiezan a llegar a su fin. Asimismo, en el Acuerdo de Ginebra del Comercio de Banano se busca una reducción arancelaria para los países como Perú que se ven afectados por altos impuestos cobrados por tonelada exportada. En marzo del 2013, se firma el Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea, en la cual también participó Colombia y en donde se estableció disminuir paulatinamente el arancel, que para el Perú esta reducción empezó desde el 2010 en el Acuerdo de Ginebra y para el presente año se consolidó en 75 euros por tonelada (MINAGRI, 2018).

Por otro lado, las plantaciones de banano necesitan de tierras con altos nutrientes para sus cosechas y el abuso de químicos para controlar las plagas no solo han puesto en riesgo la salud humana sino también la fertilidad de la tierra. En la última década, los productos orgánicos han mostrado cifras de crecimiento, especialmente, en países de Europa y Estados Unidos. Asimismo, en el Perú la producción de banano orgánico está orientada al 100% al mercado extranjero y para el año 2001 al 2017, las exportaciones de banano orgánico con destino a la Unión Europea han aumentado a una tasa anual promedio récord de un 33%, en tanto que las exportaciones al mundo se incrementaron en un 22% (MINAGRI, 2018).

Ilustración 5. Exportaciones peruanas de banano al mundo y la Unión Europea expresadas en miles de toneladas

Fuente: SUNAT (2018)

Adicionalmente, las importaciones netas de la Unión Europea alcanzaron en 2018 una cantidad sin precedentes de 6 millones de toneladas, convirtiéndolo en el importador más importante a escala mundial con una cuota del 32% del volumen (ver ilustración N° 6). El consumo medio per cápita también tuvo un ligero incremento y alcanzó un máximo de 12,8 kg (FAO, 2018).

Ilustración 6. Participación en las importaciones mundiales, por FAO, 2018

La Unión Europea ha concentrado la mayor cantidad de las exportaciones peruanas, particularmente, el banano orgánico puesto que tiene una mayor demanda por ser considerado como un alimento más saludable. La estrategia de exportación de Perú ha sido ofrecer un producto con valor agregado y posicionarse en este nicho de mercado (Aponte & Pierril, 2010). De esta forma, se ha logrado que las exportaciones peruanas de banano orgánico crezcan. Seguidamente, la tabla N° 9 representa los principales países importadores de banano con partida arancelaria 0803.90.11.00 exportado por Perú.

Tabla 10. Principales países importadores de banano exportado por Perú (Miles USD)

País	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Países Bajos	42,097	49,953	47,596	51,560	53,234	57,849
Estados Unidos	15,944	32,766	53,857	45,837	44,441	45,191
Alemania	11,354	19,310	22,157	21,202	20,823	18,272
Bélgica	7,466	6,115	8,036	13,051	7,664	7,309
Corea	1,523	2,553	4,525	6,816	6,752	10,610
Resto del mundo	10,601	8,651	8,999	13,708	15,643	24,449
Total	88,985	119,348	145,170	152,174	148,557	163,680

Nota: Adaptado de TradeMap (2020)

Se puede apreciar que Países Bajos, ubicado al noreste de Europa, es el principal importador de banano orgánico de Perú y que las exportaciones en miles de dólares americanos desde el 2013 al 2018 han crecido en un 37.42%, lo que demuestra que hay una creciente demanda en este país. Cabe precisar, al cierre del año 2015, Estados Unidos fue nuestro principal importador superando a Países Bajos por una diferencia de 6,261 miles de USD. Sin embargo, esta situación se revirtió en 2016 y Países Bajos ocupó de nuevo el primer lugar en la lista.

Como se mencionó anteriormente, toda la producción de banano en el pasado se destinaba al mercado nacional y se cosechaba en las regiones de la selva peruana y la costa norte del Perú, y en menor escala en la costa central. Sin embargo, a finales de los años 90 el Ministerio de Agricultura con la ayuda de la Red Internacional para el mejoramiento del

banano y plátano INIBAP, fomentaron la conversión de banano convencional a orgánico en la costa norte del país (Soldevilla, 2008). De la cual, más del 80% se ha concentrado en Piura, ya que en la actualidad nuestro país cuenta con 15,000 hectáreas dedicadas al cultivo de banano orgánico, de las cuales 12, 800 hectáreas se concentran en el departamento de Piura y, por lo tanto, es considerada una de las más importantes regiones productoras seguido por Lambayeque, Tumbes y La Libertad (MINAGRI, 2019).

Piura es la tercera región más importante del interior del país y una de las que más contribuye con las exportaciones. En el 2018, las exportaciones piuranas ascendieron a 2,723 millones de dólares y más del 70% de su canasta exportadora se debió a exportaciones no tradicionales, debido a la mayor oferta de productos pesqueros y agroindustriales. Las exportaciones de este último bordearon los 862 millones de dólares, cantidad que representa el 13% de las exportaciones agroindustriales del Perú y los bienes principales que exportó Piura fueron uva, mango y banano (MINCETUR, 2019).

Asimismo, Piura ofrece las condiciones climatológicas adecuadas para el desarrollo de las cosechas de banano orgánico por ser una región tropical pero con un río de caudal importante que genera fertilidad para la producción agrícola. Su clima tropical seco también evita la presencia de la Sigatoka Negra, enfermedad causada por un hongo que disminuye el rendimiento del banano y trae consigo pérdidas económicas (Soldevilla, 2008), por lo que tiene una ventaja competitiva en la producción del banano frente a otros países de la región.

Si bien, el banano es la fruta fresca más consumida y la más importante por generar ingresos a familias vulnerables, también se caracteriza por tener malas condiciones laborales con salarios muy inferiores a los mínimos, con jornadas laborales de hasta 15 horas diarias, prácticas de producción inadecuadas que no solo exponen a los agricultores a factores de riesgos químicos sino que contaminan el suelo y agua. Por las razones expuestas y por un cambio de comportamiento en el consumidor, nace un comercio alternativo al convencional conocido como comercio justo, el cual surgió para responder las necesidades de productos de venta elaborado por artesanos, luego se extendió al café y posteriormente al banano.

El comercio justo es un modelo alternativo al comercio convencional que busca fortalecer a los pequeños agricultores a través de una prima que representa un precio más justo por la labor que realizan y que pueden ser invertidos en centros de salud, educación,

infraestructura u otros beneficios que consideren necesarios para mejorar su calidad de vida, asimismo les brinda mayor seguridad ante una caída de precios en el mercado internacional. Los agricultores dependen de la venta de sus productos en términos del comercio justo y de obtener el precio mínimo y la prima que este ofrece (Fairtrade, 2018). En la siguiente tabla se muestra los siete productos certificados en Comercio Justo.

Tabla 11. Volumen vendido por productores de Comercio Justo en 2018

Producto	Volumen	Unidad	Convencional	Orgánico	Prima del Comercio Justo ganado
Bananas	686,603	MT	39%	61%	€ 32.2 millones
Cacao (grano de cacao)	260,628	MT	87%	13%	€ 44.4 millones
Café (granos verdes)	207,158	MT	45%	55%	€ 76.4 millones
Algodón (pelusa de algodón)	10,172	MT	35%	65%	€ 1.4 millones
Flores y plantas	825,197	1,000 unidades	100%	0%	€ 6.7 millones
Caña de azúcar	199,517	MT	75%	25%	€ 10.7 millones
Té (Camellia sinensis)	9,864	MT	71%	29%	€ 4.7 millones

Nota: Adaptado de Fairtrade (2018)

En la tabla N° 11 se puede apreciar que el banano es el tercer producto que obtuvo una de las primas más altas por participar en el comercio justo. El valor en el 2018 ascendió a 32.2 millones de euros con una venta de 868,603 toneladas métricas y el 61% de ellas fueron bananas orgánicas. Cifras más altas a comparación del año anterior, en el cual se generó una prima de 31 millones de euros.

Según, el Informe de Fairtrade de Monitoreo e Impacto, existen 173 organizaciones productores de banano de comercio justo que representan a cerca de 25,000 trabajadores. Asimismo, el 89% de los bananos vendidos provienen de República Dominicana, Colombia, Perú y Ecuador (Fairtrade, 2017).

Tabla 12. Países productores de Banano de Comercio Justo

País	Prima Recibida (Millones de Euros)	Volumen vendido con Fairtrade (MT)	Nº de Organizaciones de Productores	Nº de agricultores	Nº de trabajadores	Número total de agricultores y trabajadores
República Dominicana	€ 9,767,984	199,873	49	2,094	3,417	5,511
Colombia	€ 6,504,374	133,201	42	435	5,018	5,453
Perú	€ 5,901,370	120,661	31	6,023	278	6,301
Ecuador	€ 4,557,042	94,231	24	1,093	465	1,558
Resto de países	€ 4,575,532	93,956	27	740	5,461	6,201
Total	€ 32.2	686, 603	173	10,385	14,639	25,024

Nota: Adaptado de Comercio Justo Internacional (2019)

Como se muestra en la tabla N°12, Perú es el tercer país exportador de banano a nivel mundial en términos del comercio justo con resultados más favorables. La prima y el precio de Fairtrade es obtenida a través del sello de certificación, el cual garantiza que el producto haya cumplido con los 10 principios del WFTO. Cuando una persona compra un producto con el sello de certificación del Comercio Justo se producen dos cosas. La primera, el agricultor recibe el precio mínimo por el valor del producto adquirido, es decir un precio que le asegure cubrir sus costos de producción y permita acceder al mercado. En segundo lugar, obtiene una cantidad adicional para emplearlo en mejorar su entorno económico, social o ambiental.

Es importante enfatizar que Piura desde el punto de vista de las certificaciones de Comercio Justo, es una de las regiones con mayor número de organizaciones certificadas. Las cuales tienen como característica que el cien por ciento de estas organizaciones exporta banano con doble certificación, es decir además de tener el sello Fairtrade son orgánicas (Centro de Investigación y Promoción del Campesinado [CIPCA], 2019) . Asimismo, para el año 2018 las exportaciones de banano orgánico con certificación de Comercio Justo se produjeron en su totalidad en el departamento de Piura (Veritrade, 2020).

La comercialización de banano de Comercio Justo ha jugado un papel clave para los productores bananeros, pues ha ayudado a dinamizar el crecimiento económico de este sector

y producto de este crecimiento se han desarrollado diferentes modelos asociativos y de comercialización de banano en Piura (Aponte & Pierril, 2010).

El modelo exportador inicial fue a través de grandes empresas como DOLE y Biocosta, quienes no solo comercializaban el banano, sino que mayormente cosechaban y empacaban la fruta. Posteriormente, estas empresas comenzaron a tercerizar el empaquetado de la fruta con organizaciones con el sello de Comercio Justo, quienes con el dinero obtenido de la prima Fairtrade habían desarrollado una logística e infraestructura adecuada para ofrecer ese servicio. No obstante, los pequeños productores se encargaban solo del manejo operativo del banano. La Central de Bananeros de Piura, CEPIBO, fue quién comenzó con la exportación directa de banano de los pequeños agricultores, dando inicio a una etapa de autonomía comercial (Aponte & Pierril, 2010).

Es relevante mencionar que gran parte de las explotaciones agrícolas en el Perú se dan en pequeños fundos. Es decir, son pequeños productores con 0 y 10 hectáreas quienes trabajan la tierra y forman parte de la población rural en situación de extrema pobreza. Los pequeños productores de forma individual producían para el autoconsumo y su supervivencia. El Comercio Justo ha logrado que los pequeños productores se agrupen en asociaciones para superar sus limitaciones y ganar espacios en la cadena de valor del banano (Vargas, 2011).

En Piura, principal región productora y exportadora de banano orgánico, con el paso de los años se ha venido formando un mayor número de asociaciones y cooperativas de pequeños productores que no hubieran sido posibles sin el Comercio Justo, pues obtienen un dólar por caja, o sea casi el 15% del valor de banano empacado, dándoles mayor capacidad de inversión tanto en la cadena como en sus territorios. Asimismo, al tener una mayor participación en la cadena del banano no solo ha mejorado las condiciones de vida de los pequeños productores sino de sus trabajadores. La estabilidad de precios que ofrece el CJ le ha permitido a las asociaciones planificar sus gastos y a sus miembros, su economía familiar lo cual ha favorecido al acceso de educación de sus hijos (Aponte & Pierril, 2010).

Para los productores de banano orgánico, la exportación es una actividad económica mucho más rentable que la venta al mercado nacional. Debido a que, en el mercado nacional no hay mucha demanda de productos orgánicos, asimismo están sujetos a la inseguridad y

bajos precios que reciben del banano durante la mayor parte del año. Asimismo, la actividad de exportación en Piura ha permitido un desarrollo sostenido y es el motor económico de la zona (Aponte & Pierril, 2010).

Por otra parte, en los últimos años no solo ha aumentado el volumen de banano exportado, sino también su precio medio por caja. A continuación, se puede apreciar el precio mínimo Fairtrade para el Perú y este debe ser respetado en todas las transacciones de banano orgánico.

Tabla 13. Precio Mínimo Fairtrade Banano Orgánico para Perú

Año	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Precio FOB	11.25	11.25	12.00	12.00	12.40	12.40	12.45

Nota: Adaptado de Fairtrade (2020)

El precio mínimo de comercio justo varía de acuerdo al país o región de procedencia, calidad (orgánica o convencional) y forma (fresca, deshidratada o para procesar). Asimismo, el precio que se observa en la tabla N°13 es por caja de 18,14 kg de fruta empacada y ha aumentado desde el año 2012 hasta el 2018. Al ser fijados durante el año reducen la inestabilidad en los precios y, por lo tanto, brinda mayor seguridad al productor para poder asumir préstamos que antes no podía acceder por la fuerte variación de los precios de banano. Adicionalmente, los precios estables generan en el productor una sensación de bienestar (Aponte & Pierril, 2010). Es importante, también mencionar que el precio mínimo Fairtrade para nuestro país es más alto a comparación de otros países y esto se debe, a que las bananas exportadas desde Perú son orgánicas y por lo tanto obtienen precios Premium. Por otra parte, en la siguiente ilustración se podrá apreciar como los productores y trabajadores de banano invierten el monto adicional recibido en la prima Fairtrade (Tabla N°12) por cada unidad de producto vendido.

Ilustración 7. Presencia del Comercio Justo por ámbito, por Fairtrade, 2019

La ilustración N°7, refleja que la prima es usada en un 45% para cubrir gastos administrativos o de infraestructura primordiales para el mantenimiento y crecimiento de la organización de productores, de igual manera se invirtió un 38% en servicios para los agricultores como herramientas e insumos agrícolas, implementación de mejores prácticas, servicios de salud, y otros servicios para los miembros. Sin embargo, solo el 11% ha sido destinado para la comunidad como educación, infraestructura, servicios sociales y económicos y otros (Fairtrade, 2019). En tanto que, en Piura las organizaciones bananeras como Valle de Chira, Apbosa, Capebosan, Cepibo, Apbosman, entre otras manifestaron un comportamiento similar en el uso de la prima Fairtrade (CIPCA, 2019). Además, de forma más disgregada y lo que más resalta es que solo un 3% se invierte en acceso al crédito y servicios financieros para los miembros, así como en el pago de los agricultores. Empero, un 26% del gasto de la prima es dirigida a salarios de personal administrativo.

En la etapa de la revisión de la literatura, fuentes secundarias estudiaron el impacto del comercio justo realizando comparaciones entre organizaciones de productores de CJ y no CJ analizando variables como ingresos, acceso al crédito de sus miembros y condiciones de

bienestar en los hogares. Es importante tener en cuenta que estas variables si pudieran a llegar a tener efectos positivos en las exportaciones de banano orgánico. Por otro lado, otros estudios concluyeron que los beneficios del Comercio Justo no residen en el ámbito monetario, sino que se obtiene mejoras en el desarrollo de capacidades, experiencia técnica e información de mercado aportando al empoderamiento de los productores. Estas investigaciones llegan a dar resultados no concluyentes y ocasionan contrariedad al estudiar estas variables. Como lo menciona Fort y Ruben (2008) la evidencia empírica sólida con respecto al impacto social, económico y ambiental sigue siendo irregular y, a veces, contradictoria.

Por lo tanto, para conocer cuáles son los impactos reales del comercio justo es importante analizar los efectos del comercio justo en las exportaciones de banano orgánico de Piura dentro del periodo de 2013 al 2018 con destino a Países Bajos, desde diferentes puntos de vista y considerando las variables relacionadas a los principios de la certificación del FT que ayudan directa e indirectamente al crecimiento en las exportaciones, como precio justo, creación de oportunidades y respeto por el medio ambiente.

2.2 Formulación del problema

Para formular el problema es necesario conocer la definición del mismo, por lo que recurrimos a la explicación de Hernández, Fernandez y Batista (2014): “El planteamiento del problema es el centro, el corazón de la investigación: dicta o define los métodos” (p. 67)

Bajo esta definición, podemos decir que el planteamiento del problema es la parte más importante y el punto de partida de la investigación, pues se define la problemática que guiará la dirección del estudio. En este sentido, se ha planteado el problema general y sus componentes específicos que serán explicados a lo largo de la investigación.

2.2.1 Problema Principal

¿Cuál es el efecto de la certificación de comercio justo en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 del departamento de Piura al mercado de Países Bajos durante los años 2013-2018?

2.2.2 Problemas Específicos

Problema Específico N° 01: ¿Cómo la creación de oportunidades influye en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803901100 del departamento de Piura a los Países Bajos durante el periodo 2013-2018?

Problema Específico N° 02: ¿Cómo el precio justo ha repercutido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803901100 del departamento de Piura a los Países Bajos durante el periodo 2013-2018?

Problema Específico N° 03: ¿Cómo el respeto por el medio ambiente ha influido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803901100 del departamento de Piura a los Países Bajos durante el periodo 2013-2018?

2.3 Justificación de la investigación

La relevancia del presente estudio nace a partir del cambio de perfil del consumidor al optar por productos saludables, nutritivos y orgánicos. Perú es uno de los países más ricos en biodiversidad del mundo puesto que, las condiciones climáticas y su estratégica ubicación favorecen la producción de una numerosa variedad de alimentos que se distinguen por su calidad, sabor y propiedades.

Es importante resaltar que el banano ocupa el primer puesto del ranking de principales productos orgánicos exportados del Perú (PROMPERU, 2019). Su comercialización no es muy diversificada, concentrándose principalmente en la Unión Europea y Estados Unidos. Las exportaciones de banano orgánico del Perú con destino a la Unión Europea desde el 2010 hasta el 2017 se han incrementado a una tasa promedio anual récord de un 33%, mientras que las exportaciones a todo el mundo ha sido un 22%. De esta manera, se evidencia el nivel de importancia de este mercado (MINAGRI, 2018). Siendo, Países Bajos el principal país importador con una concentración de 35.3% de las exportaciones peruanas de banano fresco

orgánico en el 2018 (PROMPERU, 2019). Adicionalmente, en la Unión Europea se evidencia una creciente disposición por un consumo responsable y es el mercado más amplio para productos de comercio justo. Es así como se considera necesario estudiar “Los efectos del comercio justo en el departamento de Piura con respecto a las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 a los Países Bajos durante el periodo de 2013-2018”.

La investigación se centrará en Piura, puesto que es la región donde se concentran las empresas productoras y exportadoras de banano orgánico. En este departamento, ubicado al norte del Perú, se produce el 80% de banano orgánico desde que el país comenzó la conversión de banano convencional a orgánico a finales de los años noventa (FAO, 2017). Asimismo, Piura depende económicamente de las exportaciones agrícolas y el Comercio Justo ha permitido que el productor en desventaja económica tenga oportunidades de tener mayor participación en la cadena de banano en un mercado alternativo al convencional.

Finalmente, el presente estudio tiene como finalidad brindar información para las personas y organizaciones interesadas en conocer el efecto positivo o negativo del Comercio Justo en las exportaciones de banano orgánico. Los tres principios a evaluar son: Creación de oportunidades para la población en desventaja, precio justo y respeto por el medio ambiente, ya que engloban el aspecto social, económico y medio ambiental que promueve el Comercio Justo. Asimismo, la selección se realizó bajo el criterio de los principios que tuvieran mayor relación con el tema de acuerdo a los antecedentes recolectados de bases de datos bibliográficos y artículos científicos como Scopus, Ebsco, entre otros.

2.4 Objetivo Principal

a. Objetivo General

Los objetivos se definen como el propósito de un tema a investigar. Señala lo que se quiere comprobar y alcanzar en un tema de investigación implementando parámetros, pero sin mencionar la metodología a utilizar. Lo más importante que debe cumplir un objetivo, es que debe ser específico y realizable para poder obtener una respuesta o conclusión. Al

mismo tiempo, un objetivo debe estar planteado de manera coherente en un enunciado de afirmación y no de pregunta (Vara-Horna, Arístides & Alfredo, 2010).

Por lo tanto, el objetivo general propuesto para la investigación es el siguiente:

“Analizar el impacto de la certificación del Comercio Justo en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 del departamento de Piura, al mercado de Países Bajos durante los años 2013-2018”

i. Objetivo Específico 1

Examinar si la creación de oportunidades influyó en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 del departamento de Piura, a los Países Bajos durante el período 2013-2018.

ii. Objetivo Específico 2

Estudiar si el precio justo ha repercutido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 del departamento de Piura, a los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

iii. Objetivo Específico 3

Examinar si el respeto por el medio ambiente ha influido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 del departamento de Piura, a los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

2.5 Hipótesis Principal

Se define a las hipótesis como una respuesta o supuesta solución a las preguntas realizadas en un tema de investigación. Las hipótesis se proponen de forma afirmativa, como respuesta al problema de investigación (Vara-Horna et al., 2010).

Por este motivo, nuestra hipótesis principal es el siguiente:

“La creación de oportunidades para productores en desventaja económica, precio justo y respeto por el medio ambiente influyeron positivamente en las exportaciones de banano orgánico 0803.90.11.00 del departamento de Piura, al mercado de Países Bajos durante los años 2013-2018”.

Según la investigación realizada, se ha podido recolectar información relevante que comprueba que el Perú es uno de los países que implementa las prácticas del Comercio Justo durante la producción de frutas, como es el caso de los bananos orgánicos. Además, en concordancia con la producción de bananos orgánicos en Perú, Piura es uno de los departamentos más importantes en donde se cultiva estos productos (MINCETUR, 2018). Al mismo tiempo, MINAGRI informó que durante los años 2013 al 2017, este departamento ubicado al norte del Perú ha incrementado la exportación de bananos orgánicos a países europeos empleando las prácticas del Comercio Justo durante su producción (2018). Por este motivo, para poder certificar un producto bajo el sello del Comercio Justo, tanto los agricultores como los trabajadores deben tener un rol más participativo en las empresas y asociaciones exportadoras. Es decir, se solicita seguir estándares de apoyo al agricultor, otorgando una prima por cada compra de producto certificado. También, el precio de banano que se pague al productor no debe ser menor al precio mínimo establecido por el Comercio Justo y el producto debe cumplir con los estándares de producción orgánica para su comercialización.

i. Hipótesis Específica 1

Sí se cumple con la creación de oportunidades gracias al comercio justo y este incide favorablemente en las exportaciones del banano orgánico a los Países Bajos.

Para nuestra primera hipótesis, se menciona uno de los 10 principios del Comercio Justo, el cual trata de la creación de oportunidades para productores desfavorecidos. Este movimiento, se da principalmente en países en desarrollo como es el caso de Perú, el cual ha adoptado las prácticas del comercio justo en la producción de bananos orgánicos que tienen como principal destino los Países Bajos. Teniendo en cuenta que en la región de Piura se concentra la mayor zona de producción de bananos, también se concentra asociaciones de agricultores con experiencia en toda la producción de bananos orgánicos certificados por

Comercio Justo, el cual ha ayudado a expandir sus mercados y obtener nuevos clientes. Según Borsellino et al. (2020) y Lim et al. (2019) indica que las normas del Comercio Justo tienen como objetivo tener un comercio equitativo y para esto, empodera a los agricultores a través de capacitaciones y los prepara para producir un bien con alta calidad para que pueda competir en el mercado global. Además, al tener una mayor preparación podrán mejorar sus ingresos y, por lo tanto, su calidad de vida.

ii. Hipótesis Específica 2

El precio justo ha repercutido favorablemente en las exportaciones de banano orgánico a los Países Bajos.

Como ya se había mencionado, el Comercio Justo cuenta con estándares obligatorios para poder certificar los productos bajo este sello. El precio justo es uno de sus objetivos, según Oya et al. (2018) y Mook & Overdest (2019), indican que el Comercio Justo busca mejorar las condiciones sociales, económicas y ambientales mediante sus beneficios a través del cumplimiento de sus normas. Asimismo, Schleifer & Sun (2020) indica que contar con productos certificados por el Comercio Justo es contar con beneficios económicos, ya que este movimiento otorga al agricultor una prima por la venta de sus productos certificados. Esto genera efectos positivos, pues ayuda a mejorar los ingresos mediante las ganancias de productividad. Por otro lado, el Comercio Justo también ofrece un precio mínimo que asegura al agricultor un precio que cubra sus costos ante las variaciones del mercado. Esto brinda a los productores una mayor seguridad y, por lo tanto, podrán invertir en aumentar su producción de cultivos de banano orgánico.

iii. Hipótesis Específica 3

El respeto por el medio ambiente influye positivamente en las exportaciones de banano orgánico a Países Bajos.

De acuerdo lo explicado en la hipótesis general, un aspecto muy importante que tiene como objetivo las normas del Comercio Justo, es el cuidado del medio ambiente. Según Mixad (2010) y Raynolds & Keahey (2008) mencionan que, durante la producción de productos convencionales con mayor demanda, se ha visto involucrado de forma negativa el

medio ambiente, puesto que se opta por realizar tala de árboles, uso de insecticidas y agroquímicos. Por este motivo, el Comercio Justo prevé este tipo de actos y ayuda a los pequeños agricultores con recursos financieros para que puedan contar con una gestión ambiental adecuada. De la misma forma, Anul (2019) afirma que, existe una creciente demanda de productos con el sello del Comercio Justo por parte de consumidores más conscientes del cuidado del medio ambiente. Asimismo, en la Declaración de Río se manifiesta que el medio ambiente no puede tratarse de forma aislada al crecimiento económico, puesto que si se agotan los recursos naturales los países no podrán obtener beneficios monetarios a largo plazo (Naciones Unidas, 1992).

Finalmente, FLO-CERT que es quien otorga las certificaciones de Comercio Justo a las asociaciones y cooperativas de productoras monitorea la producción mediante auditorías para que se cumpla este principio y se conserve la biodiversidad a través de buenas prácticas medio ambientales (WTFO, 2020).

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este apartado, se definirá la metodología a seguir en el presente estudio. En otras palabras, se dará a conocer si el enfoque de la investigación será cuantitativa, cualitativa o en su efecto mixta. Además, se explicará el diseño metodológico del estudio, la operacionalización de las variables, el proceso de muestreo ya que se definirá la población y muestra seleccionada, los instrumentos para analizar la información y se concluirá con los aspectos éticos a considerar para el desarrollo del mismo.

Según Rodríguez (2005), la metodología de la investigación es una disciplina de conocimiento el cual nos guía en el proceso de la investigación según el problema para lograr la aplicación de las etapas del método científico procurando tener información fiable y verídica.

Según Gómez (2012), afirma que para encontrar el camino más idóneo para realizar una investigación se deberá aplicar una metodología, pues este permitirá tener un proceso claro y objetivo para recopilar información necesaria y relevante para justificar el estudio. Asimismo, para que una investigación sea objetiva los investigadores deberán eliminar cualquier preferencia personal que pueda alterar los resultados. Finalmente, es relevante elegir el método de investigación que esté dentro de sus posibilidades tanto económicas, de tiempo, viabilidad y disponibilidad para comprender el fenómeno.

3.1 Enfoque de la investigación

Tal como señala Hernández, Fernández & Baptista (2014), la investigación es “un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema”. En la investigación existen tres enfoques: cuantitativo, cualitativo y mixto. Si bien, todos los enfoques buscan generar nuevos conocimientos, el enfoque cuantitativo y cualitativo tiene diferentes características que serán mencionadas a continuación.

Tabla 14. Diferencias entre la investigación cuantitativa y cualitativa

Investigación cuantitativa	Investigación cualitativa
Conoce los fenómenos al comparar los datos recolectados. Inicia con ideas pre concebidas	Comprende los fenómenos a través de una investigación exploratoria. Las ideas se van formando en la recolección de datos
Usa datos que pueden codificarse de forma numérica y transformarse en estadísticas	La naturaleza de los datos es cualitativa (textos, narraciones, etc.)
Siguen un proceso estructurado e inflexible	Proceso no es estructurado, es progresivo
Objetivo, orientado a resultados	Subjetivo, orientado a los procesos
Los resultados son declarados con alto grado de certeza	Los resultados son provisionales, pueden cambiar y se deben de revisar de forma continua
Los reportes tienen tono impersonal. El investigador no involucra sus creencias.	Los reportes tienen tono personal y emotivo. El investigador involucra en el análisis sus creencias

Nota: Adaptado Hernández et al. (2014)
Elaboración propia

Mientras que, el enfoque mixto implica la recolección e interpretación de datos cuantitativos y cualitativos. Por el cual, obtiene una comprensión más profunda del problema de investigación (Hernández et al., 2014).

Dicho esto, para el estudio del fenómeno se utilizará el enfoque mixto pues las variables en análisis se pueden investigar cualitativa y cuantitativamente. Una de las ventajas de usar este enfoque es la mayor seguridad y exactitud sobre las conclusiones científicas, puesto que recolecta variables numéricas, estadísticas, textos, narrativas, entre otros. Además, descubre las contradicciones y obtiene nuevos marcos de referencia (Hernández et al., 2014).

3.2 Diseño metodológico

Según Hernández et al. (2014), el diseño de investigación es toda estrategia o plan que permite el análisis de la certeza de las hipótesis planteadas, esto quiere decir que nos ayuda a verificar si las hipótesis son ciertas o no.

La presente investigación es de tipo no experimental, ya que nos basamos en hechos que ya han ocurrido y por ende, contamos con información para poder analizarla. Como lo explica Hernández et al. (2014), afirma que la investigación no experimental comprende estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

Ilustración 8. Línea de Tiempo de Tipos de Metodología

Nota: Adaptado de Hernández et al. (2014)

Elaboración Propia

Por otro lado, para el enfoque mixto se eligió el diseño de triangulación concurrente (DITRIAC). Dentro de los 4 niveles de diseño para el enfoque mixto, el motivo de seleccionar el tipo “concurrente” se dio debido a que, el análisis cuantitativo y cualitativo se trabajarán paralelamente, sin embargo se dará énfasis al análisis cualitativo. De igual forma, se debe considera que la recolección de datos del enfoque cualitativo necesitará un mayor tiempo para llevarlo a cabo (Hernández et al., 2014).

Asimismo, el diseño de triangulación concurrente (DITRIAC) se seleccionó con el objetivo de realizar un cruce de información del análisis cualitativo con el cuantitativo. Esto se da después del proceso de desarrollo e interpretación de resultados de cada enfoque por separado. Adicionalmente, la ventaja de este diseño es reforzar con el resultado de un enfoque las debilidades que presente el otro (Hernández et al., 2014).

En resumen, según lo menciona Creswell (2013) citado por Hernandez et al. (2014), cada enfoque (CUAL y cuan) se trabajará de manera paralela o de “lado a lado” hasta llegar a las conclusiones. Luego, se realizará un cruce de información conocido como “Metainferencias”, el cual consiste en unir los hallazgos de cada enfoque y realizar conclusiones más generales que ayuden a corroborar las hipótesis de la investigación.

Ilustración 9: Diseño de triangulación concurrente (DITRIAC)

Nota: Obtenido del libro Metodología de la investigación por Hernández et al. (2014)

Por otra parte, para el enfoque cuantitativo se empleará el diseño longitudinal, ya que se podrá identificar los cambios de las variables seleccionadas en este estudio en diferentes periodos, como por ejemplo examinar el comportamiento de la producción de banano orgánico en el departamento de Piura durante el periodo 2013 al 2018. De igual forma, este diseño permite llegar a conclusiones sobre los cambios de sucesos de cada variable (Hernández et al., 2014).

Además, este diseño puede ser de tendencia, evolución de grupo y panel. Para esta investigación, se ha optado por trabajar con el diseño longitudinal de tendencia ya que se centrará en describir los cambios ocurridos en un intervalo de tiempo de la población seleccionada para la muestra. Por ejemplo, se analizará los efectos del comercio justo en las exportaciones de banano orgánico producidos en el departamento de Piura con destino a Países Bajos durante el periodo 2013 – 2018.

En tanto que, para el enfoque cualitativo el diseño a trabajar es el fenomenológico, puesto que permite recolectar las percepciones o experiencias que se obtiene, en este estudio de una asociación o cooperativa, después de un fenómeno ocurrido. Asimismo, para este tipo de diseño se debe estudiar el tiempo del fenómeno, el lugar de ocurrencia, la población o el

conjunto de personas que participaron en este fenómeno y la relación que une a estas personas (Hernández et al., 2014).

Dicho esto, para el presente estudio mediante los instrumentos seleccionados para el enfoque cualitativo, se recolectará información sobre experiencias compartidas de los agricultores de banano orgánico que cuenten con la certificación del comercio justo en la región de Piura durante los años 2013 al 2018. De igual forma, se deberá contrastar las opiniones de las personas involucradas y llegar a una conclusión, las cuales pueden tener opiniones similares o distintas.

3.3 Operacionalización de las variables

Después de consultar informes de investigación y estudios actualizados se determinó las variables de la investigación y su operacionalización. Es decir, se definió las variables y los indicadores que permiten medir las variables propuestas.

Tabla 15. Operacionalización de variables

Variable	Tipo de variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Exportaciones peruanas a Países Bajos	Dependiente	Venta de bienes o servicios producidos por una empresa ubicada en un país a clientes de otro país (Fierro & Villacres, 2011)	Estadísticas peruanas por partida arancelaria y país de destino	Exportaciones en USD	Valor FOB exportado en USD
Creación de oportunidades	Independiente	Capacidad de crear una circunstancia conveniente para disminuir las brechas económicas y sociales que faciliten el desarrollo del individuo (Muñoz, 2010)	Ingresos promedios mensuales y reportes financieros delimitados a una región	Nivel de pobreza	Ingreso monetario promedio en soles
			Entrevistas a profundidad de tipo semi estructurada	Acceso a créditos	Acceso a educación superior universitaria
				Capacitaciones	Capacitaciones técnicas
Precio justo	Independiente	Valor estimado de un producto "banano" en unidades monetarias en relación a los atributos del producto y varían según la ubicación donde es producido y comercializado. Al determinarse el precio, el productor espera cubrir sus costos y obtener un beneficio económico (Promperú, 2013)	Precio expresado en USD de la base de datos Fairtrade	Precio Fairtrade	Precio FOB
			Entrevistas a profundidad de tipo semi estructurada	Desgravación arancelaria	Arancel por tonelada exportada
Respeto por el medio ambiente	Independiente	Valorar el entorno que rodea al ser humano y que hace posible la vida en la tierra. Lo cual también implica minimizar el daño ocasionado por las actividades comerciales como la agricultura a través de mejores prácticas medio ambientales (Senent, 2006)	Estadística agraria nacional y regional por producto	Producción en toneladas	Toneladas métricas producidas de banano en Piura y el Perú
			Entrevistas a profundidad de tipo semi estructurada	Superficie cosechada	Hectáreas de producción de banano del Perú

Nota: Elaboración Propia

3.4 Proceso de muestreo

Como paso muy importante de toda investigación, es necesario contar con las experiencias y conocimientos de aquellas personas que se vinculan directamente o indirectamente con el tema a investigar. Por este motivo, a continuación, se detallará aquellas personas que son fundamentales y quienes nos apoyaran a sustentar nuestro tema de investigación. De este modo, se ha recurrido a limitar nuestra población a evaluar para obtener una muestra representativa de la investigación.

3.4.1 Población de estudio

La población de estudio es el conjunto de individuos a los que se puede acceder y que poseen las mismas características, hábitos o intereses. Según Lepkowski (2008) citado por Hernández, Fernández & Baptista (2014, p.174) indica que la “población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”.

Como se mencionó, en una perspectiva general, la población de nuestra investigación estaría respaldada, principalmente, por aquellas personas, entidades gubernamentales o gremios empresariales que tengan experiencia en la exportación de bananos orgánicos al mercado europeo y empleen las prácticas del Comercio Justo durante la producción.

Por último, Arias (2006, p.81) indica que la población está conformada por un conjunto finito o infinito de elementos que cuentan con características en común que ayudan a dar conclusiones sobre la investigación que es determinado por el problema y sus objetivos.

Por esta razón, se ha determinado que nuestra población para el enfoque cualitativo estaría conformada por aquellas cooperativas y asociaciones de pequeños productores exportadoras de banano orgánico hacia Países Bajos durante los años de 2013-2018 ubicadas en el departamento de Piura. En la siguiente tabla se señala las principales empresas exportadoras que cumplen con las características anteriormente mencionadas.

Tabla 16. Principales Empresas Exportadoras de Banano Orgánico a Países Bajos durante 2013-2018 del departamento de Piura

N°	Empresas y asociaciones
1	Cooperativa Agraria APPBOSA
2	Asociación de Productores de Banano Orgánico Valle de Chira
3	Cooperativa Agraria APBOSMAM
4	Asociación de Pequeños Productores orgánicos de Querecotillo
5	Asociación Comunal de Productores de Banano Orgánico de Querecotillo y Anexos.
6	Asociación de Bananeros Orgánicos Solidarios Salitral
7	Central Peruana de Asociaciones de Pequeños Productores de Banano Orgánico (CEPIBO)
8	Unión de Bananeros Orgánicos Inmaculada Concepción (UBOIC)
9	Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios Orgánicos San Rafael (ASPRAOSPRA)
10	AGRO PACHA S.A.
11	Asociación de Pequeños Productores de Banano Orgánico de Montenegro Valle del Chira Sullana
12	Cooperativa Agraria de Productores Orgánicos AMPBAO
13	Bananos Rio Chira S.A.C.
14	Asociación de Productores de Banano Orgánico San Agustín de Mallares (APBOSA)

Nota: Adaptado de Veritrade (2020)

Elaboración Propia

En la Tabla N° 16, se puede apreciar la lista de las principales exportadoras de banano orgánico de Piura que exportan a Países Bajos obtenida a través de la página web de Veritrade. Asimismo, en el anexo N° 2 se puede visualizar el valor FOB exportado desde el año 2013 al 2018.

En tanto que, para el enfoque cuantitativo se medirán variables macroeconómicas como el valor FOB de banano exportado e información obtenida a través de bases de datos como INEI, BCRP, entre otros.

3.4.2 Tamaño de la muestra

De acuerdo con lo detallado en población, se limitará a un sub grupo o sub conjunto de nuestra población conformado por personas claves en la investigación. A esta limitación, se le llama muestra. Así mismo, Vara (2010, p.210) señala que la muestra es el conjunto casos extraídos de la población, seleccionados por algún método de muestreo. De la misma forma, Hernández et al. (2014) indica que existe 2 tipos de muestra: probabilística y no probabilística. La primera mencionada hace referencia a que la muestra debe ser aleatoria en una población en donde todos tienen la posibilidad de ser escogidas. Mientras que, la segunda mencionada sucede lo contrario, el muestreo se elige según el propósito del investigador (Hernández et al., 2014).

Por este motivo, para nuestro enfoque cualitativo, se ha seleccionado el tipo de muestra no probabilístico el cual nos permite recurrir a actores claves o sucesos los cuales nos ayudaran a recolectar datos relevantes para la investigación, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia.

Es decir, en este tipo de muestra no es necesario saber el número de personas el cual apoyará a confirmar las hipótesis planteadas, sino de las características que involucra nuestra investigación. Se puede señalar a Jhonson (2014) citado por Hernández et al. (2014, p.176) que, en la muestra de tipo no probabilística, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador.

3.5 Mapeo de actores claves

El uso de la herramienta Mapeo de Actores Claves (MAC) nos permite tener una visión objetiva sobre aquellas entidades que tienen un rol relevante para participar en esta

investigación. Además, como indica Ceballos (2004) “el MAC no solo consiste en sacar un listado de posibles actores de un territorio, sino conocer sus acciones y los objetivos del por qué están en el territorio y sus perspectivas en un futuro inmediato” (p.5).

De la misma forma, según María de los Ángeles (2016), menciona que la herramienta MAC permite, en una vista rápida, ver aquellas personas importantes que se encuentran involucrados en nuestro tema de investigación a las cual recurrir para obtener información y críticas constructivas. Asimismo, es una estrategia que muestra el papel que tiene cada actor clave en nuestra investigación.

Por este motivo, como parte de nuestra búsqueda de información, hemos recurrido a fuentes relacionados con la producción y exportación de banano orgánico a Países Bajos y de instituciones/gremios empresariales que promueven el Comercio Justo en el Perú. Teniendo como resultado la herramienta Veritrade en el cual nos detalla las empresas exportadoras de banano orgánico con la partida 0803.90.11.00.

A continuación, se mostrará con mejor detalle los actores claves para nuestra investigación:

Tabla 17. Elaboración del Mapa de Actores Claves

Grupo de Actores	Actor	Rol en el Proyecto de Investigación	Relación Predominante	Jerarquización de un poder
Entidad Estatal	SUNAT	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, es una institución con cargos en temas arancelarios, exportación e importación del país.	Brinda información sobre las exportaciones de bananos y sus principales destinos.	La contribución de esta institución en el análisis de la investigación es alta porque muestra el comportamiento arancelario que existe entre Perú y Países Bajos.
Entidad Estatal	MINAGRI	Ministerio de Agricultura y Riesgo, es una institución del gobierno que maneja datos estadísticos de producción.	Maneja información sobre la producción de bananos en las regiones productoras.	La contribución de esta institución en el análisis de la investigación es alta porque maneja información sobre la producción de bananos orgánicos en el departamento de Piura hasta el año 2018.
Entidad Estatal	PROMPERU	Institución que promueve la elaboración de productos peruanos y fomenta las exportaciones mediante estrategias.	Cuenta con información sobre las medidas adoptadas para difundir la producción de bananos orgánicos en el país.	La contribución de esta institución en el análisis de la investigación es alta porque brinda información a los productores sobre nuevos mercados.
Entidad Estatal	INEI	Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú que cuenta con boletines mensuales de variables de producción.	Recopila datos específicos de entidades estatales de temas de producción regional,	La contribución de esta institución en el análisis de la investigación es alta ya que cuenta con estudios sobre indicadores ambientales el Departamento de Piura.

Grupo de Actores	Actor	Rol en el Proyecto de Investigación	Relación Predominante	Jerarquización de un poder
Entidad Estatal	MINCETUR	Ministerio del Comercio Exterior y Turismo, es una entidad que tiene como funciones promocionar el turismo en el país y realiza estrategias de promoción en temas del comercio exterior.	Brinda información sobre los productores de bananos y la estrategia sobre ingresar a nuevos mercados.	La contribución de esta institución en el análisis de la investigación es alta ya que realiza estrategia para ampliar el mercado de los bananos orgánicos producidos en Perú bajo la marca “Ecochira”.
Asociaciones Productoras y Exportadoras	APBOSMAN APQ BOSS CEPIBO	Principales asociaciones productoras y exportadoras de banano orgánico hacia Países Bajos.	Cuenta con experiencia e información relevante con respecto a las exportaciones de bananos orgánicos a Países Bajos.	La contribución de estas asociaciones en el análisis de la investigación es alta porque contribuye en información sobre el efecto que tienen las prácticas del Comercio Justo en las exportaciones peruanas de banano orgánico a Países Bajos.
Especialista en Comercio Justo	CNCJ PERÚ	Coordinadora de pequeños productores de diferentes productos bajo el sello de Comercio Justo.	Busca el constante intercambio de conocimientos entre sus miembros para aumentar la competitividad económica, empresarial y financiera.	La contribución es alta porque tienen amplios conocimientos de la certificación y tienen contacto directo con pequeños productores de banano.

Nota: Elaboración Propia

3.6 Instrumentación

Como se mencionó anteriormente, el enfoque de la investigación es mixto, por lo que se obtiene información primaria y secundaria que permitan el desarrollo de la investigación. A continuación, se detalla cómo se abordarán:

3.6.1 Técnicas para la obtención de información primaria

La información primaria se extrae en el contacto directo con el objeto de estudio y es relevante para validar las hipótesis planteadas. Para la investigación, como fuente primaria cualitativa se utilizó como instrumento la entrevista semiestructura dirigida a exportadores de banano orgánico que operan bajo el sello del Comercio Justo en el departamento de Piura, así como a especialistas en el sector agrícola. Ambas entrevistas, fueron adecuadas de acuerdo al perfil del entrevistado. Las preguntas elaboradas se obtuvieron de una lluvia de ideas que giran en base a los objetivos planteados en la investigación. Asimismo, se utilizó el software Atlas Ti, programa de análisis cualitativo, para procesar la información y organizarla en diagramas.

A continuación, se detallará el proceso de recolección de información primaria y los criterios que se consideraron para la selección de los entrevistados.

Tabla 18. *Recolección de información primaria*

N°	Descripción
1	Definir la población objetivo y la muestra que representará al universo total delimitado por las características y objetivos del estudio.
2	Analizar y determinar cuáles son los instrumentos de investigación más idóneos para recolectar y registrar la información para su posterior análisis.
3	Realizar una lluvia de idea de los actores relevantes para la investigación de acuerdo a su experiencia, cargo y entorno.
4	Contactar a los actores claves anteriormente mapeados a través de mails corporativos, llamadas telefónicas y redes sociales profesionales como LinkedIn.
5	Obtener las autorizaciones y realizar las entrevistas según el perfil del entrevistado.
6	Registrar la información obtenida de las técnicas aplicadas.
7	Procesar los datos en el sistema pertinente: Programa Atlas Ti.

Nota: En la tabla se explica el proceso de recolección de información primaria.

Elaboración Propia

Tabla 19. Criterios de selección de expertos en el sector

Nº	Criterios de selección
1	Estar involucrado directamente en las exportaciones de banano orgánico bajo el sello de Comercio Justo.
2	Formar parte de una asociación o cooperativa de agricultores ubicada en Piura y que exporte a Países Bajos.
3	Poseer conocimiento del comportamiento del mercado bananero a nivel nacional e internacional.
4	Poseer conocimiento sobre los regímenes arancelarios a partir del TLC con la Unión Europea
5	Tener un amplio conocimiento del Comercio Justo y sus principios.
6	Conocer la realidad económica y social de los agricultores y trabajadores de la asociación o cooperativa de la que forma parte.

Nota: En la tabla se explica los criterios de selección que debe cumplir los entrevistados para ser considerado experto en el sector. Elaboración propia.

Tabla 20. Criterios de selección de especialistas del sector

Nº	Criterios de selección
1	Pertenecer a una entidad gubernamental u organización privada relacionada con el comercio exterior, agricultura y/o comercio justo.
2	Poseer conocimientos del comportamiento del mercado bananero a nivel nacional e internacional.
3	Poseer conocimientos de las asociaciones y cooperativas del banano orgánico que operan en Piura.
4	Tener conocimientos del TLC firmado con la Unión Europea.
5	Poseer conocimientos del Comercio Justo.

Nota: En la tabla se explica los criterios de selección que debe cumplir los entrevistados para ser considerado especialista en el sector. Elaboración propia.

3.6.2 Técnicas para la obtención de información secundaria

A diferencia de la información primaria, la información secundaria proviene de estudios anteriores y, por lo tanto, no se mantiene contacto directo con el objeto de estudio. Para la presente investigación se recopila información a través de artículos científicos, libros, informes, tesis y revistas que guarden relación con los conceptos, teorías y variables del estudio como comercio justo, banano orgánico, precio justo, acceso al crédito, ingresos, respeto por el medio ambiente, entre otros. Se han realizado un conjunto de pasos ordenados para recolectar la información secundaria que seguidamente se detallarán.

Tabla 21. Recolección de información secundaria

Nº	Descripción
1	Delimitar el ámbito (Elaborar un mapa mental con los conceptos, acuerdos comerciales y temas que estén relacionados con la investigación, así como los actores claves)
2	Definir las palabras claves que facilitarán y delimitarán la búsqueda de información.
3	Realizar una búsqueda profunda en plataformas nacionales e internacionales como Scopus, Web Science, repositorios de universidades y organizaciones gubernamentales como Mincetur, Minagri, entre otras.
4	Solicitar información a las organizaciones gubernamentales a través de correos electrónicos, amparándonos en la ley de transparencia de la información.
5	Elaborar la matriz de marco teórico, la cual incluye artículos científicos, libros e información relevante para la investigación.
6	Determinar que cuartil de las fuentes de información se utilizarán de acuerdo su impacto en el estudio.
7	Procesar los datos secundarios que ayudarán en una primera aproximación al problema de investigación.

Nota: Elaboración Propia

Asimismo, para la elaboración de la investigación cuantitativa se utilizó el papers relacionados al modelo gravitacional con el fin de explicar las hipótesis planteadas en la presente investigación y para extraer los datos correlacionados entre las variables se utilizó el modelo de regresión múltiple.

Por otro lado, con el fin de recolectar los datos de las variables que forman parte de la investigación se recurrió a buscar y solicitar información en las páginas web de las entidades públicas como la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) como se puede visualizar en la siguiente tabla.

Tabla 22. Fuentes de información secundaria

Entidad	Información extraída
PROMPERÚ	Comportamiento de las exportaciones
SUNAT	Aranceles aplicados y comportamiento de las exportaciones
BCRP	Indicadores económicos
INEI	Indicadores económicos, sociales y demográficos a nivel nacional
MINAGRI	Estadísticas de producción agrícola

Nota: Entidades utilizadas para la obtención de información secundaria. Elaboración Propia

Finalmente, para el análisis de las variables cuantitativas se utilizó el programa estadístico SPSS.

3.7 Aspectos éticos

La presente investigación se realiza respetando todos los principios éticos y, por lo tanto, se respeta el derecho a la propiedad intelectual. Según, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), los libros, base de datos, mapas, dibujos técnicos y todas las obras creadas por otra persona debe reconocerse su derecho de autor y están consagrados en el Artículo 27 de la Declaración de Derechos Humanos (OMPI, 2020).

Por consiguiente, con el fin de evitar los plagios y dar soporte a las alegaciones que se realicen en el desarrollo de la investigación se hace uso del formato establecido por American Psychological Association (APA) en su Manual de Publicación correspondiente a su sexta edición.

Finalmente, los autores de la presente investigación no mantenemos ningún tipo de relación o vínculo con los actores claves que pueda perjudicar la objetividad del estudio.

CAPÍTULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN

En este apartado se presentará y procesará los resultados cualitativos y cuantitativos obtenidos de las técnicas de investigación aplicadas con el fin de estudiar el efecto del Comercio Justo en las exportaciones de banano orgánico de Piura con destino a Países Bajos durante el año 2008 al 2013.

Los objetivos planteados en la investigación se evaluarán bajo un enfoque mixto, por lo que se mostrará la opinión de los expertos con la ayuda del software Atlas ti y contrastará dicha información con las pruebas estadísticas del modelo gravitacional para el sector bananero y en el cual se ha empleado el programa estadístico SPSS que nos ayudará a comprobar la relación que existe entre nuestra variable dependiente con las independientes.

4.1 Desarrollo cuantitativo

El desarrollo cuantitativo de esta investigación comprende analizar las variables relacionadas a la exportación de banano orgánico a Países Bajos. Este análisis se manejará bajo el modelo gravitacional mediante el uso del programa estadístico SPSS.

Sin embargo, para poder comprender el objetivo del modelo de gravedad o gravitacional, se indicará la evolución y finalidad de este modelo, así como el motivo por el cual fue escogido en este estudio. De la misma forma, se dará un breve resumen sobre la herramienta seleccionada para analizar las variables del enfoque cuantitativo.

Se ha empleado el modelo gravitacional para explicar de qué manera los factores o variables internos del país contribuyen al comercio internacional del mismo. Esto se da a través del análisis de aquellos factores o causas sobre el comportamiento del volumen a importar o exportar de un determinado producto o servicio entre dos países, es decir, evaluar el comportamiento del comercio internacional.

Asimismo, en la presente investigación se incluye factores de exportación de Perú hacia Países Bajos. Ambos países cuentan con un tratado libre comercio a través de la Unión Europea. Esto hace que el modelo gravitacional sea una herramienta muy beneficiosa, debido a que este modelo analiza casos donde exista un comercio bilateral.

Además de tener como objetivo identificar aquellos factores que impulsan el comercio internacional entre dos países, este modelo predice el comportamiento de la balanza comercial del mismo. En este caso, es relevante emplear este modelo ya que se estudiará y especificará aquellos elementos que han sido influyentes en el comercio de banano orgánico producidos en Piura con destino a Países Bajos.

Ilustración 10. Objetivos del Modelo de Gravedad en este estudio

Nota: Elaboración Propia

En cuanto, a la competencia en el mercado extranjero o posicionamiento de producto, los países se han visto obligados a adoptar estrategias comerciales que ayudan a tener cierto nivel o presencia al momento de ingresar a un nuevo mercado.

Asimismo, las estrategias comerciales también tienen como objetivo entablar un convenio o acuerdo comercial entre dos o más países. Estos acuerdos ofrecen preferencias comerciales, como el desgravamen arancelario de un producto, y así, tener una comercialización formal y continua.

En ese mismo contexto, existen diversos modelos que pueden ser implementados por un país mediante sus agricultores. En esta sección, se explicará las bases teóricas,

mencionadas en capítulos anteriores que forman parte del comercio internacional y, además, se mencionará lo aplicado en productos peruanos.

Ilustración 11. Evolución del Modelo de Gravedad

Nota: Elaboración Propia

Este modelo nació a raíz de la ley de gravitación universal de Isaac Newton, el cual explica que la atracción de dos cuerpos es proporcional a sus respectivas masas e inversamente a la distancia que tienen estos cuerpos.

Además, a partir de esta ley, han surgido diversas teorías del modelo de gravedad teniendo como base factores el flujo comercial de los países. Como se muestra en la última ilustración evolutiva, se indica la teoría de Isaac Newton como el modelo inicial, seguido por las intervenciones de economistas con conocimiento en este modelo y comercio internacional, los cuales realizan ideas sobre el manejo y uso de este modelo en un estudio.

Por este motivo, en este capítulo se explicará, como forma evolutiva, los modelos y teorías relacionadas al comercio internacional aplicadas al país Perú hasta las teorías que expliquen el Modelo de Gravedad y su importancia de aplicarlo en este estudio. Ante todo, lo primordial del Modelo de Gravedad es una teoría la cual se encuentra explicado de forma empírica en diversos casos y estudios de comercialización.

La primera intervención que se realizó del Modelo de Gravedad, propuesta por Isaac Newton, es la del economista holandés Jan Tinberged quien indicó, mediante un artículo llamado “Dando forma a la economía mundial” (1962), que lo más importante para el modelo de gravedad es conocer el tamaño y la distancia de dos países que cuentan con un comercio sostenible.

Seguidamente, el profesor de economía, Hans Linnemann, continuó reformulando la ecuación del modelo y añadió que se deben considerar aquellos factores que ayudan al intercambio comercial de 2 países. Es decir, para esta nueva ecuación se debería considerar aquellos factores que estén relacionado a la importación de la cantidad del producto. De la misma forma, el profesor indicó que, para la ecuación, se debería considerar factores relacionados a los costos que incurre transportar estos productos de un país a otro. Esto quiere decir que, en el modelo de gravedad se debe considerar todos los costos que involucra llevar un producto de un país a otro, el cual es el costo del transporte.

Por último, el economista Paul Krugman, quien se encuentra involucrado en teorías del Modelo de Gravedad, señaló que este modelo puede predecir el comercio que existe entre dos países, afirmando que, con la ayuda de Helpman (1985), “Una relación empírica conocida como el modelo de la gravedad, ayuda a hacerse una idea del valor del comercio entre cualquier par de países y también arroja luz sobre los obstáculos que siguen limitando el comercio internacional, incluso en la actual economía global” (Helpman y Krugman, 1985). Al mismo tiempo, Krugman mediante el análisis del modelo gravitacional nos dice que al contar con un comercio de producto diferenciado como es el caso de banano orgánicos se puede tener una economía de escala en el país productor o exportador.

a. Análisis del Modelo de Gravedad en la práctica

En esta sección, se detallará las variables que han sido seleccionadas para el proceso del enfoque cuantitativo, se indicará el propósito que tiene cada variable en la ecuación y se mostrará la fuente utilizada para obtener la información histórica de cada variable. De la misma forma, se señalará la ecuación escogida para la interpretación de la investigación, el cual es el Modelo Gravitacional o Modelo de la Gravedad.

Con el propósito de continuar lo mencionado por los economistas que ayudaron a ampliar los factores necesarios para el modelo de gravedad, se debe señalar que se concluyó que las variables deben estar relacionadas a aquello que impulsó la exportación de bananos orgánicos producidos en Piura con destino a Países Bajos.

Como el modelo de la gravedad universal está relacionada a la ley de Isaac Newton, en el caso de la masa, se ha utilizado el comportamiento de la producción de bananos orgánicos en el departamento de Piura. Además, como se menciona en el modelo de Factores Específicos, una variable importante en este estudio será el ingreso y el crédito con la cual contaron los agricultores en Piura.

Por otro lado, como se señala en el modelo Heckscher-Ohlin, una variable indispensable para las exportaciones de banano orgánico, es la cantidad de hectáreas que han sido cosechadas en Piura.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se procede a detallar la ecuación del Modelo de Gravedad utilizada en esta investigación:

$$Y = X + A + B + C + \varepsilon$$

Donde:

Y = Exportación de banano orgánico peruano a Países Bajos (expresado en dólares americanos).

X = La producción de bananos orgánicos en Piura (expresado en kilogramos).

A = El nivel promedio de ingreso monetario de los agricultores en Piura (expresado en nuevos soles).

B = El crédito que obtienen los agricultores del Sistema Financiero (expresado en millones de nuevos soles).

C = La cantidad de campo de banano orgánico cosechado en Piura (expresado hectáreas).

ε = constante

Asimismo, se debe señalar que para este estudio cuantitativo se ha empleado el uso del programa estadístico SPSS para obtener una prueba sobre la relación de las variables. Por este motivo, con el objetivo de recolectar la información de variables para procesarlo en dicho programa se ha recurrido a bases de datos de entidades estatales. A continuación, se detallará la información encontrada con su respectiva fuente.

Tabla 23. Clasificación de Variables del Enfoque Cuantitativo

	Variable	Tipo	Fuente
1.	Exportaciones de Banano Orgánicos a Países Bajos	Dependiente	SUNAT
2.	Producción de Banano Orgánico en Piura	Independiente	INEI
3.	Ingreso Promedio Monetario	Independiente	INEI
4.	Crédito del Sistema Financiero	Independiente	BCRP
5.	Cosecha de Plantaciones de Bananos orgánico	Independiente	MINAGRI
6.	Barrera Arancelaria	Independiente	SUNAT

Nota: Elaboración Propia

b. Desarrollo de las variables en la herramienta SPSS

En el siguiente anexo, se realizará la prueba de correlación, de las variables independientes con la dependiente con la ayuda del programa estadístico SPSS para poder hallar y comprobar el Modelo Gravitacional.

Para empezar, se realizará la “Prueba de Normalidad” para poder encontrar, de forma segura, el tipo de correlación a usar en las pruebas con las variables del SPSS. Además, en esta prueba se debe considerar el nivel del grado de libertad (gl), ya que si su valor es menor a 50 se realizará la prueba paramétrica de Shapiro-Wilk. De lo contrario, se tendrá que realizar la prueba no paramétrica de Kolmogorov-Smirnov.

Tabla 24. Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Ingreso monetario promedio (soles)	,312	72	,000	,714	72	,000
Crédito Sistema Financiero (millones de soles)	,099	72	,076	,937	72	,001
Producción en Piura KG	,082	72	,200 [*]	,958	72	,018
Rendimiento	,130	72	,004	,933	72	,001

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota: Interpretación de la herramienta SPSS

Como se observa en la tabla N° 23, el valor del grado de libertad es 72, por lo que es mayor a 50. Por lo tanto, las pruebas de variables que se realizarán en el programa estadístico SPSS serán no paramétricas de Spearman.

Tabla 25. Resultado de la Correlación de Spearman

		Exportación de Banano Orgánico a Países Bajos FOB (US\$)	Producción de Banano Orgánico en Piura (kilogramo)	Ingreso monetario promedio de los agricultores en Piura (soles)	Crédito Sistema Financiero (millones de soles)	Cosecha de Banano Orgánico en Piura (Ha)	
Rho de Spearman	Exportaciones Países Bajos FOB (US\$)	Coefficiente de correlación	1,000	,279 [*]	,397 ^{**}	,469 ^{**}	,414 ^{**}
		Sig. (bilateral)	.	,018	,001	,000	,000
		N	72	72	72	72	72
	Producción en Piura	Coefficiente de correlación	,279 [*]	1,000	,246 [*]	,260 [*]	,034
		Sig. (bilateral)	,018	.	,038	,028	,776
		N	72	72	72	72	72
	Ingreso monetario promedio (soles)	Coefficiente de correlación	,397 ^{**}	,246 [*]	1,000	,506 ^{**}	,505 ^{**}
		Sig. (bilateral)	,001	,038	.	,000	,000
		N	72	72	72	72	72
	Crédito Sistema Financiero (millones de soles)	Coefficiente de correlación	,469 ^{**}	,260 [*]	,506 ^{**}	1,000	,777 ^{**}
		Sig. (bilateral)	,000	,028	,000	.	,000
		N	72	72	72	72	72
	Cosecha en Piura (Ha)	Coefficiente de correlación	,414 ^{**}	,034	,505 ^{**}	,777 ^{**}	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,776	,000	,000	.
		N	72	72	72	72	72

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

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

Nota: Interpretación de la herramienta SPSS

c. Interpretación y comportamiento de variables

En esta sección se interpretará las correlaciones obtenidas del programa estadístico SPSS y se mostrará los antecedentes de cada variable como ejemplo. Sin embargo, es importante considerar el significado de la “Prueba de Hipótesis” antes de interpretar las variables.

Dicho esto, las pruebas de hipótesis cuentan con un “Nivel de Significancia” que se describe en todas las correlaciones con la letra “P”. Entonces, si el nivel de significancia es mayor a 5% o 0.05; la decisión es aceptar la hipótesis nula (H_0). En toda correlación se tiene 2 opciones de hipótesis, las cuales son:

H_0 = las correlaciones de las variables son 0

H_1 = las correlaciones de las variables son diferentes a 0

Asimismo, se tiene 2 significados de Nivel del Significado:

$p > 0.05$, se obtiene H_0

$p < 0.05$, se obtiene H_1

A continuación, se procederá a interpretar la correlación de cada variable independiente con la variable dependiente, según la prueba no paramétrica de Spearman.

i. Variable dependiente: Exportaciones de Banano Orgánico a Países Bajos

En este estudio, se investiga los efectos de las exportaciones de bananos orgánicos producidos en Piura con destino a Países Bajos, el cual tiene como variable dependiente las exportaciones de banano orgánico. Por lo que, en primer lugar, se deberá analizar el comportamiento de las exportaciones de banano orgánico de Perú al mundo, en especial la comparación de las exportaciones a Países Bajos.

Ilustración 12. Evolución de Exportación de Banano Orgánico 2013-2018

Fuente: SUNAT

Elaboración Propia

En la ilustración N° 12, se puede observar el comportamiento de las exportaciones peruanas de banano orgánico, en especial la cantidad exportada a países europeos, teniendo en primer lugar de destino a Países Bajos. Este importante mencionar que este producto es parte de la economía de muchos países.

Asimismo, según el gráfico se puede analizar que, detrás del crecimiento de las exportaciones de banano orgánico, se encuentran aquellos factores que han impulsado su producción y comercialización, como el apoyo por parte de empresas estatales que

incentivan el comercio internacional mediante capacitación e incentivos monetarios a productores con bajo recurso.

Por otro lado, otro factor importante que permite la comercialización del banano orgánico, es que el clima del país es favorable para la producción de este producto, ya que es importante tener un suelo y clima adecuado para su cosecha. Se puede señalar que la producción del banano orgánico requiere de una zona tropical y una amplia zona de cultivo, por lo cual el norte Perú cuenta con estas características y es oportuna ya que la cosecha de este producto se realiza durante todo el año (Ministerio de Agricultura y Riego, 2014).

Análisis de hipótesis

- **Hipótesis 1: La creación de oportunidades gracias al comercio justo incide favorablemente en las exportaciones del banano orgánico a los Países Bajos.**

La hipótesis N° 1 abarca aquellos métodos del Comercio Justo que apoyan a productores vulnerables o marginados, mediante el cumplimiento de estándares sociales y económicamente sostenibles. Para este caso, analizaremos las variables que se encuentran bajo la influencia del Comercio Justo, así como el objetivo de ayudar al agricultor en países en desarrollo. Así como los resultados obtenidos del programa estadístico SPSS para el análisis cuantitativo.

Variable independiente: Ingreso Promedio Monetario de los Agricultores en Piura

Tabla 26. Resultado de correlación en el programa SPSS – Ingreso Promedio Monetario de la Agricultores en Piura

		Ingreso monetario promedio de los agricultores en Piura (expresado en nuevos soles)	
Rho de Spearman	Exportaciones Países Bajos FOB (US\$)	Coefficiente de correlación	,397**
		Sig. (bilateral)	,001
		N	72

Fuente: Interpretación de resultado del programa estadístico SPSS

Según el análisis de esta variable a través de la herramienta estadística SPSS, se obtuvo un coeficiente correlación de valor 0,397, el cual indica que existe un correlación positiva baja. Además, se consiguió el valor de probabilidad o nivel de significancia (p) con valor 0.001, el cual es menor a 5%. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se afirma que existe relación significativa y directa entre las variables Exportación a Países Bajos FOB e Ingreso Monetario Promedio de los Agricultores en Piura.

La certificación del Comercio Justo cuenta con distintos estándares voluntarios a seguir si un producto desea tener su sello. Para esto, este certificado ayuda mediante técnicas a productores que han sido marginados de los mercados en países en desarrollo. Una de estas técnicas es mejorar el nivel socio-económico del país mediante intervenciones y reglas que el certificado propone para la reducción de pobreza.

Siendo así, ayuda al agricultor de forma monetaria mediante la venta de sus productos certificados por el Comercio Justo y apoya a mejorar la posición económica del mismo. Entonces, uno de los beneficios que se le otorga al agricultor es el pago de una prima o precio de mercado superior por cada caja vendida de banano orgánico certificado.

De tal forma, en el estudio “Reviewing the impact of sustainability certification on food security in developing countries” se indica que contar con un producto certificado es recibir una prima fija, independientemente a las fluctuaciones que pueda pasar en el mercado, mejorando el ingreso monetario del agricultor. Asimismo, gracias a las intervenciones en la producción del banano orgánico que realiza Fairtrade, se obtienen

mayores rendimientos, los cuales generan el aumento de ingresos de los agricultores que el mismo precio de venta en el mercado y de la prima (Schleifere & Sun, 2020).

En concordancia, la investigación “Fairtrade credentialism: towards understanding certified producer organization ‘perceptions of Fairtrade as a credential’”, comenta que los productos Fairtrade expande las posibilidades de ingresar a nuevos mercados, lo cual causa que el ingreso monetario del productor aumente, llegando a tener una estabilidad económica familiar. De igual forma, otra opción de que el ingreso del agricultor aumente se da mediante la prima social y el precio mínimo al cual se da por la venta de los productos certificados (Mook & Overdest, 2019).

Asimismo, en la investigación de Krumbiegel, Marterns & Wollni (2018) titulada “The Role of Fairtrade Certification for Wages and Job Satisfaction of Plantations Workers” se menciona que un rol indispensable que realiza la certificación del Comercio Justo es garantizar al productor un contrato de negocio de largo plazo. Esto quiere decir que, mediante el Fairtrade, se puede llegar a cerrar un contrato de venta de productos por un largo tiempo, garantizando trabajo, producción e ingresos. De igual forma, se menciona el claro ejemplo de productos certificados como la piña y banano orgánicos, ambos productos son cosechados durante todo el año, por lo cual la venta de estos productos otorga al agricultor una negocio permanente e ingresos continuos.

Ilustración 13. Esquema causal del Ingreso Monetario de los Agricultores de Piura

Fuente: Elaboración Propia

Variable Independiente: Crédito del Sistema Financiero

Tabla 27 : Resultado de correlación en el programa SPSS – Crédito del Sistema Financiero

		Crédito del Sistema Financiero (expresado en millones nuevos soles)
Rho de Spearman	Exportaciones Países Bajos FOB (US\$)	Coefficiente de correlación ,469**
		Sig. (bilateral) ,000
		N 72

Fuente: Interpretación de resultado del programa estadístico SPSS

Procesando las variables Crédito del Sistema Financiero y las Exportaciones de Banano Orgánico a Países Bajos mediante la herramienta estadística SPSS, se consiguió el valor 0,414 como el coeficiente de correlación, el cual indica que existe una correlación positiva baja. A su vez, el valor de probabilidad (p) es de 0,000, el cual es menor a 5%. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se afirma que existe relación significativa y directa entre las variables mencionadas.

Como se menciona en el estudio “Sustainable development of Fairtrade Coffee in Laos”, Fairtrade tiene el papel de ayudar al agricultor otorgándoles apoyo financiero, como los contratos comerciales de largo plazo. Asimismo, cada vez que el agricultor cierra un contrato de venta de productos certificados, el cliente está en la obligación de pagar por adelantado un 60% del precio final de venta (Vanh Mixad, 2010). Siendo este escenario oportuno para que el agricultor pueda realizar pagos como el contrato de personal, insumos de empaquetado y gastos de movilización de los productos certificados.

De igual forma, como se indica en la investigación “The effectiveness of agricultural certification in developing countries: A systematic review”, el certificado del Comercio Justo tiene como objetivo la reducción de pobreza en países en desarrollo y apoyo al agricultor marginado mediante el establecimiento de reglas, las cuales se traducen en una combinación de acciones para que el agricultor pueda tener presencia en el mercado. Entonces, según lo

descrito, una de las acciones que realiza Fairtrade es otorgarle al agricultor o productor acuerdos crediticios como el acceso a créditos financieros de una forma más rápida. Esto se da, ya que el la certificación del Comercio Justo otorga al productor una imagen económica el cual es avalado por la misma certificación y garantiza que el productor pueda financiar mediante la venta de los productos certificados (Oya et al., 2018).

Del mismo modo, en la investigación “Fairtrade, gender and the environment in Africa” , menciona que un pilar importante en la certificación del Comercio Justo es el cuidado ambiental mediante el proceso de producción de un producto. Entonces, en este estudio se menciona que, para que los agricultores manejen este principio, se le otorgan recursos financieros para que puedan tener una mayor participación en la gestión ambiental, lo cual implica cambios de insumos convencionales por otros que sean amigables con el medio ambiente (Raynolds & Keahey, 2008).

Ilustración 14: Esquema Causal del Crédito del Sistema Financiero en Piura

Fuente: Elaboración Propia

Por otro lado, en el país, el estado ayuda a los agricultores a obtener créditos para sus proyectos de producción y exportación mediante entidades financieras. Como se muestra en el siguiente gráfico, se puede observar un crecimiento de prestación de crédito de financiamiento en el departamento de Piura, y guarda sentido con el crecimiento de las exportaciones de banano orgánico producido en el mismo departamento.

Ilustración 15: Evolución de Crédito del Sistema Financiero en Piura 2013 - 2018

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú
Elaboración Propia

A modo de ejemplo, en el 2018, el presidente de la república aseguró que se estaba implementando un préstamo al sector agropecuario mediante la participación de la entidad AgroBanco, el cual trabaja exclusivamente para proyectos del mismo sector otorgando préstamos a pequeños agricultores. La finalidad de este apoyo era mejorar la productividad del sector de agrícola e impulsar competir con empresas extranjeras (El Peruano, 2018).

Asimismo, existen planes de negocios como el Programa de Compensaciones para la Competitividad trabajado por el Programa del Ministerio de la Agricultura (Agroideas), los cuales ayudan a pequeños productores agrícolas a tener el apoyo financiero requerido para la producción. De la misma forma, se trabaja con la entidad financiera AgroBanco, concordando en aplicar una tasa de interés preferencial al sector agrícola (El Peruano, 2018).

Hipótesis 3: El respeto por el medio ambiente influye positivamente en las exportaciones de banano orgánico a Países Bajos

La hipótesis N° 3 abarca aquellos métodos del Comercio Justo los cuales apoyan a productores vulnerables o marginados, mediante sus intervenciones social, económica y

ambientalmente sostenible. Para este caso, analizaremos las técnicas del Comercio Justo empleadas a la producción de banano orgánico en Piura y la cosecha del mismo en el departamento de Piura. Así como los resultados obtenidos del programa estadístico SPSS para el análisis cuantitativo.

Variable Independiente: Producción de Banano Orgánico en Piura

Tabla 28. Resultado de correlación en el programa SPSS – Producción de Banano Orgánico en Piura

		Producción de Banano Orgánico en Piura (expresado en kilogramos)	
Rho de Spearman	Exportaciones Países Bajos FOB (US\$)	Coefficiente de correlación	,279*
		Sig. (bilateral)	,018
		N	72

Fuente: Interpretación de resultado del programa estadístico SPSS

Se ha seleccionado la variable de producción de banano orgánico, debido a que es un producto fundamental para el flujo comercial del país mediante su comercialización en el mercado local y extranjero. De esta forma, se considera que su producción en el departamento de Piura es una de las más grandes que tiene el país.

Entonces, según el análisis de correlación con la variable de exportación de banano orgánico a Países Bajos en la herramienta SPSS, se halló que su coeficiente tiene un valor de 0.279, el cual indica que existe una correlación positiva baja. Además, se obtuvo un nivel de significancia (p) de 0,018, siendo un nivel menor a 5%. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la relación directa entre las variables Exportación a Países Bajos FOB y la Producción de Banano en Piura.

Por otro lado, investigando los fines de la certificación del Comercio Justo, como se menciona en la investigación “The effectiveness of agricultural certification in developing

countries: A systematic review”, la certificación otorga al agricultor con bajos recursos, el acceso a mercados Premium, los cuales se encontrarían todos los productos certificados, como el banano orgánico y el café. Esto se da por motivos en la cual la certificación realiza una serie de interacciones en el mercado, nacional e internacional, el cual permite que el agricultor pueda expandir los destinos de exportación (Oya et al., 2018).

Siguiendo con lo anterior, al contar con acceso a mercados mediante la certificación Fairtrade, y el tratado de libre comercio entre Perú y la Unión Europeo, incentiva al agricultor producir constantemente el banano orgánico, pues lo motiva a contar con una gama amplia de socios comerciales quienes, a su vez, mejoran la posición económica del agricultor y sus trabajadores.

Asimismo, el autor hace mención que las intervenciones en el mercado que realiza el Comercio Justo, ayuda a que los productores obtengan más oportunidad de venta, ya que se cuentan con técnicas de mercado tales como puntos de ventas garantizados. Con esta acción, se fomenta la continua producción de banano orgánico, especialmente en Piura, en donde se encuentra la mayoría de asociaciones productoras y exportadores del mismo bien.

Ilustración 16: Esquema causal de la Producción de Banano Orgánico

Fuente: Elaboración Propia

Mencionando la importancia de la certificación Fairtrade en la producción de banano orgánico en Piura, también se repasarán las condiciones de trabajo a nivel nacional. Es decir, a continuación plantearemos los motivos del comportamiento de la Producción de Banano Orgánico en Piura durante el período 2013-2018 trabajado con apoyo del gobierno del país.

Ilustración 17: Comportamiento de la Producción de Banano Orgánico en el Departamento de Piura durante 2013 - 2018

Fuente: Adaptación del Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)
Elaboración Propia

Según el gráfico, se puede observar que existe un pico de crecimiento de la producción de banano orgánico en el departamento de Piura en los años 2015 y 2016, sin embargo, no es tan significativo como en el año 2018. De igual forma, como se mencionó en la interpretación de correlación entre la producción de banano orgánico y las exportaciones de este a Países Bajos, se puede concluir que ambos comportamientos coinciden en crecimiento, tanto en la exportación como en la producción, para los años 2016 y 2018.

Entonces, según la teoría ricardiano, el cual es el modelo de la ventaja comparativa, Perú se especializa en aquel producto que tiene más demanda y competencia con otros países latinoamericanos. Esto se comprueba a través el apoyo que brinda el gobierno peruano a productores de banano orgánico en Piura, mediante capacitaciones sobre la producción, técnicas sobre cultivo, cuidado de la tierra y apoyo mediante campañas de posicionamiento en el extranjero.

Un claro ejemplo, es la estrategia del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), el cual creó una marca colectiva llamada “Echochira” y fue entregada a

productores de bananos orgánicos de Piura. Esta estrategia tiene como objetivo ampliar la presencia del banano orgánico producido en Piura, y de esta manera incrementar las exportaciones de banano orgánico de Perú (Ministerios de Comercio Exterior y Turismo, 2018).

Asimismo, el Gobierno Regional Piura con el apoyo de la Dirección Regional de Agricultura de Piura, implementaron el proyecto de Inversión Pública con la finalidad de “mejorar la competitividad de la cadena productiva del banano orgánico para obtener una oferta exportable en la Región Piura” (Dirección Regional de Agricultura, 2016). Entonces, para poder llegar a su objetivo, se realizó capacitaciones técnicas a pequeños y medianos productores de Piura con temas referentes al manejo del cultivo de banano de forma orgánica, alerta sobre las plagas en el producto, gestión empresarial y productiva.

Por otra parte, el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) asiste a los agricultores o futuros agricultores mediante herramientas que se encuentran en su página web, las cuales informan sobre los requisitos para tener una buena producción, así como consejos de siembra y cosecha. Por ejemplo, cuentan con una herramienta y base de datos, la cual muestra la temporada de cosecha de cada producto elaborado en Perú y de igual forma, se puede observar el nivel de cosecha de cada departamento y ciudad.

Ilustración 18: Herramienta "Calendario de Siembra" de MINAGRI

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)

Variable Independiente: Cosecha de Banano Orgánico en Piura

Tabla 29. Resultado de correlación en el programa SPSS – Cosecha de Banano Orgánico en Piura

		Cosecha de Banano Orgánico en Piura (expresado en hectáreas)	
Rho de Spearman	Exportaciones Países Bajos FOB (US\$)	Coefficiente de correlación	,414*
		Sig. (bilateral)	,000
		N	72

Fuente: Interpretación de resultado del programa estadístico SPSS

En las siguientes líneas se detallará el nivel de la cosecha del banano orgánico con la partida arancelaria 0803.90.11.00 en el departamento de Piura. Asimismo, se eligió esta variable como un factor de las exportaciones de banano orgánico a Países Bajos ya que en el

departamento de Piura se cuenta con grandes campos de cultivo de este producto, así como la mayoría de asociaciones.

De la misma forma, el análisis realizado mediante la herramienta estadística SPSS, dio como resultado de coeficiente correlación de valor 0,469, el cual indica que existe una correlación positiva baja. Además, se consiguió el valor de probabilidad o nivel de significancia (p) con valor 0.000, el cual es menor a 5%. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se afirma que existe relación significativa y directa entre las variables Exportación a Países Bajos FOB y Cosecha de Banano Orgánico en Piura.

Entonces, se indica que la certificación del Comercio Justo cuenta con técnicas de producción, el cual involucra el proceso de la cosecha de bananos orgánicos producidos en Piura. De esta manera, como se menciona en el artículo “Money Well Spent? Operations, Mainstreaming and Fairness of Fairtrade”, la certificación Fairtrade implementa el uso de mejores prácticas agrícolas, en las cuales se desarrollan habilidades necesarias de producción para el producto certificado cuenta con una alta calidad y apoya al productor a comercializarlo (Michael et al., 2019).

De igual manera, como se menciona en el artículo “Reviewing the impact of sustainability certification on food security in developing countries” se concuerda con el autor del párrafo anterior en que, contar con un producto certificado por el Comercio Justo, es contar con técnicas de producción rentables. La certificación cuenta con un programa, el cual tiene como finalidad desarrollar e implementar métodos en los procesos de producción y gestión de los agricultores, conllevándolos a tener un mayor rendimiento. Dentro de estas técnicas, el agricultor podrá desarrollar conocimientos sobre el cambio climático, identificar la calidad del suelo requerido en la producción y manejo de pesticidas (Schleifer & Sun, 2020).

Ilustración 19: Esquema causal de la Cosecha de Banano Orgánico

Fuente: Elaboración Propia

Por otro lado, según el artículo de MINAGRI, se comenta que en Países Bajos no se cuenta con un campo de cultivo o zonas de agricultura, por lo que se ven obligados a importar todo tipo de producto agrario de países productores, como el banano orgánico que lo importan desde Perú. Además, considerando que este país tiene demanda interna de consumo de banano orgánico, también cuentan con un comercio en el cual importan este producto para luego reexportarlo a otros países (Ministerio de Agricultura y Riego, 2018).

Sin embargo, otro lineamiento importante al momento de cosechar este producto en Piura y exportarlo a Países Bajos es su cultura. Como se menciona en el estudio “Consumer’s willingness to buy and willingness to pay for fair trade food: The influence of consciousness for fair consumption, environmental concern, trust and innovativeness”, el país destino cuenta con consumidores conscientemente éticos que prefieren comprar un producto certificado que uno convencional. Al considerar pagar un precio más elevado por un producto certificado, estaría ayudando al agricultor y a los trabajadores mediante su compra (Anil, 2019).

De este modo, según el modelo de Heckscher-Ohlin (1933), indica que un país debería especializarse en producir aquello que su insumo se tiene en abundancia. Por este motivo, en el país se cuenta con grandes zonas de cultivo de productos agrarios, por lo que el flujo comercial del país está compuesta por la producción, cosecha y exportación de productos tradicionales, como es el banano orgánico.

Inclusive, el estado peruano e instituciones que fomentan la agricultura, cada año proponen proyectos referentes al cultivo de banano orgánico. Por ejemplo, según se menciona en la teoría de los Patrones del Comercio, el país productor debe estar preparado

para los cambios comerciales que existen, los cuales se ven reflejados en los patrones de producción, cosecha y comercialización. Por este motivo, el proyecto llamado Inversión Pública Banano Orgánico que se realiza por la Dirección Regional de Agricultura, cuenta con asesoramientos de especialistas y decanos de agronomía, el cual tiene como objetivo incentivar la investigación del proceso de la producción del banano orgánico en la región de Piura para mejorar su producción y productividad, contando con temas de control de plagas, correcto manejo del suelo y análisis post cosecha del banano.

4.2 Desarrollo cualitativo

Tabla 30. Perfil de los entrevistados

Entidad	Nombre	Educación	Cargo
Asociación de Pequeños Productores Orgánicos de Querecotillo (APOQ)	Oscar Manuel Raymundo García	-Ingeniero agrónomo de la Universidad Nacional de Piura (UPN) -Diploma en Gerencia de proyectos PMI de la UPN -Maestría en Administración de empresas de la Centrum PUCP	Gerente general (2019 a la actualidad. Desde febrero 2006 a febrero 2019 se desempeñaba como administrador)
Asociación de Productores de Banano Orgánico Sector El Monte y Anexos Mallaritos (APBOSMAM)	Miguel Ángel Borrero Castillo	-Ingeniero agrónomo con especialización en producción agrícola de la UPN	Gerente general (2010 a la actualidad)
Asociación de Bananeros Orgánicos Solidarios de Salitral (BOS)	Roberto Carlos Zapata Prieto	-Técnico en ingeniería agrícola en ISTP ABACO	Responsable de Certificaciones y Trazabilidad (2012 a la actualidad)
Central Piurana de Asociaciones de Pequeños Productores de Banano Orgánico (CEPIBO)	Julio Oscar Gallegos Herrera- Rambla	-Administración y gestión de empresas en UPN -Técnico aduanero en JURIS ADUANAS CORP -Diplomado en especialización de gestión aduanera y logística del comercio internacional en ADEX	Gerente administrativo y financiero (2018 a la actualidad. Anteriormente, se desempeñaba como asesor administrativo y financiero desde marzo 2017)
	Walter Iván Garrido More	-Técnico agrario del Centro Regional -Ingeniero agrónomo de la Universidad Nacional de Tumbes (UNTUMBES)	Responsable de Certificaciones (2010 a la actualidad)

Nota: En la tabla se explica el perfil profesional de los entrevistados.

Elaboración Propia

Análisis de entrevistas a expertos

En este apartado se presentarán los resultados de las entrevistas realizadas a expertos del sector bananero y las cuales han sido procesadas en el programa de análisis cualitativo Atlas. ti. Para el análisis, primero se resaltó las ideas más importantes de la entrevista a profundidad y se codifico los datos en categorías o en familias. A continuación, se mostrará la información en ámbitos generales para luego hacer énfasis en cada uno de los objetivos planteados en la presente investigación.

Ilustración 20. Vista de red de variables que impactan en la exportación de banano orgánico bajo la certificación de Comercio Justo obtenida de entrevistas a expertos. Elaboración propia.

En la ilustración N°20 se puede apreciar de forma general los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a los expertos del sector con relación a las exportaciones de banano orgánico producido en Piura y a las variables de precio justo, creación de oportunidades para productores que se encuentran en desventaja económica y respeto por el medio ambiente. El Comercio Justo (CJ) es un sistema alternativo al mercado internacional que permite que pequeños productores produzcan y exporten banano a un nicho de mercado con una necesidad de consumir productos libres de químicos y que sus productores reciban un dinero adicional al precio ya establecido por el Fairtrade.

La vista de red nos muestra que la certificación de Comercio Justo (CJ) tiene una incidencia en el ámbito económico, social y ambiental. El precio mínimo es calculado por el CJ a través de consultas a las asociaciones/cooperativas, supermercados de destino y a los consumidores con el fin de establecer un precio mínimo promedio. Es decir, el precio mínimo está asociado a los costos de producción, pero este costo no lo está a los aranceles, puesto que el pequeño productor vende la caja de banano a precio FOB y es el importador quién asume el arancel en destino.

En cuanto, a la prima del CJ se asocia con la creación de oportunidades ya que el ingreso adicional obtenido es utilizado para empoderar al pequeño agricultor. También, se realizan programas o proyectos en los que las asociaciones participan para mejorar la tecnología o la infraestructura de su empresa y está asociado con la intervención del gobierno como el Ministerio de Agricultura y Riego. A su vez, el gobierno devuelve los tributos como el drawback y el IGV que son saldos a favor del exportador. Además, el acceso a nichos de mercado es parte de las oportunidades de desarrollo y este acceso se dio en un primer momento con la firma del Tratado de Libre Comercio, el cual se asocia a su vez con la desgravación arancelaria.

Finalmente, la preservación del medioambiente se asocia con las exportaciones de banano orgánico ya que si no se utilizarían insumos orgánicos o se cumplirían todas las normas establecidas por la certificación de CJ sería un banano convencional. Las prácticas medioambientales como el reciclaje de los desechos del campo y la concientización de los actores de la cadena son parte de las actividades que realizan las pequeñas asociaciones de productores de Piura en sus labores diarias.

Análisis de Hipótesis

A continuación, se explicará la relación de las variables con respecto a los objetivos específicos planteados en la presente investigación.

- **Hipótesis 1: La creación de oportunidades gracias al comercio justo incide favorablemente en las exportaciones del banano orgánico a los Países Bajos.**

Ilustración 21. Vista de red “Creación de oportunidades a partir de las exportaciones de banano orgánico de las pequeñas asociaciones de Piura. Elaboración Propia

En la ilustración N°21 podemos apreciar que el empoderamiento del agricultor, el acceso a nichos de mercado y los programas y proyectos que están asociados con la intervención del gobierno forman parte de la creación de oportunidades para el desarrollo de productores y trabajadores que se encuentran en desventaja económica.

En el pasado, grandes empresas mostraron interés por el sector bananero y empezaron a exportar sus productos a Estados Unidos y Europa. Ante esto, los pequeños productores no tenían posibilidades de competir contra ellos por diversos motivos tales como economías de escala, infraestructura, entre otros. Asimismo, ha habido una creciente demanda sobre todo en los países europeos como Países Bajos de productos orgánicos y que permitan el desarrollo de un grupo de agricultores en desventaja económica. Es así que, los pequeños productores se agruparon para conformar asociaciones o cooperativas que les daban acceso a nichos de mercado que demandaban una fruta premium. A continuación, se comparte opiniones de expertos sobre el acceso a nichos de mercado:

“La certificación de Comercio Justo ha ayudado a acceder a estos mercados internacionales que demandan productos premium y que saben que más allá de la calidad de la fruta también están apoyando a mejorar la calidad de vida de un pequeño agricultor” (Garrido, 2020).

“Nosotros por el tema del Comercio Justo tenemos acceso a muchos mercados, maduradores, páginas de clientes, acceso a boletines e información” (Raymundo, 2020).

“Ingresar a los nichos de mercado donde la competencia es menor y estos nichos te dan muchas oportunidades de competir...donde empresas grandes o privadas no podían ingresar” (Garrido, 2020).

“El Comercio Justo te abre el mercado donde la gente que compra tiene alto poder adquisitivo” (Gallegos, 2020).

Asimismo, el Comercio Justo ofrece una cantidad de dinero adicional conocido como “prima” para que la asociación o cooperativa de pequeños productores inviertan en el desarrollo económico, social o ambiental de la misma organización o de la comunidad. El gerente con el apoyo del consejo directivo presenta un plan de trabajo que debe ser aprobado por la asamblea general, la misma que está constituida por los propios socios. Si la cantidad de socios excede las 1000 personas se delegará la responsabilidad de aprobar el plan de

trabajo a una persona por cuadrilla. A continuación, se comparte las opiniones de los expertos sobre el empoderamiento al agricultor:

“A medida que una organización crece se necesitan personas más preparadas y con mayores conocimientos en el negocio por eso es importante las capacitaciones técnicas, pero también el liderazgo y que las futuras generaciones tengan mayores accesos a la educación” (Zapata, 2020).

“A través del Comercio Justo se ha mejorado bastante la educación aquí en la zona de Querecotillo. Un indicador de un estudio que se realizó hace dos años decía que, en el año 2004 en Querecotillo, la asistencia a una universidad de parte de jóvenes era casi nula. No se veía jóvenes yendo a una universidad de Sullana o Piura, eso era bastante limitado, pero hace dos años que se hizo este estudio había casi 700 alumnos que estaban en educación superior en Piura o en Sullana y que eran hijos de productores que estaban beneficiados del Comercio Justo” (Raymundo, 2020).

“En nuestro plan de trabajo tanto a los agricultores como trabajadores se les capacita sobre temas de liderazgo. Tenemos una escuela de líderes y ellos asisten para ver temas de gerencia, comercialización, temas de mercado y del consumidor y la importancia de cuidar la fruta porque al final del día la idea es vender” (Raymundo, 2020)

“Hemos contratado especialistas para comenzar con las escuelas bananeras que son escuelas que introducen a los socios ósea a los mismos campesinos en temas del negocio en sí con el fin de que estos señores hablen el mismo idioma e introducirlos poco a poco en la gestión porque de los mismos productores salen los directivos del negocio” (Gallegos, 2020).

Además, de empoderar a los agricultores y trabajadores a través de las capacitaciones y educación, los entrevistados nos comentaron sobre el acceso a créditos en su organización:

“Es bastante complicado que un productor individualmente tenga acceso a un banco o caja municipal. Si los tienen les cobran unas tasas exorbitantemente altas de 90% o 100%. Hace como 10 años aproximadamente como asociación se logró hacer un convenio con la Caja Sullana, en la cual nosotros respaldamos los créditos y se hacen descuentos por planilla... con ese convenio nosotros tenemos una tasa de 20% y ese es un alivio para el productor” (Raymundo, 2020)

“Aquí en Sullana tenemos la Caja Municipal de Sullana y el Banco Financiero, ellos les dan crédito a los agricultores siempre firmando un convenio con la cooperativa. A través, del convenio con la entidad financiera hacemos el descuento del acopio de fruta que hace el productor y hacemos la transferencia al banco” (Borrero, 2020)

Sin embargo, estas acciones dependen del plan de trabajo de la cooperativa, de su gestión y su situación financiera como nos los comenta el gerente de Cepibo:

“No estamos dando créditos ahorita por un tema financiero. Estos se dieron en el pasado, pero no se recuperaban porque se prestaba dinero y al poco tiempo el socio se cambiaba de asociación. Los créditos antes eran directos y se quiso trabajar con una entidad financiera pero como nos dejaron mal en el tema crediticio no teníamos acceso a ningún tipo de crédito” (Gallegos, 2020)

Por otro lado, el empoderamiento de agricultores y trabajadores no solo se está logrando con el apoyo de la prima de Comercio Justo, sino que se han realizado convenios con los importadores como nos comenta el gerente general de la Asociación de Productores de Banano Orgánico Sector El Monte y Anexos Mallaritos (APBOSMAM):

“Para el tema de educación más bien hacemos convenios con nuestros importadores, por ejemplo, implementamos tres canchas deportivas en un colegio del pueblo Mallaritos e igual en otro centro educativo implementamos un centro de cómputo donde los niños no conocían ninguna computadora” (Borrero, 2020).

“Con otro importador implementamos una escuela de fútbol para que los niños y jóvenes ahí se dediquen a la disciplina del deporte y de alguna manera ocupen su tiempo en vez de estar propensos a otros vicios” (Borrero, 2020).

En cuanto, a los programas y proyectos que tiene como finalidad que las asociaciones y cooperativas de pequeños productores desarrollen sus capacidades tecnológicas, obtengan financiamiento para mejorar su infraestructura, entre otros y que está asociado con el apoyo del gobierno, recopilamos las siguientes opiniones de los entrevistados:

“Yo he sido testigo en más de 20 años que el gobierno ha invertido mucho dinero, aquí había un proyecto llamado Banano Orgánico cuando este no existía en Piura. El primero que inicio esto fue MINAGRI certificando 200 hectáreas, luego eso se comercializó y comenzó la exportación” (Raymundo, 2020)

“Agroideas es un fondo concursable donde las organizaciones elaboran su plan de negocio y si son aprobados tienen acceso. Por ejemplo, aquí en el valle son pocos los que han accedido al programa. Nosotros dentro de ellos, en el 2013 ganamos...nos sirvió para modernizar nuestros centros de proceso, embarque, paletizado y dar capacitaciones” (Borrero, 2020)

“Cepibo desde sus inicios empezó con proyectos...participamos en el PIT del banano que era un proyecto de miles de millones de soles y tenía como finalidad acompañar durante varios años al pequeño productor para empoderarlo y dejarlo con las capacidades para que ellos mismos se desarrollen en este mercado, sin embargo, lamentablemente contrataron a personas que no sabían nada del banano por cumplir con el presupuesto y no tuvieron los resultados esperados” (Gallegos, 2020).

Además, los entrevistados opinaron lo siguiente sobre las oportunidades de desarrollo que ofrece el Comercio Justo de acuerdo a su experiencia:

“Yo ya tengo 14 años en el mercado y desde que he venido acá el Comercio Justo ha mejorado la calidad de vida y las condiciones no solo de los productores sino también de los trabajadores de la asociación. Es un sistema que está enfocado en la pequeña agricultura, en la agricultura familiar y yo creo que a lo largo del tiempo que ha pasado esto ha funcionado bien aquí en Querecotillo” (Raymundo, 2020)

“El negocio de exportación de banano orgánico en sí ha traído un mejor estilo de vida, una mejora en la vida de los pequeños productores porque antes de este negocio no existía un producto que negociará el pequeño productor y que le diera el beneficio que le da el banano orgánico” (Gallegos, 2020).

“Tenemos 8 técnicos que dan asistencia técnica personalizada a los productores, hacen escuela de campo, talleres y también hemos hecho pasantías con los productores, inclusive los hemos llevado a Ecuador para que puedan verificar algunas técnicas de producción que tienen nuestros vecinos. En el 2016, hicimos una alianza estratégica con una cooperativa de Países Bajos y a través de este proyecto contratamos nosotros especialistas para que capaciten a los productores en liderazgo, oratoria, cooperativismo, temas contables ... y es así que hay jóvenes que ya han accedido a puestos en la cooperativa” (Borrero, 2020)

Asimismo, la teoría del cambio nos dice que si se planifica y plantea objetivos a través de una organización o proyecto se pueden producir resultados que ayuden a lograr un impacto deseado (Rogers, 2014). En el sistema del Comercio Justo se propuso como meta empoderar a los pequeños productores y mejorar su calidad de vida (Fairtrade, 2019).

La teoría del cambio del sistema de Comercio Justo brinda un marco de trabajo a sus miembros para que estos puedan dar seguimiento a sus actividades y evaluar su impacto. Uno de los requisitos que deben cumplir las asociaciones o cooperativas para comercializar sus productos bajo el sello del Comercio Justo es ser democrático, por lo que laboran con un plan

de trabajo que es aprobado previamente por la asamblea general, la cual está conformada por los mismos productores y quienes toman la decisión final sobre cómo se invertirá la prima de CJ por ser la máxima autoridad inclusive ante el gerente general de la asociación (Garrido, 2020).

De acuerdo al gerente administrativo y financiero de CEPIBO, si bien las decisiones se toman democráticamente el problema surge cuando las personas que toman las decisiones no tienen todas las herramientas del negocio o la visión empresarial y, por ende, no invierten correctamente el dinero de la prima para lograr un desarrollo social (Gallegos, 2020).

Del mismo modo, los antecedentes epistemológicos mencionan que esta decisión puede traer consecuencias negativas, ya que al decidir el pequeño productor el destino de la prima y no contar con los conocimientos sobre inversión puede propiciar que tome malas decisiones y, por lo tanto, no se invierta correctamente el dinero de la prima de CJ (Gutiérrez & Surco, 2020).

Adicionalmente, el impacto del desarrollo económico y social dependerá de la magnitud de la prima que la asociación reciba, así como su criterio. Es decir, priorizarán algunos aspectos sobre otros (Borrero, 2020). Por ejemplo, una asociación mediana podrá invertir en educación y otra preferirá la atención de la salud de sus miembros, mientras que una asociación pequeña puede priorizar el pago de sueldos de sus trabajadores y dependerá también de su nivel de productividad y situación financiera.

También, se menciona que una asociación puede generar diferentes tipos de impactos económicos y sociales en los productores y esto estará subordinado a como se utiliza el dinero de la prima. Si se utiliza este dinero para comprar los insumos orgánicos como fertilizantes, préstamos a socios e inversión en equipo de trabajo beneficiará directamente a los productores. En tanto que, si se invierte en mejorar las carreteras o implementar material educativo en las escuelas será un beneficio para toda la comunidad (Socias Salvas & Doblas, 2005).

Por otro lado, en la entrevista realizada a expertos resaltaron la importancia de empoderar al agricultor y trabajador a través de capacitaciones y educación, puesto que se necesita personas preparadas para lograr una mejor gestión cuando ocupen un cargo

importante en la organización (Zapata & Gallegos, 2020). Asimismo, el 60% de entrevistados afirmaron que la creación de oportunidades brindadas por el CJ ha incidido positivamente en las exportaciones de banano orgánico pues afirman que el CJ les ha permitido acceder a nichos de mercado, capacitaciones técnicas, de liderazgo y programas que permitan desarrollar las capacidades del pequeño productor y trabajador. Así como, facilitar el acceso a créditos con entidades financieras y con la prima de CJ han mejorado su infraestructura.

De esta forma, por todo lo anteriormente mencionado se acepta la hipótesis N°1, sin embargo, todavía falta destinar más dinero de la prima de CJ a la creación de oportunidades para que el impacto en el desarrollo social sea mayor.

- **Hipótesis 2: El precio justo ha repercutido favorablemente en las exportaciones de banano orgánico a los Países Bajos.**

Ilustración 22. Vista de red “Precio justo a partir de las exportaciones de banano orgánico de las pequeñas asociaciones de Piura. Elaboración Propia.

En la ilustración N°22 se puede apreciar la vista de redes del precio mínimo del Comercio justo de banano orgánico, la cual ha sido construida a partir de las entrevistas realizadas a expertos del sector. Uno de los diez principios del Comercio Justo es el precio mínimo o justo que está asociado con los costos de producción, puesto que el CJ nos dice que ese precio fijado por ellos mismos debe permitirle al agricultor cubrir sus costos de obtención del producto. Asimismo, este costo no está asociado directamente al arancel, ya que el productor realiza la venta a precio FOB y es el importador quién asume este arancel, pero si está relacionado con el precio mínimo de venta. El análisis se realiza con el objetivo N°2 de la investigación, explicar si el precio justo influye de manera positiva en las exportaciones de banano orgánico producido en Piura desde el año 2013 al 2018.

Para los entrevistados, el precio fijo es uno de los factores más relevante del Comercio Justo pues le permite proyectar sus ingresos y de acuerdo a eso, estructurar su plan de trabajo anual. El precio para el banano orgánico es un precio fijo superior a un banano convencional por tener un valor agregado que lo hace más competitivo en el mercado internacional.

Este precio mínimo no está regulado por la oferta y la demanda sino que es un precio establecido por el Comercio Justo y debe ser respetado por todos los actores que participan en la cadena del comercio del banano Fartraide. A diferencia, del café que es cotizado en la bolsa de valores y por lo tanto, el precio varía constantemente (Borrero, 2020).

La teoría de los precios internacionales nos dice que se comercializan productos cuyo precio de venta sea mayor en el extranjero, sin embargo existen diferentes factores que pueden incurrir en el incremento o disminución de ese precio ya sea por un exceso de demanda u oferta. Si la cantidad ofrecida es mayor a la cantidad demandada entonces se iniciará una guerra de precios entre el productor y sus competidores con el fin de vender sus productos (Tapia, 2015).

En un mercado convencional, el productor bananero se vería afectado por un exceso de oferta abaratando así esta fruta e incluso se verían obligados a vender el banano al mismo precio que un banano convencional cuando el costo de los fertilizantes orgánicos son más elevados que uno químico. Sin embargo, en el Comercio Justo no se toma en cuenta este principio económico del libre mercado y se establece un precio mínimo que asegure que los costos de producción del pequeño productor sean cubiertos (Raymundo, 2020).

Según una investigación que analizó el impacto de la certificación Fairtrade en Piura, encontró que los ingresos netos derivados de la producción de banano era mayor a comparación de agricultores convencionales que no forman parte de ninguna asociación y esto, se debía principalmente por tener un mejor precio del que obtienen los agricultores convencionales (Fort & Ruben, 2008).

Sin embargo, producir un banano orgánico acarrea mayores gastos en insumos orgánicos, cuidado de los suelos y las plantaciones, los cuales se ven afectados por plagas. Una de las diferencias entre un productor convencional y uno orgánico es que el primero puede erradicar las plagas que dañan al banano con productos químicos que son más efectivos que pesticidas orgánicos. Por lo que, el agricultor que aplica métodos de producción orgánica debe aprender a convivir con la plaga como es en el caso de Piura que se presenta el trip de la mancha roja y que necesita de un tratamiento continuo para contenerlo (Zapata, 2020).

Además, de acuerdo a los costos en insumos orgánicos, los entrevistados afirmaron que los costos logísticos del puerto de Paita, ubicado en el departamento de Piura, tiene costos muy elevados que no les permiten ser competitivos frente a otros países exportadores como República Dominicana, Ecuador, Colombia, entre otros. El banano orgánico peruano es el origen más caro para un importador de Países Bajos por la distancia del puerto de Paita hacia el puerto de Ámsterdam o Róterdam y por tener aranceles más altos.

Si bien, el Tratado de Libre Comercio firmado entre Perú y Europa ha permitido acceso a nuevos mercados y a mantener buenas relaciones comerciales, este tratado también contempla una desgravación arancelaria que en el año 2013 fue de 132 euros y para el año 2018, 117 euros por tonelada métrica (MINAGRI, 2018).

Estos aranceles comparados a otros países como Ecuador que es uno de los principales competidores del banano peruano han logrado mejores acuerdos con un arancel en el año 2018 de 90 euros por tonelada métrica. De acuerdo al gerente de la Asociación de Querecotillo APOQ, el banano de México y Ecuador empezó a llegar con aranceles más bajos y esto ha dificultado el crecimiento de participación de mercado del banano peruano en Europa, por lo que como estrategia competitiva han tenido que compensar los precios altos de la fruta con una mayor calidad (Raymundo, 2020).

Además, según las opiniones de los entrevistados el precio fijo es un factor importante para un agricultor pues impacta en el aspecto económico. Empero, cuando se analiza el precio justo muchas investigaciones no analizan el costo de producción.

El Comercio Justo decide establecer el precio mínimo por país y se consulta a todos los actores involucrados como la asociación de productores, importadores, supermercados y se contrasta con las expectativas de los clientes. Si las asociaciones de pequeños productores fijarían un precio mínimo que cubriera la totalidad de sus costos de producción entonces el precio para Perú sería más alto del precio actual establecido. Por ende, los haría menos competitivos y probablemente no se podrían mantener en el mercado (Borrero, 2020).

En promedio, en diferentes países y con diferentes productos, la certificación de Comercio Justo da como resultados costos de producción más altos pero rendimientos más bajos. El rendimiento negativo es resultado de la falta de atención a las prácticas de producción dentro del estándar orgánico y del Comercio Justo. Estos efectos no son siempre completamente compensados por precios más altos, lo que resulta en ingresos mínimos o incluso negativos (Maertens, 2019).

En tanto que, los entrevistados manifestaron que el nivel de productividad en sus asociaciones es bajo, debido a factores climáticos y al aumento de precios de los pesticidas orgánicos que es un insumo importante para la cosecha. Asimismo, otro factor también son las deficiencias en las asociaciones. Según, el gerente de CEPIBO en el pasado no ha habido una investigación o desarrollo para mejorar la productividad y recién en las asociaciones se están empezando a mejorar las técnicas de producción. Además, menciona que antes no tenían compradores pero si banana y en la actualidad, gracias a las ferias comerciales ha obtenido una cartera de clientes pero no hay suficiente banano para realizar la venta (Gallegos, 2020).

Finalmente, el precio mínimo no termina de cubrir todos sus costos de producción pero obtienen dinero a través del drawback, es decir se devuelven los aranceles de las cajas y demás insumos importados para el banano, así como el IGV que es un saldo a favor del exportador. Este dinero lo devuelve el gobierno peruano y compensa el déficit del precio mínimo (Borrero, Gallegos & Zapata, 2020) .

Por todo lo mencionado anteriormente, se rechaza la hipótesis N°2 puesto que no se cumple adecuadamente con el precio mínimo del Comercio Justo en las exportaciones de banano orgánico del departamento de Piura a Países Bajos.

- **Hipótesis 3: El respeto por el medio ambiente influye positivamente en las exportaciones de banano orgánico a Países Bajos.**

Ilustración 23. Vista de red “Respeto por el medio ambiente a partir de las exportaciones de banano orgánico de las pequeñas asociaciones de Piura. Elaboración Propia.

En la ilustración N°23, se muestra la vista de red con opiniones de los entrevistados en la cual las prácticas medioambientales como el manejo de residuos y la concientización de actores son parte de la preservación del medioambiente que busca el Comercio Justo, quién nos dice que es uno de los estándares internacionales que los pequeños productores deben seguir para poder comercializar sus productos bajo su sello. Con respecto a las prácticas medioambientales los expertos comentaron lo siguiente:

“Nosotros dentro de las normas orgánicas tenemos la política de manejo de residuos sólidos, se capacita a la gente para evitar quema de residuos en campos. Igualmente, capacitamos a los productores durante los riegos para evitar que los suelos se erosionen, hacemos campañas de reforestación y mejoramos este sistema de contención de los suelos” (Borrero, 2020).

“El cuidado y manejo de los recursos naturales por parte de los trabajadores y agricultores se asocia mucho con el programa de certificación. La certificadora por norma audita como se está manejando el agua, suelo y también tenemos que tener capacitaciones sobre este tema para poder cumplir con la norma” (Raymundo, 2020).

Asimismo, a partir de la certificación de Comercio Justo los entrevistados afirmaron lo siguiente sobre el efecto en los pequeños productores de las prácticas aplicadas en la producción del banano:

“Una de las políticas es la concientización a la población y por lo general a los productores es la no utilización de productos químicos y a la conservación de áreas que nos permitan tener mayor volumen de oxigenación en nuestras plantaciones” (Zapata, 2020).

“El efecto del cambio climático está transformando nuestro ecosistema y nuestras plantaciones ya no producen como antes. El productor es consciente de esa situación sabe que nuestros sistemas de producción deben ir de la mano con la preservación del medio ambiente” (Borrero, 2020).

“En cuanto, a la concientización hemos batallado mucho con ellos, pero si lo hemos logrado. Hay un responsable del cuidado del medioambiente y ese responsable se encarga de hacer las capacitaciones muy aparte de la que podamos generar nosotros” (Zapata, 2020).

Además, Fairtrade Labelling Organization por sus siglas en inglés FLO es quién coordina a nivel internacional las certificaciones de Comercio Justo y les exige a los productores proteger el medio ambiente. Según, el gerente general de la Asociación de Pequeños Productores Orgánicos de Querecotillo (APOQ) ellos para comercializar con la

certificación de Comercio Justo deben tener áreas de conservación local, programas de reciclaje de residuos sólidos como la basura del campo y compostaje de la materia orgánica que no permite la aplicación de agro químicos (Raymundo, 2020).

Asimismo, todas las asociaciones que vendan banano orgánico deben respetar el medioambiente un ejemplo de esto es la asociación de Bananeros Orgánicos Solidarios de Salitral, quienes son la primera organización en obtener la certificación de carbono neutral con la cual van a poder demostrar que su banano está libre de contaminantes y de esta forma ser más competitivos (Zapata, 2020).

La prima obtenida por la comercialización de banano orgánico bajo los criterios del Comercio Justo no solo debe ser destinado en el desarrollo social, si no también en las prácticas medio ambientales de la organización. El medio ambiente es un factor cada vez más importante, pues el desequilibrio ecológico no permite que las tierras estén aptas para la cosecha y ocasiona problemas de plagas. El departamento de Piura cuenta con un clima adecuado para la cosecha de banano orgánico por su clima tropical seco que no ha permitido que se desarrolle la Sigatoka negra, el cual es un hongo presente en países competidores con climas más húmedos como Ecuador. Este hongo causa la madurez temprana del banano, reduce la calidad de la fruta y su erradicación es muy costosa al necesitar controles por avioneta (Raymundo, 2020).

Adicionalmente, los entrevistados afirmaron que si bien no existe la Sigatoka Negra en Piura si está presente el trip de la mancha roja que es un insecto que provoca una mancha en el banano dañando su estética pero su control es más fácil y se realiza con fertilizantes orgánicos. Es importante no utilizar insumos químicos en todo el proceso del cultivo del banano, ya que el importador o el supermercado en el cual se venderá la fruta hacen un muestreo para comprobar que el banano está libre de productos químicos. Esta muestra es procesada por un laboratorio y de ser positiva el importador notifica a la certificadora internacional para que se inicie un proceso de investigación contra la asociación y de ser recurrente este pierde la certificación de Comercio Justo. Por tal motivo, la asociación tiene que asegurar que todos los insumos que se utilizará en todo el proceso de producción del banano desde la cosecha son libres de químicos y no son dañinos para el medioambiente ni para el ser humano (Borrero, 2020).

La Declaración de Estocolmo y la Declaración de Río, ambas realizadas por las Naciones Unidas sobre el medio ambiente y el desarrollo, nos dice que la protección del medio ambiente debe integrarse al aspecto económico de un país con el objetivo de lograr un desarrollo sostenible. Asimismo, afirma que este progreso se alcanzará principalmente con la eliminación de la pobreza con énfasis en los países cuyas economías se encuentran en pleno desarrollo (Naciones Unidas, 1992).

Todos los entrevistados concuerdan que la preservación del medio ambiente y el crecimiento económico de un país son conceptos que deben trabajarse juntos y no de forma aislada. De acuerdo a Gallegos (2020), las asociaciones están buscando esa inclusión con el clúster de banano pero no es un proceso de corto plazo pues no es sencillo lograr ese cambio y se necesita inversión.

La certificación de Comercio Justo proporciona las condiciones mínimas para que los agricultores participen en técnicas de producción sostenibles que de otro modo no serían accesibles para los pequeños agricultores. Asimismo, las empresas certificadas exhiben sistemas de gestión ambiental relativamente más complejas que las que no tienen certificación (Melo y Wolf, 2007).

Sin embargo, en el campo las plantaciones de banano orgánico pueden colindar con los cultivos convencionales en Piura y esto genera una contaminación cruzada. Si bien, el Comercio Justo impulsa el cuidado del medio ambiente existen otros factores externos que los productores enfrentan a diario (Gallegos, 2020).

Finalmente, los bananos orgánicos cumplen con los criterios establecidos por el Comercio Justo y son auditados por la certificadora para que aseguren la integridad del producto. Si ellos no cumplieran con estas normas entonces serían productores de bananos convencionales (Zapata, 2020).

De esta manera, podemos aceptar la hipótesis N°3 sobre la influencia positiva del respeto por el medio ambiente en las exportaciones de banano orgánico por todo el análisis descrito de esta variable anteriormente.

CAPÍTULO V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En este apartado se discutirán todos los resultados obtenidos en el capítulo anterior a través del software SAP y Atlas ti. Asimismo, este análisis se realizará por hipótesis y de esta forma, se aceptará o rechazará las suposiciones planteadas a lo largo de la investigación.

Hipótesis general

“La creación de oportunidades para productores en desventaja económica, precio justo y respeto por el medio ambiente influyeron positivamente en las exportaciones de banano orgánico 0803.90.11.00 del departamento de Piura, al mercado de Países Bajos durante los años 2013-2018”.

De acuerdo, con el análisis cuantitativo a través de variables y parámetros definidos al inicio de la investigación, entrevistas realizadas a expertos del sector bananero y papers utilizados en el presente estudio se concluye que la creación de oportunidades para productores en desventaja económica y el respeto por el medio ambiente influyeron positivamente en las exportaciones de banano orgánico. Mientras que, si bien el precio es un factor importante y la razón inicial por la cual los pequeños agricultores se unieron para formar una asociación o cooperativa, en el periodo de análisis del año 2013 al 2018 no muestra un efecto positivo en las exportaciones de banano orgánico con destino a Países Bajos.

5.1 Variable de Creación de oportunidades

Hipótesis específica N° 1: Sí se cumple con la creación de oportunidades gracias al comercio justo y este incide favorablemente en las exportaciones de banano orgánico a los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

La creación de oportunidades es un principio del Comercio Justo que busca que los pequeños productores que son marginados por el comercio convencional puedan obtener oportunidades de desarrollo a través de la prima y de esta manera, crear condiciones de vida más dignas. De acuerdo, al análisis realizado en los capítulos anteriores estas oportunidades de desarrollo en el sector de banano orgánico de CJ se han dado mediante el acceso educativo, acceso a nichos de mercados, acceso a créditos, salud y mejora de las infraestructuras.

Asimismo, es importante mencionar que se tuvieron limitaciones para analizar el acceso educativo a través del análisis cuantitativo debido a falta la información disponible mensual de los agricultores ubicados en Piura en el periodo analizado en la encuesta de hogares realizado por INEI. Por lo que, este indicador relevante para la creación de oportunidades y mencionado en los antecedentes epistemológicos se incluyó en el desarrollo cualitativo de la investigación. El cual, nos indicó que los agricultores y trabajadores han tenido acceso a este a través de becas de estudios y mediante la escuela de líderes han podido recibir no solo capacitaciones técnicas sino también aprender sobre gestión, liderazgo, comportamiento del mercado que les brinda las herramientas para que en futuro puedan tener la capacidad de dirigir y liderar las cooperativas de pequeños productores.

Por otro lado, después de analizar el principio de creación de oportunidades se concuerda con *Fostering co-ownership in sustainable international value chains: The case of AgroFair*, investigación que forma parte del marco teórico del estudio y la cual concluye que el Comercio Justo brinda acceso a los pequeños productores al segmento de supermercados de rápida expansión en el mercado europeo (Leegte, Kroezen & Boselie, 2009).

Además, se concuerda con la tesis de grado desarrollado por los autores Gutiérrez y Surco, en la que se menciona que los productores con el Comercio Justo tienen el poder para decidir el destino de la prima. Aunque, existe el riesgo que por falta de preparación los productores puedan tomar una mala decisión y por consiguiente, traer un resultado negativo para el desarrollo de la organización (Gutiérrez & Surco, 2020). También, es importante resaltar que la certificación impulsa que la cooperativa mejore su organización interna y según las entrevistas realizadas se ha comprobado que estas lo vienen realizando a través de

capacitaciones en temas de liderazgo y brindándoles conocimientos que empoderen al agricultor y trabajador para asegurar la continuidad de la organización.

Asimismo, en el artículo científico titulado *Towards a More Sustainable Banana – Limitations and Strengths of a Territorial Approach* se menciona que los pequeños productores al trabajar con productos orgánicos en reemplazo de los productos químicos mejoran sus condiciones de salud, puesto que no están expuestos a sustancias tóxicas que pudieran tener efectos perjudiciales para su bienestar (Clercx y Huyghe, 2013). Es preciso, también mencionar que según la Organización Mundial de la Salud estar expuestos a residuos de plaguicidas químicos puede provocar enfermedades como cáncer o afectar el sistema inmunitario, nervioso y reproductivo (OMS, 2016). Por lo que, al pequeño productor formar parte de una asociación con la certificación de Comercio Justo no solo asegura un dinero adicional para invertirlo en su desarrollo, sino que en la producción de banano al no utilizar productos químicos se está evitando que el productor pueda tener consecuencias negativas para su salud.

En la tesis de grado titulado “Incidencia de la certificación del café en el desarrollo social y sostenible: Caso de la cooperativa Agraria Cafetalera Perene Chanchamayo 2013” elaborada por Castro (2017), se concuerda con el autor en que el Comercio Justo ha logrado impactos importantes en la cooperativa de pequeños productores como acceso a nuevos mercados, mejorar su gestión empresarial y ayudar a empoderarlos para su desarrollo personal y de su comunidad, aún falta mucho para trascender de la sobrevivencia hacia la sostenibilidad, puesto que el impacto depende del volumen de venta de la cooperativa. Mientras que, la cooperativa no tenga suficiente participación de mercado o no sea competitivo entonces el dinero de la prima no será destinado directamente al desarrollo social de sus miembros. Sino como lo afirma el gerente de Cepibo en las entrevistas realizadas, por acuerdo de los productores pueden destinar el dinero de la prima a cubrir sueldos o la falta de liquidez de la cooperativa.

En cuanto, al ingreso monetario promedio se obtuvo una relación positiva entre las exportaciones de banano orgánico en el análisis cuantitativo. Empero, contrarrestando esta información con las entrevistas a profundidad el efecto del Comercio Justo no ha influido directamente en el ingreso del trabajador. Es decir, si bien el dinero que obtienen los

agricultores y trabajadores es mayor al mercado convencional, existen otros aspectos que han sido beneficiados por el Comercio Justo como las capacitaciones y contar con mayores oportunidades de brindar acceso educativo a sus hijos, ya que el aumento en ingresos no ha sido sustancial y dependerá además de las hectáreas de banano que posea el agricultor.

Es importante, mencionar que al comercializar el banano con el sello de Comercio Justo la asociación recibe un pago adelantado que sirve para financiar la compra de insumos orgánicos, entre otras cosas. Según, la investigación *Sustainable development of Fairtrade Coffee in Laos* y *The effectiveness of agricultural certification in developing countries: A systematic review* se menciona que Fairtrade debe adelantar al menos el 60% del precio del contrato, el cual brinda un respaldo financiero para el pago de los trabajadores, adquisición de insumos de empaque y gastos de transporte. Asimismo, los productores obtienen acceso al crédito a través de su asociación.

Finalmente, si bien se comprueba la hipótesis N°1 sobre el efecto positivo de la creación de oportunidades en las exportaciones de banano orgánico producido en Piura aún existen oportunidades de mejora para lograr un mayor impacto. Como se mencionó anteriormente, este impacto dependerá del volumen exportado por la cooperativa, ya que la empresa obtiene un dólar por caja vendida que puede ser invertida en el desarrollo y empoderamiento de sus miembros.

5.2 Variable de Precio justo

Hipótesis específica N° 2: El precio justo ha repercutido favorablemente en las exportaciones de banano orgánico a los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

Como antecedente epistemológico, la investigación realizada por Borsellino, Schnimmenti y Bilali (2020) denominado *Agri-Food Markes towards Sustainable Patterns*, se menciona que el Comercio Justo exige que las empresas paguen precios más sostenibles que no deben ser nunca más bajos que los precios del mercado. Ante esta afirmación, se concuerda con lo relatado por los autores pues los precios para el modelo de negocio del Comercio Justo son más altos que los convencionales y no se encuentran supeditados por la oferta y demanda del mercado tradicional.

Asimismo, se concuerda con el artículo científico realizado por Ruben, Fort y Zúñiga-Arias (2009) titulado *Measuring the impact of fair trade on development*, el cual concluye que contar con un precio fijo para todo el año brinda mayor seguridad a los productores porque tienen conocimiento de cuánto van a ganar por caja de banano exportado. Adicionalmente, les permite tener contratos estables con sus importadores que les aseguren salidas de mercado garantizadas. Por otro lado, los autores mencionaron que el aumento de ingresos era modesto y que se había observado un mayor impacto en la acumulación de activos, uso del crédito, entre otros.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, si bien en algunas investigaciones el precio establecido por el Comercio Justo puede traer ingresos al negocio, este también puede producir pérdidas. Según, el artículo científico realizado por Meemken (2020) titulado *Do smallholder farmers benefit from sustainability standards? A systematic review and meta-analysis*, menciona que las investigaciones presenta heterogeneidad en los resultados. Es decir, pueden variar de acuerdo al tipo de producto que comercialicen, así como de la región donde se desarrolle la asociación o cooperativa y del estándar, por lo que los resultados serán diferentes si la cooperativa solo posee una certificación o, por ejemplo, además de poseer la certificación de Comercio Justo también es orgánica.

Dicho esto, los estudios mencionados como antecedentes epistemológicos sirven de marco de referencia pero el resultado de una investigación sobre café o cacao puede no tener los mismos resultados cuando se analiza el impacto del precio justo en las exportaciones de banano orgánico.

Por ende, no se puede asegurar que un productor obtendrá mayores ingresos por contar con un producto certificado ni que el aumento de precio establecido por el Comercio Justo compense los mayores costos de producción en que se incurre. Si bien, como se explicó precedentemente este precio sigue siendo mayor a comparación del mercado convencional en muchos casos no compensa los elevados costos que implica implementar las políticas que exige el CJ como es el uso de insumos orgánicos, reciclaje de los residuos del campo, entre otros. Asimismo, contar con la certificación implica procedimientos burocráticos y contratar personal más calificado a nivel cooperativo (Meemken, 2020).

Es relevante mencionar que muchas de las investigaciones como la tesis de grado desarrollada por Montes y Moreno (2020) titulado “Impacto de la Certificación de Comercio Justo en las exportaciones de cacao de la Región de San Martín a Países Bajos durante el 2009 al 2018”, no consideran los costos de producción dentro del análisis del principio del precio justo y por lo tanto, no se determina correctamente su impacto en las exportaciones.

Por otro lado, en el desarrollo cualitativo los productores manifestaron un menor rendimiento en sus plantaciones debido al uso de productos orgánicos que no tienen el mismo efecto que un producto químico en el control de plagas lo que disminuye sus ingresos. En el análisis cuantitativo, se obtiene una correlación positiva entre el ingreso y las exportaciones, sin embargo, el ingreso no incluye solo el salario mensual de los agricultores de Piura por una falta de información en el censo realizado por INEI, lo cual puede distorsionar los resultados.

Dicho esto, se difiere en lo mencionado en la investigación realizada por Ruben, Clercx, Cepeda y Hoop (2008) denominada *Fair Trade impact of banana production in El Guabo Association, Ecuador: a production function analysis*, en la cual se menciona que al comparar los pequeños agricultores de Comercio Justo y no Comercio Justo de Ecuador, la asistencia técnica trae consigo mayores rendimientos de banano que se traducen en mayores ingresos al hogar.

Como menciona Meemken (2020), el rendimiento tiene resultados contradictorios pues algunos estudios sugieren que las capacitaciones, acceso al crédito, provisión de información ayudan a aumentar los rendimientos. Mientras que, otros estudios sugieren que la restricción de insumos químicos reduce la productividad o en algunos casos la falta de fertilizantes orgánicos a nivel local.

Por último, el precio justo al no cubrir los costos de producción, las cooperativas compensan el déficit de los ingresos con el drawback y el IGV devuelto por el estado peruano. Sin embargo, queda abierta la interrogante respecto a si las cooperativas o asociaciones de pequeños productores se mantendrían vigentes en el mercado cuando estos beneficios sean eliminados.

Finalmente, se ha determinado que el precio justo no ha repercutido favorablemente en las exportaciones de banano orgánico para el periodo analizado, puesto que no se cumple con el principio del Comercio Justo, el cual nos dice que el precio justo debe cubrir los costos de producción de los pequeños productores.

5.3 Variable de Respeto por el medio ambiente

Hipótesis específica N° 3: El respeto por el medio ambiente influye positivamente en las exportaciones de banano orgánico a Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

Como antecedente epistemológico, la investigación realizada por Van Der Waal (2010) denominada *Exporting bananas for improved livelihoods and social development: Experiences and challenges from Latin America and Africa* relata que el Comercio Justo es una oportunidad de mercado alternativa para los pequeños productores para mantener prácticas agrícolas ambientalmente sostenibles a través de la agricultura orgánica como es el caso del banano. Asimismo, afirma que el uso de pesticidas ocasiona la pérdida de fertilidad de los suelos. Esta información brindada por el autor se confirma en las entrevistas realizadas a expertos donde indican que el Comercio Justo busca la preservación del medio ambiente y este criterio es auditado por la certificadora de CJ para asegurar su cumplimiento.

Además, en la tesis de post grado desarrollado por Mixad (2010) titulado *Sustainable Development of Fairtrade Coffee in Laos*, explica que el problema principal de las exportaciones es el daño ambiental y menciona que en América Latina el uso de pesticidas es el 77% de sus productos exportados. Este impacto se ha visto reflejado en el desequilibrio medio ambiental. Es importante mencionar que, el banano orgánico para desarrollarse necesita un clima tropical seco como es el clima que caracteriza al departamento de Piura, el cual se podría ver afectado ante la contaminación de sus campos. Asimismo, estas alteraciones ocasionan plagas que destruyen las plantaciones y por ende, traen consigo pérdidas económicas. Por tal motivo, el Comercio Justo regula el uso de productos químicos en toda la cadena de producción del banano para asegurar su inocuidad.

De acuerdo, a la investigación realizada por Raynolds y Keahey (2008) titulado *Fair trade, gender and the environment in Africa*, los autores mencionan que a diferencia de las certificaciones ecológicas que existen, el Comercio Justo ayuda a través de la prima para que los pequeños productores puedan tener una participación en la gestión ambiental. Asimismo, se está de acuerdo con los autores sobre que el Comercio Justo cuenta con normas de producción con estándares básicos como la prohibición del uso de agroquímicos, destrucción de suelo y manejo correcto del agua, pues en la investigación, expertos en manejo y exportación de banano orgánico manifestaron que el uso de agroquímicos es castigado por la certificadora y que inclusive se podría retirar la certificación de CJ a la cooperativa por uso de productos perjudiciales para el consumidor y para el medio ambiente. Asimismo, se realizan capacitaciones sobre el cuidado del suelo y el agua, de igual manera se cuenta con sistemas de reforestación.

Por otro lado, implementar estas prácticas agrícolas son costosas pues suponen sistemas de producción más complejas a comparación de las empresas convencionales. Según, el artículo científico realizado por Melo y Wolf (2007) denominada *Ecocertification of Ecuadorian bananas: Prospects for progressive North-South linkages*, exploran la importancia de la certificación a través de un estudio de caso de producción de bananos ecuatorianos y manifiestan que los esquemas de etiquetado generan riesgos ambientales más bajos que las empresas no certificadas. Asimismo, se acepta la afirmación de los autores en la cual mencionan que la certificación de Comercio Justo proporciona las condiciones mínimas para que los agricultores participen en técnicas de producción ambientalmente sostenibles que de otro modo no serían accesibles para los pequeños productores por el gran costo que esto acarrea como se mencionó anteriormente.

En cuanto a los resultados del análisis cuantitativos para el principio del “Respeto por el Medio Ambiente”, nos indican que las variables de producción y cosecha de banano orgánico en el departamento de Piura, están asociadas a la exportación de bananos orgánicos certificados por el CJ a Países Bajos, sin embargo, cada una presenta un nivel de asociación distinta. Para la primera variable, el programa estadístico indicó que la correlación con la variable dependiente, es positiva baja y el nivel de probabilidad es menor que 5%, por lo que aceptamos la correlación entre ambas variables. Mientras que en la segunda variable, se

observa que el resultado del programa estadístico indica que existe una correlación entre la variable dependiente e independiente, a un nivel de asociación moderada con un nivel de probabilidad menor al 5%. Por este motivo, siguiendo el principio del modelo de gravitación, se puede confirmar que ambas variables influyeron en las exportaciones de banano orgánico certificados por el CJ, producidos en Piura, con destino a Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

Asimismo, para validar los resultados mencionados, se recurrió a estudiar la investigación “The effectiveness of agricultural certification in developing countries: a systematic review” (Oya et al., 2018), el cual indica que el Fairtrade realiza una serie de interacciones en el mercado para los productos certificados. Dando así, oportunidad de ingreso a nuevos mercados y mercados Premium a aquellos agricultores que se encuentran en países en desarrollo, expandiendo su cartera de cliente y así motivándolos a seguir produciendo bananos orgánicos bajos los estándares del CJ.

Por otro lado, en las investigaciones “Money Well Spent? Operation, Mainstraming and Fairness of Fairtrade”, y “Reviewing the impact of sustainability certification on food security in developing countries”, indican que el Comercio Justo cuenta con un programa de desarrollo de mejores prácticas agrícolas, las cuales están dirigidos a los agricultores certificados, en donde se pueden observar técnicas de producción y cosecha de forma más rentable. Asimismo, este programa aporta métodos de gestión para que el agricultor tenga un mejor manejo de cada proceso de producción. De igual forma, preparan a estos agricultores mediante capacitaciones y estudios sobre técnicas de elección del suelo apropiado para la siembra y cosecha, cambios climáticos y detección anticipada de plagas.

Finalmente, en la tesis de grado publicado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas titulado “Impacto de la Certificación de Comercio Justo en las exportaciones de cacao de la Región de San Martín a Países Bajos durante el 2009 al 2018”, mencionan que existe una tendencia creciente sobre la protección del medio ambiente y es un concepto que toma cada vez mayor valor en el mundo de los negocios. Esto se pudo comprobar en la investigación, pues la demanda de productos orgánicos está en crecimiento. Si bien, se concuerda con los autores sobre el impacto positivo que tiene el respeto por el medio ambiente en las exportaciones, es importante resaltar que las organizaciones cumplen los

criterios mínimos ya que para el caso de banano todavía se están explorando temas como reciclaje de residuos, nuevas certificaciones para el control de contaminantes y uno de los grandes limitantes para los pequeños productores es la inversión necesaria para lograr un mayor impacto.

Por otro lado, para el desarrollo cualitativo se planteó entrevistar no solo a exportadores de banano orgánico sino también a especialistas que trabajen para gremios privados y entidades gubernamentales como el Ministerio de Agricultura. Se intentó contactar con el director ejecutivo de AGROIDEAS encargado de dirigir el programa de compensaciones para la competitividad, sin embargo no se tuvo éxito por la falta de disponibilidad de la persona. Asimismo, la Coordinadora de pequeños productores del Perú (CNJ) está conformado por las cooperativas de pequeños productores que poseen diferentes productos con el sello del CJ y se ubican en diferentes departamentos de nuestro país. Los representantes son elegidos a través de votos de todos los miembros y el único representante del banano es el gerente general de la cooperativa APPBOSA, quién no nos pudo ofrecer una entrevista alegando contar con poco personal por la coyuntura actual en la que nos encontramos atravesando.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este último capítulo, después de haber realizado todo el proceso de investigación se mencionarán los principales hallazgos encontrados y recomendaciones para futuras investigaciones, así como sugerencias dirigidas a los actores involucrados en el presente estudio.

6.1 Conclusiones

- Como resultado del trabajo de investigación presentado, se puede concluir que el precio y la prima de Comercio Justo son los factores más valorados por las pequeñas organizaciones de productores de Piura. Puesto que, ambos los ayudan a proyectar sus ingresos y a partir de ahí, construir un plan de trabajo para mejorar su operatividad y eficiencia.
- El precio fijo reduce la incertidumbre del pequeño productor y tiene un efecto directo en él. Si bien, este precio justo es más alto que el mercado convencional estos se ven afectados con los mayores gastos que acarrea exportar bajo la certificación de Comercio Justo. Por lo tanto, el precio establecido para el banano no ha impactado positivamente en las exportaciones a Países Bajos.
- Las asociaciones han realizado actividades, capacitaciones y programas para mejorar la calidad de vida de sus agricultores y trabajadores. Las actividades que realiza una asociación son seleccionadas democráticamente por los mismos productores y dependerá de cada criterio, por lo tanto puede tener diferentes impactos en el desarrollo de una organización.
- En el caso del banano, el Comercio Justo ha brindado oportunidades de desarrollo a los pequeños productores y trabajadores que sin este modelo de comercio no podrían acceder.
- La prima de Comercio Justo también ha sido destinada en implementar prácticas medio ambientales en las asociaciones. Este factor es el más relevante para los productores que la creación de oportunidades, ya que si no se cumplen con este

criterio no podrán exportar bajo la certificación de Comercio Justo. Por tal motivo, existe una influencia del respeto por el medio ambiente en las exportaciones de banano orgánico proveniente de Piura.

- Según el análisis cuantitativo, se obtiene que el principio de la creación de oportunidades de la certificación del Comercio Justo tiene una fuerte relación con las exportaciones del banano orgánico producidos en el departamento de Piura, ya que lo productores cuentan con apoyo económico mediante acuerdos crediticios para poder aumentar su producción y conseguir acceso a nuevos mercados.

6.2 Recomendaciones

6.2.1 Asociaciones y cooperativas

- Se les recomienda mejorar la productividad del campo a través de un plan de trabajo factible y adoptar mejores técnicas de producción para poder obtener mayores ingresos, así como conseguir mayor participación de mercado. Asimismo, realizar convenios con universidades para que se investigue este aspecto.
- Se sugiere trabajar en la gestión de la asociación o cooperativa, es decir revisar los factores internos como el sentido de pertenencia del productor con la organización, lograr reuniones de trabajo productivas, emplear una gestión de personal adecuada, entre otras.
- Se aconseja revisar y reestructurar los costos de producción. Si es necesario, plantearse la idea de realizar compras conjuntas con otras asociaciones de insumos para abaratar los costos como importaciones de cajas o compras de fertilizantes orgánicos.
- Se propone asegurar en lo máximo posible la integridad del banano para evitar ser investigado por la certificadora por uso de productos químicos y de esta forma, disminuir la posibilidad de perder importadores en lugar de crear relaciones comerciales a largo plazo con los socios.

- Finalmente, se recomienda que se aumente en la medida de lo posible la inversión en educación tanto técnica como empresarial de los agricultores quiénes dirigirán la asociación o cooperativa en un futuro para lograr una continuidad del negocio.

6.2.2 Entidades del Estado

- Se recomienda apoyar al sector bananero con estudios sobre la prevención de plagas y hongos que afectan el cultivo. En las entrevistas realizadas, se mencionó una amenaza contra la producción mundial de banano llamado Fusarium Raza 4, el cual ya ha afectado a países asiáticos, del medio oriente, India, entre otros países. Esta enfermedad eventualmente podría llegar a Sudamérica, por lo que se sugiere crear un plan estratégico para implementar acciones preventivas.
- Si bien, el estado ha creado proyectos para empoderar a las asociaciones de pequeños productores se sugiere seleccionar el personal adecuado orientado a los resultados y que se ajuste al perfil que se necesita para liderar un proyecto.
- Revisar el Tratado de Libre Comercio para poder entablar conversaciones con la Unión Europea y obtener mejores impuestos. Según, los expertos en el sector bananero los aranceles no los ayudan a ser más competitivos al haber otros países con menores impuestos gravados al banano orgánico.
- Se recomienda al ministerio y a las entidades públicas mejorar y actualizar la información sobre data de exportaciones, producción, impacto de las certificaciones, censos, etc. Puesto que, es relevante contar con una amplia data del sector tanto para los exportadores como para los diferentes actores involucrados en el sector bananero.
- Se sugiere revisar las necesidades de los agricultores peruanos. El Perú es uno de los países con mayor biodiversidad y el sector agrícola es uno de los más importantes para las exportaciones no tradicionales. Sin embargo, existen grandes deficiencias en este sistema como el deterioro de los recursos naturales por empresas informales. Así como, falta de infraestructura como carreteras y puentes que dificultan el traslado de productos al interior del país. Además, se debería aumentar la asistencia técnica en temas de innovación tecnológica y gestión empresarial para mejorar su productividad.

6.2.3 Investigadores

- De acuerdo, a los resultados obtenidos en la investigación se les recomienda enfocarse en los otros principios que contempla el Comercio Justo para tener una visión más amplia de los efectos de la certificación en las exportaciones de banano orgánico.
- Además, en un lapso de 6 años se recomienda investigar el impacto de la nueva certificación de carbono neutral en las exportaciones de banano orgánico de la Asociación BOS de Salitral, quién ha sido pionera al obtener la primera certificación de este tipo y se espera que aumente sus ingresos, accesos a nuevos mercados y competitividad. Al mismo tiempo que, disminuya la huella de carbono de banano orgánico.
- Finalmente, se recomienda investigar otros nichos de mercado ya que los productos con certificación de Comercio Justo están creciendo y el Perú cuenta con 6 productos certificados aparte del banano. Asimismo, se puede considerar investigar los factores internos y externos de una organización que puedan generar un impacto positivo o negativo en las exportaciones. Si bien, no existen muchas investigaciones sobre el impacto del Comercio Justo en las exportaciones estas se centran principalmente en los pequeños productores por lo que se plantea la posibilidad de investigar el impacto en toda la cadena de distribución.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aponte, A. & Pierril, L. (2010). Síntesis del estudio de impacto del comercio justo en dos organizaciones de productores de banano del Valle del Chira-Piura-Perú. Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières: Lyon.
- Banco Central de Reserva del Perú (2019) Balanza de pagos. Guía Metodológica de la Nota Semanal. Recuperado de: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Guia-Metodologica/Guia-Metodologica-12.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú (2018) Memoria Anual BCRP 2018: Anexos. Recuperado de: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2018/memoria-bcrp-2018-8.pdf>
- Bolívar, L., Cruz, N. & Pinto, A. (2015). Modelo Gravitacional del Comercio Internacional Colombiano, 1991-2012. Economía & Región. 9(1), 245-270.
- Borsellino, V., Schimmenti, E. & El Bilali, H. (2020). Agri-food Markets towards Sustainable Patterns. Revista internacional Sustainability. 35(1), 5-30.
- Business Anti-Smuggling Coalition. (2020). Certificación BASC. Recuperado de <https://www.bascperu.org/>
- Castro, A. (2015). Incidencia de la Certificación del café en el desarrollo social y sostenible: Caso de la Cooperativa Agraria Cafetelera Perene - Chanchamayo, 2013 (Tesis de grado). Recuperado de: <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/996>
- Cafiero, J. (2005). Modelos gravitacionales para el análisis del comercio exterior. Revista del Comercio Exterior e Integración. Recuperado de: <https://bit.ly/3hl2Lsh>
- Central Intelligence Agency. (2020). The World Factbook. Recuperado de <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/>
- CIPCA (2019) Estudio sobre la certificación de Comercio Justo Fairtrade en Piura. Recuperado de: <https://url2.cl/HDQle>
- Clercx & Huyghe (2013). Towards a more sustainable banana-limitations and strengths of a territorial approach. International Society for Horticultural Science, Vol.986, pp.353-362.
- Cheesman, E. E. (1948). «Classification of the Bananas. III. Critical Notes on Species. c. Musa paradisiaca L. and Musa sapientum L.». Kew Bulletin 2 (3). pp. 145–153. doi: 10.2307/4119749
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2013). Comercio internacional y desarrollo inclusivo Construyendo sinergias. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/27975/3/S2012927.pdf>
- Conroy, M. (2005) Certification systems as tools for natural asset building: potential, experience to date, and critical challenges. PERI Working Paper, 100. University of Massachusetts: Amherst.

- Diario Oficial de la Unión Europea (2007) Reglamento (CE) Nº 834/2007 DEL CONSEJO de 28 de junio de 2007. Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2007R0834:20081010:ES:PDF> [Consulta: 11 de mayo].
- Fairtrade (2019) Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de pequeños productores. Recuperado de: https://files.fairtrade.net/standards/SPO_SP.pdf
- Fairtrade (2020) Choosing a Fairer Future Through Trade. Annual Report 20018-2019. Recuperado de: https://files.fairtrade.net/publications/2018-19_FI_AnnualReport.pdf
- Fairtrade (2019) Scope and Benefits of Fairtrade: Bananas. Monitoring Report 10th Edition. Recuperado de: https://files.fairtrade.net/publications/2019_Monitoring_Bananas_10thEd.pdf
- Fairtrade (2020) Fairtrade Minimum Price and Premium Information. Recuperado de : <https://www.fairtrade.net/standard/minimum-price-info>
- Fairlie, A. (2008). Asociaciones de pequeños productores y exportaciones de banano orgánico en el valle del Chira. Revista del Consorcio de Investigación Económica y Social, 1(69), 31-39. Recuperado de: <https://url2.cl/BmCHc>
- Fao (2016): Todo sobre los bananos: Lo que debería saber sobre esta fruta tropical. Recuperado de: <http://www.fao.org/zhc/detail-events/es/c/447827/>
- Fao (2017) Producción de banano orgánico en Perú. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/a-i6870s.pdf>
- Fao (2020): Foro Mundial Bananero. Recuperado de: <http://www.fao.org/world-banana-forum/es/>
- Fierro, I. & Villacres, C.(2014). Diagnóstico de la cadena logística de exportación del banano ecuatoriano hacia Estados Unidos de América. Saber, ciencia y libertad 8(2) pp.79. Recuperado de: <https://bit.ly/2ZZFWU9>
- Fita, A. (2006). El modelo de inserción y la posición competitiva de los países en transición de la Europa central en el actual entorno global. (Tesis doctoral). Universidad de Barcelona., Barcelona, España.
- Fort & Ruben(2008) The impact of Fair Trade on banana producers in Nohern Peru. The impact of Fair Trade (49-72)
- García, A. (2010). De la ventaja comparativa a la ventaja competitiva: Una explicación al comercio internacional. Publicación del ICESI, 1(60), 47-52.
- Gómez, S. (2012). Metodología de la Investigación. Red Tercer Milenio. Recuperado de: <https://url2.cl/Bsg4v>
- Gutiérrez, V. & Surco, A. (2020). Efecto positivo del Comercio Justo en la comunidad puneña con respecto a las exportaciones de quinua hacia Francia, dentro del marco de vigencia del Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea, durante los años 2008-2018 (Tesis de grado). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10757/651628>

- Handl, G. (2012). Declaración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano (Declaración de Estocolmo), de 1972, y Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, de 1992. Recuperado de https://legal.un.org/avl/pdf/ha/dunche/dunche_s.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M.P. (2014). Metodología de la Investigación. 6a ed. México: Mc Graw Hill Education.
- Israeli, Y. & Lavah, E. (2016). Tropical Agriculture. Banana. Encyclopedia of Applied Plant Sciences, Vol.3 ,pp. 366-381. doi: 10.1016/B978-0-12-394807-6.00072-1
- Inurritegui, M. (2006). Es Importante el Capital Social para que el Pequeño Agricultor se beneficie del Comercio Exterior?: estudio de caso sobre la cadena de exportación del banano orgánico en el valle del Chira, Piura. In: Perú: el Problema Agrario en Debate; SEPIA XI. Trujillo, SEPIA.
- Krumbiegel, K., Marterns, M. & Wollni, M. (2018) The Role of Fairtrade Certification for Wages and Job Satisfaction of Plantation Workers. Revista World Development. 102(2018), 195-212. doi: 10.1016/j.worlddev.2017.09.020
- Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2012). Economía Internacional. Teoría y Política. Madrid: Pearson Educación.
- Konuk, F. (2019) Consumer's willingness to buy and willingness to pay for fair trade food: The influence of consciosness for fair consumption, envionmental concern, trust and innovativeness. Revista Food Research International. 120(2019), 141-147. doi: 10.1016/j.foodres.2019.02.018
- Leegte, R.; Kroezen, J. & Boselie, D. (2009) Fostering co-ownership in sustainable international value chains: The case of AgroFair. Jonker, J & Eskildsen, J (1), Management Models for the future (63-79) Heidelberg:Spring.
- Lim, M., Mak, H. & Park, S. (2019). Money Well Spent? Operations, Mainstraming, and Fairness of Fair Trade. Artículo de la revista Production and Operations Management. 55(28), 1-19. doi: 10.1111/poms.13011
- Linnemann, H. (1966). The Economic Jouenal. An Econometric of International Trade Flows, 77(306), 366-368.
- Maertens, M. (2019). Sustainable employment: Fairtrade does not walk the talk. Nature sustainability 2, 549-550. doi: 10.1038/s41893-019-0332-0
- Meemken, E. (2020). Do smallholder farmers benefit from sustainability standards? A systematic review and meta-analysis. Global Food Security 26(1), 1-10. doi: 10.1016/j.gfs.2020.100373
- Mendoza, J. (2012). La teoría en la investigación científica: marco teórico, modelos y medición. Metodología para investigaciones de alto impacto en las ciencias sociales. Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/8565/>

- Melo & Wolf (2007). Ecocertification of Ecuadorian bananas: Prospects for progressive North-South linkages. *Studies in Comparative International Development* 42(3-4), 256-278. doi: 10.1007/s12116-007-9009-1
- Minagri (2011) Banano. Recuperado de: https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/biblioteca-virtual/ficha-tecnica-2011/ficha_banano.pdf
- Minagri (2014) Tendencias de la producción y el comercio del banano en el mercado internacional y nacional. Recuperado de: <https://www.minagri.gob.pe/portal/analisis-economico/analisis-2014?download=6607:el-banano-peruano>.
- Minagri (2018) Situación Comercial del Banano Orgánico en el mercado Europeo. (Nota Técnica Nº 5). Recuperado de: <https://www.minagri.gob.pe/portal/analisis-economico/analisis-2018?download=13898:situacion-comercial-del-banano-organico-en-el-mercado-europeo>
- Minagri (4 de noviembre de 2019) Exportaciones de banano orgánico superan los USD 117 millones hasta setiembre de este año. Gobierno del Perú. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/minagri/noticias/65980-exportaciones-de-banano-organico-superan-los-us-117-millones-hasta-setiembre-de-este-ano>
- Mincetur & Promperú (2010) Guía de requisitos sanitarios y fitosanitarios para exportar alimentos a la Unión Europea. Recuperado de: http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_ue.pdf
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2018). Situación Comercial del Banano Orgánico en el Mercado Europeo. Recuperado de <https://bit.ly/2FwoShc>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). Reporte de Comercio Regional Piura - 2018. Recuperado de: <https://bit.ly/33MHTEu>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (28 de Septiembre de 2018). Impulso exportador: 560 productores de banano orgánico de Piura reciben marca colectiva “Ecochira”. Recuperado de <https://bit.ly/3aGnowv>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2014). El Banano Peruano, Producto Estrella de Exportación. Recuperado de <http://siea.minagri.gob.pe/siea/?q=el-banano>
- Mixad, V. (2010) Sustainable Development of Fairtrade Coffee in Laos or “Old Wine in a New Bottle?” (Tesis de pregrado, University of Newcastle). Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/278312605>
- Montes, D. & Moreno, S. (2020). Impacto de la Certificación de Comercio Justo en las exportaciones del Cacao de la Región San Martín a Países Bajos durante el 2009 al 2018 (tesis de grado). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10757/650359>
- Muñoz, C. (Mayo 2010). ¿De qué hablamos cuando hablamos de oportunidades?. *Trend Managment*. Recuperado de: <https://bit.ly/300aeGw>

- Mook, A. & Overdest, C. (2020). Fairtrade credentialism: towards understanding certified producer organization' perceptions of Fairtrade as a credential. *Revista Globalization*. 17(1), 110-125. doi: 0.1080/14747731.2019.163811
- Naciones Unidas (1992) Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, 1992. Recuperado de: <https://bit.ly/32UrLSL>
- Organización Mundial de la Salud (diciembre, 2012) Guideline: Potassium intake for adults and children. Recuperado de: <https://www.who.int/publications-detail/9789241504829>
- Organización Mundial de la Salud (mayo, 2016) ¿Residuos de plaguicidas en los alimentos?. Recuperado de: <https://www.who.int/features/qa/87/es/>
- Organización Mundial del Comercio (mayo, 2020) Acuerdo sobre la Agricultura. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/14-ag_02_s.htm#ArticleIX
- OMPI (2020) ¿Qué es la propiedad intelectual? Recuperado de: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf
- Oya, C., Schaefer, F. & Skolidou, D. (2018). The effectiveness of agricultural certification in developing countries: A systematic review. *Revista World Development*. 112(2018), 282-312. doi: 10.1016/j.worlddev.2018.08.001
- Petit Primera, J. (2014). La Teoría Económica y sus principios fundamentales. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 137-162.
- PROMPERU (2015) Informe Especializado: Guía de acceso para alimentos al mercado de la Unión Europea. Recuperado de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radF176B.pdf>
- PROMPERU (2013). Plan estratégico de mercados e inteligencia comercial. Precio Internacional. Recuperado de: <https://bit.ly/32QTjbb>
- Raynolds, L. (2002) Poverty alleviation through participation in fair trade coffee networks: Existing research and critical issues. Background Paper Prepared for Project Funded by the Community and Resource Development Program New York.
- Raynolds, L. & Keahey, J. (2008). Fair Trade, Gender and Environment in Africa.
- Rogers, P. (2014). La teoría del cambio, Síntesis metodológicas: evaluación de impacto n.º 2, Centro de Investigaciones de UNICEF, Florencia.
- Rodríguez, E (2005). Metodología de la Investigación (1.a ed.). Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Ruben, R.; Fort, R. & Zúñiga- Arias, G. (2009). Measuring the Impact of Fair Trade on Development. En *Development in Practice* (p. 777-788).
- Ruben, Clercx, Cepeda & Hoop. (2008). Fair Trade impact of banana production in El Guabo Association, Ecuador: a production function analysis. *The Impact of Fair Trade* (155-166)

- SUNAT (2020). Estructura del Arancel de Aduanas en el Perú. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/aranceles/estructura.html>. [Consulta 21 de mayo de 2020].
- Socias Salva, A. & Doblas, N. (2005). Fair Trade: Implications on the Economy and Solidarity. CIRIEC España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa 51: 7-24.
- Schleifer, P. & Sun, Y. (2020). Reviewing the impact of sustainability certification on food security in developing countries. Revista Global Food Security. 24(2020), 1-7.
- Tapia, J. (2015) Teoría de los precios. Universidad Metropolitana Latín Campus: Morelia. Recuperado de: <https://www.umla.edu.mx/PlataformaDigital/Antologias/TEORIADELOSPRECIOS.pdf>
- Tinbergen, J. (1962). Shaping the World Economy: Suggestions for an International Policy. New York: Twentieth Century Fund
- Van Der Waal, J. (2010) Exporting bananas for improved livelihoods and social development: Experiences and challenges from Latin America and Africa. Acta Horticulture, (879), 57–65.
- Vargas, J. (Octubre de 2011). Banano Orgánico, producción para Comercio Justo, pequeños productores y la agenda de trabajo digno: Una experiencia exitosa en el Valle del Río de Chira, Piura, Perú. Programa Laboral de Desarrollo. Recuperado de: https://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/Borrador_final_PLADES_JCV.pdf
- World Fair Trade Organization. (2013). Historia y futuro de la Organización Mundial del Comercio. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/historywto_00_s.pdf
- World Fair Trade Organization. (2014). La OMC en pocas palabras. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/inbrief_s/inbr_s.pdf
- World Fair Trade Organization. (2020). Organización Mundial de Comercio Justo. Recuperado de <https://wfto.com/>
- WTO. (29 de Diciembre de 2008). WTO. Informe sobre el comercio mundial 2008. El comercio en un mundo en proceso de globalización., 31-90. Obtenido de Informe sobre el comercio mundial 2008. El comercio en un mundo en proceso de globalización. (Pp 31-90).
- WTO. (26 de Diciembre de 2019). Obtenido de World Trade Organization: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm
- WTO. (28 de 12 de 2019). World Trade Organization. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tbt_s/tbt_info_s.htm
- WTO. (28 de 12 de 2019). World Trade Organization. Obtenido de Información técnica sobre las normas de origen: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/roi_s/roi_info_s.htm
- Zavaleta, N. (5 de abril de 2018). Piura consolida su exportación de banano orgánico a Europa y Asia. Andina. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-piura-consolida-su-exportacion-banano-organico-a-europa-y-asia-705535.aspx>

Zavaleta, N. (28 de setiembre de 2018). Productores de banano orgánico de Piura exportarán con marca colectiva. Andina. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-productores-banano-organico-piura-exportaran-marca-colectiva-726783.aspx>

Zavaleta, N. (21 de octubre de 2016). Perú es el primer productor mundial en comercio justo y segundo en café orgánico. Andina. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-es-primer-productor-mundial-comercio-justo-y-segundo-cafe-organico-636557.aspx>

ANEXOS PERTINENTES

Anexo 1. Matriz de Consistencia

EFFECTO DE LA CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO EN LAS EXPORTACIONES DE BANANO ORGÁNICO CON PARTIDA ARANCELARIA 0803.90.11.00 DE VALLE DE PIURA, DEPARTAMENTO DE PIURA, AL MERCADO DE PAÍSES BAJOS DURANTE LOS AÑOS 2013-2018.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
<u>Problema Principal</u>	<u>Objetivo Principal</u>	<u>Hipótesis Principal</u>	<u>Dependiente:</u>	1. Tipo y diseño de la investigación La investigación se realizará bajo el enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo). 2. Unidad de estudio Impacto del Comercio Justo en los niveles de exportación de banano.
¿Cuál es el efecto de la certificación de comercio justo en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803901100 del departamento de Piura al mercado de Países Bajos durante los años 2013-2018?	Analizar si la creación de oportunidades para productores en desventaja económica, precio justo y respeto por el medio ambiente influyó en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803901100 del departamento de Piura al mercado de Países Bajos durante los años 2013-2018.	La creación de oportunidades para productores en desventaja económica, precio justo y respeto por el medio ambiente influyeron positivamente en las exportaciones de banano orgánico 0803.90.11.00 del departamento de Piura, al mercado de Países Bajos durante los años 2013-2018".	Y = Exportaciones de banano orgánico bajo el concepto de Comercio Justo	
<u>Problemas Secundarios</u>	<u>Objetivo Secundarios</u>	<u>Hipótesis Secundarias</u>	<u>Independiente:</u>	3. Población de estudio La población en estudio estará compuesta por productores y exportadores de banano orgánico del departamento de Piura.
¿Cómo la creación de oportunidades influye en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803901100 del departamento de Piura al mercado de Países Bajos durante el periodo 2013-2018?	Examinar si la creación de oportunidades influyó en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 del departamento de Piura al mercado de Países Bajos durante el período 2013-2018.	Si se cumple con la creación de oportunidades gracias al comercio justo y este incide favorablemente en las exportaciones del banano orgánico a los Países Bajos	X1=Creación de oportunidades Indicadores: Nivel de pobreza Acceso a créditos Acceso a educación superior	

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
. ¿Cómo el precio justo ha repercutido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803901100 del departamento de Piura a los Países Bajos durante el periodo 2013-2018?	. Estudiar si el precio justo ha repercutido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803901100 del departamento de Piura al mercado de Países Bajos durante el periodo 2013-2018.	. El precio justo ha repercutido favorablemente en las exportaciones de banano orgánico a los Países Bajos.	X2=Precio justo Indicadores: Tipo de cambio Desgravación arancelaria	4. Muestra La muestra está compuesta por productores que exportaron banano orgánico y bajo el sello del Comercio Justo a Países Bajos y que además se encuentren en Piura, en el periodo del 2013 y 2018
. ¿Cómo el respeto por el medio ambiente ha influido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803901100 del departamento de Piura al mercado de Países Bajos durante el periodo 2013-2018?	. Examinar si el respeto por el medio ambiente ha influido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 del departamento de Piura al mercado de Países Bajos durante el periodo 2013-2018.	. El respeto por el medio ambiente influye positivamente en las exportaciones de banano orgánico a Países Bajos.	X3=Respeto por el medio ambiente Indicadores: Rendimiento Cosecha	5. Técnicas de recolección de datos Las técnicas a utilizar constan de: Análisis de Data y Documentos, Entrevistas a especialistas y empresas del sector.
				6. Análisis de datos: La información obtenida a través de bases de datos y entrevistas han sido analizadas utilizando el software de SPSS y Atlas. Ti respectivamente.

Nota: Elaboración Propia

Anexo 2. Principales empresas exportadoras piuranas de banano orgánico de Comercio Justo con destino a Países Bajos de 2013 al 2018

EXPORTADOR	TOTAL US\$ FOB	TOTAL KG
COOPERATIVA AGRARIA APPBOSA	49.616.916	66.701.552
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO VALLE DE CHIRA	33.141.014	44.350.105
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO SECTOR EL MONTE Y ANEXOS MALLARITOS	27.864.987	38.673.502
ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES ORGANICOS DE QUERECOTILLO	23.156.790	31.014.108
ASOCIACION COMUNAL DE PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO DE QUERECOTILLO Y ANEXOS	20.516.358	26.461.220
ASOCIACION DE BANANEROS ORGANICOS SOLIDARIOS SALITRAL	13.650.804	18.671.527
CENTRAL PIURANA DE ASOCIACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO (CEPIBO)	11.846.559	16.720.640
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO DE SALITRAL -SULLANA	10.610.967	13.633.262
UNION DE BANANEROS ORGANICOS INMACULADA-COOPERATIVA AGRARIA DE USUARIOS UBOIC	6.942.381	9.575.434
ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS ORGANICOS SAN RAFAEL	6.283.595	8.185.739
AGRO PACHA S.A.	5.091.946	7.162.412
ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO DE MONTENEGRO VALLE DEL CHIRA SULLANA	4.461.486	6.039.845
ASOCIACION DE MICRO-PRODUCTORES DE BANAN-COOPERATIVA AGRARIA DE PRODUCTORES ORGANICOS AMPBAO	4.373.913	6.132.045
BANANOS RIO CHIRA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	3.608.488	5.172.655
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO SAN AGUSTIN DE MALLARES - APBOSA	3.044.841	4.074.969
TOTAL	224.211.045	302.569.015

Nota: Adaptado de Veritrade (2020)

Anexo 3. Acceso a la información Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

San Isidro, 26 de junio de 2020

OFICIO N° 141 -2020-PROMPERÚ/GG-OAD

Señoritas
MAYRA HUMAN – KARINA CCACYA
Presente. -

Asunto: Solicitud de Acceso a la Información Pública de fecha 24/06/2020

Referencia: Correo electrónico de fecha 24 de junio de 2020

De mi consideración:

Es grato dirigirme a usted, en atención a su solicitud de fecha 24 de junio, recibida por correo electrónico, al amparo de la Ley 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la información pública, a fin de informarle que el día de hoy el Jefe de la Oficina de Tecnologías de la Información, envío respuesta vía correo electrónico, dando así atención a su solicitud.

Atentamente,

Jorge Carlos Pastor Ballón
Jefe de la Oficina de Administración

Firmado digitalmente por:
PASTOR BALLÓN Jorge
Carlos FAU 20307167442 hard
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 26/06/2020 14:55:45.000

Anexo 4. Acceso a la información Ministerio de Agricultura y Riego

PERÚ

Ministerio
de Agricultura y Riego

Oficina de Atención a la Ciudadanía y
Gestión Documentaria

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Universalización de la Salud"

Lima, 08 de julio de 2020

CARTA N° 236-2020-MINAGRI-SG/OACID-TRANSP

Señor

JULIO RICARDO MOSCOSO CUARESMA
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
Prolongación Primavera N.º 2390-Santiago de Surco
Lima. –

Asunto : Acceso a la Información Pública

Referencia : EMAIL N° 118-2020-MINAGRI-DGESEP/DEA-DEA-AD

Tengo el agrado de dirigirme a usted, en atención a su pedido de información realizada en el marco del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, registrada con Código Único de Trámite – CUT N° 16668-2020.

Sobre el particular, se le adjunta el **EMAIL N° 118-2020-MINAGRI-DGESEP/DEA-DEA-AD** del 07 de julio de 2020, emitido por la Dirección de Estadística Agraria de la Dirección General de Seguimiento y Evaluación de Políticas, mediante el cual absuelve su pedido de información.

Atentamente,

Anexo 5. Guía de preguntas - Entrevista a exportadores de banano orgánico

Fecha: _____ Hora: _____

Nombre del Entrevistado:

Cargo y Empresa donde labora:

Introducción

El presente estudio tiene como objetivo investigar el efecto de las exportaciones de bananos orgánicos producidos en Piura teniendo como principal destino a los Países Bajos durante los años 2013-2018 y al mismo tiempo, empleando las prácticas del Comercio Justo. Por lo que, nos dirigimos hacia su persona para poder acceder a información basada en su experiencia en el sector agrícola. La entrevista tendrá una duración de 40 a 55 minutos aproximadamente y se solicita su autorización para realizar grabaciones de audio con el único fin de registrar sus respuestas.

Sobre el producto: Bananos Orgánicos

1. ¿Cómo se han comportado las exportaciones de banano orgánico desde el año 2013?
2. ¿Qué factores influyen en las exportaciones de banano orgánico?
3. ¿Considera que la firma del TLC con la Unión Europea ha beneficiado a las exportaciones de banano orgánico?
4. ¿Por qué cree usted que la producción de banano orgánico se ha centrado principalmente en Piura?
5. ¿Podría afirmar que existe un mayor interés por los productos orgánicos y que Países Bajos es un buen mercado de destino para el banano orgánico?
6. ¿Qué acciones adicionales se podrían realizar para capturar un mayor porcentaje del mercado de Países Bajos?
7. Se ha leído un artículo donde se menciona el apoyo de entidades estatales como MINAGRI durante la producción y la comercialización de bananos orgánicos, ¿Qué tan importante es el apoyo de las entidades estatales?

8. ¿Cómo se diferencia la producción del banano orgánico de los convencionales?

Sobre Comercio Justo

1. ¿Qué factores determinaron su ingreso al sistema de Comercio Justo?
2. ¿Anteriormente ha apoyado iniciativas del Comercio Justo en otras asociaciones o cooperativas? Si su respuesta es positiva, ¿podría mencionar alguno de ellos?
3. ¿En su opinión cómo describiría el proceso de certificación?
4. ¿Qué factores dificultaron la implementación de Comercio Justo en su organización?
5. ¿Cuántas inspecciones anuales de Comercio Justo tiene?
6. ¿Cuáles son los objetivos del Comercio Justo y cómo se organizan para poder cumplirlos?
7. ¿Cree usted que el Comercio Justo es una alternativa real del mercado y una estrategia de desarrollo?
8. ¿De qué manera invierten el dinero obtenido de la prima de Comercio Justo y por qué decidieron priorizarlo de esa forma?

OBJETIVO N°1:

Explicar si la creación de oportunidades influyó en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el período 2013-2018.

1. En su experiencia, ¿podemos hablar o no de un aporte hacia la inclusión de ciudadanía a través de las agrupaciones de pequeños productores?
2. ¿Los agricultores y trabajadores reciben capacitaciones relevantes para la creación de oportunidades? ¿De qué tipo y con cuanta frecuencia?
3. Además de las capacitaciones, ¿El Comercio Justo ha fomentado en su asociación la participación en ferias comerciales y acceso a créditos?
4. ¿Considera que la certificación de Comercio Justo ha ayudado a su asociación a acceder a nuevos mercados internacionales y a mantener mejores relaciones comerciales?
5. De acuerdo a su opinión, ¿Las actividades realizadas para la creación de oportunidades influye de manera positiva en las exportaciones de banano orgánico?

OBJETIVO N°2:

Determinar si el precio justo ha repercutido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

1. ¿Bajo qué criterios se determina el precio mínimo del Comercio Justo? ¿Aproximadamente cuánto tiempo está vigente y por qué razones puede variar?
2. ¿Considera que el precio mínimo es uno de los factores más relevantes del Comercio Justo?
3. En comparación con otros países, ¿Cuál es su opinión sobre el precio mínimo fijado para el banano orgánico peruano?
4. ¿El precio mínimo le permite cubrir sus costos de producción?
5. ¿Considera que el precio justo influye de alguna manera positiva en el incremento de las exportaciones de banano orgánico?

OBJETIVO N°3:

Explicar si el respeto por el medio ambiente ha influido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

1. ¿Qué políticas se han implementado durante la producción de bananos orgánicos con el fin de preservar el medio ambiente?
2. ¿Se ha destinado dinero de la prima del Comercio Justo para reemplazar los fertilizantes químicos y fortalecer su capacidad tecnológica con el propósito de avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles?
3. ¿Son los agricultores y trabajadores de su asociación más conscientes sobre el consumo responsable de recursos naturales como el suelo y agua?
4. ¿El cuidado del medio ambiente en todas las etapas de producción es un factor relevante para sus clientes internacionales como Países Bajos?
5. Según su experiencia, ¿Considera que el respeto por el medio ambiente influye de manera positiva en las exportaciones de banano orgánico?

6. ¿Cree usted que el crecimiento económico de un país y la preservación del medio ambiente son conceptos que deben trabajarse juntos y no de forma aislada?

Preguntas generales:

¿Cuántos productores conforman su asociación o cooperativa?

¿Qué recomendaciones plantearía usted para un mayor desarrollo del sector, tanto a nivel nacional como internacional?

FIN

La entrevista ha concluido, muchas gracias por su tipo y apoyo brindado para el desarrollo de esta investigación.

Anexo 6. Validación de instrumentos de recolección de información

Miguel Angel Esparta Sanchez <miguel.esparta@upc.pe>

Jue 16/07/2020 19:03

Para: u201315228 (Huaman Tirado, Mayra Alexsandra); Miguel Angel Esparta Sanchez
CC: u201221327 (Ccaccya Diaz, Karina Iris)

Taxonomia de bloom.docx
77 KB

Buenas noches,

Gracias por la confianza, conforme a los revisado y la breve reunión, le valido su guion de preguntas, espero que les sea de forma exploratoria un buen inicio.

Adicionalmente, les dejo un breve resumen de la taxonomía de Bloom

Saludos

UPC
Universidad Peruana
de Ciencias Aplicadas

Miguel Esparta Sánchez

Profesor a tiempo completo Facultad de Negocios
Campus San Isidro

511 313-3333 anexo 3876
Avenida Salaverry 2255
San Isidro

Anexo 7. Entrevista a Oscar Raymundo

Nombre del Entrevistado: Oscar Manuel Raymundo García

Cargo y Empresa donde labora: Gerente de la Asociación de Pequeños Productores Orgánicos de Querecotillo

Introducción

El presente estudio tiene como objetivo investigar el efecto de las exportaciones de bananos orgánicos producidos en Piura teniendo como principal destino a los Países Bajos durante los años 2013-2018 y al mismo tiempo, empleando las prácticas del Comercio Justo. Por lo que, nos dirigimos hacia su persona para poder acceder a información basada en su experiencia en el sector agrícola. La entrevista tendrá una duración de 40 a 55 minutos aproximadamente y se solicita su autorización para realizar grabaciones de audio con el único fin de registrar sus respuestas.

Sobre el producto: Bananos Orgánicos

1. ¿Cómo se han comportado las exportaciones de banano orgánico desde el año 2013?
Desde el año 2013 al 2016 las exportaciones han tenido un crecimiento ascendente crecían a un ritmo promedio de un 20% pero desde el año 2017 el crecimiento se ha estancado y creo que el año pasado más bien decrecido.
2. ¿Qué factores influyen en las exportaciones de banano orgánico?
Hay muchos factores que produjeron esta disminución pero principalmente porque el mercado sobre todo el de Europa se abrieron unos aranceles para algunos países como Ecuador que antes tenía aranceles altos entonces nos empezó a hacer competencia Ecuador, México y bueno República Dominicana ya era un competidor pero sobre todo la fruta de México y Ecuador comenzó a llegar a Europa con menor arancel y eso ha hecho que el crecimiento de Perú sea bastante lento porque para Europa, Perú es el origen más caro por la lejanía son más días de travesía para Europa son 24 días.

Sin embargo, de México a Europa son 12 días y República Dominicana 9 a 10 días e incluso desde Ecuador son 19 días entonces nosotros estamos en la cola y obviamente nuestra fruta llega más cara y eso lo tenemos que compensar con temas de calidad, consistencia, etc.

3. ¿Considera que la firma del TLC con la Unión Europea ha beneficiado a las exportaciones de banano orgánico?

Claro por supuesto antes la opción de exportar banano a Europa era prácticamente nula porque otros países les salían más baratos a los europeos pero cuando empezó este tema de reducción de aranceles y los clientes empezaron a ver que el arancel del Perú era más barato compensaba eso con los costos logísticos de llevar fruta de Perú y por eso empezaron a crecer las exportaciones pero los otros países comenzaron a hacer estos tratados y ahora como que se ha nivelado el asunto y ya Perú ha vuelto a hacer más caro pero ya los clientes están acostumbrados a la fruta peruana y siguen comprando.

4. ¿Por qué cree usted que la producción de banano orgánico se ha centrado principalmente en Piura?

Piura ofrece las condiciones más adecuadas para la producción de banano orgánico, en otras zonas donde el banano crece son zonas principalmente tropicales hay mucha humedad entonces las plagas y enfermedades son más recurrentes. Sobre todo, una enfermedad que se llama la Sigatoka negra que se da en la mayoría de países donde hay banano y este no existe en Piura porque en Piura tenemos un clima trópico seco y la humedad es muy bajo entonces no permite que este hongo crezca y produzca daño en la plantación entonces básicamente es por eso por el tema del clima de la región norte que se ha desarrollado el cultivo de banano orgánico. La sigatoka en los países donde se da el control es por avioneta muchas veces con productos químicos porque es un hongo de fuerte persistencia y muy agresivo, en cambio el trips de la mancha roja es un insecto que hace un daño mecánico en la fruta y hay muchos insumos que son orgánicos que lo controlan muy bien aparte que hay que hacer algunas prácticas culturales para evitar el daño del insecto.

5. ¿Podría afirmar que existe un mayor interés por los productos orgánicos y que Países Bajos es un buen mercado de destino para el banano orgánico?

Claro a nivel de mercado de consumidores Estados Unidos, Europa y el Asia son más interesados, responsables con el consumo sano de productos que no afecten su salud entonces con la etiqueta de orgánico los consumidores en Europa saben perfectamente que ese es un producto que no tiene químicos y que no va a afectar su salud. La tendencia en el consumidor es que cada vez el consumo de este tipo de productos aumenta. El crecimiento ha sido bastante sostenido desde hace más de 20 años y yo creo que el % de consumo de banano orgánico va a seguir creciendo respecto al convencional. Países Bajos es un mercado que tiene un puerto muy grande que es la puerta de ingreso a Europa que es el puerto de Rotterdam y es ahí donde llegan la mayor cantidad de productos de aquí de América y básicamente el tema de demanda no es porque el consumo crezca en Países Bajos u Holanda sino porque cada vez hay más supermercados, mercados en Europa que demandan este producto y lógicamente tienen que pasar por Rotterdam.

6. ¿Qué acciones adicionales se podrían realizar para capturar un mayor porcentaje del mercado de Países Bajos?

Lo que yo creo es que para nosotros capturar más mercado hay que asegurar la integridad orgánica al 100%. A pesar de que el consumidor prefiera los productos orgánicos porque cuidan su salud a veces cuando se toma muestras para ver residuos salen algunos residuos, entonces eso el mercado lo castiga con disminución de pedidos, sanciones y muchas cosas de esas. Incluso, la Unión Europea podría en algún momento si eso es recurrente sancionar al banano orgánico del Perú ósea de todo el país. A veces lo que nosotros hacemos es dar el mensaje a todos los productores y los que trabajan en banano orgánico es que tenemos como país el deber de asegurar la integridad para no solamente mantener el mercado sino para hacer que crezca. Para mí esa es una de las principales cosas que se puede hacer para ganar cuota de mercado. La toma de muestra depende de a donde vaya la fruta, a veces el importador hace un muestreo al azar por contenedor o código de trazabilidad y lo envía al laboratorio. Hay laboratorios especializados en residuos y son muy específicos, detectan cualquier cosa. Luego, el supermercado donde va la fruta al consumidor final puede que tome la muestra y lo analice entonces la toma de muestra de residuos prácticamente se da en toda la cadena porque nosotros como productores/agricultores también tomamos

muestras en campo, en el proceso y en los insumos. Ósea si tenemos un insumo que va directamente a la fruta por más que el fabricante diga que es un producto libre de todos los residuos nosotros para asegurarnos de que cumpla las normas GAP tomamos muestras y para decirle al cliente mira hemos tomado muestras en campo, de los insumos, del proceso para asegurar la integridad orgánico y eso también nos respalda en caso haya algún problema de algún positivo.

7. Se ha leído un artículo donde se menciona el apoyo de entidades estatales como MINAGRI durante la producción y la comercialización de bananos orgánicos, ¿Qué tan importante es el apoyo de las entidades estatales?

En realidad, yo he sido testigo en más de 20 años que el estado ha invertido mucho dinero. Aquí había un proyecto que se llamaba “Banano Orgánico” cuando aún no existía el banano orgánico en Piura. El primero que inicio esto fue el Ministerio de Agricultura certificando 200 hectáreas y luego eso se comercializó y comenzó la exportación. Luego AGROIDEAS y diversos programas en realidad del MINAGRI como INCAGRO que fue un programa del 2002 hasta el 2008 luego PROSAAMER (Programa de Servicios de Apoyo para Acceder a los Mercados Rurales) que era un programa para servicios estratégicos de comercialización y últimamente AGROIDEAS también está apoyando mucho en la cadena de banano orgánico. Yo también leí un artículo que dice que de la cadena de banano, AGROIDEAS ha apoyado con alrededor de 30 millones soles entonces hemos recibido apoyo del estado, pero a veces no es suficiente por ejemplo por este tema de integridad orgánica y del Fusarium raza 4 tropical que es un riesgo de que ingrese un hongo específico del suelo y siempre se espera un poco más del estado. No se dice que el estado no ha apoyado, si ha apoyado mucho y también creo que gracias al estado que esta cadena es fuerte pero todavía quedan muchas cosas por hacer.

8. ¿Cómo se diferencia la producción del banano orgánico de los convencionales?

La producción de banano orgánico básicamente se diferencia del convencional porque se tienen que cumplir normas que no son normas de acá sino que son internacionales. Por ejemplo, si yo quiero vender banano orgánico a Estados Unidos tengo que cumplir la norma NOP que es una norma del ministerio de agricultura de Estados Unidos para la producción orgánica entonces esta norma me dice que no

tengo que aplicar productos químicos cuando tenga que hacer control de plagas, que no tengo que aplicar fertilizantes sintéticos, que tengo que hacer buenas prácticas agrícolas como aplicar materia orgánica compostada y no quemar el suelo. Ósea tengo que respetar la biodiversidad y son muchas cosas que tiene una norma de certificación orgánica. Igual si yo voy al mercado de Europa tengo que cumplir con las normas de la comunidad europea para la producción orgánica. Estas normas son especiales y hay que cumplirlas al 100% esas son las diferencias entre una producción orgánica frente a unas convencionales. La producción convencional no tiene ninguna norma porque no tiene certificación, no tiene auditoría, no pasa por ninguna prueba entonces producir orgánico es de alto costo.

Sobre Comercio Justo

1. ¿Qué factores determinaron su ingreso al sistema de Comercio Justo?

La asociación ingreso al comercio justo en el 2004 y el ingreso se dio básicamente porque nosotros queríamos ingresar a un nicho de mercado como es este del comercio justo donde el consumidor aparte de decir voy a comprar un producto sano e inocuo que no va a afectar mi salud quiera apoyar a un pequeño productor, comunidad en los países en vía de desarrollo, quiere ver que esa comunidad tenga recursos para que cuide el medio ambiente, el agua, la naturaleza, etc. Ese tipo de consumidor está dispuesto a pagar un adicional o un plus de lo que se paga por certificación orgánica. En realidad, es un nicho al cual nosotros ingresamos porque el mercado mismo lo pedía. Es decir, hay un nicho de mercado en el cual me están pidiendo banano pero hay que certificarse de esta manera entonces comenzaron a darnos las normas y nosotros la cumplíamos entonces aplicamos e ingresamos ahí.

2. ¿Anteriormente ha apoyado iniciativas del Comercio Justo en otras asociaciones o cooperativas? Si su respuesta es positiva, ¿podría mencionar alguno de ellos?

Sí nosotros hemos apoyado a varias asociaciones a certificarse porque sinceramente la demanda de fruta de comercio justo de Perú ha ido creciendo desde su inicio porque muchos supermercados en Europa tienen la opción en sus anaqueles no solo de banano convencional u orgánico sino también de colocar banano orgánico de

comercio justo entonces se necesita fruta y si se necesitaba fruta se necesitaba que se certifiquen más productores.

3. ¿En su opinión cómo describiría el proceso de certificación?

Para una asociación de pequeños productores que ya cuenta con la certificación orgánica es bastante sencillo porque te pide que haya democracia, equidad de género, políticas de no discriminación, no a la violencia, no al maltrato infantil, de cuidado a la naturaleza y todas esas políticas se cumplen por ejemplo que haya buenas prácticas laborales, que haya un contrato que se le den todos los beneficios a los trabajadores, que el trabajador se sienta libre de formar un sindicato y todo eso nosotros los cumplimos. Normalmente, para una empresa privada o un empresario que está acostumbrado a maltratar a los trabajadores y a no cumplir con ciertas normas se les hace complicado certificar este asunto, pero a una organización de productores que quiere vender su banano y el mercado les exige normas y si eso es fácil entonces lo aplica.

4. ¿Qué factores dificultaron la implementación de Comercio Justo en su organización?
En realidad, no hubo dificultades.

5. ¿Cuántas inspecciones anuales de Comercio Justo tiene?

Normalmente es una por año pero cuando el auditor encuentra algunas faltas o no conformidades establece un plazo determinado y vuelve a venir y se generan no cumplimientos cuando esto pasa el proyecto entra en una suspensión. Esto no significa que no puedas vender, lo puedes seguir haciendo pero estas como en amarillo y uno tiene que solicitar una auditoría de seguimiento de investigación y si el auditor ve que tú has cumplido con todo lo que el anterior auditor dejó se levanta la suspensión. Existe en comercio justo un estatus de una organización normal en verde que significa que está certificada puede vender, luego en amarillo que es suspendida significa que puede vender la fruta que tiene en contrato pero no puede hacer nuevos contratos y el otro estatus es la descertificación que significa que ya no puede vender más fruta de comercio justo.

6. ¿Cuáles son los objetivos del Comercio Justo y cómo se organizan para poder cumplirlos?

Bueno nosotros como una organización de pequeños productores tenemos como 600 productores y más de 300 trabajadores aquí nos organizamos a través de asambleas, delegados, asamblea de trabajadores pero normalmente nosotros hacemos capacitaciones para poder cumplir con todas las normativas que tiene el Fairtrade. Ellos manejan a través de su página web checklist, criterios de cumplimiento que son de carácter público y que uno puede tener acceso a ello y con eso nosotros vamos revisando todo lo que hacemos y con lo que no hacemos o nos falta por hacer para que cuando venga la auditoría no nos encuentren los incumplimientos.

7. ¿Cree usted que el Comercio Justo es una alternativa real del mercado y una estrategia de desarrollo?

Yo ya tengo casi 14 años en el mercado y desde que he venido acá el comercio justo ha mejorado la vida, las condiciones no solamente de los productores sino también de los trabajadores de la asociación. Es un sistema que está enfocado en la pequeña agricultura en la agricultura familiar y yo creo que a lo largo del tiempo que ha pasado esto ha funcionado de forma bastante efectiva aquí en Querecotillo.

8. ¿De qué manera invierten el dinero obtenido de la prima de Comercio Justo y por qué decidieron priorizarlo de esa forma?

En el negocio del banano se ha establecido un sistema de pago de prima de manera semanal y en la asamblea se aprueba un plan de trabajo financiado con la prima. Ahí se determinan actividades, capacitaciones o inversión en una empaquetadora, herramientas, equipos o alguna nueva certificación. Se propone todo lo que se pueda realizar y al final la asamblea lo ejecuta. La asamblea tiene 640 socios pero generalmente llegan a las reuniones 400 a 450 socios. FLO dice que si la asamblea tiene más de 1000 socios debería funcionar el tema de delegatura ósea un delegado por sector o por grupo de productores y esa persona sería la autorizada por ese grupo para formar parte de la asamblea con voz y voto y las asambleas serían más dinámicas, llevaderas y los acuerdos se tomarían mejor pero así como estamos 640 productores y en sí 400 a 450 personas que llegan en físico tenemos que poner un sistema de micrófono, parlantes para poder explicar todo lo que se le tiene que explicar a ellos.

OBJETIVO N°1:

Determinar si la creación de oportunidades influyó en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el período 2013-2018.

1. En su experiencia, ¿Podemos hablar o no de un aporte hacia la inclusión de ciudadanía a través de las agrupaciones de pequeños productores?

Sí, por supuesto crea oportunidades primero porque tienen un mercado luego tienen un precio justo que se establece con un precio mínimo. Una de las grandes diferencias que tiene el mercado del comercio justo con el mercado normal, en el mercado normal el precio es de acuerdo a la oferta y la demanda. Un principio económico que está dentro del libre mercado pero Fairtrade dice que hay un precio mínimo y ese precio se respeta. El otro tema es que hay una prima del comercio justo adicional a este precio mínimo que lo que hacen para que inviertan en mejorar sus condiciones y creo que esas condiciones no te las das cualquier mercado. En el tema educativo, en nuestro plan de trabajo apoyamos a la educación a través de bonos de escolaridad que son paquetes de útiles, equipamiento para los alumnos. Adicionalmente, se les da beca a los mejores alumnos para que estudien en institutos o universidades. Entonces, a través del comercio justo se ha mejorado bastante la educación aquí en la zona de Querecotillo. Un indicador de un estudio que se realizó hace dos años decía que en el año 2004 en Querecotillo la asistencia a una universidad de parte de jóvenes era bastante baja casi nula no se veía jóvenes yendo a una universidad de Sullana o Piura eso era bastante limitado pero hace dos años que se hizo este estudio habían casi 700 alumnos que estaban en educación superior en Piura o en Sullana y que eran hijos de productores que estaban beneficiados del Comercio Justo.

2. ¿Los agricultores y trabajadores reciben capacitaciones relevantes para la creación de oportunidades? ¿De qué tipo y con cuanta frecuencia?

En nuestro plan de trabajo tanto a agricultores como a trabajadores se les capacita sobre temas de liderazgo, tenemos una escuela de líderes y ellos asisten para ver temas de gerencia, comercialización, temas del mercado, el consumidor, la importancia de cuidar la fruta porque al final del día el negocio es vender. Asimismo, sobre temas

más de la gestión de la asociación, de que es lo que dicen los estatutos, las funciones del presidente, directivos y del sistema administrativo. En el tema de trabajadores también tenemos programas de capacitación de liderazgo porque muchos están dentro de un sistema de trabajo donde hay que cumplir ciertas normas o reglas y los que tienen que hacerlas cumplir son los mismos trabajadores. A veces tenemos jefes de cuadrillas que no conocen las normas entonces si no las conocen ellos menos las pueden dar a conocer a sus trabajadores. Hemos realizado también capacitaciones de cultivo, productividad para mejorar los sistemas de riego, drenaje de las parcelas para mejorar el cuidado de las racimas y siempre se ha dado. Normalmente, lo que aquí siempre se da es capacitaciones en la norma orgánica, en control de plagas, enfermedades, nutrición, manejo y cuidado del agua. Esos son los principales puntos que se capacitan todos los años a los productores. Aquí en APOQ un productor recibe por lo menos 2.5 capacitaciones por año.

3. Además de las capacitaciones, ¿El Comercio Justo ha fomentado en su asociación la participación en ferias comerciales y acceso a créditos?

Como APOQ hemos participado desde el año 2014 hasta el año pasado porque este año no hemos podido asistir a ferias en Europa por la pandemia. En Europa hay una feria que es muy famosa que se llama la Fruit Logistic que básicamente es la feria de frutas y verduras. En febrero de todos los años se reúnen todos los que tienen que ver con la cadena de suministro de frutas y verduras, supermercados, operadores logísticos, proveedores de bienes y servicios. Mucha gente de otros países llegan ahí para ofrecer sus productos y ahí se ven las tendencias del mercado, como son maso menos las estrategia del consumo. Nosotros ahora estamos bastante interesados en saber cómo va a ser el consumo de aquí en algunos años teniendo como referencia este tema del covid. El covid ha cambiado muchos hábitos en temas de vacaciones, movilidad y hasta ahorita no saben bien como eso va a afectar en el tema de consumo de frutas, mucha gente está esperando porque no hay todavía noticias de algunos cambios pero me imagino que van a haberlos. Por otro lado, el tema de acceso a créditos aquí es bastante complicado un productor individualmente sería bien complicado que tengan un acceso a un banco o a una caja municipal. Ellos se han endeudado pero no por un tema de la producción sino tal vez porque quieren un dinero

entonces lo evalúan con el título de sus casas y les dan un crédito a unas tasas exorbitantemente altas de 90% o 100%. La caja Sullana que hay aquí en Querecotillo cuando empezó este negocio tenía tasas de 70 o 80% y de alguna manera eran mucho menos pero eran demasiado altas. La asociación hace como hace 10 años aproximadamente logró hacer un convenio con la caja Sullana en la cual nosotros respaldamos los créditos con el tema de corte de la fruta y se hacen descuentos por planilla. Por ejemplo, si el productor saca 50 cajas y tiene un crédito de 2000 soles entonces de la misma venta de la fruta se descuenta y eso se paga a la caja. Con estos convenios nosotros tenemos tasas de 20% y ese es un alivio para el productor porque si antes tenía un crédito 10 mil soles y tenía que pagar prácticamente 8 mil en intereses ahora paga 2000. Además, otra gran ventaja del negocio del banano es que el productor puede proyectar sus ingresos puede endeudarse saber cuánto va a ganar y planificar sus gastos o inversiones y en muy pocos sistemas de producción un agricultor puede hacer eso. Muchos siembran y no saben si van a cosechar o cuanto van a cosechar y menos saben a qué precio van a vender.

4. ¿Considera que la certificación de Comercio Justo ha ayudado a su asociación a acceder a nuevos mercados internacionales y a mantener mejores relaciones comerciales?

Claro nosotros por el tema de comercio justo tenemos acceso a muchos mercados, páginas de clientes y de maduradores, tenemos acceso a boletines e información. Sobre todo por ejemplo cuando vamos a la feria la misma gente de comercio justo está tratando de ayudar. Ellos te dicen mira este es un cliente de comercio justo a ver si lo proveen, entonces están ahí facilitando un poco el tema con el productor y la empresa que quiere comprar.

5. De acuerdo a su opinión, ¿Las actividades realizadas para la creación de oportunidades influye de manera positiva en las exportaciones de banano orgánico? Creo que un principio sí efectivamente pero luego esto ha venido disminuyendo, pero no porque no haya oportunidades de mercado sino por las plagas, el fenómeno del niño que también fue un tema un poco complicado ha disminuido bastante el tema de producción y productividad de banano orgánico porque hace dos años por ejemplo el mercado quería más fruta de Perú, pero ya no había.

OBJETIVO N°2:

Examinar si el precio justo ha repercutido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

1. ¿Bajo qué criterios se determina el precio mínimo del Comercio Justo?
¿Aproximadamente cuánto tiempo está vigente y por qué razones puede variar?

El precio mínimo en realidad se determina a través de consultas. Se hacen consultas desde el importador, el supermercado, el consumidor y los exportadores. Las empresas que exportan banano orgánico van determinando sus costos, cuanto me cuesta producir un banano y mediante eso se llega a un acuerdo. FLO dice mira este va a ser el precio mínimo para Perú este año y lo determina básicamente viendo los costos. El precio puede estar vigente 1 o 2 años porque cada dos años se revisan este tema de precios de comercio justo por país. El FLO puede decidir si el precio justo va a mejorar o también puede decir que va a disminuir por ciertas razones entonces lo cambian.

2. ¿Considera que el precio mínimo es uno de los factores más relevantes del Comercio Justo?

Yo siempre he dicho eso a pesar de que muchos dicen que la prima de comercio justo determina eso. Pero si yo comparo entre una prima que es un dinero extra a un precio mínimo que va a tener un productor para más importante es el establecimiento de un precio mínimo y que ese precio se asegure por todo el año.

3. En comparación con otros países, ¿Cuál es su opinión sobre el precio mínimo fijado para el banano orgánico peruano?

En el sistema FOB está 12.35 y es mucho más alto que otros países como Ecuador.

4. ¿El precio mínimo le permite cubrir sus costos de producción?

Bueno esa es la idea que con ese precio mínimo podamos cubrir todos los costos de producción. En teoría eso es e incluso que tengamos un margen.

5. ¿Considera que el precio justo influye de alguna manera positiva en el incremento de las exportaciones de banano orgánico?

Sí

OBJETIVO N°3:

Determinar si el respeto por el medio ambiente ha influido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

1. ¿Qué políticas se han implementado durante la producción de bananos orgánicos con el fin de preservar el medio ambiente?

Bueno para el tema de preservación de medio ambiente FLO incluso dice que tenemos que tener áreas de conservación local, programa de reciclaje de residuos sólidos, basura de campo, compostaje de la materia orgánica que no permite la aplicación de agro químicos. En el tema de reciclaje, el banano utiliza mucho las fundas plásticas que es una bolsa que sirve para proteger de todo el tema del entorno de la racima, protegerlo de cualquier cosa que haya en el entorno de la racima se le pone una bolsa blanca o transparente y cuando se cosecha esta funda se supone que debería ir a un sitio para que pueda ser procesada pero en la realidad se ha diseminado por todo el campo y es incontrolable porque en el campo no solo están los pequeños agricultores de las organizaciones sino también hay muchos productores que venden al mercado nacional el banano convencional y productores que no pertenecen a ninguna asociación y esas fundas vuelan y nosotros como asociaciones certificadas tenemos que demostrar que esas fundas van al sistema de reciclaje para producir otra cosa.

2. ¿Se ha destinado dinero de la prima del Comercio Justo para reemplazar los fertilizantes químicos y fortalecer su capacidad tecnológica con el propósito de avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles?

Nosotros tenemos programas de entrega de abonos orgánicos que lo utilizamos y lo entregamos con la prima de comercio justo y bueno los productores con eso tienen para sacar una producción razonable aunque los números de productividad en nuestra asociación son bastantes bajos pero eso ya depende de otros factores.

3. ¿Son los agricultores y trabajadores de su asociación más conscientes sobre el consumo responsable de recursos naturales como el suelo y agua?

El cuidado y el manejo de los recursos naturales por parte de los trabajadores y agricultores se asocia mucho con el programa de certificación. La certificadora por norma viene y nos audita como se está manejando el agua, el suelo y también tenemos que tener capacitaciones a los productores y agricultores sobre este tema entonces hay cuidado sobre el agua y el suelo para poder cumplir con esto.

4. ¿El cuidado del medio ambiente en todas las etapas de producción es un factor relevante para sus clientes internacionales como Países Bajos?

Claro que sí ellos y nuestros clientes de Europa demandan productos orgánicos en donde no se use químicos y se cuide el medioambiente.

5. Según su experiencia, ¿Considera que el respeto por el medio ambiente influye de manera positiva en las exportaciones de banano orgánico?

Sí obviamente porque el consumidor quiere saber que está consumiendo banano donde el productor está respetando el medio ambiente.

6. ¿Cree usted que el crecimiento económico de un país y la preservación del medio ambiente son conceptos que deben trabajarse juntos y no de forma aislada?

Claro hay que integrar eso.

Preguntas generales:

¿Cuántos productores conforman su asociación?

640 agricultores y 289 trabajadores

¿Qué recomendaciones plantearía usted para un mayor desarrollo del sector, tanto a nivel nacional como internacional?

La recomendación sobre todo para Perú es fortalecer el sistema de integridad orgánica. En mi opinión, esa es la única forma de seguir creciendo y desarrollándonos en la cadena de banano orgánico. Demostrarle al consumidor que el banano peruano es 0% residuos y el 100% de las normas se cumplen sin ningún riesgo para la salud del consumidor. Por más que Ecuador, República Dominicana, Colombia o México estén más cerca o tengan menos costos el mercado de Europa o de Estados Unidos nos ha demostrado que si tú le demuestras la integridad al 100% no importa el precio. En el sector nacional, pienso que aquí el tema de

consumo orgánico no se está planteando porque no hay mucha difusión, explicación de cómo es la realidad de la frutas o de las hortalizas porque el mercado en sí no lo exige. Se piensa que como es un producto vegetal de la chacra es mejor que un producto procesado cuando la realidad si uno hiciera análisis de lo que consumimos los niveles son muy superiores incluso de los límites máximos que se permiten en Europa o Estados Unidos. Aquí nos falta una ley de máximos residuos y si existe la ley falta aplicarla faltan muchas cosas y sobre todo la concientización al consumidor. Si al consumidor tú le dices orgánico no sabe lo que es, no tienen ni la menor idea. Hay muchas enfermedades asociadas a productos de residuos químicos en los alimentos pero aquí no le toman la importancia debida. La realidad es que nuestra agricultura es precaria y en el Perú no hay nada que se esté haciendo para prever esto en un futuro.

FIN

La entrevista ha concluido, muchas gracias por su tipo y apoyo brindado para el desarrollo de esta investigación.

Anexo 8. Entrevista a Miguel Borrero

Nombre del Entrevistado: Miguel Borrero Castillo

Cargo y Empresa donde labora: Gerente de ASOCIACION DE PRODUCTORES DE BANANO ORGANICO SECTOR EL MONTE Y ANEXOS MALLARITOS (APBOSMAM)

Introducción

El presente estudio tiene como objetivo investigar el efecto de las exportaciones de bananos orgánicos producidos en Piura teniendo como principal destino a los Países Bajos durante los años 2013-2018 y al mismo tiempo, empleando las prácticas del Comercio Justo. Por lo que, nos dirigimos hacia su persona para poder acceder a información basada en su experiencia en el sector agrícola. La entrevista tendrá una duración de 40 a 45 minutos aproximadamente y se solicita su autorización para realizar grabaciones de audio con el único fin de registrar sus respuestas.

Sobre el producto: Bananos Orgánicos

1. ¿Cómo se han comportado las exportaciones de banano orgánico desde el año 2013?
Las exportaciones han ido en crecimiento año tras año hasta que el año 2016 surgió un pequeño declive por problemas de sequía a fines de año e inundaciones los primeros meses del siguiente año produciendo que baje la producción de los campos.
2. ¿Qué factores influyen en las exportaciones de banano orgánico?
Además apareció una plaga de la mancha roja que ha generado serios problemas. Hemos aprendido a convivir con ella pero en los primeros años no se conocía en el valle y eso también ha producido que disminuya las exportaciones. Hemos probado varios métodos de control que tienen que ver con la producción orgánica en el caso de insectos benéficos, productos a base de caldo sulfocálcico que es un producto que se prepara artesanalmente y lo prepara la misma asociación. Esa plaga nos ha venido

causando daños económicos pero con el paso de los años hemos aprendido a convivir con ella y hemos podido controlar algunas poblaciones pero permanece en la misma plantación.

3. ¿Considera que la firma del TLC con la Unión Europea ha beneficiado a las exportaciones de banano orgánico?

Sí por supuesto a raíz de eso es que tenemos varios destinos de nuestras exportaciones llámese Alemania, Italia, Francia, Inglaterra entre otros.

4. ¿Por qué cree usted que la producción de banano orgánico se ha centrado principalmente en Piura?

Porque tiene un clima tropical un clima adecuado que requiere el banano e inicialmente reúne las condiciones agro ecológicas como el clima y el suelo para el buen desarrollo del cultivo.

5. ¿Podría afirmar que existe un mayor interés por los productos orgánicos y que Países Bajos es un buen mercado de destino para el banano orgánico?

Si bien las estadística Países Bajos es la puerta de ingreso del banano porque ahí está el puerto de Rotterdam y Ámsterdam pero no necesariamente es Países Bajos sino que Alemania es uno de los mayores importadores de banano, también Países Bajos pero no tanto como Alemania. En las estadísticas siempre aparece primero Países Bajos pero no necesariamente la fruta es para ellos sino para otros países como Alemania o Italia. En Países Bajos también hacen reexportación.

6. ¿Qué acciones adicionales se podrían realizar para capturar un mayor porcentaje del mercado de Países Bajos?

La demanda de productos orgánicos está en crecimiento sobre todo porque se preocupan en cuidar su salud y el medioambiente entonces creo es importante mantener la calidad del banano peruano.

7. Se ha leído un artículo donde se menciona el apoyo de entidades estatales como MINAGRI y AGROIDEAS durante la producción y la comercialización de bananos orgánicos, ¿Qué tan importante es el apoyo de las entidades estatales?

Es un apoyo puntual diría yo por ejemplo Agroideas es un fondo concursable donde las organizaciones que participan elaboran su plan de negocio, participan de ese concurso son aprobados y tienen acceso. Por ejemplo, aquí en el valle son pocos los

que han accedido a ese programa, nosotros dentro de ellos. Nosotros en 2013 obtuvimos un proyecto plan de negocios por aproximadamente un millón de soles, nosotros pusimos una contrapartida de 300 mil y eso nos sirvió para modernizar nuestros centros de proceso, nuestra planta de embarque y nuestro centro de paletizado aparte de dar capacitaciones.

8. ¿Cómo se diferencia la producción del banano orgánico de los convencionales?

Por lo general no existen productores de banano orgánico individuales todos están asociados ya sea a una cooperativa o a una asociación, en cambio los productores convencionales venden de manera individual al mercado nacional. En cuanto, a la producción si bien es cierto los convencionales son más productivos porque aplican los insumos de la agricultura convencional, mientras que nosotros aplicamos productos orgánicos que no tienen el efecto inmediato sobre la plantación como si lo tienen los productos químicos por ejemplo si a ellos les cae una plaga ellos inmediatamente aplican un químico y matan la plaga en cambio nosotros no podemos hacer eso nosotros tenemos que convivir con la plaga.

Sobre Comercio Justo

1. ¿Qué factores determinaron su ingreso al sistema de Comercio Justo?

Es un apalancamiento que ha permitido que todas las organizaciones puedan desarrollarse sin el comercio justo realmente las organizaciones no podrían subsistir. El Comercio Justo es un apoyo muy grande para las organizaciones no obstante que la mayoría de los ingresos sirven para desarrollo social, financiar o cofinanciar algunas actividades dentro de la misma cooperativa. Desde la creación de la cooperativa pasaron 2 años para ingresar al sistema Fairtrade. En el 2008 ganamos un proyecto de Incagro llamado Articulación a los mercados orgánicos y comercio justo que nos ayudó a conseguir el financiamiento para obtener nuestra certificación y en el 2009 ya teníamos el sistema de comercio justo en nuestra cooperativa.

2. ¿Anteriormente ha apoyado iniciativas del Comercio Justo en otras asociaciones o cooperativas? Si su respuesta es positiva, ¿podría mencionar alguno de ellos?

Sí claro antes que nosotros habían ya organizaciones en el valle que venían comercializando y persiguiendo la prima del comercio justo. En el valle tenemos organizaciones de primer, segundo nivel y organizaciones pequeñas.

3. ¿En su opinión cómo describiría el proceso de certificación?

Nosotros para acceder al comercio justo primero contactamos con la certificadora FLO CERT quienes tienen sus oficinas en Boon – Alemania pero ellos tienen acá en el valle sus representantes quienes están asesorando a los productores para que accedan a la certificación. Entonces, con estos representantes nos reunimos para que nos asesoren, capaciten y de la mano de ellos hemos venido avanzado al camino de la certificación. Por ejemplo, gran parte de las normas de comercio justo tiene que ver mucho con el bienestar de los trabajadores, democracia dentro de la organización, la cooperativa debe estar debidamente organizada, registrada en registros públicos y tiene que tener libros de actas, tiene que verificarse que las decisiones se toman de manera democrática, tenemos que demostrar que no hay discriminación ya sea por raza, sexo, cuestiones políticas, etc y tenemos que demostrar que respetamos los derechos laborales por ejemplo derecho a sindicalismo, derecho al salario justo, etc.

4. ¿Qué factores dificultaron la implementación de Comercio Justo en su organización?

Como le digo nosotros demoramos dos años porque es todo un proceso de aprendizaje cuando nosotros empezamos no sabíamos nada del comercio justo entonces tuvimos que capacitarnos e ir aprendiendo sobre la marcha y una vez que nos certificamos ya formamos nuestra área de certificaciones. Entonces para mantener la certificación tenemos que cumplir ciertas normas y esas normas cada año se van incrementando y nosotros tenemos que estar al día con esas normas.

5. ¿Cuántas inspecciones anuales de Comercio Justo tiene?

Cada año tenemos una auditoría que viene a verificar si hemos cumplido con esas normas, vienen a verificar que hemos hecho un buen uso de la prima y que esos gastos de la prima han sido tomados en asamblea, esos acuerdos y el reporte de los gastos de la prima sean de conocimiento de todos los socios. De esa manera, ellos verifican que ese dinero ha sido usado de manera transparente. Lo hacen una vez al año pero cuando hay una observación que encuentran en la auditoría pueden venir hacer una nueva inspección de investigación.

6. ¿Cuáles son los objetivos del Comercio Justo y cómo se organizan para poder cumplirlos?

Nosotros tenemos un área de certificaciones con todo un equipo que se encarga de capacitar a los socios, trabajadores y de hacerle seguimiento a las actividades de la prima. Nosotros para los ingresos que vamos a obtener todo el año tenemos que tener un plan operativo con las actividades que se van a realizar y en que se va a invertir entonces nosotros de acuerdo a eso llevamos un control de ingresos y egresos debidamente sustentados y con una contabilidad aparte de la contabilidad general que tenemos en la cooperativa. Inclusive hacemos auditorías externas contratamos auditores externos una pre auditoría antes de que venga el auditor de FLO. En cuanto, a la asamblea general es conformada por 450 socios.

7. ¿Cree usted que el Comercio Justo es una alternativa real del mercado y una estrategia de desarrollo?

Sí, la demanda de productos con comercio justo cada vez va en aumento en Europa y en Estados Unidos. Aparte el comercio justo nos asegura un precio mínimo ósea nuestros productores tienen la garantía de mantener un precio constante todo el año. Si sube o baja el precio internacional ellos tienen un precio constante. No es como el café porque en el café tienen que estar esperando a ver cómo va en la bolsa de valores entonces de acuerdo a eso le pagan a los productores. En cambio, aquí nosotros tenemos un precio mínimo además tenemos una prima del comercio justo y gracias a eso también nosotros podemos planificar nuestras actividades de todo el año porque estimamos cuanto vamos a recibir durante todo el año ya sea por concepto de venta de fruta o prima del comercio justo o por el drawback que también tenemos acceso y el saldo a favor del exportador.

8. ¿De qué manera invierten el dinero obtenido de la prima de Comercio Justo y por qué decidieron priorizarlo de esa forma?

Dentro de las normas de FLO hay unos porcentaje que van destinados a ciertas actividades por lo general se destina la prima de comercio justo a lo que son actividades sociales y para eso nosotros hacemos un plan operativo que se aprueba en la asamblea. Como directivos presentamos un borrador a la asamblea y ellos nos dicen si va o no. Una vez que en la asamblea se aprueba el plan operativo es como una hoja

de ruta que seguimos y la prima se va gastando de acuerdo al plan operativo. Por ejemplo, nuestros socios y trabajadores cuentan con un fondo mortuario de manera que durante el año si un familiar cercano a ellos o él mismo fallece la cooperativa le da un aporte de 2 mil soles para que cubra sus gastos de sepelio. Con la prima también pagamos el costo de las certificaciones, pagamos algunas asesorías e igual a los productores y trabajadores le damos una canasta navideña. Parte de la prima es también para realizar ciertas obras de infraestructura en beneficio de los productores llámese empacadoras, mejoras de vías de acceso, algunas motobombas que se requieren por el tema de las inundaciones, entre otras.

OBJETIVO N°1:

Explicar si la creación de oportunidades influyó en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el período 2013-2018.

1. En su experiencia, ¿Podemos hablar o no de un aporte hacia la inclusión de ciudadanía a través de las agrupaciones de pequeños productores?

Sí por ejemplo en esta pandemia que estamos viviendo muchos trabajadores han salido positivos, entonces la cooperativa a través de la prima los manda a descansar por 14 días según el protocolo, pero le sigue pagando su salario aunque no trabaje. Entonces, por ahí es un apoyo muy grande para los trabajadores y agricultores. Con la prima de Comercio Justo también hemos implementado en el pueblo un botiquín, una posta médica con oxígeno, medicina para cualquier emergencia que tengamos en la organización. Así, varios productores y trabajadores han sido atendido y han podido pasar con éxito esta enfermedad. En el tema de educación, depende de la magnitud de la organización y la magnitud de la prima que reciben en el caso nuestro somos una organización mediana no somos tan grandes y priorizamos más el tema de salud. Para el tema de educación más bien hacemos convenios con nuestros importadores, por ejemplo, con nuestro importador de Italia hicimos un convenio para implementar tres canchas deportivas en un colegio del pueblo de Mallaritos e igual en otro centro educativo implementamos un centro de cómputo donde los niños no

conocían ninguna computadora entonces tuvimos la oportunidad de implementar un centro de cómputo con dos o tres computadoras. Con nuestro importador de Alemania nosotros implementamos una escuela de fútbol para que los niños y jóvenes puedan desarrollar ahí sus habilidades atléticas y lo tuvimos tres años consecutivos en vez de que estén vagando para que se dediquen a la disciplina del deporte y de alguna manera ocupen su tiempo en vez de estar propensos a otros vicios. También hemos donado 40 módulos escolares en dos instituciones educativas cada uno se los donó estas 40 carpetas unipersonales.

2. ¿Los agricultores y trabajadores reciben capacitaciones relevantes para la creación de oportunidades? ¿De qué tipo y con cuanta frecuencia?

En algún momento tuvimos un taller para las madres de familias socias y trabajadoras de la cooperativa entonces contratamos especialistas para que les enseñen artesanía y cocina. Les compramos implementos de cocina tal es así que en el 2016 nosotros normalmente compramos los insumos para la campaña navideña a terceros como panteón y esta vez fueron ellas las que elaboraron el panteón y ellas se ganaron ese beneficio en vez de estarlo tercerizando. Ese curso se dio por 6 meses aproximadamente con 3 sesiones por semanas. Por otro lado, tenemos 8 técnicos y ellos dan asistencia técnica personalizada a los productores, hacen escuela de campo, talleres y también hemos hecho pasantía con los productores inclusive los hemos llevado a Ecuador para que puedan allá verificar algunas técnicas de producción que tienen nuestros vecinos de Ecuador. Nosotros tenemos una escuela de líderes, en el año 2016 hicimos alianza estratégica con una cooperación de Países Bajos. Ellos iniciaron ese proyecto de escuela de líderes y a través de ese proyecto contratamos nosotros especialistas para que capaciten a los productores en tema de liderazgo, oratoria, cooperativismo, temas contables y con la idea de que ellos sean los próximos líderes de la cooperativa y es así que hay jóvenes que ya han accedido a puesto en la cooperativa. Ahora por ejemplo tenemos a una señora que es miembro del consejo de vigilancia que en las últimas elecciones gano para ocupar ese cargo, igualmente el vicepresidente de la cooperativa también se capacitó en esa escuela de líderes. Desde esa experiencia nosotros ya lo asumimos como nuestro, antes de las elecciones que son en setiembre nosotros capacitamos a un grupo de 30 socios sobre todo aquellos

que tengan intención de postular para que se capaciten, hay algunos que todavía están indecisos porque no se sienten con las capacidades de asumir ciertos cargos pero finalmente se animan a participar en las elecciones que hacemos a través del voto secreto.

3. Además de las capacitaciones, ¿El Comercio Justo ha fomentado en su asociación la participación en ferias comerciales y acceso a créditos?

Sí también la hemos hecho porque son un poco caras esos gastos normalmente lo hemos hecho a través de convenio por ejemplo a través de Agroideas participamos en la feria comercial en Alemania. De igual manera, a través de MINAGRI con otra entidad también nos financiaron la estadía y el stand de la feria entonces también pudimos participar por segunda vez. Justamente fue allá donde conocimos a nuestros actuales importadores de Alemania e Italia. Con el tema de acceso a créditos, los créditos individuales de los productores aquí en Sullana tenemos la caja municipal de Sullana y el Banco Financiero entonces ellos les dan crédito a los agricultores siempre firmando un convenio con la Cooperativa entonces los representamos como los productores acopian la fruta semanalmente y le pagamos lo que corresponde. Entonces a través con el convenio con la entidad financiera hacemos el descuento y le hacemos la transferencia al banco. El banco antes de darle el crédito nos pide el reporte de su producción para hacer el análisis respectivo y de acuerdo a eso le aprueban el crédito. En cuanto, al tema de la cooperativa nosotros hemos tenido créditos internacionales a través de Agro Capital Management Corp una financiera norteamericana y Shared Interest una financiera británica ellos nos hicieron prestamos de 150 y 100 mil dólares para nuestra contrapartida del plan de negocios de Agroideas y con parte de ese dinero compramos un camión cisterna para nuestra cosecha.

4. ¿Considera que la certificación de Comercio Justo ha ayudado a su asociación a acceder a nuevos mercados internacionales y a mantener mejores relaciones comerciales?

Por supuesto, constantemente el FLO tiene un ejército de personas que están promoviendo el comercio justo a nivel internacional y cada vez los consumidores de

comercio justo son mayores, cada vez son más los supermercados de comercio justo que requieren fruta y no solo fruta sino café o cacao.

5. De acuerdo a su opinión, ¿Las actividades realizadas para la creación de oportunidades influye de manera positiva en las exportaciones de banano orgánico?

Claro que sí, estamos de acuerdo.

OBJETIVO N°2:

Explicar si el precio justo ha repercutido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

1. ¿Bajo qué criterios se determina el precio mínimo del Comercio Justo?
¿Aproximadamente cuánto tiempo está vigente y por qué razones puede variar?

Cada año nosotros hacemos una evaluación de los precios, de los insumos y hacemos nuestro costo de producción y en base a ello FLO hace consultas a nivel internacional en los distintos países para ver cuál es el costo de producción y de acuerdo a eso se fija el precio mínimo.

2. ¿Considera que el precio mínimo es uno de los factores más relevantes del Comercio Justo?

Y la prima de comercio justo. Es decir, el precio mínimo sí para el productor es un beneficio directo pero la prima de comercio justo es un beneficio común para la organización en conjunto.

3. En comparación con otros países, ¿Cuál es su opinión sobre el precio mínimo fijado para el banano orgánico peruano?

Frente a otros países competidores como República Dominicana, Costa Rica, Ecuador y Colombia, nosotros estamos en desventaja porque geográficamente estamos ubicados en el continente sudamericano en comparación con República Dominicana que es un gran exportador de banano entonces nosotros tenemos la desventaja por tener un sobre costo por pasar el canal de Panamá, además el número de días para llegar a los puertos de destino va de 22 a 24 días. A parte que, nosotros tenemos aranceles un poco más altos de los que tiene Costa Rica, República Dominicana,

Ecuador y Colombia. Eso nos hace poco competitivos si nosotros quisiéramos fijar un precio mínimo fijaríamos el más alto pero eso nos sacaría del mercado y nuestros importadores se irían a República Dominicana o Colombia porque ellos si pueden bajar su precio. A parte, que aquí nuestro puerto de Paita lamentablemente tiene los costos logísticos más caros de Sudamérica ni Lima tiene los costos que tenemos nosotros entonces acá los costos del Puerto de Paita son carísimos. Nosotros a través de la Junta Nacional de Banano que es nuestro gremio representativo estamos estudiando la forma de exportar a través del puerto de Ecuador que son más baratos porque acá nos cobran por todo, nos cobran por mover o lavar un contenedor, poner un sello que es el visto bueno y eso cuesta como 200 dólares por contenedor entonces tenemos unos costos logísticos muy caros que nos hacen poco competitivos frente a otros países competidores directos.

4. ¿El precio mínimo le permite cubrir sus costos de producción?

Bueno acá tenemos productores que tienen por ejemplo $\frac{1}{4}$ de hectárea y hasta productores que tienen hasta 5 hectáreas. Esos productores que tienen $\frac{1}{4}$ de hectárea con ese pedacito de tierra prácticamente nunca van a ser competitivos. Muchos de ellos no invierten lo que deberían invertir para mejorar su productividad. Con ese $\frac{1}{4}$ de hectárea no pueden vivir y tienen que dedicarse a otras actividades y no le dan el manejo adecuado que debería darse. En cambio, un productor con 5 hectáreas si puede vivir del banano cualquier productor que quiera vivir del banano debe tener por lo menos 5 hectáreas para cubrir todas sus necesidades, ellos si hacen economías de escala. Esos productores invierten y saben que esa inversión le va a dar los réditos necesarios para cubrir las necesidades de su familia. Por ejemplo, algunos productores de 3 o 5 hectáreas tienen a sus hijos en la universidad o ya son profesionales entonces han tenido esos ingresos para cubrir sus necesidades sin embargo los productores pequeños no pueden sobresalir de esa manera. Entonces, para algunos el precio mínimo cubre sus necesidades y para otros no. En la cooperativa, el 70% tiene menos de 5 hectáreas.

5. ¿Considera que el precio justo influye de alguna manera positiva en el incremento de las exportaciones de banano orgánico?

No necesariamente porque como le digo tenemos un precio mínimo FLO pero República Dominicana tiene un precio más bajo entonces los importadores van a preferir fruta más barata. Nuestra principal carta es la calidad de nuestro producto, los importadores mismos consideran el banano orgánico peruano como el de mejor calidad tanto en presentación como en características organolépticas. Sin embargo, esto ha ido cambiando en los últimos años porque lamentablemente muchos productores se desesperan con el tema de las plagas y llegan a pecar con los químicos. Los clientes en destino hacen sus análisis y encuentran esos químicos y por ahí se han ido alejando de nuestros orígenes. Si el importador encuentra esos químicos suspenden la importación y la organización entra en una etapa de verificación o investigación. El importador notifica a la certificadora internacional y la certificadora hace una investigación en la organización y la organización tiene que demostrarle que es un caso aislado que no es el manejo general de la cooperativa que está pecando. En este caso, se separa al agricultor de la cooperativa, este pierde su certificación y es separado de la cooperativa.

OBJETIVO N°3:

Determinar si el respeto por el medio ambiente ha influido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

1. ¿Qué políticas se han implementado durante la producción de bananos orgánicos con el fin de preservar el medio ambiente?

Nosotros dentro de las normas orgánicas por ejemplo tenemos la política del manejo de los residuos sólidos, se capacita a la gente en el tema de evitar la quema de residuos en campos. Igualmente, capacitamos a los productores durante los riegos para evitar que se erosionen los suelos igual hacemos campañas de reforestación para evitar también esta erosión de los campos de las partes altas aquellas que normalmente están colindando con el río por ejemplo tienden a perder terreno. Entonces a través de los programas de reforestación mejoramos este sistema de contención de los suelos.

2. ¿Se ha destinado dinero de la prima del Comercio Justo para reemplazar los fertilizantes químicos y fortalecer su capacidad tecnológica con el propósito de avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles?

En esta cooperativa y en todas las cooperativas de este tipo está prohibida el uso de insumos químicos. Como los casos que te comenté son casos aislados si nuestro sistema interno de control descubre también que no se cumplen esas normas el productor también es separado de la cooperativa. Entonces, no necesariamente tiene que hacerse el análisis en destino sino que acá mismo nosotros hacemos muestreo durante todo el año. En el caso nuestro, tenemos un plan de fertilización, compramos fertilizantes orgánicos y les entregamos a los productores para descontarle semanalmente dándole facilidades de pago.

3. Se ha leído que los fertilizantes orgánicos han aumentado de precio, ¿ha pensado producir su propio fertilizante?

Los fertilizantes que podemos nosotros producir son el compost y el humus pero esos fertilizantes no cubren las necesidades nutricionales que requiere la planta yo tendría que producir toneladas de ese producto para yo poder equipararme con los productos procesados que en este caso son importados.

4. ¿Son los agricultores y trabajadores de su asociación más conscientes sobre el consumo responsable de recursos naturales como el suelo y agua?

Claro, si lo comparamos con los productores de banano convencional nuestros productores son conscientes. Ellos están capacitados, aunque muchas veces no lo cumplen.

5. ¿El cuidado del medio ambiente en todas las etapas de producción es un factor relevante para sus clientes internacionales como Países Bajos?

Claro ellos en algún momento nos han visitado y ellos vienen al campo a verificar como es el sistema de producción, como los productores manejan el cultivo desde la producción e igualmente verifican el proceso, empaque y despacho de contenedores.

6. Según su experiencia, ¿Considera que el respeto por el medio ambiente influye de manera positiva en las exportaciones de banano orgánico?

Por supuesto, si una cooperativa o asociación de banano orgánico no protege su entorno o utiliza químicos entonces no podría exportar porque no estaría cumpliendo

con las normas que las certificaciones nos exigen. Además, el mercado europeo valora mucho estas etiquetas.

7. ¿Cree usted que el crecimiento económico de un país y la preservación del medio ambiente son conceptos que deben trabajarse juntos y no de forma aislada?

Claro que sí, sobre todo ahora que está tan de moda el cambio climático. Aquí en nuestra zona por ejemplo que a nivel nacional se conoce a Piura como la ciudad del eterno calor, en Sullana específicamente, esto ya no se da. Ahorita está haciendo frío aquí en Sullana y el efecto del cambio climático está transformando nuestro ecosistema y nuestras plantaciones ya no producen como antes. El productor es consciente de esa situación sabe que nuestros sistemas de producción deben ir de la mano con la preservación del medio ambiente.

Preguntas generales:

¿Cuántos productores conforman su asociación?

450 agricultores y 180 trabajadores

¿Qué recomendaciones plantearía usted para un mayor desarrollo del sector, tanto a nivel nacional como internacional?

Los pequeños productores agrupados en asociaciones han tenido esta iniciativa de organizarse y están formalizados, a través de la cooperativa pagan sus impuestos a la SUNAT, pagan sus beneficios de seguro a Essalud, AFP, etc. Sin embargo, los otros productores o sean los informales están ahí cerca y compiten con nosotros porque ellos cortan sus frutas y dejan toda su basura de lo que cortan lo dejan ahí tiradas en las vías de acceso. Nosotros como una asociación de pequeños agricultores estamos contribuyendo a la formalización de la agricultura, estamos generando puestos de trabajo, divisas a través de las exportaciones, sin embargo el estado poco nos está apoyando. Ahora mismo, en el proyecto de Reactiva el estado les ha dado plata a las grandes empresas, a las transnacionales sin embargo a los bananeros no les han dado nada. Nosotros hemos postulado tres veces al programa reactiva y hasta ahora nada, ninguna bananera ha salido favorecida con este programa. Por ahí de repente nos falta hacer incidencia política para que tengan en cuenta a

los bananeros entonces el estado está como ausente, no vemos mucho el apoyo del estado a estas pequeñas organizaciones. Como le comentaba, el puerto de Paita ha sido concesionado con capitales árabes y nos ponen precios muy altos que matan a cualquier exportador. También, han ido bajando el drawback antes teníamos un drawback de 8% y ahora es de 3% tenemos que hacer incidencia política para que por lo menos suba a un 5% porque ese es un apalancamiento a nuestra economía. Queremos que el estado se acuerde de las organizaciones de pequeños productores como le digo estamos haciendo la labor del estado, generando trabajo sin embargo no tenemos el apoyo del estado.

FIN

La entrevista ha concluido, muchas gracias por su tipo y apoyo brindado para el desarrollo de esta investigación.

Anexo 9. Entrevista de Roberto Zapata

Nombre del Entrevistado: Roberto Carlos Zapata Prieto

Cargo y Empresa donde labora: Responsable de Certificaciones

Introducción

El presente estudio tiene como objetivo investigar el efecto de las exportaciones de bananos orgánicos producidos en Piura teniendo como principal destino a los Países Bajos durante los años 2013-2018 y al mismo tiempo, empleando las prácticas del Comercio Justo. Por lo que, nos dirigimos hacia su persona para poder acceder a información basada en su experiencia en el sector agrícola. La entrevista tendrá una duración de 30 a 45 minutos aproximadamente y se solicita su autorización para realizar grabaciones de audio con el único fin de registrar sus respuestas.

Sobre el producto: Bananos Orgánicos

1. ¿Cómo se han comportado las exportaciones de banano orgánico desde el año 2013?
Definitivamente, el cambio climático ha originado ciertos problemas si hablamos productivamente de banano y también en el tema de calidad. Por el problema de existencia o llegada a nuestro país de la mancha roja que ya existía hace muchos años, pero se proliferó en estos últimos tiempos por el desequilibrio medio ambiental que se originó y que ocasionó grandes pérdidas a las organizaciones.
2. ¿Qué factores influyen en las exportaciones de banano orgánico?
Cambios climáticos, plagas y que poco a poco los mercados han ido exigiendo muchas más cosas como es el factor de la fertilización que a poco a poco han ido sacando muchos productos que eran beneficiosos para el agricultor que eran orgánico pero que han salido de ciertos mercados. Por ejemplo, el mercado europeo eliminó un producto que era muy utilizado en el banano que era Sulcumat, saco el sulfato del potasio y ahora se produce un producto que se llama Algaim Postasium que cuesta el

triple de lo que costaba el otro y ese había sido un factor muy primordial para que la producción baje ya que es uno de los insumos que más requiere la planta del banano.

3. ¿Considera que la firma del TLC con la Unión Europea ha beneficiado a las exportaciones de banano orgánico?

Sí y no porque si hay ciertas limitaciones, los precios y las exigencias por ejemplo el uso de ciertos productos para controlar el tema de plagas. Antes había tolerancia de límite de cuantificación de 0.05 ahora el límite es de 0.01 y eso no lo ha medido el TLC para la comercialización con la Unión Europea ósea es mucho más exigente al momento de usar productos para ser orgánico. Un producto orgánico es muy costoso, un producto netamente orgánico como es el Entruz, pasó de utilizar un producto que distribuye Invectisa que costaba 89 a 120 soles a ese producto que vale 1600 soles.

4. ¿Por qué cree usted que la producción de banano orgánico se ha centrado principalmente en Piura?

Por su clima, por sus tierras, por la calidad de suelo. Pueden sembrar banano en una tierra que es arena o pedregosa y no va a producir la misma cantidad que produce en Piura. Piura fue privilegiado para sembrar banano netamente orgánico, por su clima y la cantidad de agua que tenemos y muchos factores que son beneficiosos para el tema. Tenemos una radiación solar de las 24 horas del día, la tenemos 12 horas lo que no sucede en otros países o lugares. En Lima no podríamos sembrar banano porque hay lugares donde no sale sol y la planta es de sol, tiene que generar el factor para que haga el llenado tanto de la mano con el agua como la fotosíntesis que hace la almidonación del banano y pueda salir adelante sino no hay producción, se muere. El banano se muere cuando tiene mucha agua o poca agua, hay que darle lo medido. Nosotros regamos cada 20 días, un riego por inundación y nuestro banano vive bien.

5. ¿Podría afirmar que existe un mayor interés por los productos orgánicos y que Países Bajos es un buen mercado de destino para el banano orgánico?

Definitivamente que sí, estaba viendo un tema con el país de Rusia para exportar banano pero el factor de costos nos limita, nosotros estamos regentados por una organización que se encarga de estandarizar tanto el precio máximo como el precio mínimo de la venta de frutos pero nadie evalúa el tema de costos y nos dice, porque no baja el costo del contenedor, de los insumos, el cartón es el factor más caro que

tenemos en el mercado y nadie dice lo vamos a bajar de precio y eso nos limita. Soy sincero en decirte que después de las evaluaciones que pudimos hacer hace un año el productor pierde porque los insumos son carísimos, la mano de obra para tratar banano orgánico ha subido de 20 a 45 soles y el banano ha tendido a bajar porque la fruta llegó a estar hace año medio o dos años a 7.20 dólares precio a pagar al productor y ahora está 5.40. Tremendo desbalance que se ha venido abajo por el tema de los químicos también.

Por otro lado, Países Bajos definitivamente es buen mercado para los bananos orgánicos. Acuérdate de que el banano es una fruta que contiene mucho potasio y el potasio es requerido en una cantidad mínima en la alimentación de países desarrollados como Países Bajos. Yo tuve un caso como es el de Francia, Alemania e Italia donde el gobierno de esos países decidieron que a un niño se le debería dar un banano en su lonchera y subsidiaron el banano. Compraban ellos el banano como gobierno y se lo daban en la lonchera diaria como un Kaliwarma. Diario por cada alumno, ¿te imaginas la demanda que existía?

6. ¿Qué acciones adicionales se podrían realizar para capturar un mayor porcentaje del mercado de Países Bajos?

Definitivamente Perú ha pasado hacer parte de la producción en riesgo de la producción de banano, no tenemos muchas armas en estos momentos para meternos y poder pedir o exigir ciertas cosas por los problemas de los químicos encontrados en varias organizaciones de nuestro valle. No estamos en las condiciones.

7. Se ha leído un artículo donde se menciona el apoyo de entidades estatales como MINAGRI durante la producción y la comercialización de bananos orgánicos, ¿Qué tan importante es el apoyo de las entidades estatales?

Nosotros ganamos un proyecto en el 2010 para la construcción de nuestro local con dos cámaras de frío y el cerco perimétrico. Ganamos un promedio de un 1 millón 200 mil soles con una contrapartida nuestra del 20%. No era muy exigente pero ahora en nuestro valle la mayor cantidad de productores solo cuentan con un certificado de posesión que pertenecen a una comunidad y para ingresar a un proyecto de este tipo de Agroideas necesitan que los productores presentar un título de propiedad. No nos limita a que podamos participar en un proyecto de Agroideas pero ya no a gran escala

sino a menor escala. Si ayuda por ejemplo si solicito un préstamo y participó en un proyecto de reconversión de arroz a banano por ejemplo me dan la oportunidad de hacerlo pero acuérdate que el arroz contiene una gran cantidad de productos químicos que tienen que deteriorarse en un periodo de conversión y eso va a demorar son tres años mínimo.

8. ¿Cómo se diferencia la producción del banano orgánico de los convencionales?

Es muy simple, el banano convencional tiene químicos y nadie lo mira. Senasa debería regular eso a diferencia del banano orgánico que eso lo regula las agencias certificadoras y los países de destino porque hay de por medio un análisis de residualidad cada cierto periodo de tiempo y eso lo evalúa un sistema interno y externo de control como son los certificadores.

Sobre Comercio Justo

1. ¿Qué factores determinaron su ingreso al sistema de Comercio Justo?

Es una muy buena opción porque es una certificación social que además nos permite evaluar muchos factores que no lo mira otras certificaciones. Congraf ahora de la mano con Global Gap lo están mirando por ejemplo el trabajo infantil en ciertos países hacen trabajar a los niños y estos no van a las escuelas, ahora el comercio justo lo mira. El desarrollar institucionalmente a tu organización y a tu sociedad alrededor de donde estas trabajando por la prima, el dólar premio que nos pueda beneficiar que sirve de acuerdo a una aprobación de una asamblea general en una organización de pequeños productores, poder desarrollar ciertos factores que son primordiales por ejemplo el arreglo de los accesos a los incas que los caminos son pedregosos originan perdidas enormes a la organización y a los mismos productores porque cuando vienen los rechazos son un problema. Las infraestructuras de cosechas y de empaque, las empacadoras en este caso nos permiten estar al día en ese tema y por ejemplo campañas de concientización de cuidado de medio ambiente, de uso y manejo de residuos peligrosos y un sinnúmero de capacitaciones que van de la mano con el desarrollo por la ayuda del dólar y eso le permite a una organización que pueda desarrollarse con un dinero que puedo decirlo entre comillas “extra” que pueda traerlo a la

organización. Aunque muchas de las organizaciones utilizan el dólar para subsidiar el precio de cajas.

2. ¿Anteriormente ha apoyado iniciativas del Comercio Justo en otras asociaciones o cooperativas?

Claro que sí, el permitir el tener un ingreso adicional a ciertas organizaciones pequeñas. He tenido la oportunidad de poder apoyar en la certificación de otras organizaciones de comercio justo justamente con esa finalidad. La finalidad de sostener el dólar premio con cajas prima fairtrade pero siempre de la mano y no cometer los errores que se cometió anteriormente por la utilización de productos químicos. El consumidor final paga una caja fairtrade a cambio de un producto limpio e inocuo y esa es la medida que se debe tomar por lo demás todo viene de la mano de las otras certificaciones pero primordialmente el comercio justo nos ayuda a desarrollarnos infraestructuralmente, profesionalmente y a los productores les permite conocer las buenas prácticas agrícolas y buenas prácticas de manufactura que deben llevar a cabo en el campo y en sus casas más aun con esta pandemia. En esta pandemia el agricultor aprendió que el lavado de mano es primordial y que deben hacerlo antes de tocar o contaminar un producto. Hemos aportado mucho como voz a la creación de ciertas organizaciones pequeñas como la cooperativa alto grande, Appbosa con la ingeniera Marcia Herrera y a la vez, hemos ayudado al PIIT del banano que se encargaba de hacer escuelas de campo donde permitía al productor aprender más de cerca las buenas labores que se pueden hacer en el campo. Esa es la experiencia que tengo y lo que he podido tocar durante estos 14 años de experiencia que tengo en banano.

3. ¿En su opinión cómo describiría el proceso de certificación?

Un proceso no complejo pero que nos permite evaluarnos al interno y externo como estamos de acuerdo a la normativa. Si yo debo capacitar a mi personal y no lo sabía con los programas de certificación sé que debo hacerlo cada 3 meses, 6 o al año pero eso me permite evaluar los procesos de certificación. Las evaluaciones que hacen las certificaciones a las organizaciones nos permiten saber a ciencia cierta donde estamos mal y donde estamos haciendo las cosas bien basado en los análisis de evaluación de riesgos que existe de todo tipo tanto en la cosecha, post cosecha, producción de cajas

y todo lo que tenga que ver con la producción del banano y puedas darte cuenta y mejorar en esos puntos.

4. ¿Qué factores dificultaron la implementación de Comercio Justo en su organización?

Ninguna porque al momento que apruebas para pasar la certificación orgánica automáticamente has aprobado para comercio justo. Si tú apruebas orgánico lo llevas a una asamblea y desde que estas siendo aprobado por la asamblea general de socios estas aprobando para certificación fairtrade porque fairtrade viene y te evalúa desde cuando eres socio de una organización, cuando fue la fecha que te certificaron orgánico y si te aprobó o no la asamblea. Revisan las actas y ellos hacen una auditoría basado en el número de cajas de la fruta vendida como fairtrade porque no todas las organizaciones venden fairtrade algunas venden convencional.

5. ¿Cuántas inspecciones anuales de Comercio Justo tiene?

Una anunciada y una no anunciada. Una que es programada y una que no es programada, tocan tu puerta y entran.

6. ¿Cuáles son los objetivos del Comercio Justo y cómo se organizan para poder cumplirlos?

Hay una junta directiva que regenta la organización y hay un sistema interno de control que son los ojos de la agencia de la certificadora externa y las áreas involucradas que nos permiten hacer un plan de trabajo y dentro de ese plan se evalúa los tiempos de certificación que pudiera venir, las capacitaciones que se tienen que dar y los documentos que se tienen que tener. Cada cierto tiempo tenemos una evaluación por parte del responsable de dar las certificaciones, quién hace una reunión de acuerdo al plan y evalúa las áreas de acuerdo a cómo están. Una vez que ya estamos actos por confirmación, el área del comercio justo nos dice que existe una posible fecha para dar a cabo la certificación. Nosotros nos volvemos a reunir y decidimos si estamos aptos o no y que nos está faltando y si aceptamos o no la fecha. Proponemos una nueva fecha y si estamos aptos lo aceptamos y viene y se hace la auditoría de comercio justo.

7. ¿Cree usted que el Comercio Justo es una alternativa real del mercado y una estrategia de desarrollo?

Claro y es una alternativa muy buena, hay ciertas limitaciones para ejecutar ciertas obras dentro de las organizaciones pero con la ayuda que nos da el comercio justo y siendo aprobado con un plan y ejecución del programa con tiempos y metas se puede lograr muchos desarrollos en las organizaciones e incluso se puede llegar al extremo de no construir nada de no hacer nada y hacer que los campos de los productores produzcan más con el tema de programa de fertilización, templado e integrado y muchas cosas con la evaluación. Nos ayuda en todo y mucho.

8. ¿Considera que la certificación de Comercio Justo tiene una alta importancia para el desarrollo de su organización?

Como lo mencioné anteriormente la certificación de Comercio Justo nos ha ayudado para desarrollarnos como organización en todos los aspectos y es muy importante para nosotros tenerlo.

9. ¿De qué manera invierten el dinero obtenido de la prima de Comercio Justo y por qué decidieron priorizarlo de esa forma?

De acuerdo a la evaluación y de acuerdo a la normativa del comercio justo esto se debe utilizar para el desarrollo de la organización y no para dárselo a ningún socio entonces de acuerdo al plan vemos lo que nos está faltando. En este caso lo hicimos por ejemplo con la elaboración de 15 baños completos para los diferentes factores de proceso de cosecha y empaque de banano. Eso era una prioridad porque de la mano con la certificación de GlobalGap para estar activos en el certificado nos exigían que todos los centros de empaque tuvieran un servicio higiénico entonces eso es una prioridad que se lleva a asamblea, se hace el requerimiento, se evalúa se hace la proforma y asamblea aprueba que se ejecuten esos baños. Así es como nosotros vemos el tema.

OBJETIVO N°1:

Explicar si la creación de oportunidades influyó en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el período 2013-2018.

1. En su experiencia, ¿Podemos hablar o no de un aporte hacia la inclusión de ciudadanía a través de las agrupaciones de pequeños productores?

Sí definitivamente nos ayuda a esta inclusión. Desde el punto de vista de vender una caja fairtrade es que podamos tener la seguridad que el productor va a obtener un pago justo un precio justo a un tiempo exacto y le permita a sus hijos terminar las escuelas y si quieren ser profesionales que se les pueda dar esa oportunidad de crecer, ya no existen limitaciones ese es uno de los factores primordiales que le permite ver el tema de desarrollo del trabajador y al productor porque también hay productores que le dan trabajo a sus mismos hijos en el mismo campo, hijos que ya tienen su familia y que ya estudiaron pero que no encuentran trabajo, entonces como tienen un precio justo y pago a tiempo pueden darle el trabajo y pueden obtener mejoras salariales.

2. ¿Los agricultores y trabajadores reciben capacitaciones relevantes para la creación de oportunidades? ¿De qué tipo y con cuanta frecuencia?

Normalmente hacemos una capacitación por año a los productores en todos los temas eso incluye una capacitación de liderazgo que va basada a los productores y a los hijos de los productores y a los trabajadores. La finalidad es lograr obtener gente capacitada para el momento en que ellos decidan obtener un cargo en las organizaciones estén preparados. Por ejemplo, nos hemos dado con la ingrata sorpresa de que los directivos que llegan a formar parte de las juntas directivas no saben ni donde están parados. Entonces esas capacitaciones de liderazgo y esas escuelas que se les da todos los sábados una vez por semana por tres meses nos permiten saber quiénes pueden ser líderes dentro de una organización. Es más, el reglamento de una organización que conozco debes haber seguido un curso de liderazgo para ser directivo y ese es uno de los requisitos importantes. Además, nosotros tenemos personal capacitado donde desde en un inicio se les enseña cómo se debe hacer el tema de las certificaciones y con que deben fertilizar. Aparte de eso, el manejo tecnológico del cultivo de banano desde que su enfunde hasta su cosecha son capacitaciones primordiales que en este caso el sistema interno de control y el área técnica se encargan de dar a todos los productores sin que ninguno se quede fuera y de eso aprenden mucho, por ejemplo hay una muy buena práctica que se llama el

deshije o selección de matas y de eso va a depender la productividad del banano se hacen capacitaciones con gente externa que se les paga y ellos les tienen que mostrar el tema poblacional de plantación, deshije y selección de macas, eso va a originar una buena producción de la mano de la fertilización. Eso es muy importante dentro de las organizaciones, quien no emita ese tipo de capacitación desgraciadamente es una organización muerta. Esta capacitación se realiza mínimo cada tres meses en los sectores donde no haya productividad, se evalúa los sectores donde no se ve mucha productividad. Normalmente es una vez al año para todos, pero como mínimo cada tres meses a los sectores que no producen como deben producir y también se da la prioridad a los sectores que lo solicitan. La norma me dice a mí que debe capacitarse al año, pero hay ciertas capacitaciones que se dan tres o cuatro veces al año.

3. Además de las capacitaciones, ¿El Comercio Justo ha fomentado en su asociación la participación en ferias comerciales y acceso a créditos?

Sí se ha llegado a participar en ciertas ferias y a ciertas capacitaciones por los consultores de reforzamiento que existe y que tiene el comercio justo en la jurisdicción.

4. ¿Considera que la certificación de Comercio Justo ha ayudado a su asociación a acceder a nuevos mercados internacionales y a mantener mejores relaciones comerciales?

No tanto por el comercio justo sino que la calidad de la fruta que pueda vender un país como organización a ciertos países le permite ganarse un prestigio y poder ver que otros países pueden adquirir la demanda de esta fruta por el prestigio ganado porque existen ferias como la BIOFACH como la CORBANA que se dan en ciertos países del mundo y que uno va con todos sus armas a hacer una presentación ahí es que se puede ganar una visión de los países que quiere uno que adquieran su producto.

5. De acuerdo a su opinión, ¿Las actividades realizadas para la creación de oportunidades influye de manera positiva en las exportaciones de banano orgánico?

Sí definitivamente eso es muy importante porque a medida que crece una organización se necesita personas más preparadas y con mayores conocimientos en el negocio por eso es importante las capacitaciones técnicas, pero también en liderazgo y que las futuras generaciones tengan un mayor acceso a la educación. Por

ejemplo, hoy día construimos una certificación nueva HACCP y necesitaremos una persona que conozca sobre ella y que tendrá que hacerse cargo de la cartera de esta certificación. Esta certificación garantiza la inocuidad en los alimentos porque identifica y controla todos los peligros que podrían afectar la fruta durante todas sus etapas desde la cosecha. Al igual que todas las certificaciones como la de calidad tiene que ir de la mano de una persona capacitada en ese artificio.

OBJETIVO N°2:

Determinar si el precio justo ha repercutido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

1. ¿Bajo qué criterios se determina el precio mínimo del Comercio Justo?
¿Aproximadamente cuánto tiempo está vigente y por qué razones puede variar?

El precio lo establece el comercio justo anualmente para esto hace una evaluación con los actores que intervienen en el proceso y elabora un reglamento que emite a todo el mundo por medio online y eso es lo que se respeta. Este difiere por país.

2. ¿Considera que el precio mínimo es uno de los factores más relevantes del Comercio Justo?

Claro, tienes un precio establecido por todo el año y los agricultores y trabajadores pueden proyectar sus ingresos. Obviamente no todos tienen las mismas necesidades que otros y eso contrarresta que un precio pase de otro precio que tienda a bajar.

3. En comparación con otros países, ¿Cuál es su opinión sobre el precio mínimo fijado para el banano orgánico peruano?

Desgraciadamente la distancia que nosotros tenemos para llegar a Europa son 22 días. Otros tienen la opción de estar a 7 o 6 días y ofrecen fruta con menor costo. La de nosotros tiene una travesía muy grande, tiene unos costos muy altos que le ponemos otro precio y eso no permite competir con ellos más que todo por la cercanía porque si comparamos la calidad de nuestra fruta contra la de ellos, la fruta peruana es la mejor del mundo.

4. ¿El precio mínimo le permite cubrir sus costos de producción?

No, estamos perdiendo porque existen muchos factores no te lo podría explicar en estos momentos, pero los costos son altos. Por ejemplo, yo compro la caja precio FOB a 12 dólares, pero me sale a 12.22. Para poder compensar nosotros ganamos con la recuperación del drawback y el IGV. Es así todo el tiempo a parte en el valle no tenemos áreas compactadas, dentro de la urbanización existe una empacadora donde lleno un insumo que es el agua para llenar la empacadora que a mí me cuesta 120 soles y para que esos costos disminuyan debo mover mi logística y todo debo sacar como mínimo 240 cajas al día por una cuadrilla de 18 personas, pero no llego ni a las 100 cajas tengo que hacer un nuevo cambio a otro sitio y eso me va originando perdidas.

5. ¿Considera que el precio justo influye de alguna manera positiva en el incremento de las exportaciones de banano orgánico?

Sí definitivamente que si

OBJETIVO N°3:

Explicar si el respeto por el medio ambiente ha influido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

1. ¿Qué políticas se han implementado durante la producción de bananos orgánicos con el fin de preservar el medio ambiente?

Políticas de incentivo, una de las políticas es la concientización a la población y por lo general a los productores a la no utilización de productos químicos, a la conservación de áreas que nos permita tener mayor volumen de oxigenación en nuestras plantaciones que puedan estar libres de cualquier contaminante, pero las plagas no nos dejan menos opción. Ecuador tiene un problema más serio con la Sigatoka pero nosotros tenemos un problema con la mancha roja que se presentó hace cuatro años aproximadamente y la mancha roja en ciertas oportunidades tiene que ser erradicada solamente con un producto inorgánico, ahí nos limita un poco pero lo bueno es que ya no hay quema en los campos, colocan barreras vivas, la aplicación de productos químicos y ese tipo de cosas la gente lo ha entendido pero existe grandes

empresas que se dedican a la caña y la minería informal que contamina a pasos agigantados.

2. ¿Se ha destinado dinero de la prima del Comercio Justo para reemplazar los fertilizantes químicos y fortalecer su capacidad tecnológica con el propósito de avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles?

Claro que sí, lo hemos hecho en muchas oportunidades a la asamblea se le pide aprobar este plan de ejecución de levantamiento de producción y manejo tecnológico de la plaga para poder comprar productos que van desde 1500 soles.

3. ¿Qué actividades se han realizado en favor de la conservación del medio ambiente?

Bueno como mencioné anteriormente primero la concientización del agricultor y el trabajador, utilizamos fertilizantes orgánicos y todas aquellas actividades que se nos exige para poder cumplir con la certificación orgánica y de comercio justo en cuanto al medio ambiente.

4. ¿Son los agricultores y trabajadores de su asociación más conscientes sobre el consumo responsable de recursos naturales como el suelo y agua?

Si hemos batallado muchos con ellos, pero si lo hemos logrado. Hay un responsable del cuidado del medioambiente y ese responsable es el que se encarga de hacer las capacitaciones de concientización muy aparte de las que podamos generar nosotros.

5. ¿El cuidado del medio ambiente en todas las etapas de producción es un factor relevante para sus clientes internacionales como Países Bajos?

Sí y de hecho hemos obtenido la certificación de carbono neutral recientemente. Somos la primera organización con esta certificación y lo que va a permitir es cuantificar, reducir y compensar las emisiones de dióxido de carbono generadas en la producción y comercialización del banano orgánico. En un inicio lo evaluamos y eso nos va a permitir a ser más competitivos, vamos a poder demostrar que el banano está libre de ese contaminante, entrar a nuevos mercados y lograr mejores beneficios económicos.

6. Según su experiencia, ¿Considera que el respeto por el medio ambiente de alguna manera influye en las exportaciones de banano orgánico?

Sí toda organización que venda banano orgánico debe respetar el medio ambiente, el que no respeta el medio ambiente es un banano convencional.

7. ¿Cree usted que el crecimiento económico de un país y la preservación del medio ambiente son conceptos que deben trabajarse juntos y no de forma aislada?

Sí deben estar de la mano sobre todo en la agricultura porque si hay un desequilibrio ecológico o ambiental entonces nos quedaríamos sin tierras aptas para la cosecha en el peor de los casos o disminuirá la productividad de la tierra y un claro ejemplo de lo que ya está pasando son el tema de las plagas. En un país como el nuestro que vive de la exportación de recursos primarios esto es importantísimo.

Preguntas generales:

¿Cuántos productores conforman su asociación? 672 productores

¿Qué recomendaciones plantearía usted para un mayor desarrollo del sector, tanto a nivel nacional como internacional?

Bueno primero sería el tema de competitividad, si bien el banano orgánico del Perú se diferencia por su calidad se podría empezar en analizar como disminuir los costos logísticos que no nos hacen tan competitivos y los costos de los abonos orgánicos que son muy elevados. Falta en el sector también una mayor investigación e inversión en tecnologías para aumentar la productividad.

FIN

La entrevista ha concluido, muchas gracias por su tipo y apoyo brindado para el desarrollo de esta investigación.

Anexo 10. Entrevista de Walter Garrido

Nombre del Entrevistado: Walter Iván Garrido More

Cargo y Empresa donde labora: Responsable de certificaciones en la Central Piurana de Productores de Banano Orgánico

Introducción

El presente estudio tiene como objetivo investigar el efecto de las exportaciones de bananos orgánicos producidos en Piura teniendo como principal destino a los Países Bajos durante los años 2013-2018 y al mismo tiempo, empleando las prácticas del Comercio Justo. Por lo que, nos dirigimos hacia su persona para poder acceder a información basada en su experiencia en el sector agrícola. La entrevista tendrá una duración de 40 a 55 minutos aproximadamente y se solicita su autorización para realizar grabaciones de audio con el único fin de registrar sus respuestas.

Sobre el producto: Bananos Orgánicos

1. ¿Cómo se han comportado las exportaciones de banano orgánico desde el año 2013?
Hubo un crecimiento bastante grande hasta el 2018 a nivel de exportaciones de la pequeña agricultura
2. ¿Qué factores influyen en las exportaciones de banano orgánico?
Lo principal es la demanda del mercado que viene amarrado de la concientización de los consumidores y en Perú es básicamente por los pedidos sociales – Fairtrade.
3. ¿Considera que la firma del TLC con la Unión Europea ha beneficiado a las exportaciones de banano orgánico?
Sí abriendo la ventana a nuevos mercados y facilitando el tema documentario.
4. ¿Por qué cree usted que la producción de banano orgánico se ha centrado principalmente en Piura?

Por las condiciones ambientales y climáticas que tiene Piura y que son idóneas para la producción de banano orgánico y otro factor es la cercanía al puerto de Paita. A diferencia de Ecuador y de otros países nosotros no tenemos el problema de la Sigatoka Negra que es considerada la enfermedad más destructiva ataca a las hojas de la planta y seca rápidamente el tejido foliar.

5. ¿Podría afirmar que existe un mayor interés por los productos orgánicos y que Países Bajos es un buen mercado de destino para el banano orgánico?

Sí claro porque es un país que tiene un mayor número de envíos eso es lo que nos dice las estadísticas en primer lugar. En Países Bajos y los demás países que conforman el continente europeo, la demanda de productos orgánicos está en crecimiento porque son más conscientes de los beneficios que trae para su salud versus un producto convencional que es cosechado con químicos.

6. ¿Qué acciones adicionales se podrían realizar para capturar un mayor porcentaje del mercado de Países Bajos?

Seguir concientizando más y poder demostrar el impacto que se está teniendo digamos el impacto social o el desarrollo económico que está teniendo la región sobre todo el impacto de los sellos.

7. Se ha leído un artículo donde se menciona el apoyo de entidades estatales como MINAGRI durante la producción y la comercialización de bananos orgánicos, ¿Qué tan importante es el apoyo de las entidades estatales?

Sí es sumamente importante juega un rol bastante fuerte y creo que debe seguir fortaleciendo el abono en la cadena del banano, pero tiene un efecto bastante positivo.

8. ¿Cómo se diferencia la producción del banano orgánico de los convencionales?

Básicamente son los certificados que brindan la garantía y la certeza de como el producto ha sido cosechado, producido y comercializado bajo los estándares sociales y ambientales porque si hablamos de las características en sí de la fruta son muy limitadas las diferencias porque son muy parecidas.

Sobre Comercio Justo

1. ¿Qué factores determinaron su ingreso al sistema de Comercio Justo?

Básicamente para poder ingresar a los nichos de mercado donde la competencia es menor y te da mayores oportunidades de competir en estos nichos de mercado. Ese ha sido un factor importante donde otras empresas grandes o privadas no podían ingresar ahí. Por ejemplo, en el 2000 aparecieron trasnacionales interesadas en la industria bananera y competir contra ellas con su economía de escala, experiencia tecnológica, infraestructura, etc hubiese sido imposible sin el comercio justo.

2. ¿Anteriormente ha apoyado iniciativas del Comercio Justo en otras asociaciones o cooperativas? Si su respuesta es positiva, ¿podría mencionar alguno de ellos?

No, inicie mi experiencia laboral trabajando aquí y después de 10 años sigo trabajando en esta empresa.

3. ¿En su opinión cómo describiría el proceso de certificación?

Es un proceso complicado y cada vez más exigente, entonces más riguroso donde se tiene que ir cumpliendo con los estándares que están siendo cada vez más elevados. Es un proceso donde lo fundamental como los sellos es la concientización de todos los actores y concientización es un proceso de mediano o largo plazo.

4. ¿Qué factores dificultaron la implementación de Comercio Justo en su organización?

Adaptación del tema laboral porque si tienes los sellos tienes que empezar a cumplir con todos los requisitos laborales, se determina un mayor costo de mano de obra y el costo de implementación como tal entonces un mayor costo económico.

5. ¿Cuántas inspecciones anuales de Comercio Justo tiene?

Una anual y puede haber dos adicionales, una con aviso y la otra que la llaman dirigida. Vienen auditores que los contrata el Comercio Justo FLO-CERT que es la entidad encargada de hacer todas las auditorías que pueden ser nacionales o de otros países.

6. ¿Cuáles son los objetivos del Comercio Justo y cómo se organizan para poder cumplirlos?

El objetivo social, laboral, ambiental y para el tema de organizarse es el tema de trabajo en equipo de acuerdo a cada área o cada segmento de la empresa se tiene que cumplir e implementar sus procedimientos. En el medio social entra ahí la parte diligencial y los mismos productores entran en la parte laboral. La parte laboral que es recursos humanos y los mismos trabajadores. Entonces cada área tiene tratar de

cumplir e implementar todos los requisitos de acuerdo a su puesto por ejemplo en el tema de certificaciones todo lo que es trazabilidad, procedimientos y lo que se trata de distribuir todos los criterios de acuerdo a cada área que corresponda.

7. ¿Cree usted que el Comercio Justo es una alternativa real del mercado y una estrategia de desarrollo?

Definitivamente que sí y eso ha permitido que las organizaciones puedan exportar a un mejor precio, a un precio estable tal vez falte mucho más que crecer y demostrar, pero si vemos el impacto entre los años que lleva las organizaciones han crecido y se han fortalecido de una forma considerable.

8. ¿De qué manera invierten el dinero obtenido de la prima de Comercio Justo y por qué decidieron priorizarlo de esa forma?

En Comercio Justo entra el tema de democracia y la Asamblea general es la máxima autoridad y se hacen dos escenarios a nivel técnico y diligencial se elaboran las propuestas las cuales se presentan y sustentan a la asamblea y de acuerdo a eso ya hay una aprobación y eso rige anualmente. Dentro de los rubros que se está invirtiendo es el tema productivo y el tema social son los dos. En el tema productivo uno de los factores es la baja productividad que se encuentra a nivel de las áreas de los pequeños productores y a nivel social es para darle digamos algún un beneficio al socio con el tema del Comercio Justo. Adicionalmente, también se ha invertido en infraestructura y calidad, dentro de calidad básicamente lo que es inocuidad.

OBJETIVO N°1:

Explicar si la creación de oportunidades influyó en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el período 2013-2018.

1. En su experiencia,¿podemos hablar o no de un aporte hacia la inclusión de ciudadanía a través de las agrupaciones de pequeños productores?

Definitivamente que si porque ya no están supeditados por el libre mercado que sería depender que la oferta y la demanda regulen el precio del banano orgánico. Además, ayuda a ingresar a estos nichos de mercados que digamos son muy pequeños.

2. ¿Los agricultores y trabajadores reciben capacitaciones relevantes para la creación de oportunidades? ¿De qué tipo y con cuanta frecuencia?

Las capacitaciones de los productores son a nivel técnico productivo, gobernanza que es lo que se está ingresando en los últimos años diría en los últimos tres años. A nivel de trabajadores, en el tema de procedimientos internos, leyes básicamente cuales son los deberes y derechos laborales. Gobernanza entran varios factores como reglamentos internos, manuales, procedimientos, en que consiste o cómo debería manejarse una organización, roles y funciones organizacionales, liderazgo, desarrollo de capacidades en los mismos puestos, pero son temas nuevos que en los próximos años se deben ir trabajando. Hay algunas organizaciones que ya tienen establecido sus capacitaciones con un plan de capacitación anual y otras lo tienen al menos en un mes con un tema distinto. De lo que conozco hay cinco iniciativas a nivel de todas las organizaciones.

3. Además de las capacitaciones, ¿El Comercio Justo ha fomentado en su asociación la participación en ferias comerciales y acceso a créditos?

Sí a ferias comerciales ya se lleva varios años participando como Perú tal vez no las mismas organizaciones, pero sí hay varios que han ido tanto nacionales como internacionales las cuales ayudan un poco a generar un mayor mercado. En los créditos, se manejan bastante los fondos rotatorios con el tema Fairtrade. El fondo rotatorio es un préstamo que se le dan al agricultor y se le va descontando de acuerdo a sus ventas y el monto máximo de préstamo lo determinan en la asamblea, generalmente lo determinan de acuerdo a dos factores, cuanto produce y cuanta área maneja.

4. ¿Considera que la certificación de Comercio Justo ha ayudado a su asociación a acceder a nuevos mercados internacionales y a mantener mejores relaciones comerciales?

Sí definitivamente que la certificación de comercio justo ha ayudado a acceder a estos mercados internacionales que demandan productos premium y que saben que más allá de la calidad de la fruta también están apoyando al pequeño agricultor y que mejoran su calidad de vida.

5. De acuerdo a su opinión, ¿Las actividades realizadas para la creación de oportunidades influye de manera positiva en las exportaciones de banano orgánico?
Sí definitivamente.

OBJETIVO N°2:

Determinar si el precio justo ha repercutido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

1. ¿Bajo qué criterios se determina el precio mínimo del Comercio Justo?
¿Aproximadamente cuánto tiempo está vigente y por qué razones puede variar?
Eso lo utilizan como estándares a nivel de consulta a nivel de país y cada país va estableciendo su precio mínimo eso dependiendo de su costo de producción, inflación, costos laborales, logísticas o tema de aranceles, costo de materiales todo eso se va calculando y se va tomando como referencia un precio mínimo y por lo general se hace cada dos años para poder ir actualizando los precios mínimos. Se toma en cuenta el mercado mismo para poder calcular el precio mínimo.
2. ¿Considera que el precio mínimo es uno de los factores más relevantes del Comercio Justo?
Claro ya que te da una estabilidad económica y tú sabes al menos que con ese precio puedes asegurar que vas a recuperar todos tus costos de inversión.
3. En comparación con otros países, ¿Cuál es su opinión sobre el precio mínimo fijado para el banano orgánico peruano?
Perú está dentro de los países que tienen el precio del banano más altos tomando en cuenta que Perú es uno de los países que tiene el costo logístico también más alto y se trata de compensar un poco todos sus costos y llegar a un promedio donde te garantiza también tener una rentabilidad.
4. ¿El precio mínimo le permite cubrir sus costos de producción?
Actualmente, con toda esta crisis ese precio mínimo se está discutiendo bastante pero no solo es el precio mínimo sino también entran los factores internos dentro de la organización, es decir como manejas tu estructura de costos de producción, que tanto

se tenga el manejo de productividad eso también va a ayudar que el precio mínimo pueda cubrir los costos. Entonces el precio mínimo es un factor, pero también hay factores internos que van a determinar de que realmente el precio mínimo sea un precio donde pueda priorizar los costos. Hay organizaciones que es favorable y habrá otras que tal vez están en pérdidas, pero son factores internos que influyen bastante en eso.

5. ¿Considera que el precio justo influye de alguna manera positiva en el incremento de las exportaciones de banano orgánico?

Sí claro

OBJETIVO N°3:

Explicar si el respeto por el medio ambiente ha influido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

1. ¿Qué políticas se han implementado durante la producción de bananos orgánicos con el fin de preservar el medio ambiente?

Uno la biodiversidad que es un poco difícil de cumplir al menos en el sector en el que estamos y otro es el manejo de residuos que también hay muchas deficiencias, pero se ha estado trabajando bastante en eso.

2. ¿Se ha destinado dinero de la prima del Comercio Justo para reemplazar los fertilizantes químicos y fortalecer su capacidad tecnológica con el propósito de avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles?

Sí definitivamente en el tema de productividad el comercio justo hace énfasis al tema de fertilizantes. Los fertilizantes orgánicos son caros a comparación de los demás, porque si incluso lo compras a un tercero ese tercero tiene que cubrir costos de certificación. Actualmente, hay varias iniciativas de la organización de empezar a producir sus propios fertilizantes.

3. ¿Son los agricultores y trabajadores de su asociación más conscientes sobre el consumo responsable de recursos naturales como el suelo y agua?

Sí lo que pasa es que ahí no es solo el comercio justo sino el tema orgánico. Las certificaciones Global que también influyen bastante en este criterio, en estos puntos. Se maneja también capacitaciones sobre protección del medio ambiente, manejo de residuos sólidos, el tema de reciclar algunos desechos del mismo campo, el tema de no contaminar o botar sustancias contaminantes tanto para el agua, suelo o medio ambiente.

4. ¿El cuidado del medio ambiente en todas las etapas de producción es un factor relevante para sus clientes internacionales como Países Bajos?

Sí a parte del precio, el tema de calidad es un proceso bien complicado y que te exigen bastante entonces es una etapa bien complicada.

5. Según su experiencia, ¿Considera que el respeto por el medio ambiente influye de manera positiva en las exportaciones de banano orgánico?

Sí de hecho aún hay varias cosas que mejorar, pero tiene un impacto bastante bueno.

6. ¿Cree usted que el crecimiento económico de un país y la preservación del medio ambiente son conceptos que deben trabajarse juntos y no de forma aislada?

Tiene que ser de manera integral uno va relacionado con lo otro. Definitivamente, no pueden ser tratados de forma aislada.

Preguntas generales:

¿Cuántos productores conforman su asociación?415

¿Qué recomendaciones plantearía usted para un mayor desarrollo del sector, tanto a nivel nacional como internacional?

Sería bueno poder ver toda la cadena de exportación como el tema de aranceles tal vez dar un paso más en la cadena comercial. En el tema de trabajo o lo que son compras unitarias de productos o servicios en bloques es un factor que ayudarían también a reducir bastante el costo, negociaciones colectivas.

FIN

La entrevista ha concluido, muchas gracias por su tipo y apoyo brindado para el desarrollo de esta investigación.

Anexo 11. Entrevista de Julio Gallegos

Nombre del Entrevistado: Julio Osar Gallegos Herrera-Rambla

Cargo y Empresa donde labora: Gerente administrativo y financiero en CEPIBO

Introducción

El presente estudio tiene como objetivo investigar el efecto de las exportaciones de bananos orgánicos producidos en Piura teniendo como principal destino a los Países Bajos durante los años 2013-2018 y al mismo tiempo, empleando las prácticas del Comercio Justo. Por lo que, nos dirigimos hacia su persona para poder acceder a información basada en su experiencia en el sector agrícola. La entrevista tendrá una duración de 40 a 45 minutos aproximadamente y se solicita su autorización para realizar grabaciones de audio con el único fin de registrar sus respuestas.

Sobre el producto: Bananos Orgánicos

1. ¿Cómo se han comportado las exportaciones de banano orgánico desde el año 2013?

Las exportaciones en el mercado de banano orgánico que sale de aquí de Paita han aumentado, pero como nosotros pertenecemos al rubro de pequeños productores se ha reacomodado la porción de mercado ósea cada vez los capitales privados han ido ganando terreno a los pequeños productores por una serie de ventajas que tienen los empresarios frente a los pequeños productores que no tienen mucha capacidad de gestión. No hay un tema ahí de visión de negocios, liderazgo, ha habido varias falencias que han ido restándole mercado a los pequeños productores.

2. ¿Qué factores influyen en las exportaciones de banano orgánico?

Básicamente las exportaciones han aumentado porque el mercado de bananos en el mundo cada vez crece más, creo que crece a un 3 o 4% que es un nivel alto de crecimiento. Muchos creen que la demanda está bajando, pero más bien es al revés porque los que nos compraban antes se están yendo a comprarles a otros competidores primero a nivel nacional y luego a otros países. Ecuador y Colombia han logrado

sembrar banano orgánico que era un privilegio de Perú hace 20 años sobre todo del Valle de Chira pero ellos han hecho sus investigaciones y han comenzado de ver la forma de hacer crecer banano orgánico en su territorio y lo han logrado entonces hay un panorama muy desalentador con respecto al mercado de pequeños productores y dentro de este mercado la certificación Fairtrade es muy importante porque es la que nos ayuda a mantener los precios ya que si nosotros estuviéramos bajo el mercado de la oferta y demanda creo que no hubiésemos sobrevivido ni un año.

3. ¿Considera que la firma del TLC con la Unión Europea ha beneficiado a las exportaciones de banano orgánico?

Los tratados a veces son un arma de doble filo porque se libera para todos y cualquiera puede exportar eso también ha sucedido con los exportadores que han entrado al mercado en los últimos años. Antes había más facilidades, apoyo del gobierno para emprender un negocio de banano un pequeño productor por eso en un primer momento los pequeños productores empezaron a exportar por iniciativa también del gobierno que buscaban nuevos cultivos alternativos al algodón y arroz que habían sido un desastre entonces empezaron a probar con el banano y empezaron a desarrollar las cadenas de mango. Cuando se liberó esto que creo que fue en los 90 cuando se abrió el mercado para todos incluso se vinieron las empresas de Ecuador para acá, empresas como Dole, Bio Costa y comenzaron ellos a monopolizar en un primer momento porque había todas estas series de beneficios en las exportaciones. De hecho, que todas las exportaciones de productos ahora no pagan aranceles pero si pagaban aranceles en destino, ahora con el TLC se anuló. El arancel lo asume el cliente nosotros asumimos hasta el puerto los gastos por lo que vendemos precio FOB.

4. ¿Por qué cree usted que la producción de banano orgánico se ha centrado principalmente en Piura?

Por el micro clima que hay sobre todo aquí en el Valle de Chira cuando descubrieron que aquí se podía hacer crecer una planta de banano sin complicación de plagas o aditamentos químicos para obtener una buena mano. Estas tierras son muy buenas las que están en el margen derecho e izquierdo del Río Chira. Como dicen los productores “yo dejo la planta ahí y produce” pero esto también ha cambiado bastante porque

tienes que mantenerlo a través de un tratamiento que se le hace a la tierra sino haces eso empieza a salir plagas, las plantas se debilitan, empiezan a salir hongos ósea es todo un círculo vicioso si tú no realizas las labores de mantenimiento de la tierra y es algo que ha pasado en los últimos años porque el productor estaba confiado de que sembraba la planta y de ahí no se preocupaba por nada más pero todo eso ha cambiado porque la tierra te pasa la factura sino la abonas o asistes. Después de 20 años, se han necesitado planes de recuperación de tierras porque, así como la tierra te da también hay que retribuirle. Hay muchas falencias que hemos descubierto y que no han permitido que este negocio sea más rentable, no habido un retorno de las grandes ganancias que hubo en un primer momento. No se vio a futuro lo que se tenía que hacer y obviamente no se invirtió en infraestructura, en el campo, en investigación y desarrollo que es lo que más nos falta...Hasta antes del fenómeno del niño nosotros exportábamos como CEPIBO 16 contenedores que era una cantidad semanal aceptable que te permitía una gestión sostenible pero cuando paso esto de las lluvias el 70% de las parcelas se inundaron y dejamos de exportar y nos quedamos en 6 contenedores. El punto de equilibrio para cualquier empresa de pequeños productores en el valle es de 5 a 6 contenedores y nosotros estábamos en el mismo punto de equilibrio y ahí empezaron a desnudarse los problemas de endeudamiento, liquidez, falta de productividad entonces comenzó un círculo vicioso del que hasta ahora no podemos salir. Han pasado 3 años de eso y hasta ahora no nos podemos recuperar porque perdimos cuota de mercado, tierra y productores... Seguimos en negativo y solamente nos hacemos sostenibles con el drawback, el igv y el saldo a favor que nos da el gobierno, si este en algún momento retira el drawback y el igv todo el sector bananero desaparecería.

5. ¿Podría afirmar que existe un mayor interés por los productos orgánicos y que Países Bajos es un buen mercado de destino para el banano orgánico?

Sí definitivamente y no solamente Holanda sino Alemania también está consumiendo muchísimos productos orgánicos, Irlanda, Inglaterra y Bélgica. Todos estos países están cambiando sus hábitos. Yo estuve en febrero allá y en Europa el 98% de productos que ofrecían eran orgánicos desde el café, cacao, banano, mango y también procesado, es decir con valor agregado como jugos, frutos deshidratados,

complementos vitamínicos, todo era orgánico. Holanda (Países Bajos) es uno de los países que más productos orgánicos tiene en las ferias ibas a su pabellón y no tenían nada convencional.

6. ¿Qué acciones adicionales se podrían realizar para capturar un mayor porcentaje del mercado de Países Bajos?

Si bien es cierto existe una demanda, el pequeño productor como no tiene los medios ni la capacidad de llegar esos mercados a pesar que el CLAC, Fairtrade y Promperu hace promoción de ellos. Inclusive, Promperú recién el año pasado ha considerado al banano como un superfood. Nosotros nos reunimos con ellos y nos hemos colgado de esa campaña para que el banano también aparezca en la publicidad porque como pequeños productores lamentablemente los gastos de publicidad y promoción son caros... Cuando estaba en la feria nos alcanzaron una lista de posibles clientes pero creo yo que debería haber una ayuda directa, no digo que nos den el dinero pero que si haya un especialista que nos guíen para desplegar estrategias y acciones coordinadas... No ha habido liderazgo o una gestión de acercamiento con el gobierno durante años solo han pedido dinero porque no sabían que otra cosa pedir. Claramente en este negocio hay muchas cosas que se tienen que hacer otra de las cosas que estábamos viendo y de lo que se viene conversando años atrás es poner una oficina directamente en Europa donde nosotros mismos almacenemos nuestros contenedores y vendamos directamente, eso es lo que hace un mayorista de banano. Este almacena los bananos y tiene contratos con los supermercados y la mayor parte del dinero de la cadena se la lleva él... haciendo unos cálculos rápidos ellos se llevan casi 20 euros por caja eso lo podríamos nosotros obtener pero es algo donde se necesita invertir. El negocio del banano de pequeños productores en cualquier momento se podría caer y eso al gobierno no le convendría porque se perderían muchos puestos de trabajo. Al productor se le paga entre 5 y 5.5 la caja de banano cosechada y es un ingreso que está por encima del promedio que si cultivaran otras cosas entonces quieras o no para un pequeño productor del banano sigue siendo conveniente.

7. Se ha leído un artículo donde se menciona el apoyo de entidades estatales como MINAGRI durante la producción y la comercialización de bananos orgánicos, ¿Qué tan importante es el apoyo de las entidades estatales?

CEPIBO desde sus inicios empezó con proyectos tanto nacionales como internacionales. Es más, hubo el famoso PIT del banano que era un proyecto de miles de millones de soles y tenía como finalidad acompañar durante varios años para empoderar al pequeño agricultor y dejarlo con las capacidades para que ellos mismos se desarrollen en este mercado, sin embargo, lamentablemente contrataron a personas que no sabían nada del banano para cumplir con el presupuesto y no tuvieron los resultados esperados. Se suponía que ellos iban a acompañarnos en el tema de educación de productores, de promoción en mercados internacionales, de mejorar las técnicas/actividades agrícolas pero primero que nada los proyectos tienen que hacerlos un especialistas. Estos eran 2 o 3 personas del rubro que cobraban carísimo, había muchas organizaciones que no veían con buenos ojos esto y simplemente no participaban. Había otras que participaban en proyectos, pero al cabo de uno o dos años se dejaron y no surgió el efecto multiplicador que se supone tiene como finalidad un proyecto, es decir multiplicar los dividendos, las utilidades, la productividad o la gestión empresarial y no se hizo porque se necesita de un acompañamiento técnico. Si tú a un productor le ganas un proyecto y se lo dejas en sus manos al cabo de un año no va a durar o servir. No pensaron en dejar alguien que este capacitado para continuar con esto y el gran problema de los pequeños productores es que les parece innecesario contar con una persona con experiencia en el medio. Hay un tema psicosocial que les parece un horror que alguien pueda cobrar 4000 o 5000 soles y otra que prefieren que sus hijos dirijan el negocio entonces contrataron a gente que no tenía el perfil y ahora que no hay dinero quieren contratar a los mejores especialistas, gerentes o administradores. Ese también es un factor que ellos se dieron cuenta que para sostener el negocio era necesario contratar gente con experiencia.

8. ¿Cómo se diferencia la producción del banano orgánico de los convencionales?

Podrías dejar crecer un banano en el valle sin aplicar químicos pero el problema es que al desarrollarse se le puede parar un insecto o salir algún hongo y se puede manchar, negrearse o llegar maduro en destino y lo que te exige el mercado orgánico es primero la estética porque ellos no quieren que hayan manchas que pueden ser ocasionados por una arañita o por el Trips que son bichos microscópicos que se meten en el banano y hacen que salgan esas manchas negras. Ahí viene la necesidad del

productor de aplicar químicos pero la certificadora te dice que no puedes aplicarlos entonces lo que se hace es buscar productos alternativos pero estos productos comparados con los químicos valen 10 veces más. El productor estaba acostumbrado a no invertir en sus parcelas porque en un primer momento la tierra trabajaba bien no habían estos insectos, no habían plagas que nos atacarán y las plantas eran fuertes pero el suelo se fue debilitando y cuando una planta está débil cualquier cosa que le caiga le va a afectar. Como comenzó a haber este problema desde el año 2013/2014 empezó el tema de traza de químicos. Lo que paso es que el productor empezó a utilizar químicos y estos eran identificados sobre todo en Europa no en Estados Unidos porque estos últimos eran más permisivos y casi ni hacen análisis a comparación de que Europa si los realiza. A partir de esto, algunos empezaron a perder sus certificaciones o separaron productores de las asociaciones. En esas épocas eso era un punto en contra porque si un productor no quería utilizar un producto químico no había un producto autorizado por las certificadoras que sea orgánico y que tenga la misma efectividad que uno convencional. Ahí la crítica es que no hubo una investigación de que en cualquier momento las plagas iban a llegar y no se planteó desarrollar productos sustitutos. Recién hace 3 años se ha empezado a investigar y ya hay una oferta considerable de productos alternativos que no contaminan y son productos hechos a base de ajíes, de concentrados, de plantas, etc. Esa es básicamente la diferencia de un producto convencional con un producto orgánico más que todo es por la estética y el uso de productos inorgánicos que se tienen que cumplir para estar certificados.

Sobre Comercio Justo

1. ¿Qué factores determinaron su ingreso al sistema de Comercio Justo?

El comercio justo fue una iniciativa de un ambicioso en Centroamérica que vio que las grandes transnacionales sometían a los agricultores a jornadas 18 o 20 horas y le pagaban lo mínimo en salario. Este cura europeo como tenía contactos en su país comenzó a convencer a personas que tenían mucho dinero que el banano que él les iba a conseguir era un banano netamente orgánico y que cumplía con un requisito

social ósea que si le compraban a él iba a estar apoyando a familias en riesgo en extrema pobreza entonces eso se comenzó a replicar en todos los países donde hay pequeños productores y como el comercio Fairtrade empezó a tomar fuerza en varias cadenas de supermercados es un producto premium porque además de la calidad, en las condiciones artesanales que siembre cosecha le da un plus. La persona que compra eso no solo adquiere la fruta, sino que también está ayudando a un pequeño productor a ser sostenible su parcela, su familia y su futuro. Entonces, el Fairtrade llegó a nosotros como una iniciativa de varios de estos importadores que nos sugirieron esto porque obviamente el Fairtrade paga más ... En Europa un banano esta entre 60 a 90 centavos de euro el kilo y el banano Fairtrade está entre 1.99 a 2.20 la diferencia es un poco más de un euro por kilo...Además, el Fairtrade ya estaba certificando a algunas asociaciones en el valle calculo que fue en el año 2005 y como Cepibo fue la iniciativa de todos los productores del valle de juntarse y de ya no venderle a intermediarlo sino que ellos mismos exportar entonces calzaba para estos fines porque eran pequeños productores solos que querían exportar y necesitaban de un respaldo social que es el Comercio Justo y ayudo bastante a Cepibo en el tema comercial de conseguir clientes.

2. ¿Anteriormente ha apoyado iniciativas del Comercio Justo en otras asociaciones o cooperativas? Si su respuesta es positiva, ¿podría mencionar alguno de ellos?

Personalmente no yo ingrese a Cepibo mucho tiempo después de que se certificarán.

3. ¿En su opinión cómo describiría el proceso de certificación?

-

4. ¿Qué factores dificultaron la implementación de Comercio Justo en su organización?

-

5. ¿Cuántas inspecciones anuales de Comercio Justo tiene?

Es una inspección cada dos años y te dicen que ya te toca la auditoría, pero obviamente no te dicen el día que van a venir. Envían un comunicado que te dicen “señores ustedes ya están por aplicar a una auditoría de la certificación FLO y estaremos visitando sus instalaciones pronto”

6. ¿Cuáles son los objetivos del Comercio Justo y cómo se organizan para poder cumplirlos?

Los objetivos del comercio justo son de regular un precio que es consensuado primero por todos los productores, luego por todas las asociaciones o cooperativas y luego contrastado por las expectativas de los clientes ósea se hace como un análisis por país para saber cuántos son los costos de operación, el margen de utilidad, se hace todo un análisis financiero y se llega a fijar un precio que van a servir para todos los contratos de un año. Cada año se hace una revisión de precios de acuerdo al mercado pueden subir o bajar y se hace la consulta a todos los que intervienen en el negocio. Cada uno envía una propuesta fundamentada de sus costos y los principios muy aparte del productor es defender un precio que le permita a los productores desarrollarse como familia y como sociedad por eso ellos controlan las condiciones laborales de los trabajadores que no hay ningún tipo de abuso laboral que haya un tema de justicia. Son dos ámbitos que ve y hay también una búsqueda de la solidaridad que por ejemplo en estos momentos Fairtrade ha donado dinero, ha buscado aliados para que nos donen implementos para protección contra el Covid ósea nos están apoyando sin pedir nada a cambio.

7. ¿Cree usted que el Comercio Justo es una alternativa real del mercado y una estrategia de desarrollo?

Sí podría sonar populista que haya un tema Fairtrade pero en realidad cuando tienes un mercado de oferta y demanda en donde los pequeños productores están en desventaja y no tienen los mecanismos para saber negociar el que haya una institución que saque la cara por ellos es necesario porque si bien es cierto existen dependencia como Defensoría del Pueblo o Indecopi, ellos no están metidos en el día como es el Fairtrade. Ellos están en el negocio día a día saben cómo funciona, saben cuáles son las debilidades, los exportadores entonces es una dependencia más directa... porque siendo sinceros el productor no es nada proactivo por su misma condición no tiene ni el perfil ni las herramientas de gestión ni negociación frente a estos monstruos que vienen a comprarte el banano. Empezando en que un primer momento ya estaban vendiendo banano a un precio que ni sabían si les iba a ser rentables entonces tiene también que haber una política de estado en el que se empodere al productor porque en otros países por ejemplo en Alemania o Holanda los agricultores son personas técnicas o universitarias que saben de comercio internacional sin embargo en nuestro

país el agricultor es sinónimo de gente poco preparada y eso es lo que creo que debe cambiar el estado ¿Por qué no empoderarlos? Si ellos tienen el principal poder que es la tierra sin ella nadie sobreviviría sin embargo se les deja de lado por eso es que surgen estas iniciativas Fairtrade.

8. ¿De qué manera invierten el dinero obtenido de la prima de Comercio Justo y por qué decidieron priorizarlo de esa forma?

Ese es otro problema de nunca acabar porque cuando tienes un escenario cuando a los productores les llega el dinero y no saben qué hacer con el prácticamente estas tirando el dinero en un hoyo donde no vas a inversión, redistribución del dinero o proyectos de impacto social. La razón de ser del premio fairtrade es crear proyectos de impacto social que cambien el destino de los pueblos de las sociedades que conforman los pequeños agricultores. Son miles de millones de dólares que se han repartido en el Perú y si lo ves desde el punto de vista empresarial el dinero se lo han gastado en la canasta de navidad, las chocolatadas, fiestas patronales, pagar sueldo en todo menos en hacer proyectos de impacto social no hay construido hospitales o postas, laboratorios de computación, colegios. Yo sé que cada uno es libre de su destino y es un principio que la constitución defiende, pero ¿qué libertad existe en una persona que no tiene las herramientas para pensar libremente? Entonces creo que Fairtrade debería enviar especialistas que sugieran alternativas de desarrollo para invertir con el dinero de la prima obtenido...porque dejarle eso al pequeño productor que piensa solo en levantarse abonar sus tierras y regresar antes de almuerzo a comer y dormir toda la tarde es imposible que haya un buen liderazgo e inversión de impacto social...En las asambleas no se llegan a poner de acuerdo sino tiene alguien que los guíen. Podemos ser democráticos, pero sin empoderarlo o darles las herramientas las cosas van a seguir igual.

OBJETIVO N°1:

Explicar si la creación de oportunidades influyó en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el período 2013-2018.

1. En su experiencia, ¿podemos hablar o no de un aporte hacia la inclusión de ciudadanía a través de las agrupaciones de pequeños productores?

Sí, el Comercio Justo nos ha ayudado con la fijación del precio sino hubiera esto ya hubiese muerto hace años y la prima ya sea bien o mal utilizada ha servido para darle sostenibilidad al negocio. Cada vez que el negocio va mal se toma dinero de la prima lo cual no está bien porque eso debe ser invertido en proyectos o en infraestructura...la prima debería tener otro destino muy diferente al de sostener el negocio...No ha habido proyectos que hayan incidido directamente en mejorar a un grupo social. Las mejoras han sido indirectamente. Básicamente el negocio de exportación del banano orgánico en sí ha traído un mejor estilo de vida una mejora en la vida de los pequeños productores porque antes de este negocio no existía un producto que negociará el pequeño productor y que le diera el beneficio que le da el banano orgánico. En mi opinión, la prima es un beneficio porque hay productores que tienen sus parcelas y viven muy bien. Obviamente hay muchos productores que tienen una visión empresarial entonces si hay agricultores que han ganado dinero, lo han invertido y viven bien. Obviamente ha habido una bonanza y el tema de la prima les han servido a las cooperativas para tener una mayor sostenibilidad. En algunas asociaciones o cooperativas que tienen un mejor desempeño que Cepibo tienen un mejor alcance social de su prima. Por ejemplo, ellos han construido salones comunales o hacen talleres con profesores que contratan de afuera, han contratado a profesionales como contadores y economistas para empoderar a sus mismos productores. Yo no puedo decir todas las malas noticias desde el punto de vista de Cepibo porque hay buenos ejemplos de bananeras que sí están cumpliendo con los principios del comercio justo y son como el modelo o ejemplo a seguir aquí en el valle. Nosotros desde el 2017 nos dimos cuenta que teníamos que iniciar un cambio y este cambio iba a venir de la mano en transformarnos en cooperativa. Primero, porque el gobierno nos dice que hasta el 2021 las asociaciones tienen que convertirse en cooperativas porque si no se les va a cobrar un impuesto extra y van a ver mayores cargas fiscales, por eso nosotros esto lo hemos empezado desde el 2017 y hemos tomado el premio para esta transformación.

2. ¿Los agricultores y trabajadores reciben capacitaciones relevantes para la creación de oportunidades? ¿De qué tipo y con cuanta frecuencia?

Hemos contratados a especialistas para empezar con las escuelas bananeras que son escuelas que introducen a los socios a los mismos campesinos en temas del negocio en sí con el fin de que todos estos señores hablen el mismo idioma y entiendan el mismo lenguaje que se utiliza en la empresa e introducirlos poco a poco en la gestión porque desde los mismos productores salen los directivos del negocio. El consejo directivo está conformado por 6 o 7 personas y tienen que conocer de qué se trata el negocio, que es la oferta y la demanda, el precio FOB y todo lo que se tiene que saber de este negocio. Entonces eso se viene haciendo desde el 2017 con el fin de empoderar a los productores y que cuando llegue el momento que nos convirtamos en cooperativa ellos lleguen preparados para que se tomen buenas decisiones y no se vuelvan a cometer los mismos errores que cometimos en el pasado. También estamos invirtiendo la prima en algunas investigaciones con el fin de hacer cambios para mejorar y lo que nos está sosteniendo es el Fairtrade. El año pasado también hicimos un convenio con la Universidad Nacional de Frontera (UNF) para promover la investigación en cultivo, control de la calidad y otros aspectos relacionados con la producción de banano orgánico.

3. Además de las capacitaciones, ¿El Comercio Justo ha fomentado en su asociación la participación en ferias comerciales y acceso a créditos?

No estamos dando créditos ahorita por un tema financiero. En el pasado si se dieron, pero no se recuperaron porque se prestaba dinero y al poco tiempo el socio se cambiaba de asociación. Los créditos antes eran directos se quiso trabajar con una entidad financiera pero como nos dejaron mal en el tema crediticio obviamente no teníamos acceso a ningún tipo de crédito. En cuanto, a las ferias comerciales desde el 2009 no se iba a ninguna feria ni en Lima ni en el extranjero solo vendían, pero no se proyectaban en diversificar el mercado, buscar nuevos clientes o en buscar socios comerciales ósea era nulo la investigación de mercados. En el 2017, participamos como visitantes en la feria expo alimentaria en Lima y en el congreso nacional del banano. En el 2018 empezamos a ir a ferias y obviamente no podíamos participar porque no había el dinero así que recién el año pasado fuimos expositores en la feria

expo alimentaria donde tuvimos un stand con el gobierno regional de Piura, conseguimos algunos contactos y clientes. En febrero de este año después de una larga gestión con Promperú fuimos expositores en la feria de Berlin, después de casi 11 años que no se participaba en una feria y nos fue muy bien. Luego de Berlín me fui a la feria de BIOFACH en Alemania y luego en Holanda a visitar las instalaciones de uno de nuestros clientes que nos invitó también a una feria y a ver todo el proceso. Estuvimos en el puerto de Rotterdam vimos las descargas de los contenedores conocimos más del tema como es allá y realmente estas ferias son super efectivas. Yo he regresado con casi 13 clientes que lamentablemente no puedo sostener porque no hay fruta y adherir más productores al proceso en este mercado donde se arranchan a los productores, donde están viniendo extranjeros que pagan al contado la fruta se nos ha complicado.

4. ¿Considera que la certificación de Comercio Justo ha ayudado a su asociación a acceder a nuevos mercados internacionales y a mantener mejores relaciones comerciales?

Sí de hecho que si el comercio justo te abre el mercado donde la gente que compra tiene un alto poder adquisitivo.

5. De acuerdo a su opinión, ¿Las actividades realizadas para la creación de oportunidades influye de manera positiva en las exportaciones de banano orgánico?

Hay varios factor que pueden influir en las exportaciones, en el caso de la creación de oportunidades como se ha estado batallando por falta de liquidez, endeudamiento y otras cosas que se hicieron por una mala gestión no se ha dado la importancia o prioridad en invertir más en salud como la construcción de postas médicas, en educación en capacitar más al personal para que puedan dirigir el negocio o implementar material educativo en las escuelas. Recién hace 3 años venimos trabajando con capacitaciones de líderes, investigaciones y en diversos aspectos para tomar mejores decisiones en el futuro.

OBJETIVO N°2:

Determinar si el precio justo ha repercutido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

1. ¿Bajo qué criterios se determina el precio mínimo del Comercio Justo?
¿Aproximadamente cuánto tiempo está vigente y por qué razones puede variar?

El precio mínimo lo determina el Comercio Justo y ellos lo hacen en base a varios criterios. Primero de acuerdo a la calidad de la fruta, el país de origen y van calculando los costos de toda la cadena.

2. ¿Considera que el precio mínimo es uno de los factores más relevantes del Comercio Justo?

Sí es importante porque tienes un precio fijo para todo el año y a partir de ahí puedes proyectar las operaciones para el año.

3. En comparación con otros países, ¿Cuál es su opinión sobre el precio mínimo fijado para el banano orgánico peruano?

Estamos por encima de países como Colombia o Ecuador. Creo que Ecuador está en 11.10 y Colombia de 10 puntos y algo pero aquí el problema son los costos logísticos. Como Perú ha dado en concesión los puertos estos cobran lo que se les da la gana. Con decirte que estuvimos haciendo averiguaciones en el puerto Bolívar que está en Ecuador y está a 9 horas de donde estamos pero los costos son la mitad de los que pagamos en Paita. Cuando fuimos al puerto de Bolívar le pedimos que nos hicieran un descuento y accedieron a darnos un precio especial si llevamos toda nuestra carga hacia ese puerto pero esto no se puede hacer en Paita que está a una hora y media de distancia de nosotros siendo peruanos. El gobierno no debería concesionar puertos o peajes cuando eso les trae mayores costos a la economía. Son como dos dólares que aumentan por caja por costos logísticos.

4. ¿El precio mínimo le permite cubrir sus costos de producción?

No el precio mínimo no cubre el costo de producción lo que llega a hacer un poco rentable es la recuperación del drawback y el IGV. Con el precio mínimo te quedas como se dice tas con tas.

5. ¿Considera que el precio justo influye de alguna manera positiva en el incremento de las exportaciones de banano orgánico?

No creo en el incremento porque valga verdades el Fairtrade le ha estado dando también a los fundos certificación con el pretexto de que existen trabajadores que pueden ser explotados. Esa ha sido la justificación para darle certificaciones a estas empresas que tienen otro tratamiento comparado con los pequeños productores. Ellos más bien se han visto beneficiado con el aumento de las exportaciones más no el rubro de pequeños productores.

OBJETIVO N°3:

Explicar si el respeto por el medio ambiente ha influido en las exportaciones de banano orgánico con partida arancelaria 0803.90.11.00 producido en Piura hacia los Países Bajos durante el periodo 2013-2018.

1. ¿Qué políticas se han implementado durante la producción de bananos orgánicos con el fin de preservar el medio ambiente?

Estamos ahorita con el proyecto de reciclaje de bolsas de fundas que era algo que se veía siempre en los campos que dejaban las fundas tiradas ahorita por lo menos los productores están recogiendo esas fundas y nosotros las estamos almacenando para que algún momento cuando ya este la planta reusarlas. Hay un proyecto de convertir fundas en esquineros pero que eso no ha hecho con Fairtrade sino con una ONG Solidaridad y estamos ahí avanzando con ese proyecto. Además, con nuestro cliente de Holanda tenemos el proyecto de reciclaje de fundas. También, el tema de no reforestar en algunos casos y en el tema orgánico no echar pesticidas sino productos que no tienen componentes químicos o venenosos para el cuerpo humano.

2. ¿Se ha destinado dinero de la prima del Comercio Justo para reemplazar los fertilizantes químicos y fortalecer su capacidad tecnológica con el propósito de avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles?

Sí nosotros hemos desplegado un plan de productos fitosanitarios, fumigaciones y se han comprado con el dinero de la prima y lo consultamos con los productores...Ahora estamos con el tema de nematocidas porque no solo es por fuera las plagas sino las

raíces que están con hongos por el riego por empozamiento y porque también a la tierra no se le devuelve los nutrientes, está débil y se apoderan los hongos de la plaga. También hemos descompactado el terreno, dado oxigenación e invertido en nematicidas que matan los nematodos que son unos hongos que entran por la raíz, empiezan a secar todas las plantas y las dejan amarillas. De hecho, el riego por empozamiento no es la mejor forma porque primero se pudren las raíces, segundo porque estas desperdiciando agua en el camino que esta sigue hasta llegar al pozo, la tierra va absorbiendo esa agua y va degradando el suelo. Lo más saludable es comprar mangas y regar por goteo, pero el problema es la cantidad de productores y las mangas que se tendrían que comprar.

3. ¿Son los agricultores y trabajadores de su asociación más conscientes sobre el consumo responsable de recursos naturales como el suelo y agua?

Sí en realidad, pero el problema es que las soluciones para contrarrestar esto son caras.

4. ¿El cuidado del medio ambiente en todas las etapas de producción es un factor relevante para sus clientes internacionales como Países Bajos?

Claro que sí lo que pasa es que la agricultura orgánica le devuelve el equilibrio ecológico en una zona. Hay agricultores que no están metidos en la producción orgánica y no les interesa usar pesticidas o fertilizantes químicos y eso trae un desorden porque para empezar un cambio ecológico en una zona para que haya equilibrio es dejar las plantas crezcan libremente y luego de la producción orgánica ya empiezan a venir los insectos beneficiosos se hace ya un círculo virtuoso. Cuando tu echas insecticidas matas a los insectos, pero también matas a los insectos beneficiosos que la polinizan. Pero para lograr eso es complicado porque todos tendrían que hablar el mismo lenguaje de que sirve tener un pequeño productor con media o una hectárea que es orgánica cuando al costado hay una parcela de 2 hectáreas que usan químicos y de una parcela a otra hay una contaminación cruzada por el aire que se llevan esos químicos. Es un problema complicado que significa a ese productor hacerle un canje de tierras para que los ecológicos estén en un lado y los no ecológicos al otro, pero ese es un tema del Ministerio de Agricultura es un tema del gobierno. Por ejemplo, eso es lo que se ha hecho en Holanda y es lo que me

comento un ingeniero agrónomo de allá que los agrupan por zonas y han hecho permutas.

5. Según su experiencia, ¿Considera que el respeto por el medio ambiente influye de manera positiva en las exportaciones de banano orgánico?

Claro que sí, si no lo cuidas o respetas el medio ambiente y fumigas con químicos no se podría cosechar el banano orgánico.

6. ¿Cree usted que el crecimiento económico de un país y la preservación del medio ambiente son conceptos que deben trabajarse juntos y no de forma aislada?

Claro que sí eso es lo que nosotros estamos buscando con el clúster del banano y no es imposible sabemos cómo hacerlo, sino que el problema es llegar a ponerse de acuerdo entre tanto productor que existe y además que se necesita dinero para hacerlo y esto no se va a dar a un corto plazo.

Preguntas generales:

¿Cuántos productores conforman su asociación? 456 productores y 120 trabajadores entre cuadrillas y personal administrativo. Son 6 cuadrillas y 17 personas por cuadrilla y somos algo de 14 personas más en servicios administrativos. Los socios de Cepibo no son los productores directamente sino son las asociaciones de productores que se han unido. Cepibo es una central de asociaciones y estas a su vez tienen a sus socios que son los pequeños productores.

¿Qué recomendaciones plantearía usted para un mayor desarrollo del sector, tanto a nivel nacional como internacional?

Creo que debe de haber una investigación sobre los problemas que se dan cada año. Hay muchos problemas que se dan cada año y los productores no aprenden. A pesar de que yo soy el gerente de aquí no soy el que toma la última palabra. También, está el consejo directivo que es como un órgano que está a mí mismo nivel en la toma de decisiones gerenciales o en administrativos. En el tema social y político, está la asamblea de delegados pero si a ellos no se les da la gana de hacer algo mi palabra o la del consejo directivo están demás. Entonces, creo que se necesita un mayor análisis o investigación del sector. Nosotros sabemos lo que

está pasando, pero no tenemos plata para resolverlos yo sé que hay programas como Procompite de Produce, Agroideas o Innovate pero lamentablemente hemos quedado tan mal con algunos de esos proyectos en el pasado que ya no aplicamos. El único sustento que tenemos para salir de esta crisis es el Fairtrade pero también hay una series de restricciones que ellos aplican para acceder al premio entonces tampoco es que podamos hacer eso libre uso de este premio y aparte de que Cepibo cuando recibe el premio lo reparte a las bases y como las bases tienen intereses distintos ósea no piensan en conjunto el problema se agudiza...si se reparte no genera un impacto en beneficio de todos.

¿Cuántas asociaciones conforman la central?

Son 6 asociaciones: 3 en la margen derecha y 3 en el margen izquierdo del río Chira. Las de la margen derecha son más grandes que las otras y las que más producen es la de Salitral y la Orca que está más allá pasando Salitral. Esas son las que más producen y en el margen izquierdo hemos tenido una fuga de productores por los extranjeros que llegaron con un pago al contado que hace imposible para nosotros competir contra ellos.

FIN

La entrevista ha concluido, muchas gracias por su tipo y apoyo brindado para el desarrollo de esta investigación.

Anexo 12. Entrevista por llamada telefónica a Oscar Raymundo

Anexo 13. Entrevista por llamada telefónica a Miguel Borrero

Anexo 14. Entrevista por llamada telefónica a Roberto Zapata

Anexo 15. Agradecimiento por entrevista brindada de Walter Garrido

Anexo 16. Entrevista telefónica realizada a Oscar Gallegos