



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**“COMERCIO JUSTO EN LA PEQUEÑA AGRICULTURA PARA
LA EXPORTACIÓN EN LA ASOCIACIÓN AGROPECUARIA LA
JULIANA, OLMOS – LAMBAYEQUE 2020”**

PRESENTADO POR:

BACH. HENRY ISAAC JOSE COTRINA SAPAICO

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

ASESOR:

MG. EDUARDO YGNACIO ARRAYA CELIS

CHICLAYO - PERÚ

2021

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñandome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy. Para mi madre y abuela por su apoyo, consejos, comprension, amor, ayuda en los momentos mas dificiles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi caracter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

“la dicha de la vida consiste en nunca rendirse y hacer lo imposible, alguien a quien ama y alguna cosa que esperar”.

AGRADECIMIENTOS

La universidad me dio la bienvenida al mundo con tal, las oportunidades que me ha brindado son incomparables, y antes de todo esto no pensaba que fuera posible que algún día si quisiera me tropiece con una de ellas.

Agradezco mucho por la ayuda de mis profesores, mis compañeros, y a la universidad en general por todo lo anterior en conjunto con todos los copiosos conocimientos que me ha otorgado.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Agradecimientos	3
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	4
RESUMEN.....	8
INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	12
1.1 Antecedentes de la investigación.....	12
1.2 Bases teóricas	16
1.3 Definición de términos básicos.....	35
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	38
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas.....	38
2.1.1. Hipótesis Principal.....	38
2.1.2. Hipótesis Derivadas.....	38
1.2. Variables y definición operacional.....	38
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	41
3.1 Diseño metodológico	41
3.2 Diseño muestral.....	42
3.3 Técnicas de recolección de datos	42
3.3.1. Confiabilidad del instrumento	43
3.3.2. Validez del instrumento	43
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	44
3.5 Aspectos éticos.....	44
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	45

4.1. Resultados de la investigación	45
4.1.1. Descripción de la muestra	46
4.1.2. Análisis Cuantitativo	47
4.1.3. Verificación de los objetivos	56
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	74
5.1. Discusión de resultados	74
CONCLUSIONES	78
RECOMENDACIONES	79
FUENTES DE INFORMACIÓN	81
ANEXOS.....	87
Anexo 01: Matriz de consistencia	87
Anexo 02: Matriz de operacionalización de variables	90
Anexo 03: Instrumento de recopilación de datos	95
Anexo 04: Validación de juicios por expertos	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actores en el Proceso de Certificación FairTrade	21
Tabla 2. Pasos a seguir en la Certificación de Fairtrade.....	24
Tabla 3. Cuota inicial de certificación según el tipo de organización	26
Tabla 4. Cuota anual de certificación según el tipo de organización.....	26
Tabla 5. Aspectos nacionales e internacionales del plan de exportación	32
Tabla 6. Socios de la Asociación La Juliana	46
Tabla 7. Situación actual de la asociación en relación con los requisitos de la certificación de Fairtrade	65
Tabla 8. Comparación de los ingresos anuales con/sin certificación	70
Tabla 9. Costo de mantenimiento de la certificación.....	71
Tabla 10. Costos de la asociación con/sin certificación	72
Tabla 11. Resumen de ingresos y egresos con/sin certificación (en dólares).....	73
Tabla 12. Incremento de los ingresos con la certificación de Comercio Justo (en dólares)	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Capacidad de exportación: Calidad, Cantidad y Logística (en número de personas).....	48
Figura 2. Uso de la prima del Comercio Justo (en porcentaje).....	49
Figura 3. Fortalecimiento económico de los socios (en porcentaje).....	50
Figura 4. Información brindada a los socios (en número de personas).....	51
Figura 5. Salud y seguridad en la asociación (en porcentaje).....	52
Figura 6. Servicios básicos en la asociación (en número de personas).....	53
Figura 7. Conocimiento de los socios sobre las exportaciones (en porcentaje)	54
Figura 8. Conocimiento de los socios sobre el mercado (en porcentaje)	55
Figura 9. Variaciones estacionales de cosecha del banano orgánico (mensual)	56
Figura 10. Calidad, Cantidad y Logística de exportación (en número de personas).....	69

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo general, determinar cuál es el impacto de la certificación de Comercio Justo en el desarrollo de las exportaciones de la asociación agropecuaria La Juliana, Olmos 2020, para ello se investigó a través de las dimensiones económicas, sociales y condiciones de trabajo en la asociación.

Para este trabajo de investigación se utilizó un diseño descriptivo por ser un diseño que representa las pautas de la certificación de Comercio Justo para el logro de las exportaciones como uno de los requisitos fundamentales. Se aplicó a través de la técnica del cuestionario

La población lo conforman los socios de la asociación agropecuaria La Juliana, los mismos que fueron aplicados a la muestra, ya que se trata de un número reducido y de fácil acceso; luego se procesó la información recolectada para presentarla en forma gráfica, ordenada y clasificada.

Por último, el resultado que se obtuvo al término de la investigación fue que el implementar la certificación de Comercio Justo en la asociación impacta positivamente en el desarrollo de las exportaciones futuras, esto se ve reflejado en términos económicos, sociales y medio ambientales; permitiendo que la asociación pueda realizar sus exportaciones directas al mercado exterior, generando una mayor rentabilidad que puede ser aprovechada a través de la prima neta en la implementación y necesidades que tiene su población.

ABSTRACT

The general objective of this research is to determine what is the impact of Fair Trade certification on the development of exports of the agricultural association La Juliana, Olmos 2020, for this it was investigated through the economic, social and working conditions dimensions in the association.

For this research work, a descriptive design was used because it is a design that represents the Fair Trade certification guidelines for achieving exports as one of the fundamental requirements. It was applied through the questionnaire technique

The population is made up of the partners of the La Juliana agricultural association, the same ones that were applied to the sample, since it is a small number and easily accessible; then the collected information was processed to present it in a graphic, ordered and classified form.

Finally, the result obtained at the end of the investigation was that implementing the Fair Trade certification in the association has a positive impact on the development of future exports, this is reflected in economic, social and environmental terms; allowing the association to carry out its direct exports to the foreign market, generating greater profitability that can be used through the net premium in the implementation and needs of its population.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día se puede observar que uno de los mayores productos que el Perú exporta son las materias primas alrededor del mundo, uno de estos productos son los bananos orgánicos, son muchas las empresas que en la actualidad se dedican a este rubro, sin embargo, la asociación agropecuaria La Juliana aún no ha logrado dar este gran paso en el comercio internacional a pesar que cuenta con un producto de calidad demandado por el mercado de manera indirecta a través de intermediarios.

En el siguiente trabajo de investigación se busca investigar cual es el impacto que tiene la certificación de Comercio Justo en el desarrollo de las exportaciones de la asociación agropecuaria La Juliana - Olmos 2020. Para la cual la asociación fue objeto de estudio para investigar cuál es su estado actual y así determinar cuán cerca está de poder obtener la certificación de Comercio Justo, a su vez investigar cual es la condición de la asociación para poder desarrollar las exportaciones.

Para este trabajo de investigación se utilizó un diseño descriptivo por ser un diseño que representa las pautas de la certificación de Comercio Justo para el logro de las exportaciones como uno de los requisitos fundamentales. Se aplicó a través de la técnica del cuestionario para luego ser procesada la información.

La población está conformada por los socios de la asociación agropecuaria La Juliana, y por ser un número reducido fueron calificados para representar a la muestra en su totalidad, en total se llegó a interactuar con 12 personas.

Los capítulos que conforman la investigación son:

En el Capítulo I, se presenta los antecedentes de la investigación, también las bases teóricas y la definición de términos básicos para el presente proyecto. En el Capítulo II, se desarrolló la hipótesis principal y sus derivadas, así como las variables de la investigación (independiente y dependiente). En el Capítulo III, se describe la metodología de la investigación que contiene el diseño, tipo, enfoque, muestra, población, instrumentos y técnicas de recolección de datos. En el Capítulo VI, se presentan los resultados de la investigación a través de tablas y figuras que fueron obtenidos en base al procesamiento del cuestionario aplicado, las mismas que se muestran en cuadros y gráficos. Por último, en el Capítulo V, se presenta la discusión de resultados, luego de ello se presentan las conclusiones y recomendaciones. Finalmente, se presenta la bibliografía empleada para la realización del trabajo de investigación, así como los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

Nacionales

En Lima, Otarola (2016) en su tesis titulada "Factores para el mantenimiento de certificaciones en las Asociaciones exportadoras de banano orgánico de Querecotillo, Piura hacia Europa" tenía como objetivo determinar los factores que permitían el mantenimiento de certificaciones en las asociaciones exportadoras de banano orgánico de Querecotillo, Piura hacia Europa. Planteó como hipótesis que, los factores que le permitían a las asociaciones mantener las certificaciones eran el rastreo del banano que efectúan los agricultores, la realización de inspecciones por un personal calificado y el aporte de sus áreas internas, cumpliendo con los requerimientos de la agricultura orgánica. La investigación utilizó un diseño descriptivo simple que representa las características de algún hecho tal como se encuentra en la realidad, en este caso la exportación de bananos orgánicos en Querecotillo y la conservación de los certificados, y estuvo basada en las encuestas a profundidad y en los cuestionarios estructurados realizados en el trabajo de campo, teniendo como población a las asociaciones de Querecotillo - Sullana, Piura, que de acuerdo a criterios de exclusión, y la muestra seleccionada fue la Asociación de Pequeños Productores Orgánicos de Querecotillo (APOQ), porque fue la organización líder en el sector. La investigación concluyó que, el mantenimiento de los certificados es necesario el rastreo tanto interno y externo del banano, el cual involucra la productividad en sus tierras y el conocimiento de indicios que pueden modificar la fruta; las inspecciones documentadas al menos una vez al año, que asegura que todos los miembros de la asociación cumplan con las normas de producción orgánica y finalmente el aporte de las áreas internas, que están delineadas para apoyar en la limpieza, transporte y rentabilidad del banano.

En Lima, los autores Cisneros, F y Yactayo, F (2017) en su tesis titulada "Fair trade y certificación orgánica como estrategia para mejorar la oferta exportable de la asociación de productores de cafés especiales Mountain Coffee con destino al mercado de Alemania"

tenían como objetivo plantear la implementación de certificaciones de calidad en la producción del café como una estrategia para mejorar la oferta exportable de la asociación de productores de cafés especiales Mountain Coffee con destino al mercado alemán, y además, qué impacto generaba en el productor como en el consumidor. Plantearon como hipótesis que, la implementación de de las certificaciones en la producción causaría un crecimiento en los volúmenes exportación y la economía de la organización, debido a que la producción cumpliría con los requisitos exigidos por el mercado alemán. La investigación fue de tipo descriptiva puesto que se analizó la situación de los productores de cafés, utilizó instrumentos mixtos, siendo los cualitativos, como la guía de observación, revisión de documentos y encuestas a profundidad; y cuantitativos, como datos estadísticos anuales de la organización aplicados a las empresas productoras y comercializadoras del distrito de Pichanaki, Provincia de Chanchamayo, Región Junín dentro del rubro de café. La tesis concluyó que, la implementación de certificaciones sí funciona como una estrategia para incrementar la oferta exportable de la asociación de productores de cafés especiales Mountain Coffee, y con ello no solo se obtienen beneficios económicos, sino también beneficia a la sociedad y al medio ambiente donde se desarrolla este proceso. Además que, las ventajas de la certificación, se traducen en mejores precios del café, capacidad de organización y conocimiento técnico en la producción orgánica. Estos efectos, en suma, contribuyen a una mejor calidad de vida y bienestar de los productores certificados y sus familias.

Internacionales

En Ecuador, el autor Cevallos (2019) en su investigación titulada "El Comercio Justo de las exportaciones de paja toquilla y su incidencia en el desarrollo socioeconómico de Montecristi, provincia de Manabí, período 2010-2018" tenía como objetivo analizar el nivel de incidencia que tuvo el Comercio Justo de las exportaciones de la paja toquilla en el desarrollo socioeconómico de Montecristi. Planteó como hipótesis que el Comercio Justo aplicado a las exportaciones de la paja toquilla no se evidenciaba en el nivel socioeconómico de Montecristi, Provincia de Manabí. La investigación es de tipo documental y exploratorio; y, la metodología aplicada consistió en contextualizar geográficamente las variables de estudio (exportación de paja toquilla y el valor agregado bruto de Montecristi), además, de conceptualizarlas. Seguidamente se realizó una descripción de la conducta que tuvieron las mismas durante los últimos ocho años. Se tomó como población a la provincia de Manabí, ubicado en el centro-noroeste del Ecuador, y se aplicaron entrevistas a los productores y comerciantes de paja toquilla residentes en el cantón Montecristi, considerados como muestra de la investigación y también, se utilizó la herramienta estadística referida al método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO); para ello, se realizaron las encuestas en el sector el Aromo y Montecristi, también, se tomó datos de fuentes como el Banco Central del Ecuador. La investigación concluyó que, la variable independiente y la variable dependiente existía un grado de relación proporcionalmente directa, es decir, que a medida que han aumentado las exportaciones de paja toquilla, asimismo, han mejorado los niveles del valor agregado bruto de Montecristi durante el periodo analizado; sin embargo el Comercio Justo no se aplicaba en la producción, comercialización y exportación de paja toquilla, por lo cual, no ha incidido en el desarrollo socioeconómico de los productores, por lo que se mantenía la competencia desleal, las injusticias por parte de los intermediarios y la vulnerabilidad de los derechos hacia los productores.

En México, el autor Garza (2014) en su estudio “El impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores de café, de tecnológico de Monterrey, México” tenía como objetivo comprender de qué manera la certificación en Comercio Justo tenía incidencia en el desarrollo económico y social de los productores de café. La investigación es cualitativa y utilizó como referencia el marco de análisis para Medios de Vida Sustentable desarrollado por el Departamento para el Desarrollo Internacional (DFID, por sus siglas en inglés). La herramienta empleada fue la revisión bibliográfica de artículos académicos considerando estudios que presentaban evidencia empírica sobre el impacto del comercio justo en los medios de vida de los productores; investigaciones que habían registrado el mayor número de citas sobre este tema; y estudios de publicación reciente. La investigación concluyó que, la certificación tenía incidencia en el desarrollo de nuevas capacidades, así como en la construcción de redes sociales que permitían a los productores afrontar las crisis eficientemente. Sin embargo, el precio mínimo que se estableció con el Comercio Justo solo tenía un impacto significativo en el ingreso de los productores cuando los precios en el mercado eran muy inferiores a los que ofrecía la certificación. Las cooperativas lograron avances en la adquisición de infraestructura; el reto del Comercio Justo era incrementar la demanda de sus productos, pues solo 20% de la producción certificada se vendía bajo los criterios establecidos. Además, señaló que el comercio justo impulsaba prácticas agrícolas sustentables.

1.2 Bases teóricas

1.2.1. Internacionalización de una empresa

1.2.1.1. Ventajas Comparativas

Según el autor Rosa (2012), comenta con gran énfasis al análisis de Smith, al presentar que el comercio colaborativo es viable a pesar de que solo existen ventajas comparativas, determinando como conclusión de que las ventajas absolutas son un caso particular de un principio más amplio que es el de las ventajas comparativas. Es el costo (del trabajo) relativo o comparativo de las provisiones de cada región en diferentes países, en vez de los costos absolutos, lo que significativamente muestra el alto valor en los intercambios internacionales. Por otro lado, habla también de tres supuestos simplificadores: Inmovilidad relativa de factores, Estática, Estructura del mercado.

1.2.1.2. Normas voluntarias

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura menciona a las normas voluntarias como las normas que no están establecidas por un país en su legislación. Por el contrario, las normas voluntarias son creadas por organismos de certificación individuales que pueden elaborar sus propias normas, las cuales pueden ser más rigurosas que la reglamentación en vigor. Aunque su cumplimiento no sea obligatorio por ley, estas normas voluntarias pueden ser más restrictivas que lo exigido por la ley. El ámbito de aplicación de las normas voluntarias, y los objetivos que implica, pueden variar significativamente, puesto que algunas normas son establecidas para un producto básico y otras, son indicadas para productos en docena. Asimismo, es importante mencionar que también existen objetivos que están destinados a proteger los derechos sociales, la conservación del medio ambiente, garantizar un mínimo de precio, regular la inocuidad de alimentos, e impulsar las buenas prácticas agrícolas. (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2019)

1.2.1.3. Comercio internacional relacionado con normas voluntarias

Las normas voluntarias pueden considerarse como una gran oportunidad para el desarrollo proactivo de una agricultura responsable, permitiendo al consumidor ser un elemento partícipe y activo que forma parte de este proceso, el cual ayuda al establecimiento de normas para el mejor dinamismo del comercio internacional. (Voora, Lynch, & Potts, 2014). Es importante mencionar, que en el mercado existen algunos productos que destinan la totalidad de su producción, el cincuenta por ciento, o incluso menos, al cumplimiento de una certificación de comercio justo.

1.2.1.4 Tendencias de las normas voluntarias

En la última década, las normas han puesto énfasis a la sostenibilidad y esto ha sido promovido por la gran preocupación que tienen los consumidores respecto al deterioro del medio ambiente y la exposición de las condiciones socioeconómicas a las que los agricultores deben enfrentarse. Las normas para la mejor sostenibilidad no son obligatorias por legislación, son voluntarias, y cada vez son más los compradores que exigen este tipo de requisitos, el cual brinda la seguridad de que se ha seguido un proceso bajo condiciones adecuadas en la elaboración del producto final. Además es importante mencionar, que el cumplimiento de este tipo de normas es considerado como un elemento de diferenciación o valor agregado que ha sido adoptado por los fabricantes y minoristas, asimismo promueve la responsabilidad social y los objetivos que son establecidos en este aspecto por las empresas, además de la mejora en la sostenibilidad de los procesos de los productores. Un dato importante, es que el mercado de Estados Unidos es el más representativo con la importación de productos bajo condiciones de comercio justo y más del 80% proceden de países como América Central, México y Sudamérica. (Pierrot, 2011)

1.2.2. Certificación Comercio Justo o Fairtrade:

1.2.2.1. Definición de Certificación

La certificación internacional, se considera como un medio para brindar seguridad o garantía de que un producto ha sido elaborado bajo condiciones o estándares establecidos de acuerdo a normas. (Lot Internacional, 2016). A lo largo de los años, ha existido un sistema comercial el cual no brindaba una adecuada valoración del trabajo realizado por pequeños agricultores a nivel mundial y por el cual no percibían una remuneración justa por sus productos. En algunas ocasiones, los comerciantes o los intermediarios eran aquellos que conservaban las ganancias, dejando así a familias enteras sumidas en la pobreza. A partir de eso, en Perú, se estableció a La Coordinadora Nacional, el cual es un organismo que representa a pequeños productores que desarrollan sus actividades bajo condiciones de comercio justo. (Coordinadora de pequeños productores del Perú, 2015)

El comercio justo imparte un trato equitativo en el intercambio comercial que se desarrolla a nivel mundial y pone énfasis a un cambio en las prácticas de comercio que habitualmente se usa, promoviendo que el éxito de un negocio puede estar de la mano considerando una retribución justa a la gente, el cual implica beneficios como un salario adecuado y un trabajo en mejores condiciones laborales, lo que trae consigo la obtención de un producto de calidad en todos los aspectos. El comercio justo es reconocido mundialmente con la marca Fairtrade la cual es garantía de una compra de productos que apoya a productores en el sistema internacional. (Coordinadora de pequeños productores del Perú, 2015)

La estrategia de FairTrade se está enfocando en el impacto del comercio justo, lo que permite a las asociaciones de productores tener la garantía de obtener ingresos necesarios para el pago de salarios justos a sus trabajadores. Un dato importante, es que

en el año 2015 fueron 1.6 millones en 75 países, la cantidad de agricultores certificados bajo las condiciones de FairTrade y la organización de productores de Tayikistán fue la pionera en certificarse. (Fairtrade Ibérica, 2016)

Asimismo, los tejidos, cereales, telas, harinas, salsas, jugos, alimentos envasados entre otros, son algunos de los productos industriales que cuentan con la certificación Fairtrade.

1.2.2.2. Organización de comercio justo FLO International

La Organización Internacional de Certificación de Comercio Justo (FLO por sus siglas en inglés) es un organismo establecido en 1997, que integra 20 organismos de certificación de comercio justo, y tiene como finalidad principal la creación y control de estándares que permitan establecer condiciones de comercio justo, además de promover el sello o la marca a nivel internacional.

La Organización Internacional de Certificación de Comercio Justo fue dividida en el año 2004 en dos organizaciones, con la finalidad de garantizar la transparencia e independencia del sistema de certificación y etiquetado FairTrade:

- FLO International, es la entidad encargada de brindar asesoramiento a los productores que deseen obtener la certificación, así como capitalizar las futuras oportunidades económicas que puede representar adherirse al comercio justo. Asimismo, es la entidad que revisa los estándares de la certificación, los mismos que son desarrollados por el Comité de Estándares y Prácticas de FLO, el cual es integrado por grupos que mantienen intereses relacionados al comercio justo.
- FLOCERT, es la entidad que realiza sus operaciones de manera independiente y manteniendo los estándares de certificación internacional ISO. Flocert tiene como finalidad lograr que los distribuidores de productos y agricultores cumplan con los requisitos de los estándares establecidos por el sello de comercio justo asignados por La Organización Internacional de Certificación de Comercio Justo.

(Fair Companies, 2007)

1.2.2.3. Organismos de certificación de FLO

Los organismos que conforman la red de expansión del sello de FairTrade de Comercio Justo de FLO International en Norteamérica, Europa, Japón y Oceanía suman un total de 20. Además, en Latinoamérica la entidad que está ligada al trabajo de difusión en relación al sello de comercio justo es la organización de Comercio Justo México. (Fair Companies, 2007)

Además, existen agencias dedicadas a la certificación como:

- La Asociación de Mejoramiento de Cultivos Orgánicos (OCIA) es una entidad sin fines de lucro y considerada una de las más importantes a nivel mundial en relación a la certificación orgánica. Tiene como finalidad brindar servicios de alta calidad con respecto a la certificación, así como la apertura a mercados orgánicos a nivel global. (Asociación para el Mejoramiento de Cultivos Orgánicos , 2021)
- Instituto para la Ecología del Mercado (IMO, por sus siglas en inglés): Es una entidad de servicios de inspección y certificación ecológica y sostenible de productos agrícolas, pecuarios, acuícolas, de recolección silvestre, manejo de bosques, e insumos ecológicos para la agricultura. (Institute for Marketecology , 2021)
- Asociación de Productores Ecológicos (Naturland): Es la única asociación agrícola que combina lo orgánico con el comercio justo bajo un mismo logotipo global, que se aplica a los productos de los países del norte como en los del sur. (Asociación de Agricultura Orgánica de Alemania, 2018)
- Asociación para la Promoción de la Colaboración con el Tercer Mundo (GEPA, por sus siglas en alemán). Trabaja como parte de una red internacional del Comercio Justo junto con mucha gente comprometida ha contribuido decisivamente a sensibilizar la conciencia pública respecto a las condiciones sociales de producción. (Sociedad para la Promoción de la Asociación con el Tercer Mundo, 2019)

1.2.2.3. Participantes en la certificación FAIRTRADE

Tabla 1.

Actores en el Proceso de Certificación Fairtrade

Productor	Transformador /Fabricante	Importador y Exportador	Licenciatario
Es una organización colectiva (cooperativa o asociación) de pequeños productores -o, en ciertos casos, una plantación o fábrica que recurra a mano de obra, guiada por FLO-Cert.	Un proveedor de productos terminados o semi -terminados, a quien le pertenece la mercancía en un momento establecido y realice un contrato con FLO-Cert.	Una empresa dirigida al comercio de materias primas o de otros productos que van desde países productores y los compradores, que cuentan con certificación de FLO-Cert.	Una empresa u organización que se presenta con su marca un producto terminado que lleva el Sello y que posee un contrato de licencia directo con la ASPCJ, u otro miembro de FLO-International, y con FLO-Cert.

Fuente: (Fairtrade Ibérica, 2006)

Nota: En el proceso de certificación es necesario contar cuatro de los actores principales: el productor, transformador, importador, exportador y el licenciatario. Todos ellos estarán bajo la firma de FLO-Cert para su correcta aplicación.

1.2.2.4. Criterios para pequeños productores

La certificación fairtrade indica criterios para las organizaciones de acuerdo a la realización de formas de trabajo, en los cuales son considerados principalmente los sociales, administrativos, ambientales, calidad y ética, sin embargo deben ser acondicionados de acuerdo a la realidad de la organización.

Requisitos fundamentales:

Los requisitos para el cumplimiento de la certificación fairtrade se divide en dos, y deben ser desarrollados en un plazo de tiempo determinado.

- Los requisitos básicos, indican los principios del Comercio Justo FairTrade que deben ser cumplidos por las organizaciones.
- Los requisitos de desarrollo, hacen relación a la mejora continua que deben realizar las organizaciones que se están acogiendo a la certificación. En este tipo de requisitos se presentan como un sistema de puntuación o promedios mínimos establecidos por el organismo de certificación.

Por lo antes mencionado, se debe tener en cuenta que los requisitos básicos tienen una puntuación de 0, 1 o 3 y los requisitos de desarrollo de 3 o 6, estos números representan los años con el que cuenta la organización previos a la auditoría de acuerdo a cada requisito. El resultado lo establece el organismo de certificación y la puntuación mínima debe ser cumplida por parte de los pequeños productores. Es importante mencionar que algunos de los requisitos no se aplican siempre en todas las organizaciones porque depende de la realidad de cada una de ellas.

(Fairtrade International, 2019)

1.2.2.5. Criterios de cada requisito Fairtrade

Según FLOCERT GmbH (2015) indica los principales criterios como los mínimos para acceder a la certificación Fairtrade su cumplimiento es importante ya que impactan en distintos aspectos de la empresa y su entorno:

- **Económicos**

Los criterios económicos hacen referencia a que se debe establecer un pago mínimo de comercio justo a la industria, el cual permita al productor cubrir sus costos bajo la realización de una producción sostenible; y el pago de una prima de comercio justo para los productores, con el fin de que el dinero que los trabajadores inviertan sea destinado a la mejora de sus condiciones de vida, en relación a la situación de las comunidades, en el ámbito de salud, economía, educación, entre otros aspectos importantes para el desarrollo.

- **Sociales y condiciones de trabajo**

Los criterios sociales de comercio justo plantean una estructura organizativa que logre llevar un producto al mercado en el cual exista demanda. Todos aquellos que conformen la organización podrán tener acceso a toma de decisiones, también a la participación de las actividades que se realicen dentro de ella. Asimismo, para establecerse dicha estructura organizativa debe realizarse de forma transparente para todos sus miembros sin discriminación de alguno de ellos.

De acuerdo a Fairtrade International (2019) los requisitos deben ser aplicados a todos los miembros de la organización que generen una producción de cultivo y a todas las instalaciones que estén relacionadas con el procesamiento de Comercio Justo Fairtrade de los que mínimamente el 75% represente propiedad de sus miembros.

Sin embargo, Fairtrade International considera que todas las operaciones que se realicen en la organización, aún cuando no estén relacionadas con el comercio justo, también sean desarrolladas bajo la legislación nacional, lo cual incluye los tratados internacionales relaciones a los derechos humanos. Por esto, es que si Fairtrade International determina u obtiene información sobre alguna infracción o violación de los derechos humanos dentro de la organización, tendrá autoridad para la activación de procedimientos internos de protección de comercio justo, lo cual puede involucrar la comunicación con los organismos nacionales de protección que correspondan de acuerdo a su legislación.

1.2.2.6. Proceso de certificación

Para poder obtener la certificación FairTrade se debe cumplir con los siguientes pasos:

Tabla 2.

Pasos a seguir en la Certificación de Fairtrade

<i>Pasos a seguir en la Certificación de Fairtrade</i>	
Paso 1	Verifique si en las normas de Fairtrade se atiende el producto, al tipo de entidad, al país en http://www.flocert.net .
Paso 2	Comuníquese de forma directa con FLO-CERT para recibir una guía informativa (applications@flo-cert.net).
Paso 3	Complete y envíe el formulario de registro incluido en el paquete informativo a FLO-CERT.
Paso 4	Pague la cuota de certificación inicial que cubre el procedimiento de auditoría. Esta cuota varía en función de la estructura organizativa de la unidad de producción (http://www.flo-cert.net).
Paso 5	Fije una fecha para el primer ejercicio de auditoría: los auditores comprobarán si cumple con el 70 % los requisitos mínimos enumerados en los documentos normativos

aplicables al producto y tipo de organización. Existen tres tipos de Criterios de Cumplimiento:

Núcleo (C): reflejan los principios de Fairtrade y deben cumplirse.

Principales (M): reflejan principios clave del comercio justo donde el incumplimiento representa un riesgo importante para el sistema Fairtrade. La no conformidad con un importante criterio de cumplimiento puede dar lugar a la certificación de sanciones.

Requisitos de desarrollo (D): refiérase a la mejora continua que las organizaciones certificadas deben demostrar. El cumplimiento de los criterios de desarrollo se verifica con un puntaje promedio. (Flocert Assuring Fairness , 2016)

- | | |
|---------------|---|
| Paso 6 | Se realiza una auditoría física. |
| Paso 7 | Si se identifican no conformidades con respecto a la norma, es necesario elaborar un plan de acciones correctivas que aborde dichas no conformidades. |
| Paso 8 | Cuando FLO-CERT aprueba las medidas correctivas propuestas, se otorga el certificado. |

Fuente: (Fairtrade International, 2019)

Nota: Cada paso descrito para obtener la certificación de Fairtrade debe realizarse de forma secuencial, cada formulario tiene un proceso muy sencillo de llenado, siendo guiados por el equipo de trabajo de Fairtrade.

1.2.2.7. Costo de certificación FairTrade

Según Flocert Assuring Fairness (2016) indica que para la obtención de la certificación la empresa debe realizar pagos durante el proceso:

a) Cuota de solicitud

Solicitud del Certificado FairTrade a las organizaciones de pequeños productores que soliciten la certificación FairTrade se les cobra una cuota fija de 538 € por el servicio de solicitud. Tengan en cuenta que la cuota de solicitud no es reembolsable.

Solicitud para una excepción a los criterios para la solicitud de evaluación de una excepción de los criterios Fairtrade y sus correspondientes requisitos de Certificación FLOCERT facturará una cuota de € 205.

b) Cuota de Certificación inicial (primeros 12 meses)

La Cuota de Certificación Inicial se cobra una sola vez y se abonará antes de la auditoría inicial. Organizaciones de 1er grado es una organización de productores legalmente constituida que puede contribuir al desarrollo social y económico de sus miembros y comunidades, y que está democráticamente gestionada por sus miembros directos. La mayoría de los miembros son pequeños productores.

Tabla 3.

Cuota inicial de certificación según el tipo de organización

Tipo de organización	Indicador	Cuota facturada	total
1 ^{er} Grado	Miembros < 50	€ 1,466.00	

Fuente: (Flocert Assuring Fairness , 2016)

c) Cuota anual de certificación

La Cuota de Certificación anual se abonará antes de la auditoría.

Tabla 4.

Cuota anual de certificación según el tipo de organización

Tipo de organización	Indicador	Cuota facturada	total
1 ^{er} Grado	Miembros < 50	€ 1.199,00	

Fuente: (Flocert Assuring Fairness , 2016)

d) Modificaciones en las cuotas de certificación

Las cuotas de certificación se incrementarán o disminuirán según los siguientes factores:

- A los productores que exporten para otros productores se les facturará un 15% adicional sobre su cuota de certificación. Si el cliente opta por tener la auditoría inicial de certificación comercial de manera independiente a la auditoría regular de certificación de producto, la tasa se calcula como si se tratara de una auditoría de seguimiento
- FLOCERT se reserva el derecho de cargar costos adicionales a las cuotas de certificación si se superan los costos previstos para la auditoría. Podría deberse a días adicionales de auditoría (la tasa diaria es de 358€) y/o a costos de desplazamiento relacionados con la auditoría (gastos estimados de viaje más un 20% de contingencia).
- Si FLOCERT identifica que se ha comercializado con productos Fairtrade antes de la emisión del permiso de comercialización, se facturará el doble de la parte proporcional de la cuota anual de certificación desde la fecha de la comercialización hasta la fecha de emisión del permiso de comercialización. (como máximo 5000 €)
- Se aplicará un descuento del 12% para la emisión del certificado orgánico, su vigilancia y auditorías de renovación.
- En caso de que se realice algún ajuste en el cobro por los motivos indicados en esta sección, este ajuste debe figurar claramente en la factura.

e) Cuotas de cancelación

Si el cliente cancela o pospone una auditoría con una antelación inferior a 10 días naturales a la fecha acordada (entre el auditor y el cliente), el cliente deberá abonar otra factura igual a la cuota de certificación anual /inicial antes de la fecha de la siguiente auditoría. La cuota de cancelación se aplica tanto a las auditorías anunciadas como a las no anunciadas. Si el cliente cancela su auditoría de manera unilateral menos de 30 días

naturales, pero 10 o más días naturales antes de la fecha acordada mutuamente con el auditor, el cliente deberá pagar otra factura igual al 50% de su cuota de certificación inicial/ anual antes de la fecha de la próxima auditoría. Si por causa de fuerza mayor, el gestor regional responsable decide que las condiciones justifican la cancelación de la auditoría, el operador no tendrá que abonar ningún costo. (Flocert Assuring Fairness , 2016)

f) Cuota de auditoría de Seguimiento

Como parte del proceso de certificación de FLOCERT puede ser necesario verificar infracciones fundamentales y serios incumplimientos de los criterios FairTrade, mediante una auditoría de seguimiento en el terreno. Estas auditorías de seguimiento se centran exclusivamente en los incumplimientos identificados durante una auditoría inicial o de renovación, y se cobra además de la respectiva cuota de certificación inicial o de renovación de la certificación. El cobro de las auditorías de seguimiento se determina según el tiempo y los gastos.

El importe de la factura es de 358 € por día (incluyendo los días de traslado y elaboración de informes) más desplazamiento. Los costos del viaje son los costos estimados para el desplazamiento más un 20% de contingencia. Si tuviera alguna duda acerca del sistema FLOCERT de cuotas de certificación para Productores. (Flocert GmbH, 2015)

1.2.2.8. Comercio Justo En El Perú

Comercio de productos Fairtrade en el Perú

El Perú no es indiferente al comercio de productos que cuentan con certificación algunos de los ellos son: granos andinos, menestras, hierbas medicinales, ajíes, café, plátano, hortalizas, hierbas aromáticas, panela, granadilla, miel de abeja, cebolla, uña de gato y maca.

Empresas certificadoras consultoras en Perú

Algunas de las principales empresas certificadoras en el Perú:

- Control Union Certification, ayuda a “desarrollar servicios en torno a la sostenibilidad de las cadenas de suministro de la industria que aprovisionan a los mercados principalmente de alimentos.” (Control Union Certifications , 2021)
- SGS del Perú SGS, “es líder mundial en inspección, verificación, análisis y certificación”. En el ámbito de la certificación, ayuda a probar que productos, procesos, sistemas o servicios sean conformes al cumplimiento de los estándares y reglamentos nacionales o internacionales. (SGS Perú , 2021)
- Asociación para el Mejoramiento de Cultivos Orgánicos (Organic Crop Improvement Association - OCIA) es una entidad sin fines de lucro y considerada una de las más importantes a nivel mundial en relación a la certificación orgánica. Tiene como finalidad brindar servicios de alta calidad con respecto a la certificación, así como la apertura a mercados orgánicos a nivel global. (Asociación para el Mejoramiento de Cultivos Orgánicos , 2021)
- Instituto de Ecología de Mercado - Latinoamérica Perú (IMO, por sus siglas en inglés): Es una entidad de servicios de inspección y certificación ecológica y sostenible de productos agrícolas, pecuarios, acuícolas, de recolección silvestre, manejo de bosques, e insumos ecológicos para la agricultura. (Institute for Marketecology , 2021)
- Bio Latina Perú, es una de 30 certificadoras orgánicas aprobadas por la Comisión de la Unión Europea y cumple con altos estándares de calidad reflejados en su historia, además de ser la primera certificadora acreditada a nivel nacional con la ISO 65. (BioLatina Certificadora, 2020)
- Kiwa BCS Oko Garantie Perú SAC, “es una de las pioneras del movimiento ecológico en Europa. Kiwa BCS ofrece auditoría y certificación en todas las áreas de la producción ecológica, incluidos agricultores, procesadores,

(re)empaquetadores, importadores, exportadores y empresas de almacenamiento.”
(Kiwa Perú, 2021)

1.2.3 Exportación

La exportación de acuerdo a la Superintendencia Nacional de Aduanas (2016), se define como “el régimen aduanero que te permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior, no está afecta a tributo alguno”. Se debe realizar pagos correspondientes al traslado de mercancía, la cual está condicionada bajo las tarifas que sean indicadas de acuerdo a la empresa que otorgue el servicio de transporte internacional, entre otros aspectos relacionados a la logística. La Superintendencia Nacional de Aduanas se encargará de aplicar los controles correspondientes que aseguren el cumplimiento bajo las normas que se encuentran vigentes a nivel nacional. (Superintendencia Nacional de Aduanas, 2016)

1.2.3.1 Plan de desarrollo de las exportaciones

Un plan elaborado con el fin de exportar delimita cada tarea que debe realizar la empresa puesta en marcha y todas las estrategias para posicionar su producto o servicio en mercado exterior (PromPerú, 2017). Este plan debe ser el motivo en el cual la empresa trabaje arduamente, pues si no se elabora podría ser vulnerable a los riesgos de la competencia u otros factores y del mismo destino. Este plan de exportación muestra de forma precisa y amplía la visión de la empresa, las oportunidades están presentes en los mercados o países internacionales, los objetivos que se desea alcanzar planteadas con sus respectivos indicadores de medición. Sin embargo, no solo ello, sino que plantean el costo de exportar y el precio a exportar hacia el mercado final, y determinar si existe viabilidad económica y financiera del plan de exportación.

Análisis de mercado

En la publicación titulada “Elaboración del plan de Negocio de exportación de PromPerú”, el autor Paredes (2013), indica que, cuando se desarrolla un plan de exportación debe incluirse aspectos como el destino, es decir a dónde se planea enviar el producto y considerar las características del mercado objetivo. “Esto incluye aspectos políticos, legales, económicos y socioculturales, es importante que se incluya “una descripción de la industria en el mercado a exportar, análisis de la competencia, segmentación de mercado y barreras arancelarias”.

Recursos humanos

La principal clave en la empresa es el capital humano, puesto que permitirá afrontar los retos que puedan presentarse en el proyecto de exportación. Aspectos como la obtención de información sobre la competencia en el sector internacional, la estructura de la empresa o del entorno internacional que la rodea, es de suma importancia. Asimismo, es fundamental indicar si la organización tiene asesorías particulares en el área de comercio internacional y si cuenta con alianzas estratégicas. (Paredes, 2013)

Operativa

Según ProMéxico (2012), la parte operativa es esencial en un plan de exportación para la exportación al mercado exterior. En este punto se establece “una estrategia de entrada al mercado objetivo que tiene relación con los objetivos de mediano y largo plazo que tenga el empresario. Se debe mostrar que es posible realizar la operación desde un enfoque administrativo, financiero, comercial y técnico”. Es fundamental mencionar que, debe incluirse todos aquellos puntos relacionados al entorno internacional de la parte operativa como de la producción de la empresa. Por lo anterior, se muestra con mayor detalle los elementos.

Tabla 5.

Aspectos nacionales e internacionales del plan de exportación

Aspectos Internacionales	Aspectos Nacionales
Precio de exportación	Materias primas
Logística internacional	Calidad y normas
Requisitos formales para exportar/importar	Capacidad
Barreras arancelarias y no arancelarias	Instalaciones
Cotizaciones (INCOTERMS)	Localización
Contratos, formas de pago, negociaciones	Mano de obra
Envase/embalaje	Subcontratación
Seguros	Proveedores
Promoción	Tecnología
Distribución	Inventarios
Actividades de desarrollo del mercado	Riesgos
Contactos en el extranjero	

Nota: Cada aspecto debe estar incluido en el plan de exportación con el propósito que pueda ser desarrollado y asignado a un personal que lo llevará a cabo en cuanto a tiempo e inversión requerida.

Según el autor Paredes (2013) en su informe presentado en PromPerú, menciona que un aspecto relevante en el plan de exportación es “la Identificación de los problemas potenciales que podrían afectar de forma negativa en el plan”. También, se deben determinar los planes de contingencia para estar alertas y gestionarlos. Una de las formas más fáciles de amortiguar los riesgos que pueda presentarse en las operaciones es contratando a través de una entidad aseguradora, un seguro de crédito a la exportación. Este seguro entregará cobertura a las ventas a crédito realizadas en el mercado exterior

(exportaciones en cobranza). Por ejemplo, la página de Internet de la Compañía de Seguros de Crédito Continental nos muestra que puede proteger al empresario exportador de los siguientes riesgos:

- Guerra, guerra civil, revolución u ocupación del territorio por fuerzas extranjeras.
- Expropiación estatal o confiscación, requisición de mercancías.
- Retraso al momento de la transferencia de divisas por faltar divisas o órdenes del gobierno.
- Cancelación en cuanto a los permisos de exportación o importación.
- Cancelación unilateral del contrato o convenio por el gobierno en el país del importador.

1.2.3.2 Capacidades en la exportación

El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2018) muestra que, para cumplir el requisito sobre la capacidad de exportación, el empresario exportador debe contar con todos los recursos adecuados. Es de suma importancia que añada tecnología de última generación en el proceso de producción en toda la gestión, en la recolección de datos e información y en la manera en cómo esta se promueva. Es decir, tiene que poseer la infraestructura básica requerida para poder interactuar con los clientes en el extranjero, como, por ejemplo, el Internet (correo electrónico), mostrar una dirección donde pueda ser contactados en cualquier momento. Hoy en día, se hable de una empresa, o bien de un productor particular, es indispensable contar con un sitio web y redes sociales que lo puedan promover, ya que esta forma de marketing brinda de manera fácil y eficaz difundir los productos, mostrar imágenes de calidad de los productos o los procesos llevados a cabo y que el cliente exige, proporcionar información de la empresa o negocio y a través de ello poder tener oportunidades de negocios.

También, debe contar con un staff de profesionales que dominen un idioma extranjero, el más relevante el inglés. Algunos de estos colaboradores podrían tomar el rol de enfocarse a tiempo completo en las áreas de la exportación, accediendo, a través de Internet, a información privilegiada de los mercados más importantes en los países objetivos. El conocimiento de toda esta gran fuente de información permitirá ir mejorando el proceso en la toma de decisiones, influir en la comunicación y la colaboración de ambas partes, siguiendo estos pasos le permitirá mejorar la visión al mercado internacional de la empresa y captar nuevos clientes con una inversión mínima en los costos de marketing.

Por otro lado, en el territorio nacional es necesario que las empresas y con mayor razón, los emprendedores decididos a exportar recurren a una forma de poder cooperar entre sí, con el propósito de trabajar de forma cohesionada su lugar externo, con una oferta más fuerte y de mucha relevancia. La Asociatividad es la forma y camino de poder compartir los mismos objetivos y a su vez las mismas necesidades de cubrir, sin dejar de lado que cada asociado mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial también, pero que toma la decisión en pro del crecimiento voluntariamente participar de un esfuerzo general para la búsqueda de poder llegar a cumplir los mismos objetivos.

Contar con productos competitivos de calidad, precio y valor agregado

Cabe resaltar que para tener éxito en exportar, que se puedan cumplir con los requerimientos de los demandantes internacionales en cuanto a la calidad y precio del producto, sin dejar de lado el poder contar con un valor agregado o elemento que le dé al menos una característica que pueda permitirle sobresalir entre otros productos de la misma línea, una característica que pueda aportar más en rendimiento, propiedades o su utilidad.

Acceso a información suficiente y oportuna

También poder tener un sistema de información disponible en todo momento que permita conocer de forma actualizada las tendencias de los posibles clientes, sus cadenas de

distribución, procedimientos, ordenamientos, tanto a nivel nacional como en el mercado exterior (régimen tributarios y aranceles) etc.

Planificación adecuada de la exportación

Es indispensable contar con un plan de mercadotecnia internacional, el cual plasman objetivos y metas para la exportación, creando y plasmando las estrategias que mejor se adecuen al mercado y acciones que deberán implementar para penetrar y/o llevar a cabo en el mercado que se designó. Este plan deberá contar con toda la información sobre los productos que la empresa tiene pensado ofrecer y el mercado o país al que se pretende llegar. Es muy importante que el agricultor que no está envuelto en los temas de exportación, pueda conocer, antes que nada, su producto y la capacidad de la misma, así mismo el mercado en el cual se comercializa este producto.

El Plan de exportación debe ser elaborado con el propósito de ser implementado de forma operativa para competir en el mercado nacional e internacional. Los objetivos que se desea alcanzar deben ser comparados con los resultados obtenidos, de esta manera poder medir el éxito de las estrategias a través de un feedback de la misma.

1.3 Definición de términos básicos

Comercio Justo

El Comercio Justo como un concepto de lo que se refiere objetivamente estas palabras, Stiglitz & Charlton (2006) en su libro ,Comercio Justo para Todos, considera que el sistema comercial internacional no ha beneficiado lo suficiente a los países en desarrollo. De esta manera, las diversas rondas para el desarrollo no han logrado un mejor acceso a los mercados, es decir el contexto para los países en desarrollo acerca de la Ronda de Doha en la agricultura significa para estos países menos beneficiados el aumento de subvenciones a la producción exportación y de protección de los países desarrollados. Por lo tanto, el concepto de Comercio Justo implica que todos los países tengan un mismo

objetivo y trato, donde los países ricos no se orienten a proteger su mercado de países no desarrollados quienes tienen que enfrentar mayores problemas como la pobreza, desnutrición y otros y que el sentido de la palabra comercio signifique una oportunidad justa para todos los países y diversos sectores en este caso el sector agrícola.

Certificación de Comercio Justo

El Fair Trade o Comercio Justo es una certificación de producto, que funciona como un sello que garantiza al consumidor los productos provenientes de los países en vía de desarrollo cuentan con valores éticos. La certificación avala que los productos hayan sido elaborados en condiciones de trabajo dignas, comprados a un precio justo que ayude al desarrollo sostenible de la organización productora; es decir, que el producto debe cumplir con los estándares económicos, sociales y medioambientales. Asimismo, brinda a los agricultores y trabajadores la oportunidad de mejorar su nivel de vida, combatiendo la pobreza (Fairtrade Ibérica, 2019)

El sistema Fairtrade evalúa de forma regular a través de auditorías independientes a todas las organizaciones a lo largo de toda su cadena de suministro, desde el productor hasta el producto final y debe cumplir todas las normas y pautas indicadas. Fair Trade es una certificación justa y exigente; al obtener el sello la organización se registra internacionalmente, y obtiene un alto valor añadido, ya que su producto será reconocido como socialmente responsable, de alta calidad y respetuoso con el medio (Fairtrade Ibérica, 2019). El Comercio Justo cuenta con 10 principios establecidos por World Fairtrade Organization (WFTO) utilizados para garantizar a través de sus controles, que todas las organizaciones que tengan la certificación de Fairtrade las implementen a su trabajo diario. Sin embargo, se analizan sólo tres de ellos, para que se pueda ser más específico e investigar a mayor profundidad cada una de las variables. El primero es el pago de un precio justo, en el cual, a través de la participación y el diálogo, las partes involucradas deciden de manera conjunta un precio justo, otorgando un pago justo a los productores y que sea sustentable para el mercado. El pago justo trata de una provisión de la

remuneración que sea socialmente aceptable, considerado justo por los mismos productores, teniendo en cuenta el principio del salario igual por el trabajo de las mismas características realizadas para hombres y mujeres.

El segundo principio que se analizará es el respeto por el medio ambiente, en este, las organizaciones de Comercio Justo maximizan el uso de las materias primas de origen sustentable, comprando a productores locales cuando sea posible. Utilizan tecnología de producción que reducen el consumo de energía, y buscan usar tecnologías de energía renovable que minimizan las emisiones de gas de efecto invernadero que dañan el medio ambiente. Tratan de minimizar su impacto ambiental, con el mínimo uso de pesticidas o el uso de pesticidas orgánicos, además de minimizar el impacto de sus desechos. Por último, el tercer principio que se analizará es la oportunidad para productores desfavorecidos, el cual tiene como objetivo principal la reducción de la pobreza de los pequeños productores en negocios familiares, cooperativas o asociaciones.

A través de un plan de estrategias y actividades como capacitaciones, acceso a créditos, asistencia a ferias, entre otros; se busca que los productores obtengan una autosuficiencia económica y no cuenten con ingresos inciertos. (World Fair Trade Organization, 2019)

Exportaciones

La exportación de acuerdo a la Superintendencia Nacional de Aduanas (2016), se define como “el régimen aduanero que te permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior, no está afecta a tributo alguno”. Se debe realizar pagos correspondientes al traslado de mercancía, la cual está condicionada bajo las tarifas que sean indicadas de acuerdo a la empresa que otorgue el servicio de transporte internacional, entre otros aspectos relacionados a la logística. La Superintendencia Nacional de Aduanas se encargará de aplicar los controles correspondientes que aseguren el cumplimiento bajo las normas que se encuentran vigentes a nivel nacional. (Superintendencia Nacional de Aduanas, 2016)

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas

2.1.1. Hipótesis Principal

El estado actual de la Asociación agropecuaria La Juliana limita la exportación de banano orgánico porque carece de la certificación de comercio justo para el año 2020.

2.1.2. Hipótesis Derivadas

- La situación actual de la Asociación agropecuaria La Juliana permite cumplir con los requisitos para acceder a la certificación de Comercio Justo.
- La situación actual de la Asociación agropecuaria La Juliana permite la exportación de banano orgánico.
- El beneficio costo económico de las exportaciones de banano orgánico es positivo para la asociación agropecuaria La Juliana.

1.2. Variables y definición operacional

Variable 1: Comercio Justo

El comercio justo imparte un trato equitativo en el intercambio comercial que se desarrolla a nivel mundial y pone énfasis a un cambio en las prácticas de comercio que habitualmente se usa, promoviendo que el éxito de un negocio puede estar de la mano considerando una retribución justa a la gente, el cual implica beneficios como un salario adecuado y un trabajo en mejores condiciones laborales, lo que trae consigo la obtención de un producto de calidad en todos los aspectos. El comercio justo es reconocido mundialmente con la marca Fairtrade la cual es garantía de una compra de productos que apoya a productores en el sistema internacional. (Coordinadora de pequeños productores del Perú, 2015)

Dimensión Económica

- Indicador 01. Capacidad de Exportación.
- Indicador 02. Prima de comercio Justo.
- Indicador 03. Fortalecimiento económico de la organización.
- Indicador 04. Recursos Hídricos.

Dimensión Social y de condiciones de trabajo

- Indicador 01. Trabajo y protección Infantil.
- Indicador 02. Salud y seguridad.
- Indicador 03. Democracia, participación y transparencia.
- Indicador 04. Acceso a servicios básicos y de comunicación.

Exportación

Es el régimen aduanero que te permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior, no está afecta a tributo alguno. Los pagos que deberá realizar corresponden al traslado de la mercancía y está sujeta a las tarifas definidas por la empresa que brinde el servicio de transporte internacional, agenciamiento, traslados internos, etc. La SUNAT aplicará los controles pertinentes para garantizar el correcto cumplimiento de la normatividad vigente. (Superintendencia Nacional de Aduanas, 2016)

Dimensión de Desarrollo de las exportaciones

- Indicador 01. Nivel de conocimiento de exportación.
- Indicador 02. Nivel de conocimiento de mercado.
- Indicador 03. Variaciones estacionales.
- Indicador 04. Existencia de compradores.
- Indicador 05. Mercados Objetivos.
- Indicador 06. Canales de distribución.

Dimensión de Capacidad y producción

- Indicador 01. Valor de la producción.
- Indicador 02. Volumen de producción.
- Indicador 03. Variaciones de producción
- Indicador 04. Precios.
- Indicador 05. Capacidad de producción.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

Enfoque. La investigación tiene un enfoque mixto, el cual representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández, 2014). Esto se ve reflejado en la utilización de instrumentos, puesto que incluye la obtención de información a través de encuestas y el análisis de datos estadísticos en la parte de Resultados que tiene la investigación. Todo esto contribuye a un enfoque donde se desarrollan los dos tipos de datos.

Tipo. El presente trabajo es una investigación de tipo básica, el cual constituye estudios explicativos, exploratorios y descriptivos; los cuasiexperimentos son, fundamentalmente, correlacionales aunque pueden llegar a ser explicativos (Hernández, 2014). Por lo antes mencionado, la investigación aborda un tema en una etapa inicial, es decir de diagnóstico o análisis situacional de la Asociación La Juliana.

Alcance. La investigación tiene un alcance descriptivo, el cual permite describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernández, 2014). Por lo expuesto, dentro de la investigación se ha detallado de manera específica ambas variables de estudio, y se busca describir la situación actual de los pequeños agricultores de la Asociación La Juliana.

Diseño. El diseño de la investigación es no experimental transversal porque se realiza sin manipular deliberadamente variables y se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Hernández, 2014). Esto se refleja en el análisis de la información,

puesto que se desarrolla para conocer la realidad de la Asociación La Juliana, específicamente para el año 2020.

Unidad de análisis. La unidad de análisis es la Asociación Agropecuaria La Juliana ubicada en el distrito de Olmos en el departamento de Lambayeque, especializada en el cultivo de banano orgánico.

3.2 Diseño muestral

Población

La población lo conforman los socios - agricultores de la asociación agropecuaria La Juliana – Olmos ubicada en el departamento de Lambayeque, a su vez también la directiva de dicha asociación que también llegan a ser socios de la misma, registrados en las actas oficiales con las que cuenta, los cuales son una totalidad de 12 personas .

Muestra

Al ser una cantidad de población reducida se consideró la totalidad de la misma para qué representa la muestra, está conformada por los socios de la asociación agropecuaria La Juliana, y se llegó a interactuar con 12 personas.

En el siguiente trabajo de investigación consideró a toda la población como muestra para la evaluación de las variables esto se debe ya que la muestra es un número reducido de personas, manejable y por tener acceso a la información que se requiere, esta información fue tomada a través de llamadas telefónicas con cada uno de ellos de 30 minutos de duración aproximadamente.

3.3 Técnicas de recolección de datos

a) Técnicas de recolección de datos

Revisión de documentos. La investigación documental busca estudiar un fenómeno a través del análisis, la crítica y la comparación de diversas fuentes de información. Es una

técnica de recolección de datos cualitativa que se emplea en investigaciones exploratorias de tipo bibliográficas, históricas, entre otras. (Robles, 2020). En este punto, se ha tomado en cuenta toda la información de fuentes confiables para la conceptualización de ambas variables.

Encuesta profunda semi estructurada. Procedimiento utilizado para obtener información primaria cuantitativa, gracias a la colaboración de los individuos encuestados, a partir de preguntas recogidas en cuestionario, que se dirigen a muestra representativa como para extrapolar resultados a toda la población (García, 2020). Por lo antes expuesto, la encuesta profunda semi estructurada es aplicada a los socios que conforman la asociación agropecuaria para conocer la realidad y el estado exacto en el que se encuentra la asociación.

b) Instrumentos de recolección de datos

Guía de Encuesta profunda semi estructurada, se establece una serie de preguntas cerradas para obtener información en relación a las dimensiones e indicadores de la variables de estudio, en este caso, sobre comercio justo y exportación.

3.3.1. Confiabilidad del instrumento

Para garantizar la fiabilidad de la investigación, se solicitó permiso a los encuestados para grabar en audio la aplicación de la encuesta de manera detallada.

3.3.2. Validez del instrumento

Todos los instrumentos aplicados fueron validados por profesionales en la carrera, teniendo el respaldo de Danna Johana Jiménez Boggio, Directora Regional de Comercio Exterior en Gobierno Regional Lambayeque, Alberto Luis Pantaleón Santa María, docente de la Universidad San Martín de Porres y Karol Melissa Arbaiza Godos quien es docente de esta misma prestigiosa casa de estudios. Profesionales que hicieron las correcciones correspondientes para la aplicación de los instrumentos. Cabe mencionar que la base de

estructura de los instrumentos se dio en relación las dimensiones del modelo presentado en las bases teóricas, las cuales tiene relación directa con las variables de investigación, y a los objetivos planteados para el desarrollo de la misma.

En relación a las fuentes de información, se han discriminado y seleccionado sólo aquellas que están dentro de repositorios académicos y páginas que tienen respaldo para investigaciones a nivel de tesis.

Finalmente, en cuanto a la confiabilidad de las respuestas o resultados obtenidos, las personas consideradas en la muestra analizaron la importancia de los instrumentos utilizados y el fin académico que tenían, asimismo se presentan las evidencias a través de los medios electrónicos utilizados y grabaciones, quedando como constancia para la investigación.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

- Los datos obtenidos de la encuesta profunda semi-estructurada, se procedieron a transcribirlo en documento.
- Los datos obtenidos se transcribieron en un documento Word.
- Una vez que se recolectó la información, se procedió a la organización de datos mediante archivos de documentos textuales.
- Se utilizó el programa Excel para la consolidación de datos, de esta manera se procesó y se obtuvo mejor visualización de estadísticos descriptivo mediante tablas y gráficos, para el análisis de cada variable de acuerdo a los objetivos propuestos.
- Se realizó el análisis a través de Técnica de categorización: Revisar los datos rigurosamente y reducirlos a categorías (o dimensiones).

3.5 Aspectos éticos

De acuerdo al código de ética de la Universidad San Martín de Porres indica lo siguiente:

- a) No se utilizará el trabajo de otros investigadores o autores como si fueran suyos. Se citarán adecuadamente las fuentes que se hayan incluido en el estudio.
- b) Se reconocerán apropiadamente las contribuciones de todos los participantes en la investigación.
- c) Se revelarán adecuadamente los conflictos de intereses que puedan presentarse en los distintos roles como autor, asesor y evaluador.
- d) Los asesores e investigadores de mayor experiencia capacitarán adecuadamente a sus estudiantes y colaboradores, para aumentar sus capacidades en la práctica investigativa.
- e) Se tratará con la debida reserva la información obtenida y no se utilizará para propósitos distintos a los de los objetivos de la investigación.
- f) Se mantendrá la dignidad académica y profesional que corresponde al prestigio institucional de la Universidad de San Martín de Porres.

(Universidad San Martín de Porres, 2015)

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Resultados de la investigación

En el presente capítulo se presentarán los resultados obtenidos en el estudio de campo realizado en la asociación agropecuaria La Juliana - Olmos luego de haber empleado los instrumentos de encuestas semi estructuradas a profundidad. El total de socios son 12 personas y se llegó a encuestar a los 12 mediante vía telefónica. La presente investigación permitió conocer qué factores permitirán obtener la certificación Fair trade de esa manera corregir ciertos errores que hasta el momento han limitado su certificación.

En medio de las encuestas que se realizaron a los socios permitió tener un panorama más amplio de lo que es la asociación agropecuaria La Juliana – Olmos. Esta información fue recopilada mediante llamada y previa coordinación con la presidenta de la asociación, estas llamadas tuvieron una duración entre 30 a 50 minutos con cada socio. La información de detalla en los siguientes párrafos

4.1.1. Descripción de la muestra

En el siguiente trabajo de investigación consideró a toda la población como muestra para la evaluación de las variables esto se debe ya que la muestra es un número reducido de personas, manejable y por tener acceso a la información que se requiere, esta información fue tomada a través de llamadas telefónicas con cada uno de ellos de 30 minutos de duración aproximadamente.

Tabla 6.

Socios de la Asociación La Juliana

N°	Nombres	Sector de procedencia	de Área con plano (ha)	DNI
1.	Maribel Timaná Ramos	La Juliana	1 ha	80545135
2.	Segundo Timaná Ramos	La Juliana	3 ha	17579284
3.	Elvis Timaná Ramos	La Juliana	½ ha	75542159
4.	Eufracia Pérez Parra	La Juliana	1 ha	16747513
5.	Luis Maco Serquén	La Juliana	½ ha	17538477
6.	Guillermo Puse Alvarado	La Juliana	3 ha	17578796
7.	Martina Pérez Parra	La Juliana	1 ha	16747516
8.	María Maza Pérez	La Juliana	1 ha	46832713
9.	María Castro García	La Juliana	1 ha	16512653
10.	Víctor Bustamante Napoleón	La Juliana	4 ½ ha	27368701
11.	María Carbajal Suyón	La Juliana	5 ½ ha	16657778
12.	Flora Neyra Calle	La Juliana	2 ha	03122767
Total			24 ha	

Elaboración propia.

4.1.2. Análisis Cuantitativo

A continuación, se realizará una descripción de cada uno de los indicadores evaluados a través de los instrumentos aplicados a la muestra que está representada los socios de la asociación agropecuaria la Juliana.

Se emplearon gráficos de categorización y codificación de datos para el análisis cualitativo, con el objetivo de organizar adecuadamente la información recolectada y que esto facilite la interpretación de las respuestas obtenidas a las preguntas elaboradas para las encuestas estructuradas, que fueron realizadas a cada uno de los 12 socios. La categorización de los datos se realizó relacionando el tema en el que se encuentran enfocadas cada una de las preguntas realizadas. Luego de ello, se procedió con la interpretación de las respuestas brindadas por los socios, la cual se consolidó con sus puntos y opiniones.

Capacidad de Exportación

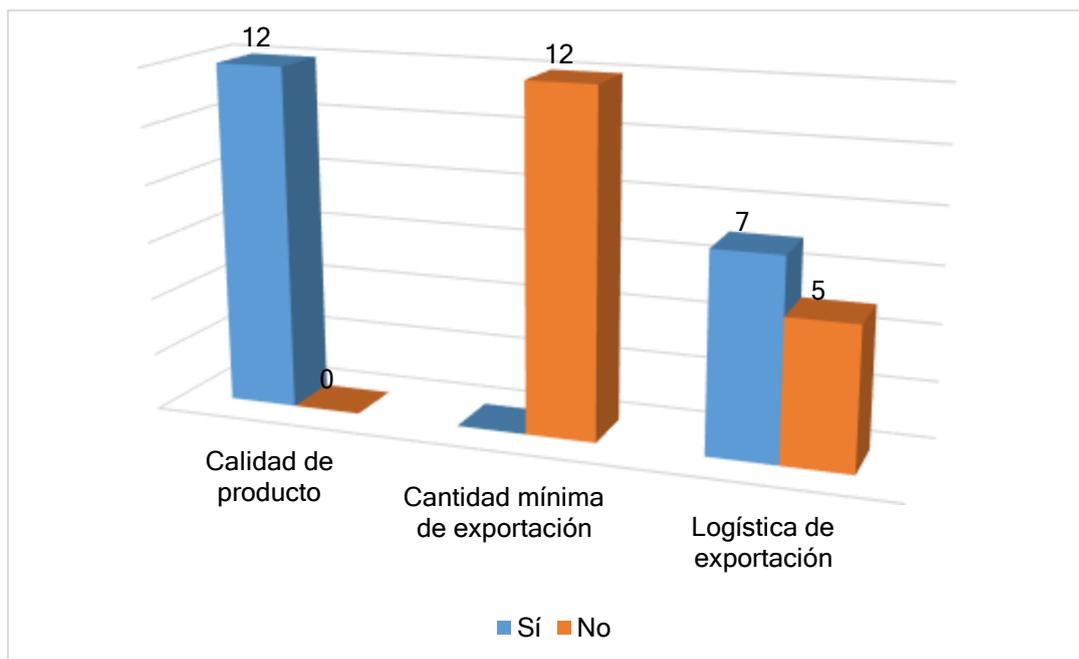
Cuando se evalúa la capacidad de exportación de la asociación, se centra en 3 puntos clave dentro de esta área, es este caso son: la calidad, la cantidad de producción y la logística con la que debe contar la asociación.

En cuanto a la calidad los socios vigentes reconocen que la calidad ha ido mejorando a través del tiempo y hoy es muy demandado por los clientes extranjeros a quienes se venden de manera indirecta a través de un intermediario. Sin embargo, en cuanto al aspecto de la cantidad se indica que los socios reconocen no contar con lo mínimo solicitado para llegar a exportar de manera directa, la asociación cosecha en temporada baja 400 cajas y en temporada alta, 800 cajas de banano orgánico semanalmente. Para que la asociación pueda cumplir con un cliente en el exterior y a la vez pueda cubrir sus costos de exportación necesita poder enviar 2100 cajas que representan 2 contenedores.

Finalmente, en cuanto a la logística los socios cuentan con personal para que lleve a cargo una exportación sin embargo por ahora les brinda ayuda de manera esporádica a través de charlas y capacitaciones de cómo realizar una exportación, es por ello que 7 socios reconocieron que sí con esa salvedad y 5 indicaron que no ya que se necesita contar con el personal trabajando directamente para la asociación.

Figura 1.

Capacidad de exportación: Calidad, Cantidad y Logística (en número de personas)



Elaboración propia basada en encuesta

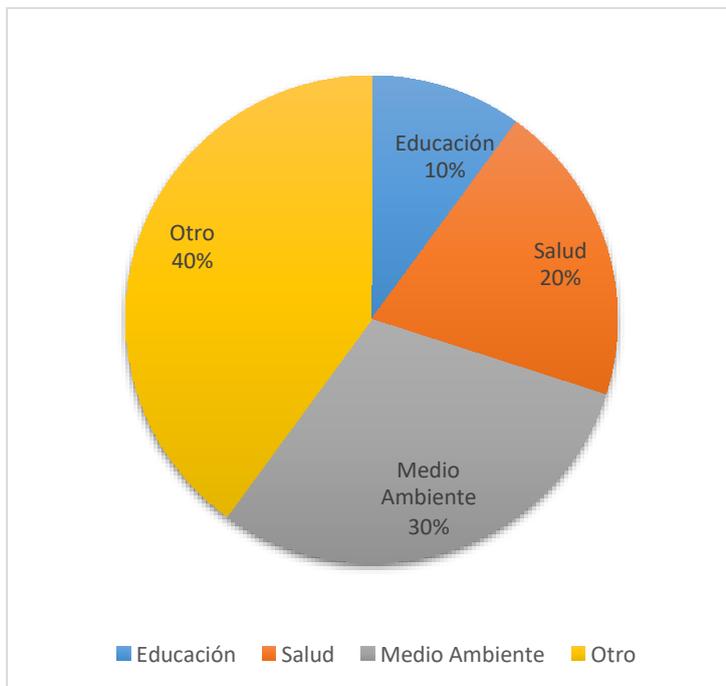
Comentario: En resumen, en la figura 1, la totalidad de los encuestados consideran que la asociación agropecuaria La Juliana tiene la capacidad de brindar al mercado exterior un producto de buena calidad y a su vez, tiene la capacidad necesaria o la cantidad que requiere el mercado exterior para la exportación del mismo. Asimismo, siete de los socios, indican que sí se cuenta con los medios de logística, de administración y técnicos para poder llevar a cabo las exportaciones.

La Prima Fairtrade

La Prima Fairtrade que es la suma de dinero adicional fue consultada a los socios en cómo se haría uso de ella, al ser realizadas las encuestas de manera individual las coincidencias fueron grandes, puesto que solo se le planteó 3 alternativas claras como son: educación, salud y medio ambiente; ellos reconocieron otra gran necesidad en la cual estaría dispuesto a usarla y es la energía eléctrica, ya que a la actualidad no cuentan con energía eléctrica en la empacadora y mucho menos en los campos.

Figura 2.

Uso de la prima del Comercio Justo (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

Comentario: la figura 2 muestra que, el uso principal de la prima del comercio justo se da fundamentalmente en medio ambiente, salud y educación con un 30%, 20% y 10% respectivamente.

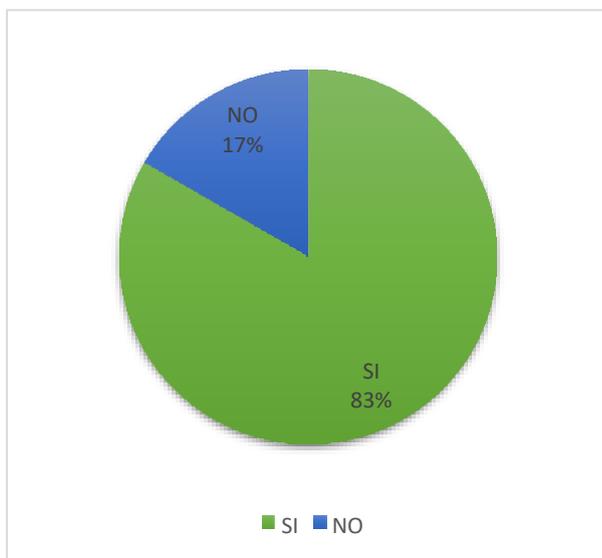
Conocimiento en presupuesto

Al hablar de conocimiento presupuestas, se habla del conocimiento que la asociación comparte con sus asociados a través de capacitaciones y charlas para un mejor manejo del dinero, esto es muy importante para que pueda llevar un control exacto de sus finanzas y poder evitar problemas de liquidez. Al realizar la pregunta de si fueron capacitados en esta área, 10 personas que representan el 83% indicaron que fueron capacitadas, pero 2 socios indicaron que no.

Al entender que las charlas se realizan para todos los socios presentes, los 2 restantes indicaron que posiblemente fueron citados e invitados pero por situaciones ajenas no pudieron estar presentes.

Figura 3.

Fortalecimiento económico de los socios (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

Comentario: De acuerdo a la figura 3, el 83% de los socios considera que está capacitado para manejar su presupuesto y manejo de créditos o préstamos. Esto significa que la asociación agropecuaria la Juliana cuenta con un fortalecimiento económico adecuado.

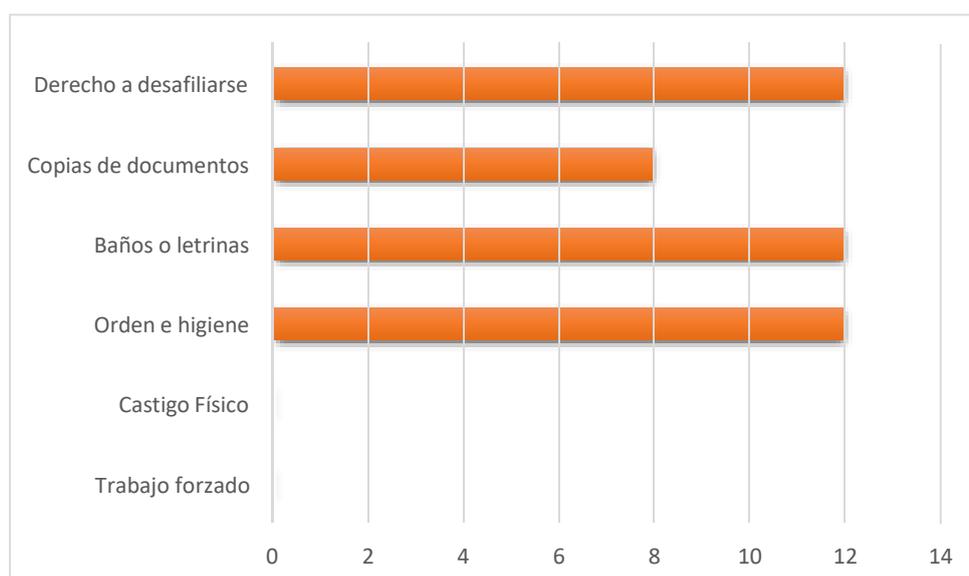
Conflictos laborales

Cuando se habla de conflictos laborales se enmarca todo tipo de conflicto que pueda generar un malestar al trabajador y este pueda calificar al trabajador como una gran carga que enfrentar diariamente. Este tipo de conflictos no está presente en la asociación. Se indica que cuando un trabajador ve que la carga es mucha en cuanto al trabajo físico, el trabajador puede retirarse del cuando lo solicite. Por otro lado, nunca se ha presentado un caso de castigo físico. Así mismo el trabajador reconoce que el lugar donde labora existe orden y limpieza, así como baños y letrinas implementadas.

El socio indica que cuando la asociación realiza algún trámite general de gran importancia, el socio sí es informado, así como también tiene sus derechos a desafiliarse de la asociación agropecuaria La Juliana – Olmos.

Figura 4.

Información brindada a los socios (en número de personas)



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

Comentario. En la figura 4, muestra que la totalidad de los socios cuenta con la información brindada acerca de los aspectos más importantes en el ámbito laboral dentro de la asociación agropecuaria La Juliana.

Salud y Seguridad

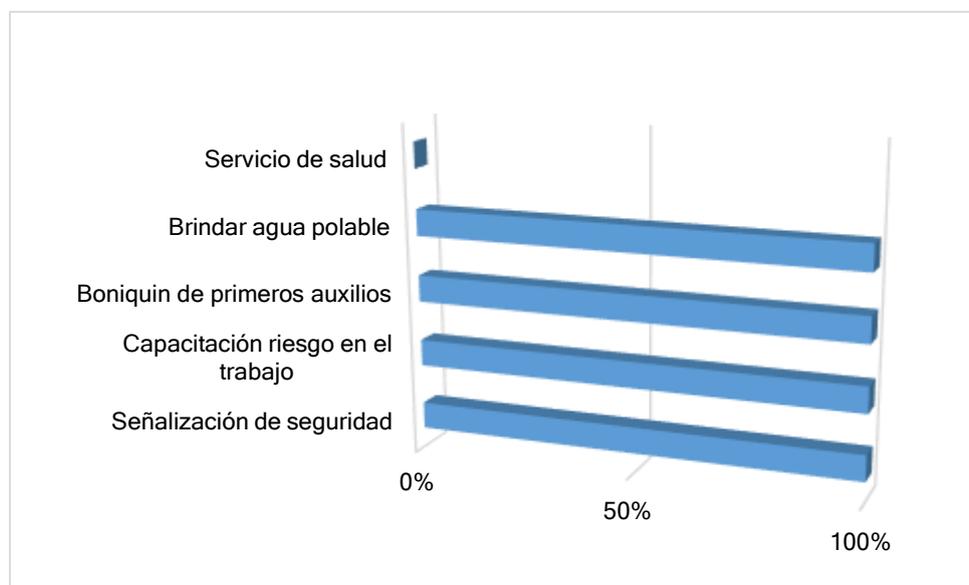
La seguridad en los campos y la empacadora de la asociación agropecuaria La Juliana está debidamente señalizada para que los trabajadores y personas nuevas puedan identificarlo. Los trabajadores también son capacitados en cuanto a riesgo en el trabajo y cuenta con un botiquín de primeros auxilios para emergencias de manera inmediata.

Las personas de campo necesitan estar hidratados constantemente por estar expuestos a un trabajo físico cansador, es por ello que los socios que contratan a su cuadrilla de trabajadores constantemente los abastecen de agua a los trabajadores durante el día.

En cuanto al servicio de salud no es brindado por parte de la asociación, cada uno de ellos es atendido su registro independiente en el Sistema Integral de Salud o EsSalud.

Figura 5.

Salud y seguridad en la asociación (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

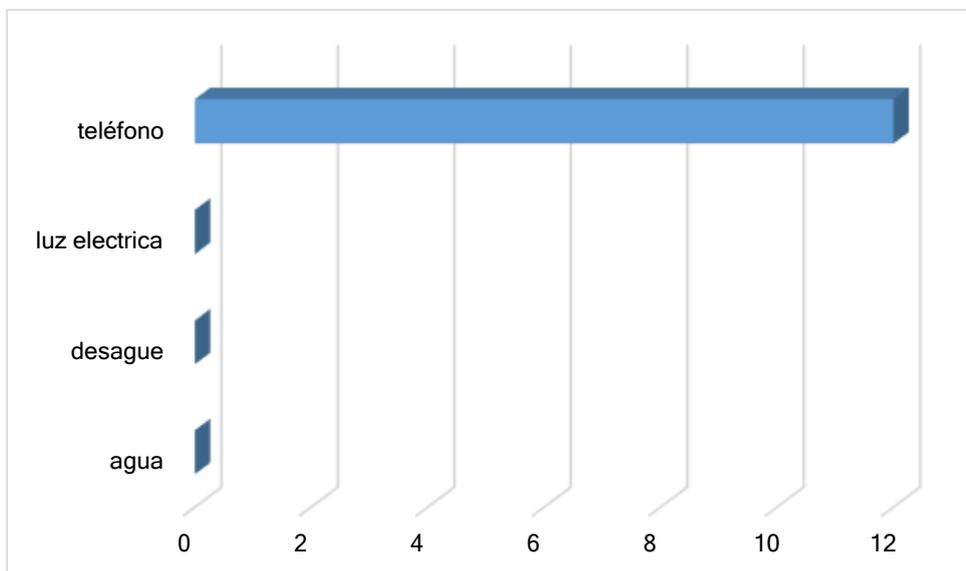
Comentario. En la figura 5, se muestra que el 100% de los encuestados tiene las condiciones de salud y seguridad para efectuar sus actividades laborales.

Servicios Básicos

En el campo donde se encuentran las hectáreas de banano orgánico también está ubicada la empacadora de la asociación. Este lugar no cuenta con servicios de energía eléctrica, agua y desagüe. Sin embargo, lo único que se cuenta es con línea telefónica a través de sus equipos celulares nada más. A la actualidad cuentan con una instalación rústica para que pueda llegar energía eléctrica a la empacadora pero que no ha tenido éxito ya que solo funcionó por un corto periodo.

Figura 6.

Servicios básicos en la asociación (en número de personas)



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

Comentario. La figura 6 indica que el único servicio con el que cuenta la asociación agropecuaria La Juliana es la telefonía (celular) puesto que por el momento tienen una instalación rústica para el empacado.

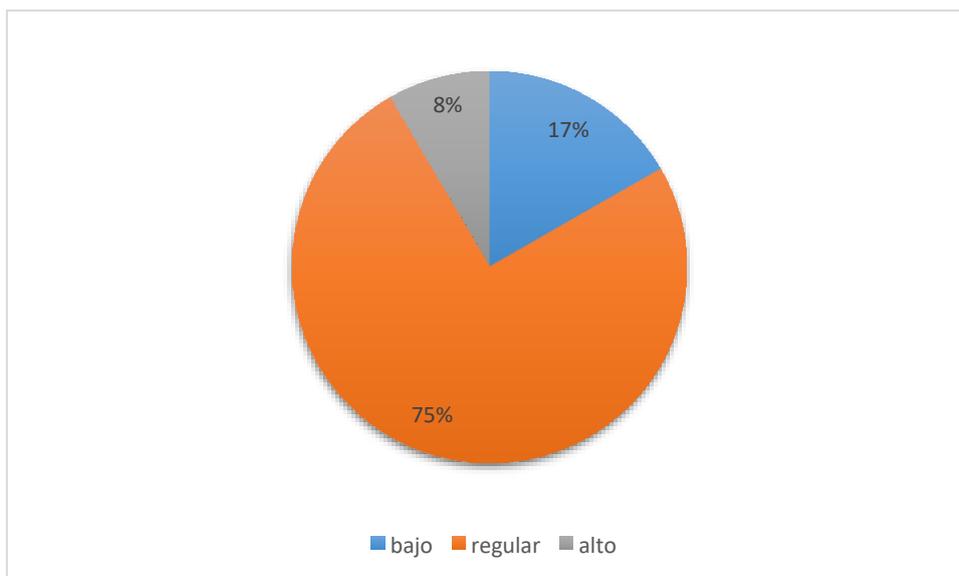
Situación actual de la Asociación de agropecuaria La Juliana con respecto al cumplimiento de los requisitos para acceder a la certificación de Comercio Justo

Conocimiento en las exportaciones

Al realizar una evaluación general sobre el conocimiento que se tiene sobre las exportaciones partiendo del concepto general de que “el envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales”, 9 socios indicaron que tiene un conocimiento regular refiriéndose al concepto mencionado en la encuesta representado un 75%, 2 socios indicaron que tienen un conocimiento bajo ya que el centro de su atención en el negocio es la producción y el cuidado del banano orgánico, por otra parte un socio indicó que su conocimiento es relativamente alto debido a la experiencia en este rubro.

Figura 7.

Conocimiento de los socios sobre las exportaciones (en porcentaje)



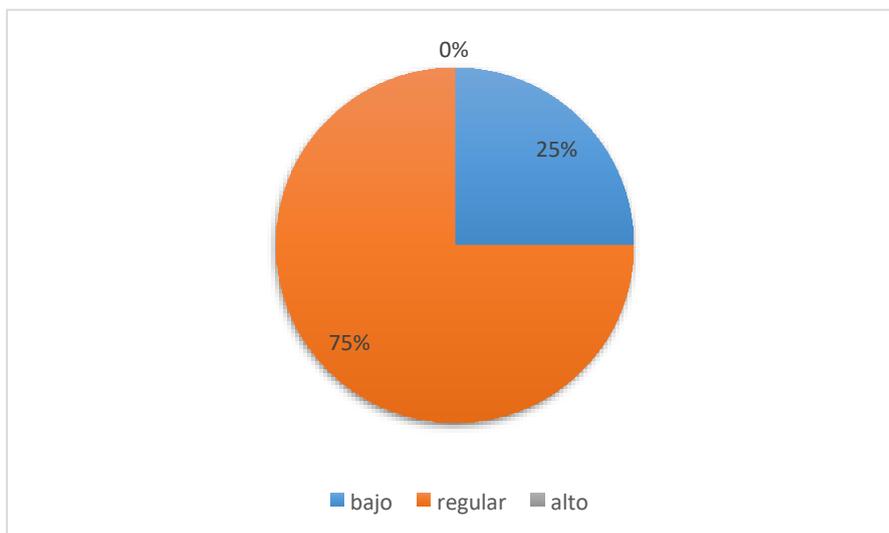
Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

Conocimiento en el mercado

Al realiza una evaluación acerca del conocimiento del mercado, teniendo como concepto general de que “el mercado es un lugar público con tiendas o puestos de venta donde se comercia, en especial con alimentos y otros productos de primera necesidad”, 9 socios indicaron que el conocimiento es regular adquirido de manera empírica a través de las comercialización de su producto con sus diferentes clientes sin embargo 3 socios indicaron que el conocimiento sobre el mercado que se tiene es bajo.

Figura 8.

Conocimiento de los socios sobre el mercado (en porcentaje)



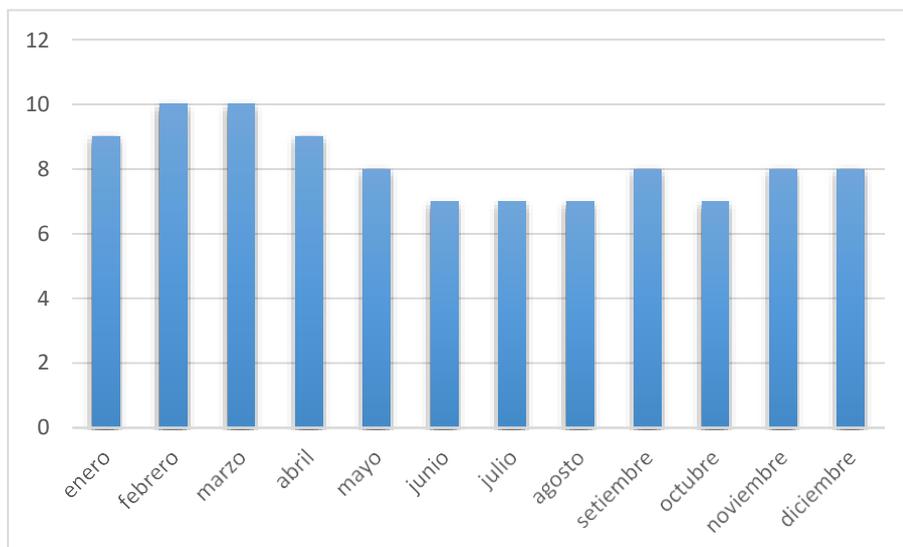
Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

Variaciones estacionales del banano orgánico

El banano orgánico es una fruta que se cosecha todo el año como indican los socios propietarios de las etarias en la asociación agropecuaria La Juliana, sin embargo tiene variaciones de producción de acuerdo a la estación del año, por ser una fruta que se desarrolla mejor en el calor, los 3 primeros meses del año son claves ya que es el punto más alto de producción y cosecha.

Figura 9.

Variaciones estacionales de cosecha del banano orgánico (mensual)



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta

Valor de la producción

El valor por caja vendida de banano orgánico que recibe cada socio es de 8 dólares, de los cuales 3 dólares son descontados para cubrir la maquila que se realiza a través de la empacadora con la que cuenta la asociación.

4.1.3. Verificación de los objetivos

A continuación, se encuentra el objetivo principal de la presente investigación que habla del impacto de la certificación del Comercio Justo. Después de conocer todo el proceso que requiere la certificadora para la implementación de en Comercio Justo la asociación. Esta certificación genera a la asociación la corrección de los procedimientos de producción que en la actualidad no son los más idóneos dentro de una empresa que aún no ha llegado a realizar una exportación directa, de esta manera se entiende que todo el proceso que exige la certificación de Comercio Justo encamina a un proceso de exportación exitoso que exige el mercado internacional.

4.1.3.1. Situación actual de la Asociación agropecuaria con respecto al cumplimiento de los requisitos para acceder a la certificación de Fairtrade

A continuación, se indica los estándares exigidos por la certificadora Fairtrade juntamente con el estado actual de la asociación:

- **Trazabilidad:** Se tiene que separar físicamente a aquellos productos que han sido producidos directamente de sus propios miembros de aquellos que no lo son, en todas las etapas como almacenamiento, procesamiento, empaquetado, sellado hasta la comercialización del mismo; puesto que sólo se comercializa como producto Fairtrade aquel que sea proveniente de sus miembros. (Fairtrade International, 2019)
 - o En cuanto a la trazabilidad en la asociación agropecuaria está implementada de manera correcta, ya que cada socio inscrito es registrado como un productor de banano orgánico, esto permite que el almacenamiento, transporte, procesamiento, empaquetado, sellado y manipulación sólo sea posible entre productos que tiene las mismas características necesarias para ser certificadas.

- **Abastecimiento:** Ya obtenida la certificación, es posible comercializar un producto como Comercio Justo Fairtrade que se tiene en existencias, sin embargo, es importante mencionar que no se puede vender un producto que se produjo más de un año antes de la primera certificación. (Fairtrade International, 2019)
 - o El abastecimiento en la asociación se ajustará de acuerdo a las normas establecidas por la certificadora Fairtrade, ya que el banano por ser un fruto de poca duración, se ajusta a los parámetros en cuanto al tiempo que requiere la certificadora para poder ser comercializado como Comercio Justo Fairtrade.

- **Contratos:** “Se debe firmar contratos de compra vinculantes, proporcionados por sus compradores, que sean acordes a los requisitos de Comercio Justo Fairtrade. Su comprador tiene la responsabilidad de proporcionar un contrato acorde a los requisitos del Comercio Justo Fairtrade.” (Fairtrade International, 2019)
 - La asociación cuenta con clientes potenciales que se ajustan a los parámetros de Fairtrade, en la actualidad los productos son comercializados en el territorio nacional y son tercerizados para ser vendidos en el extranjero a través de empresas que exportan de manera continua.

- **Uso de los sellos de la marca Comercio Justo:** Si se “desea utilizar cualquiera de los sellos de la marca de Comercio Justo FAIRTRADE en el embalaje de sus productos al por mayor o en sus materiales promocionales externos, antes debe contactar con Fairtrade International a través de artwork@fairtrade.net, para su aprobación.” (Fairtrade International, 2019)
 - Los sellos de la marca serán usados una vez obtenida la certificación como lo indica la certificadora para que así pueda cobrar la relevancia. El propósito de la asociación es lograr la certificación para luego poder acogerse a todos los beneficios de la marca Fairtrade.

- **Manejo de las prácticas de producción:** “Construir un enfoque gradual de apoyo a la organización para mejorar el desempeño de los miembros y su cumplimiento de los requisitos del capítulo de Producción. Los requisitos de esta sección reconocen cualquier estructura de gestión formalizada existente.” (Fairtrade International, 2019)
 - El trabajo en campo se realiza a través de grupos de personas llamados cuadrillas, estos grupos son capacitados de manera minuciosa con el fin de

realizar buenas prácticas de producción en el momento que se manipula el fruto con el propósito de realizar un trabajo eficiente para con la asociación de manera general.

- **Desarrollo Medio Ambiental:** se debe garantizar que los miembros de “la organización apliquen prácticas agrícolas y medioambientales que contribuyan a un sistema de producción más sostenible que minimice los riesgos para la salud y el medioambiente y que proteja y mejore la biodiversidad.” (Fairtrade International, 2019)
 - La asociación agropecuaria quien tiene como único rol la producción de banano orgánico, utiliza métodos que no puedan dañar el medio ambiente, desde no usar productos químicos en la producción para mantener el estándar del producto orgánico, de esa manera se cuida los campos de cultivo y se cuida el personal quien tiene el contacto directo con la plantación.
- **Manejo Medio Ambiental:** “Se debe indicar a una persona de la organización la responsabilidad de guiar los pasos operativos necesarios para que se cumpla con los requisitos.” (Fairtrade International, 2019)
 - La persona que se designará para esta labor no necesita tener una formación ardua académica en roles de medioambiente o agronomía, pero sí requiere tener los conocimientos teóricos y prácticos suficientes para asumir esta tarea adecuadamente. Esta persona debe tener la capacidad de poder influenciar la toma de decisiones a nivel de la asociación.
 - Dentro del grupo de socios que conforman la asociación existen diferentes personas en cuanto a la capacidad del conocimiento medioambiental y agrónomo, así como también se cuenta con el jefe de cuadrilla quien podría llevar a cabo esta responsabilidad.

- **Manejo de plagas y uso de sustancias peligrosas:** “Los requisitos de manejo de plagas se aplican a todos los cultivos para los que la organización está certificada, así como a los terrenos donde se cultivan. Esto significa que la utilización de plaguicidas prohibidos en los cultivos certificados.” (Fairtrade International, 2019)
 - o Los campos de la asociación no han sido atacados por plagas de gran envergadura, sin dejar de lado que anualmente se presentan tipos de plagas pequeñas rápidas de controlar. Por otro lado, en la actualidad no se ha hecho uso de plaguicidas ya que se conoce que el uso de ellas va en contra de las restricciones de las certificaciones.
- **Suelo y Agua:** “Los suelos fértiles y el agua disponible y limpia son importantes para la sostenibilidad del sistema de producción. Los requisitos de suelo y agua se aplican a los cultivos de Comercio Justo Fairtrade y a los terrenos donde crecen.” (Fairtrade International, 2019)
 - o El agua que riega los campos proviene de una fuente natural que a través de mediciones de la calidad del agua por parte de la autoridad certificadora que es la adecuada para la producción.
- **Biodiversidad:** “Las áreas utilizadas o convertidas a la producción del cultivo de Comercio Justo Fairtrade deben cumplir la legislación nacional en cuanto al uso de tierra agrícola.” (Fairtrade International, 2019)
 - o Los campos cumplen la única función y exclusiva de la producción de banano orgánico, sin dañar el ámbito biodiverso de la naturaleza que engloba todos los componentes como el agua, el aire, la tierra y los seres vivos.
- **Desechos:** “Reducir los riesgos provenientes de los desechos peligrosos mediante su reducción, reutilización, reciclaje y manipulación apropiada, según los materiales respectivos. Se debe garantizar que sus miembros mantengan sus fincas libres de desechos peligrosos.” (Fairtrade International, 2019)

- Las fincas de la asociación son inspeccionadas por sus socios y a través de sus trabajadores de campo son limpiadas, libres de cualquier tipo de desechos a la vista para mantener los campos libres. Este trabajo lo realiza cada socio según las hectáreas que le pertenece, reduciendo completamente algún tipo de riesgo que se pueda producir a causa de los desechos.
- **Organismos modificados genéticamente:** “los miembros de su organización no utilizan deliberadamente semillas o material de plantación modificados genéticamente para los cultivos de Comercio Justo Fairtrade.” (Fairtrade International, 2019)
 - En la actualidad la asociación a través de su personal de campo no hace uso de semillas o plantación genéticamente modificada, por ello es que se obtiene un producto 100% orgánico.
- **Adaptación y mitigación del cambio climático:** “La agricultura es vulnerable al cambio climático y se reduce mediante la reducción de emisiones, la mejora de la biodiversidad y la conservación de los hábitats naturales. Se debe implementar medidas de adaptación al cambio climático.” (Fairtrade International, 2019)
 - El proceso de producción que se lleva a cabo dentro de la asociación no genera ningún tipo de contaminación que pueda producir a causa de las emisiones de gases tóxicos. El trabajo básicamente se resume en la cosecha del fruto para luego recibir el proceso de maquila y luego ser enviado al cliente.
- **Condiciones laborales:** “Los convenios de la OIT son la referencia principal y se aplican a todos los miembros de la organización, así como a todas las relacionadas con la producción y el procesamiento, y que el 75% sea propiedad de sus miembros.” (Fairtrade International, 2019)

- En el caso de los campos de cultivo de banano se puede determinar que el 100% son de propiedad de sus miembros, también llamados socios, cada uno de ellos tiene diferentes cantidades de hectáreas pero que todos responden a un mismo fin, producir la fruta para luego cosechar y por último se entregados al comprador oferente.
- **Libres de discriminación:** Prevenir la discriminación hacia los trabajadores en función del contenido del Convenio 111 de la OIT sobre la Discriminación. Los miembros de la organización no discriminan ni toleran la discriminación a la hora de contratar y asignar trabajo, rescindir el empleo, jubilar u otras actividades. (Fairtrade International, 2019)
 - Las condiciones de trabajo en la asociación son 100% libres de discriminación, contando con un ambiente en el cual el trabajador no es excluido por ninguna razón raza, color, género, orientación sexual, discapacidad, estado civil, edad o aun personas que se encuentran en estado de gestación, siempre y cuando su salud se lo permita.
- **Libres de trabajo forzoso y obligatorio:** Prevenir el trabajo forzoso u obligatorio, incluyendo el tráfico y la explotación sexual según el contenido de los Convenios C29 (Convenio sobre el trabajo forzoso) y C 105 de la OIT (Convenio sobre la abolición del trabajo forzoso), del Protocolo 2000 de la ONU “Protocolo para prevenir, suprimir y castigar el tráfico de personas” (Declaración de Palermo) y de la Recomendación 203 de la OIT sobre Trabajo forzoso (Medidas suplementarias). (Fairtrade International, 2019)
 - En la asociación el trabajo es libre de ser forzoso u obligatorio, cada persona que llega a laborar lo hace colocándose en contacto previo con la parte administrativa solicitando un puesto de trabajo sin que se le sea impuesto, a su vez el personal tiene total autonomía en retirarse de su labor previa comunicación sin que este se le pueda ser negado.

- **Trabajo infantil y protección de la infancia:** Prevenir el trabajo que dañe a menores en función del contenido del Convenio 182 de la OIT sobre las Peores Formas de Trabajo Infantil y el del Convenio 138 de la OIT sobre la Edad Mínima. “La edad mínima especificada, en cumplimiento del párrafo 1 del presente Artículo, no podrá ser inferior a la edad en que se completa la educación obligatoria y, en todo caso, no podrá ser inferior a los 15 años”. (Fairtrade International, 2019)
 - o En la actualidad todo el personal que labora en la asociación cumple con la mayoría de edad, no se ha presentado casos en los que una persona menor a los 18 años halla laborado en campo o en la parte administrativa, el personal que trabaja se requiere cuente con un conocimiento previo y sea capacitado para cumplir sus funciones con éxito.

- **Libertad de asociación y negociación colectiva:** Proteger a los trabajadores frente a la discriminación mediante la defensa de sus derechos de asociación y de negociación colectiva en función del contenido del Convenio 87 de la OIT sobre la Libertad de Asociación y Protección de los Derechos para Sindicación, del Convenio 98 de la OIT sobre los Derechos a la Organización y Negociación Colectiva y de la Recomendación 143 de la OIT sobre los Representantes de los Trabajadores. “Los trabajadores y empleadores, sin distinción de ninguna índole y sin autorización previa, tienen el derecho de constituir las organizaciones que estimen convenientes, así como el de afiliarse a estas organizaciones, con la única condición de acatar los estatutos de las mismas. (Fairtrade International, 2019)
 - o Dentro de la asociación no se cuenta con un grupo de sindicación, esto se debe a que el número de participantes es reducido y a su vez que el grupo de socios actuales realizan sus acuerdos de manera democráticas ante asambleas, reuniones ordinarias o extraordinarias, tomando decisiones en las que todos los miembros involucrados puedan tener participación.

- **Salud y seguridad en el trabajo:** Prevenir accidentes de trabajo mediante la minimización de riesgos en el lugar de trabajo. Se basa en el contenido del Convenio 155 de la OIT sobre Salud y Seguridad Laborales. (Fairtrade International, 2019)
 - o Las personas que laboran en la asociación y sobre todo las personas que se encuentran en campo, son capacitadas constantemente en cuanto a salud y seguridad en el trabajo, eso permite que ellas puedan actuar de manera inmediata ante algún incidente fortuito o accidente en el área de trabajo, mientras se traslada a la persona afectada a un centro médico.

- **Desarrollo potencial:** “Garantizar que los beneficiarios de Comercio Justo Fairtrade sean los productores de pequeña escala, sus familias, los trabajadores y las comunidades. La Prima se concibe como un instrumento para que alcancen el desarrollo sostenible social y económico.” (Fairtrade International, 2019)
 - o El propósito de obtener la certificación dentro de la asociación es general el progreso y desarrollo en la comunidad abarcando las familias de los socios y trabajadores de campo que se encuentran dentro de esta localidad, uno de los principales propósitos es mejorar las condiciones medioambientales de la localidad, seguido por la educación y la salud dentro de una escala que se ajuste a sus posibilidades.

- **Democracia, participación y transparencia:** Garantizar que las organizaciones faciliten el desarrollo social y económico de sus miembros y aseguren que los beneficios de Comercio Justo Fairtrade lleguen a estos miembros. Una organización debe contar con estructuras democráticas y una gerencia que permita a los miembros y al consejo tener un control efectivo sobre el manejo de la organización. Los miembros deben ser capaces de hacer al consejo responsable de sus actividades. Una organización debe esforzarse por mejorar las estructuras

y prácticas en forma continua con el fin de maximizar la participación de los miembros y su sentido de propiedad sobre la organización. (Fairtrade International, 2019)

- Se debe garantizar que la estructura de su organización tenga:
 - ✓ Una Asamblea General como el cuerpo decisorio supremo donde se toman y debaten todas las decisiones principales.
 - ✓ Igual derecho de voto para todos los miembros en la Asamblea General.
 - ✓ Un Consejo elegido en elecciones libres, justas y transparentes.
 - ✓ Funciones y responsabilidades independientes del consejo de administración y la gerencia.

En la actualidad la asociación agropecuaria La Juliana cuenta con una estructura de organización para delimitar responsabilidades, a su vez existe un consejo elegido de manera democrática cada año, eso se realiza mediante una asamblea pública y con la participación de todos los miembros, permitiendo que el proceso sea transparente y conforme para todos los involucrados, así permitirá llevar a cabo las decisiones con respecto a la asociación.

Tabla 7.

Situación actual de la asociación en relación con los requisitos de la certificación de Fairtrade

Requisitos	Situación actual
Trazabilidad	Cada socio es registrado como un productor de banano orgánico, permitiendo el almacenamiento, transporte, procesamiento, empaquetado, sellado y manipulación sólo entre productos que tienen las mismas características para ser certificadas.
Abastecimiento	El banano por ser un fruto de poca duración, se ajusta a los parámetros en cuanto al tiempo que requiere la certificadora

Contratos		La asociación cuenta con clientes potenciales que se ajustan a los parámetros de Fairtrade.
Uso de los sellos de la marca Comercio Justo		Los sellos de la marca serán usados una vez obtenida la certificación como lo indica la certificadora para que así pueda cobrar la relevancia.
Manejo de las prácticas de producción		Grupos de personas llamados cuadrillas, estos grupos son capacitados de manera minuciosa con el fin de realizar buenas prácticas de producción en el momento que se manipula el fruto.
Desarrollo Ambiental	Medio	Se utilizan métodos que no puedan dañar el medio ambiente, desde no usar productos químicos en la producción para mantener el estándar del producto orgánico, cuidado del personal y los campos de cultivo.
Manejo Ambiental	Medio	Existen diferentes personas con el conocimiento medioambiental y agrónomo, así como también se cuenta con el jefe de cuadrilla quien podría llevar a cabo esta responsabilidad.
Manejo de plagas y uso de sustancias peligrosas		Anualmente se presentan tipos de plagas pequeñas rápidas de controlar, sin hacer uso de plaguicidas ya que el uso de ellas va en contra de las restricciones de las certificaciones.
Suelo y agua		Proviene de una fuente natural que a través de mediciones de la calidad del agua por parte de la autoridad certifica que es la adecuada para la producción.
Biodiversidad		Los campos cumplen la única función y exclusiva de la producción de banano orgánico, libres del riesgo de causar algún daño.
Desechos		A través de sus trabajadores de campo son limpiadas, libres de cualquier tipo de desechos a la vista para mantener los campos libres, siendo responsable cada agricultor.
Organismos modificados genéticamente		La asociación a través de su personal de campo no hace uso de semillas o plantación genéticamente modificada, por ello es que se obtiene un producto 100% orgánico.
Adaptación y mitigación del cambio climático		No se genera ningún tipo de contaminación que pueda producir a causa de las emisiones de gases tóxicos, ya que el fruto solo es cosechado y luego empacado.
Condiciones laborales		Se puede determinar que el 100% son de propiedad de sus miembros, también llamados socios, respondiendo por sus trabajadores expertos en la labor de cosecha del banano brindándoles todas las herramientas y soportes.
Libres de discriminación	de	Un ambiente en el cual el trabajador no es excluido por ninguna razón raza, color, género, orientación sexual, discapacidad, estado civil, edad o aún personas que se encuentran en estado de gestación.

Libres de trabajo forzoso y obligatorio	En la asociación el trabajo es libre de ser forzoso u obligatorio, cada persona que llega a laborar de forma voluntaria y lo hace colocándose en contacto previo con la parte administrativa solicitando un puesto de trabajo.
Trabajo infantil y protección de la infancia	En la actualidad todo el personal que labora en la asociación cumple con la mayoría de edad, no se ha presentado casos en los que una persona menor a los 18 años.
Libertad de asociación y negociación colectiva	Dentro de la asociación no se cuenta con un grupo de sindicación, esto se debe a que el número de participantes es reducido permitiendo que todos los miembros involucrados puedan tener participación.
Salud y seguridad en el trabajo	Las personas son capacitadas constantemente en cuanto a salud y seguridad en el trabajo, eso permite que ellas puedan actuar de manera inmediata ante algún accidente, mientras se traslada a la persona afectada a un centro médico.
Desarrollo potencial	El propósito de obtener la certificación dentro de la asociación es general el progreso y desarrollo en la comunidad mejorando las condiciones medioambientales de la localidad, seguido por la educación y salud.
Democracia, participación y transparencia	La asociación cuenta con una estructura de organización para delimitar responsabilidades, a su vez existe un consejo elegido de manera democrática cada año de forma transparente.

Elaboración propia

4.1.3.2. Situación actual de la Asociación agropecuaria La Juliana para la exportación de banano orgánico

El tema de exportación ha sido ampliamente difundido en la asociación agropecuaria La Juliana, esto se debe a que todo socio miembro tiene como fin llegar a exportar su producto en algún momento, si bien es cierto el conocimiento que los socios adquirieron fue de manera empírica, cuentan con la información clara y real de lo que es llegar a exportar y cómo es que su producto sería comercializada, este conocimiento adquirido no tiene un enfoque profundo pero sí el necesario para que cada uno decida poder llegar a exportar.

A la actualidad cada socio miembro indica tener un conocimiento regular sobre la exportación de banano orgánico que se traduce en una meta aún no cubierta de manera directa. Pues tienen una gran barrera que enfrentar para dar el gran salto hacia el mercado internacional.

La situación actual de la asociación en cuanto al desarrollo de las exportaciones tiene ciertas deficiencias importantes que mejorar. La principal de todas ellas es la cantidad que se produce semanalmente para llevar a cabo una exportación. En la actualidad el promedio regular de producción semanal es de 600 cajas semanales de 18.kg cada una. Sin embargo, lo que se necesita para poder lograr una exportación cubriendo la demanda del cliente en el exterior y a su vez cubrir los gastos que esto implica es de 2100 cajas. Este es un factor muy importante para que se pueda dar el gran salto a la exportación de manera directa.

En la actualidad la asociación trabaja en planes de captación de nuevos socios que cuentan con amplias hectáreas productoras de banano orgánico para fortalecer a la ya consolidada asociación y poder cubrir la demanda que se tiene con el mercado internacional, esto también permitirá que a mayor producción de banano orgánico los costos administrativos, logísticos y otros puedan minorar, de esa manera la utilidad que recibiría cada miembro de la asociación cubra y supere sus expectativas de este rubro. Esto permitirá que más personas involucradas en el rubro y ahora ajenas a la asociación, tomen la decisión de sumarse al equipo de socios. Así fortalecer en todos los aspectos a la asociación agropecuaria La Juliana.

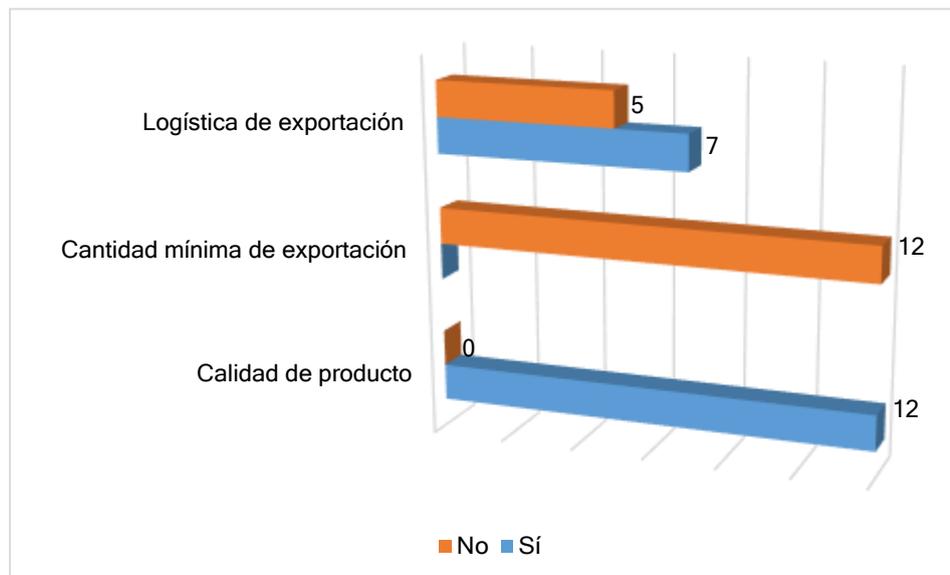
Cuando se evalúa la capacidad de exportación de la asociación, se centra en 3 puntos clave dentro de esta área, es este caso son: la calidad, la cantidad de producción y la logística con la que debe contar la asociación.

En cuanto a la calidad los socios vigentes reconocen que la calidad ha ido mejorando a través del tiempo y hoy es muy demandado por los clientes extranjeros a quienes se venden de manera indirecta a través de un intermediario. Sin embargo,

hablando de la cantidad indica que los socios reconocen no contar con lo mínimo solicitado para llegar a exportar de manera directa, la asociación cosecha en temporada baja 400 cajas y en temporada alta, 800 cajas de banano orgánico semanalmente. Para que la asociación pueda cumplir con un cliente en el exterior y a la vez pueda cubrir sus costos de exportación necesita poder enviar 2100 cajas que representan 2 contenedores. En cuanto a la logística los socios cuentan con personal para que lleve a cargo una exportación sin embargo por ahora les brinda ayuda de manera esporádica a través de charlas y capacitaciones de cómo realizar una exportación, es por ello que 7 socios reconocieron que si con esa salvedad y 5 indicaron que no ya que se necesita contar con el personal trabajando directamente para la asociación.

Figura 10.

Calidad, Cantidad y Logística de exportación (en número de personas)



Elaboración propia basada en encuesta

Comentario: En resumen, en la figura 10, la totalidad de los encuestados consideran que la asociación agropecuaria La Juliana tiene la capacidad de brindar al mercado exterior un producto de buena calidad y a su vez, todos ellos concuerdan que aún

no cuentan con la capacidad necesaria o la cantidad que requiere el mercado exterior para la exportación del mismo. Asimismo, siete de los socios, indican que sí se cuenta con los medios de logística, de administración y técnicos para poder llevar a cabo las exportaciones y cinco de ellos indican que aún les faltaría contar con herramientas logísticas para llevar a cabo las exportaciones, dentro de ello, la contratación de personal mucho más especializado en logística internacional que pueda estar al mando de esta responsabilidad.

4.1.3.3. Análisis económico beneficio costo de las exportaciones de banano orgánico para la Asociación agropecuaria La Juliana

En la actualidad la asociación agropecuaria La Juliana a pesar de contar con la calidad requerida por el mercado extranjero, no vende su producto de manera directa, sino que es enviado al extranjero de manera indirecta a través de intermediarios como empresas exportadoras dedicadas al cultivo y cosecha de banano orgánico. La información recolectada a través de la asociación indica que en la actualidad el precio por caja de banano se vende a 8 U\$\$ de los cuales los socios depositan 3 U\$\$ por caja por el proceso de maquila elaborado, recibiendo finalmente 5 U\$\$ por caja de banano orgánico.

Tabla 8.

Comparación de los ingresos anuales con/sin certificación

	SIN CERTIFICACIÓN	CON CERTIFICACIÓN	
Precio de venta	8	12.5	
Producción en cajas/semana	700	700	
Producción en cajas/mes	2,800	2,800	
Producción/año	23,600	33,600	INCREMENTO (%)
Ingresos anuales	268,800	420,000	56%

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la tabla 8, la producción semanal de cajas en la asociación es de 700 cajas, este número se convierte en 33,600 cajas en un año, teniendo como ingresos anuales un total estimado de 268800 U\$\$. Por otro lado, las empresas que logran realizar la venta directa de su producto como es el banano orgánico y que a su vez cuentan con la certificación de Comercio Justo reciben un precio de 12.5 U\$\$ por caja, este número representado en un año son 420 000 U\$\$ de ingresos anuales. Finalmente, el incremento anual sería de 56% en los ingresos si es que se llega cumplir con las condiciones de la certificación.

Tabla 9.

Costo de mantenimiento de la certificación

Descripción	Unidad	Cantidad / ha	Precio Unitario (S/.)	Costo / ha (S/.)
Cuidado del racimo				1074.96
Fundas	Bolsa	2,277	0.25	569.25
Daypa	Papel y bolsa	10,560	0.04	422.4
Cinta de edad	Cinta	2,777	0.03	83.31
Fertilizantes				3670
Fertilizantes	Bolsa	14	70	980
Compost	Saco	40	20	800
Sulfato de Potasio	Bolsa	12	135	1620
Eco Vida	Litro	12	10	120
Insecticida orgánico	Litro	3	50	150
Trabajo en campo				7105
Abonar	Jornal	12	35	420
Deshierbo	Jornal	16	35	560
Deshoje de la hoja	Jornal	17	35	595
Apuntalado	Jornal	24	35	840
Protección	Jornal	110	35	3850
Riego	Quincenal	24	35	840
Herramientas				474
Escala	Unidad	2	28	56
Palana	Unidad	1	50	50
Machete	Unidad	2	18	36

Puntas	Cintos	200	1.5	300
Limas	Unidad	4	8	32
Agua				900
Costo de agua	m3	18	50	900
Costo en Soles				13223.96
Costo en dólares				3390.8

Fuente: Elaboración propia.

Comentario. Los costos de mantenimiento representan un porcentaje elevado en los egresos, ya que involucra un cuidado más exhaustivo del terreno y fruto en campo que va desde la manipulación del producto, uso de herramientas de limpieza y protección, fertilizantes orgánicos, insecticidas orgánicos, así como la mano de obra de quien llevará a cabo esta labor.

Tabla 10.

Costos de la asociación con/sin certificación

	Unidades	Cantidad	Precio (dólares)	SIN CERTIFICACIÓN	CON CERTIFICACIÓN
Costos de certificación	Cert	1	5 000		5,000
Costos de mantenimiento de la certificación	Ha	24	3390.8		81,380
Costo de exportación	Cajas	33,600	1.2		40,320
Total Egresos (dólares)					126,700

Fuente: Elaboración propia.

Comentario. En la tabla 10, se observa que los costos representan una salida para los ingresos anuales y totales, es por ello que en el siguiente cuadro se puede apreciar que los costos para lograr la certificación de Comercio Justo son de 5,000U\$\$, a ello se suma el costo de mantenimiento de la certificación donde se multiplica la totalidad de hectáreas productivas con las que cuenta la asociación, siendo 24 Ha aproximadamente y teniendo un costo de mantenimiento de 3390.8 U\$\$ anuales representan costo de 81,380

U\$\$\$. Una vez que la asociación logró obtener la certificación de Comercio Justo, implica que esta también tenga costos de exportación, ello representa 1.20 U\$\$ por caja, siendo 33,600 las que se cosecha anualmente, representan un costo de exportación de 40,320U\$\$\$. Teniendo como dato final que los egresos anuales son de 126,700 U\$\$\$.

Tabla 11.

Resumen de ingresos y egresos con/sin certificación (en dólares)

Resumen	SIN CERTIFICACIÓN	CON CERTIFICACIÓN	
Ingresos	268,800	420,000	
Egresos	0	126,700	INCREMENTO (%)
Saldo	268,800	293,300	9.11%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario. En la tabla 11, se muestra un resumen de lo que la asociación recibe en la actualidad anualmente siendo un monto de 268,800 U\$\$ y que al contar con la certificación de Comercio Justo su saldo final estaría por un monto de 293,300 U\$\$, siendo muy positivo para la asociación. Finalmente, el saldo después de los egresos, permitiría un incremento de 9.11% con la certificación.

Tabla 12.

Incremento de los ingresos con la certificación de Comercio Justo (en dólares)

Unidad	Precio (dólar)
Precio por caja	8 - 12.5
Incremento de precio por caja	4.5
Incremento de ingreso	24,500

Fuente: Elaboración propia.

Comentario. Por último, se observa en la tabla 11 un resumen de lo que sería la utilidad aumentada después de certificarse en Comercio Justo y al exportar de manera directa, este monto cambiaría de 8 U\$\$ a 12.5 U\$\$, teniendo un incremento de 4.5U\$\$, este monto representado anualmente tendría un incremento de 24 500 que será aprovechado por los socios miembro de la asociación Agropecuaria La Juliana.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

Situación actual de la Asociación agropecuaria con respecto al cumplimiento de los requisitos para acceder a la certificación de Comercio Justo

Llevando a cabo esta investigación de la mano con las personas que realizan el trabajo de campo, contando con las fuentes de información se corrobora si la situación general y actual de la asociación agropecuaria la Juliana se encuentra en condiciones de obtener la certificación Fairtrade, en esta parte de la investigación se analizó si la asociación cumplía con los estándares que se exigen para obtener la certificación de Comercio Justo.

Los datos muestran que la capacidad de exportación con la que cuenta la asociación cubre una necesidad de demanda nacional, ya que las cajas que se producen semanalmente no cubren la demanda internacional, por ello no tendría razón de ser el obtener una certificación internacional que no se llegará a aprovechar. Sin embargo, cabe resaltar que la calidad del producto cumple con las exigencias que demanda el mercado internacional ya que a la actualidad la producción de la asociación es exportada de manera indirecta por empresas exportadoras que necesitan cubrir su demanda. Al llegar a certificarse la asociación debe contratar personal en temas de exportación y logística para que pueda llevarse a cabo de manera directa ya que a la actualidad no cuenta con este recurso humano. Por otro lado la asociación conformada por sus diferentes socios tienen clara la idea acerca del uso que se le dará al uso de la prima, acuerdo mutuo de todos los socios de poder mejorar la calidad de vida de las personas en donde se encuentran

ubicados, requisito indispensable para darle buen uso a la prima de Fairtrade. Según Otarola (2016) en su tesis enfocada en el mantenimiento de certificaciones para la exportación en las asociaciones de Querecotillo que exportan banano orgánico hacia Europa. Uno de los grandes desafíos en esta región es poder hacer el cambio del banano convencional a orgánico, esto comparado en la asociación agropecuaria la Juliana no suele suceder ya que los campos de banano tuvieron un inicio de conservarse como un fruto orgánico y es por ello que se ha logrado poder vender al exterior de manera indirecta, un tema importante que se concuerda con la investigación de Otarola es que para la mantenimiento de los certificados es necesario el rastreo tanto interno y externo del banano en todo momento.

Situación actual de la Asociación agropecuaria La Juliana para la exportación de banano orgánico

Los socios reconocen que aún necesitan fortalecer sus conocimientos en cuanto a manejo de presupuestos en el negocio en donde se encuentran, si bien es cierto a lo largo de los años se ha mejorado en temas de calidad de producto, necesitan reforzar sus conocimientos en presupuestos para hacer crecer a la asociación y administrar mejor sus recursos cuando esta haya logrado su objetivo. Hablando de los recursos hídricos, los socios indican que no cuentan a la actualidad con un plan para cuidar sus aguas, esto se debe a que el agua del cual hacen uso a la actualidad para regar sus campos es apta para este fin, respaldada por estudios biológicos continuos que se llevan a cabo por profesionales externos del área. Así mismo, en la actualidad tampoco cuentan con un plan contra plagas y enfermedades de la planta porque hasta la actualidad no se ha sufrido un mal de esta naturaleza, salvo pequeñas enfermedades pasajeras. Las letrinas y pozos de rellenos sanitarios están presentes en toda el área de trabajo con lo necesario, pero necesitaría una mejor implementación. Las condiciones laborales en la asociación, tema importante a ser evaluado para obtener la certificación adecuadas al trabajador. Cada persona que labora en ella tiene la total libertad de trabajar o retirarse cuando lo desee, se

le brinda un buen ambiente lejos de un trabajo forzado o ser maltratado de cualquier forma. Las personas también están capacitadas cuando existe un riesgo en el trabajo y cuentan con material médico ante un accidente o emergencia. Existe democracia dentro de sus actividades administrativas a través de las reuniones que se llevan a cabo de manera ordinaria o extraordinaria, los acuerdos son registrados bajo actas y se promulga la información para que sea clara a todos los socios. Un área muy importante a mejorar son los servicios básicos, en la actualidad no se cuenta con agua potable y energía eléctrica, las personas que trabajan en el área son suministradas por agua en botella dentro de las horas de trabajo, al igual que aún no se cuenta con energía eléctrica. Sin embargo, ya existe un plan que tiene sus primeros inicios para contar con estos servicios básicos. Villegas (2017) en su proyecto de investigación centrada en demostrar que la implementación de certificaciones de Comercio Justo y Orgánica como una estrategia para mejorar la oferta exportable, destaca la importancia de contar con estas dos certificaciones para poder comercializar en el mercado Europeo, esto permite no solo se obtener un crecimiento económico, sino también generar un beneficio a la sociedad a la sociedad y al medio ambiente. En la actualidad en la asociación se reconoce este mismo hecho, es por ello que ya se cuenta con la certificación Orgánica y se persigue a través del presente trabajo de investigación mostrar a los socios el camino hacia la certificación de Comercio Justo, considerado por todas las empresas requisito fundamental para dar el salto de lo nacional a una alcance internacional con sus productos.

Análisis económico beneficio costo de las exportaciones de banano orgánico para la Asociación agropecuaria La Juliana

Al evaluar el plan de exportación en la asociación agropecuaria la Juliana se observa que cumplen con una producción de calidad, lista para ser exportada hacia el exterior, por este mismo motivo es que en la actualidad la asociación vende al mercado exterior de forma indirecta, dicho de otro modo, vende al exterior a través de empresas que esta preparadas para exportar y que requieren abastecerse de materia prima para cumplir

con la demanda internacional. Sin embargo a la actualidad el volumen de producción con el que cuenta la asociación no es suficiente para cumplir una demanda del exterior, siendo que la producción de cajas fluctúa en 700 cajas de banano semanalmente, sin embargo lo que se requiere es una producción de 2 contenedores semanalmente, esto representa 2,160 cajas de banano orgánico, esto les permitirá contar con clientes constantes y que a su vez cubrirá sus costos de exportación generando una mayor rentabilidad para los socios miembros. El objetivo de lograr exportar de manera directa va de la mano con la certificación de Comercio Justo. Terán y Geancarlos, (2019) revela en su proyecto de investigación relacionando las exportaciones de comercio justo y el desarrollo socioeconómico en Montecristi, provincia de Manabí – Ecuador. Aquí muestra que han aumentado las exportaciones y a su vez han mejorado los niveles del valor agregado bruto de Montecristi, sin embargo no existe la aplicación de la teoría del Comercio Justo en los procesos productivos y de exportación de la Paja Toquilla. Esto quiere decir que al ser parte de esta certificación, depende mucho del producto el cual sea certificado, ya que hay algunos productos que el impacto agrícola es casi imperceptible y otros productos donde el impacto es notorio en los diferentes enfoques como el banano orgánico.

Garza, (2013) analiza de qué manera la certificación en Comercio Justo incide en el desarrollo económico y social de los productores de café, tecnológico de Monterrey, México., mostrando hay un impacto en desarrollar de nuevas capacidades, también construcción de redes sociales que permiten a los productores afrontar las crisis eficientemente. Cuando se evalúa el precio se revela que el Comercio Justo solo tiene un impacto significativo en el ingreso de los productores cuando los precios en el mercado son muy inferiores a los que ofrece la certificación. Esto afortunadamente no llega a ocurrir en todas las regiones, teniendo una gran influencia el producto y el precio del mercado en el exterior. El banano orgánico certificado a través del comercio Justo, muestra un crecimiento positivo en cuanto al precio de venta al exterior de 0.72U\$\$ por caja descontando los costos de exportación y costos de mantenimiento de la certificación.

CONCLUSIONES

Después de un arduo análisis de datos compilados que luego fueron cotejados con la información teórica relacionados a la certificación Fairtrade y las demandas del mercado internacional se concluye, que el estado actual los miembros de la asociación agropecuaria La Juliana se encuentran alineadas a los parámetros exigidos por la certificadora como parte de su rutina de trabajo, por otro lado se requiere el incremento de socios agropecuarios y por ende un incremento en la producción general del banano orgánico para poder abastecer y cumplir con las exigencias del mercado internacional en cuanto a volumen de exportación

Mediante el análisis se puede concluir que a través del trabajo conjunto que los socios, se han venido desarrollando de forma positiva con el propósito de ser competitivos en el mercado, por ello se concluye en la que la situación actual de forma general de la asociación agropecuaria La Juliana se encuentra en condiciones de obtener la certificación de Comercio Justo, cumpliendo en su mayoría con los estándares que se exigen para obtener la certificación de Comercio Justo, requiriendo de la colaboración de un personal especializado en Fairtrade que pueda guiar a la asociación a cumplir en su totalidad y poder obtener la certificación.

En el plan para la exportación de banano orgánico de la asociación agropecuaria La Juliana, la situación actual describe que cuenta con un producto de calidad que demanda el mercado exterior y que en la actualidad es enviado de manera indirecta a través de empresas exportadoras que requieren materia prima, sin embargo a la asociación aún le falta llegar al volumen requerido de producción, contando con 700 cajas a la semana aproximadamente, siendo 2,160 cajas el objetivo para llegar a realizar el envío de 2 contenedores semanales.

Realizando un análisis detallado se determina que el beneficio costo que se obtiene contando con la certificación de Fairtrade se estaría incrementando el ingreso en 0.72 U\$\$ por caja de banano orgánico, descontando los gastos de mantenimiento de la certificación y los gastos de exportación del producto, comparando con el precio actual que se vende a

8U\$\$ por caja, con certificación de Comercio Justo sería de 12.5 U\$\$ por caja de forma general.

RECOMENDACIONES

Para el siguiente trabajo de investigación tomando en cuenta los resultados obtenidos y siendo comparados con la parte teórica se recomienda lo siguiente:

Poder tomar lugar de forma operativa en los cambios relacionados a los parámetros de la certificación de Fairtrade en cuanto a los socios como organización y en los campos de cultivo y de la misma forma incrementar a través de diferentes estrategias, sus campos de cultivo y por ende aumentar el volumen de sus cosechas.

La asociación agrícola la Juliana debe tomar la decisión de designar a una persona capacitado para el manejo medio ambiental en todos los campos de cultivo y puedan estar acorde con lo se requiere FLOCERT, este personal debe estar familiarizado con el trabajo de campo, de esta manera pueda aplicar prácticas agrícolas y medioambientales que permitan un sistema de producción sostenible a su vez minimice los riesgos para la salud y el medioambiente y que proteja la biodiversidad, buscando el propósito de la certificación Fairtrade

Se recomienda que el número de socios pueda ser incrementado para ampliar los campos de cultivo y de esta manera cumplir con la demanda en volumen del mercado exterior, de la misma manera se recomienda que los socios actuales que cuentan con campos que aún no están siendo aprovechados en la producción de banano orgánico puedan sumarse a las hectáreas productivas con un fin exportable, debido a que el rendimiento monetario sería muy atractivo para cada uno de ellos.

Por último, se recomienda presentar ante los socios actuales el beneficio costo que se tendría al implementar la certificación de Comercio Justo con el propósito de puedan conocer la rentabilidad aumentada de esta manera se pueda motivar a tomar una decisión positiva en favor de todos los socios miembros actuales, a su vez que nuevos socios pueda sumarse a este equipo de trabajo.

Finalmente, la etapa que se realiza el presente trabajo es un análisis situacional o de diagnóstico, por lo que se sugiere poder continuar con las etapas correspondientes de la investigación para que la Asociación agropecuaria La Juliana pueda llegar al objetivo de exportar el banano orgánico.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Asociación de Mejoramiento de Cultivos Orgánicos. (2021). *Organic Crop Improvement Association: Acerca de OCIA*. <https://ocia.org/about-ocia/acerca-de-ocia/>

BioLatina Certificadora. (2020). *De Latinoamérica para el mundo: Nosotros*. <https://biolatina.com/nosotros>

Paredes Bullón, D. (2013). Elaboración del plan de negocio de exportación: PlanEx. Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=3367A38B-75FA-419A-B7F7-1D01AFA8A0FB.PDF>

Cevallos Terán, A. G. (2019). *El Comercio Justo de las exportaciones de la paja toquilla y su incidencia en el desarrollo socioeconómico de Montecristi, Provincia de Manabí, periodo 2010-2018*. [Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de economista]. Repositorio Institucional - Universidad de Guayaquil.

Cisneros Ugarteche, F.E y Yactayo Gutiérrez, L.A (2017). *Fair Trade y certificación orgánica como estrategia para mejorar la oferta exportable de la asociación de productores de cafés especiales Mountain Coffee con destino al mercado de Alemania*. [Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración de Negocios Internacionales]. Repositorio Institucional – Universidad San Martín de Porres.

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3063/cisneros_yactayo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Control Union Certifications. (2021). *Acerca de nosotros: ¿Quiénes somos?*

<https://certifications.controlunion.com/es/about-us/who-we-are>

Coordinadora de pequeños productores del Perú. (2015). *Comercio Justo:*

Introducción. <http://comerciojusto.pe/comercio-justo/introduccion/>

Fair Companies. (25 de abril de 2007). *Sobre la organización de comercio justo*

FLO International. <https://faircompanies.com/articles/sobre-la-organizacion-de-comercio-justo-flo-international/>

Fairtrade Ibérica. (2006). *El sello FairTrade: Garantía de comercio justo.*

<https://fairtrade.es/mm/file/materialesDifusion/SELLOFAIRTRADEGUIA.pdf>

Fairtrade Ibérica. (2019). *FairTrade en el mercado: información para traders, propietarios de marca, minoristas, distribuidores y responsables de*

Responsabilidad Social Empresarial.

https://fairtrade.es/mm/file/factsheets/20130200_DossierEmpresas_Fairtrade.pdf

Fairtrade Ibérica. (2016). *Comercio justo fairtrade: Informe anual 2015/2016.*

[https://fairtrade.es/mm/file/informe%20ft%20ib%202015-2016\(1\)\(1\).pdf](https://fairtrade.es/mm/file/informe%20ft%20ib%202015-2016(1)(1).pdf)

Fairtrade International. (3 de abril de 2019). *Fairtrade standards: Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de pequeños productores.*

https://files.fairtrade.net/standards/SPO_SP.pdf

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2019). *Textos fundamentales de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y*

la Agricultura. <http://www.fao.org/3/K8024S/K8024S.pdf>

Flocert GmbH. (2015). *Soluciones: Fairtrade*.
<https://www.flocert.net/es/soluciones/fairtrade/vision-general-de-fairtrade/>

Flocert GmbH. (12 de marzo de 2016). *Solicitud de Certificación Fairtrade: Procedimiento operativo estándar*. https://www.flocert.net/wp-content/uploads/2017/09/Solicitud-Certificaci%C3%B3n-Fairtrade_-POE_es.pdf

García Pais, M. (2020). *Definición y tipos de investigación cualitativa*.
https://martingarciap.weebly.com/uploads/5/1/0/9/51099743/ic_t7.pdf

Garza Treviño, A. (2014). *El impacto del Comercio Justo en el desarrollo de los productores de café*. [Ensayo de Estudiante del doctorado en Ciencias Sociales Tecnológico de Monterrey]. Repositorio de artículos científicos - Scientific Electronic Library Online.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572014000100011

Sociedad para la Promoción de la Asociación con el Tercer Mundo (2019). *Calidad, competencia y socios comerciales*. <https://www.gepa.de/es/bienvenidos.html>

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación 6ta edición*. Editorial McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Institute for Marketecology (2021). *Latinoamérica: Misión*.
<https://imocert.bio/nosotros>

Kiwa Perú. (2021). *Certificación Orgánica Perú: Reglamento técnico para productos orgánicos*. <https://www.kiwa.com/lat/es/productos/certificacion-organica-peru/>

Lot Internacional. (2016). *Certificación en sistemas de gestión*.
<http://www.lotinternacional.com/detservicio/11>

Resolución ministerial N° 0493-2018-MINAGRI de 2018 [Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego]. Por la cual se aprueba el Programa Multianual de Inversiones (PMI) 2019-2021 del Sector Agricultura y Riego,. 26 de diciembre de 2018.
<https://www.gob.pe/institucion/midagri/normas-legales/239300-0493-2018-minagri>

Asociación de Agricultura Orgánica de Alemania (2018). *Naturland: ¿Quiénes somos?* <https://naturland.de/es>

Otarola Guerrero, J.A. (2016). *Factores para el mantenimiento de certificaciones en las asociaciones exportadoras de banano orgánico de Querecotillo, Piura hacia Europa*. [Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración de Negocios Internacionales]. Repositorio Institucional - Universidad San Martín de Porres.

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2330/otarola_gja.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pierrot, J. (2011). *Organic industry*. <http://joostpierrot.com/company/>

PromPerú. (2017). *Manual PlanEx: Plan de Negocio Exportador*. Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo.
<https://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/1781>

ProMéxico. (2012). IDR: Plan de Negocios para ProMéxico.
<https://pdfcoffee.com/plan-de-negocios-115-pdf-free.html>

Radebaugh Lee, H, Daniels John, D. y Sullivan Daniel, P. (2010). *Negocios internacionales ambientes y operaciones*. Madrid: Prentice Hall Iberia.
<https://www.marcialpons.es/libros/negocios-internacionales/9786074423877/>

Robles, D. (2020). *¿Qué es la investigación documental?: Definición y objetivos*.
<https://investigacioncientifica.org/que-es-la-investigacion-documental-definicion-y-objetivos/>

Rosa Polanco, H (2012). El modelo Ricardiano de ventaja comparativa y el comercio contemporáneo: el caso del sector de "equipos de transporte" en la industria manufacturera. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Ciencia y Sociedad, Volumen XXXVII (4)*, 529-555.
<http://dx.doi.org/10.22206/cys.2012.v37i4.pp529-555>

SGS Perú. (2021). *Sobre SGS: Nuestra Empresa*. <https://www.sgs.pe/>

Stiglitz, J. & Charlton, A. (2006). Comercio justo para todos. *Artículo de la Revista World Ark. Heifer Project International* pp. 09-17.
http://ici.unq.edu.ar/ici_biblio/Stiglitz.pdf

Superintendencia Nacional de Aduanas. (2016). *Orientación Aduanera: exportación*.
<https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>

Universidad San Martín de Porres. (2015). *Código de ética para la investigación de la Universidad San Martín de Porres*. Oficina de Propiedad Intelectual Comisión de Trabajo para la Acreditación Institucional
<https://www.usmp.edu.pe/odonto/instInvestigacion/pdf/CODIGO%20DE%20ETICA%20PARA%20LA%20INVESTIGACION%202016.pdf>

Vara Horna, A. (2012). *Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de Universidad de San Martín de Porres. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

Voorra, V. y Potts, J. (7 de marzo de 2014). *Revisión del estado de las iniciativas de sostenibilidad 2014: normas y economía verde*. International Institute for Sustainable Development. <https://www.iisd.org/publications/state-sustainability-initiatives-review-2014-standards-and-green-economy>

World Fair Trade Organization. (2019). *Los 10 principios del Comercio Justo. Netherlands*. https://wfto.com/sites/default/files/10%20Fair%20Trade%20Principles%20%282017%20%29_Spanish.pdf

Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos	Indicadores	Medios de Certificación (Fuente / Técnica)
¿Cuál es la situación actual de la Asociación de agropecuaria La Juliana con respecto al cumplimiento de los requisitos para acceder a la certificación de Comercio Justo?	Analizar la situación actual de la Asociación de agropecuaria La Juliana con respecto al cumplimiento de los requisitos para acceder a la certificación de Comercio Justo.	La situación actual de la Asociación agropecuaria La Juliana permite cumplir con los requisitos para acceder a la certificación de Comercio Justo.	D. Económica <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de Exportación. - Prima de comercio Justo. - Fortalecimiento económico de la organización. - Recursos Hídricos. <hr/> D. Sociales y de Condiciones laborales <ul style="list-style-type: none"> - Trabajo y protección Infantil. - Salud y seguridad. - Democracia, participación y transparencia. - Acceso a servicios básicos y de comunicación. 	Encuesta profunda semi-estructurada, para los socios que conforman la Asociación agropecuaria La Juliana

<p>¿Cuál es la situación actual de la Asociación agropecuaria La Juliana para la exportación de banano orgánico?</p>	<p>Describir la situación actual de la Asociación agropecuaria La Juliana para la exportación de banano orgánico.</p>	<p>La situación actual de la Asociación agropecuaria La Juliana permite la exportación de banano orgánico.</p>	<p>D. de Desarrollo de las exportaciones</p>
			<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de conocimiento de exportación. - Nivel de conocimiento de mercado. - Variaciones estacionales. - Existencia de compradores. - Mercados Objetivos. - Canales de distribución.
<p>¿Cuál es el beneficio costo económico de las exportaciones de banano orgánico para la Asociación agropecuaria La Juliana?</p>	<p>Elaborar un análisis económico beneficio costo de las exportaciones de banano orgánico para la Asociación agropecuaria La Juliana.</p>	<p>El beneficio costo económico de las exportaciones de banano orgánico es positivo para la asociación agropecuaria La Juliana.</p>	<p>D. de Capacidad y producción</p>
			<ul style="list-style-type: none"> - Valor de la producción. - Volumen de producción. - Variaciones de producción - Precios. - Capacidad de producción.

Anexo 02: Matriz de operacionalización de variables

Operacionalización de la variable 1

Variable: COMERCIO JUSTO		
Definición conceptual: Es una forma de comercializar sus productos, basándose en el dialogo, la transparencia y el respeto; para poder conseguir una rentabilidad económica, social y ambiental con mayores beneficios comerciales.		
Instrumento: Encuesta		
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
ECONÓMICOS	Indicador 1: Capacidad de Exportación.	¿La organización está en la capacidad de ofrecer al mercado un producto de calidad y tener acceso a los medios logísticos, administrativos y técnicos para hacerlo?
	Indicador 2: Prima de comercio Justo.	¿De llegar a certificar comercio justo está dispuesto a solo utilizar la Prima de Comercio Justo para la mejora de sus condiciones de vida en su comunidad sea en educación, salud, medio ambiente, otros?
	Indicador 3: Fortalecimiento económico de la organización.	¿Es capacitado para manejar de su presupuesto y manejo de créditos o préstamos? ¿Cree usted que se han fortalecido en los temas de mercadeo, comercialización y control de calidad de su producto? ¿Cuentan con un plan para proteger y manejar las aguas de los ríos, quebradas, llaves? ¿Cuentan con un plan de contaminación por programas de control de plagas y enfermedades, industrias? ¿Actualmente cuentan con Letrinas Implementadas? ¿Cuenta con Pozo de relleno sanitario?
SOCIALES Y CONDICIONES DE TRABAJO	Indicador 1: Condiciones laborales.	¿Existe discriminación entre los productores por motivos de raza, color, sexo, orientación sexual, discapacidad, estado civil, edad, condición

		<p>VIH/SIDA, religión, opinión política, pertenencia a sindicatos u a organismos representativos de los trabajadores o a otros representativos, ascendencia nacional u origen social a la hora de contratación, promoción, acceso a capacitación, remuneración, asignación de trabajo, terminación del empleo?</p> <p>¿Al contratarse el personal se realiza pruebas para embarazo, VIH/SIDA o enfermedades genéticas?</p> <p>¿Existe algún tipo de castigo físico corporal, mental o abuso sexual?</p> <p>¿Existe trabajo forzoso, incluido el trabajo obligatorio o el trabajo involuntario en prisión?</p> <p>¿Existe orden e higiene en los campos, almacenes, ambientes y vivienda en general?</p> <p>¿Cuenta con baños o letrinas en condiciones limpias y lavamanos?</p> <p>¿Se entrega copias de los contratos a todos los productores a manera de que estén informados?</p> <p>¿Ha sido informado de que tienen derecho a desafiliarse?</p>
	Indicador 2: Salud y seguridad.	<p>Los lugares de trabajo ¿Tienen señalizaciones de seguridad?</p> <p>¿Las personas están capacitados en cuanto a riesgo en el trabajo?</p> <p>¿Cuentan con un botiquín de primeros auxilios?</p> <p>¿Se proporciona agua potable y servicios durante las horas de trabajo?</p> <p>¿Tienen acceso a servicios de salud?</p>
	Indicador 3: Democracia	<p>¿Se realiza asambleas como mayor órgano de decisión una vez al año?</p>

		<p>¿El consejo se ha formado de manera democrática?</p> <p>¿Cuentan con una lista de miembros y reglas de membresía?</p> <p>¿Informan a los miembros sobre los acuerdos de las asambleas?</p> <p>¿Existen actas de las reuniones?</p> <p>¿Cuentan con libros y registros de cada una de sus reuniones?</p>
	<p>Indicador 4: Acceso a servicios básicos y de comunicación</p>	<p>¿Cuenta con servicios comunitarios (Agua, Desagüe, Luz eléctrica, letrina, teléfono, etc.)?</p>

Tabla 2

Operacionalización de la variable 2

Variable: EXPORTACIÓN		
Definición conceptual: El desarrollo de una agricultura exportadora tiene que ser medida por su capacidad en producción, planeación, variación anual, proveedores, etc. Por lo tanto esta variable será medida mediante la encuesta y análisis documental.		
Instrumento: Encuesta		
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Dimensión 1: DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES	Indicador 1: Nivel de conocimiento de exportación.	Conociendo qué exportación es: "El envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales". Entonces su conocimiento sobre exportación considera que es: a)Muy bajo b)Bajo c)Regular d)Alto e)Muy alto
	Indicador 2: Nivel de conocimiento de mercado.	Conociendo que mercado es: "El lugar público con tiendas o puestos de venta donde se comercia, en especial con alimentos y otros productos de primera necesidad". Entonces su conocimiento sobre mercado considera que es: a)Muy bajo b)Bajo c)Regular d)Alto e)Muy alto
	Indicador 3: Variaciones estacionales.	¿Cuáles son las estaciones en que cosecha su producto? a)Enero a Marzo b)Abril a Junio c)Julio a Setiembre d)Octubre a Diciembre e)Todo el año
	Indicador 4; Existencia de compradores.	¿Cuenta con posibles clientes continuos al término de su campaña?
	Indicador 5: Mercados Objetivos	¿Cuál serían sus mercados objetivos en el exterior según su conocimiento?
	Indicador 6: Canales de distribución	¿Qué canales de distribución utiliza para venta de su producción en la actualidad? a) Intermediario para el mercado local b) Intermediario para el mercado nacional c)Intermediario para el mercado internacional

DIMENSIÓN CAPACIDAD PRODUCCIÓN	2: Y	Indicador 1: Valor de la producción.	¿Cuál es el valor total de su producción semanal en campo?
		Indicador 2: Capacidad de producción	¿Cuál es la cantidad total de cajas de cosecha durante por semana?
		Indicador 3: Variaciones de producción	¿Cuál es la variación de la producción anualmente y cuál cree que es el motivo?
		Indicador 4: Precios	¿A qué precio vende cada caja de su producto en la actualidad?
		Indicador 5: Volumen requerido	¿Cuál es la cantidad total de cajas mínimas que se requiere para cumplir con el cliente?

Anexo 03: Instrumento de recopilación de datos

FICHA DE INSPECCIÓN 01– ENCUESTA A LOS DIRECTIVOS Y SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN AGROPECUARIA LA JULIANA, OLMOS 2020

Objetivo: Esta ficha tiene como finalidad conocer el estado actual de la Asociación Agropecuaria La Juliana, Olmos.

Fecha: mayo 2020

CRITERIOS ECONÓMICOS

		SI	A VECES	NO
-Capacidad de Exportación.	¿La asociación tiene la capacidad de brindar al mercado exterior un producto de buena calidad y de contar con los medios de logística, administración y técnicos para poder llevarlo a cabo?			
-Prima de Comercio Justo.	¿De llegar a certificar Comercio Justo está dispuesto a utilizar la Prima de Comercio Justo para la mejora la calidad de vida en su comunidad sea en educación, salud, medio ambiente, otros?			
-Fortalecimiento económico de la organización.	¿Es capacitado para manejar de su presupuesto y manejo de créditos o préstamos?			
	¿Cree usted que se han fortalecido en los temas de mercadeo, comercialización y control de calidad de su producto?			
-Recursos Hídricos.	¿Cuentan con un plan para proteger y manejar las aguas de los ríos, quebradas, llaves?			
	¿Cuentan con un plan de contaminación por programas de control de plagas y enfermedades, industrias?			
	¿Actualmente cuentan con Letrinas Implementadas?			
	¿Cuenta con Pozo de relleno sanitario?			

CRITERIOS SOCIALES Y CONDICIONES DE TRABAJO

	¿Existe discriminación entre los productores por motivos de raza, color, sexo, orientación sexual, discapacidad, estado civil, edad, condición u origen social a la hora de contratación, promoción, acceso a capacitación, remuneración, asignación de trabajo, terminación del empleo?			
	¿Al contratarse el personal se realiza pruebas para embarazo, VIH/SIDA o enfermedades genéticas?			
	¿Existe algún tipo de castigo físico corporal, mental o abuso sexual?			
	¿Existe trabajo forzoso, incluido el trabajo obligatorio o el trabajo involuntario en prisión?			

-Condiciones laborales.	¿Existe orden e higiene en los campos, almacenes, ambientes y vivienda en general?
	¿Cuenta con baños o letrinas en condiciones limpias y lavamanos?
	¿Se entrega copias de los contratos a todos los productores a manera de que estén informados?
	¿Ha sido informado de que tienen derecho a desafiliarse?
Salud y seguridad.	Los lugares de trabajo ¿Tienen señalizaciones de seguridad?
	¿Las personas están capacitados en cuanto a riesgo en el trabajo?
	¿Cuentan con un botiquín de primeros auxilios?
	¿Se proporciona agua potable y servicios durante las horas de trabajo?
	¿Tienen acceso a servicios de salud?
	¿Se realiza asambleas como mayor órgano de decisión una vez al año?
ocracia	¿El consejo se ha formado de manera democrática?
	¿Cuentan con una lista de miembros y reglas de membresía?
	¿Informan a los miembros sobre los acuerdos de las asambleas?
	¿Existen actas de las reuniones?
	¿Cuentan con libros y registros de cada una de sus reuniones?
-Acceso a servicios básicos y de comunicación	¿Cuenta con servicios comunitarios (Agua, Desagüe, Luz eléctrica, letrina, teléfono, etc.)?

PUNTAJE TOTAL

NOMBRES:

CARGO:

DNI:

**FICHA DE INSPECCIÓN 02 –ENCUESTA A LOS DIRECTIVOS Y SOCIOS DE LA
ASOCIACIÓN AGROPECUARIA LA JULIANA, OLMOS**

Objetivo: Esta ficha tiene como finalidad conocer el estado actual de la Asociación Agropecuaria La Juliana, Olmos.

Fecha: Mayo / 2020

DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES	
Nivel de conocimiento de exportación.	Conociendo qué exportación es: “El envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales”. Entonces su conocimiento sobre exportación considera que es: a)Muy bajo b)Bajo c)Regular d)Alto e)Muy alto
Nivel de conocimiento de mercado.	Conociendo que mercado es: “El lugar público con tiendas o puestos de venta donde se comercia, en especial con alimentos y otros productos de primera necesidad”. Entonces su conocimiento sobre mercado considera que es: a)Muy bajo b)Bajo c)Regular d)Alto e)Muy alto
Variaciones estacionales.	¿Cuáles son los meses en que cosecha su producto? a)Enero a Marzo b)Abril a Junio c)Julio a Setiembre d)Octubre a Diciembre
Existencia de compradores.	¿Cuenta con posibles clientes continuos durante su campaña?
Mercados Objetivos	¿Cuál serían sus mercados objetivos en el exterior según su conocimiento?
Canales de distribución	¿Qué canales de distribución utiliza para venta de su producción en la actualidad? a) Intermediario para el mercado local b) Intermediario para el mercado nacional c)Intermediario para el mercado internacional
CAPACIDAD Y PRODUCCIÓN	
Valor de la producción.	¿Cuál es el valor total de su producción semanal en campo?
Capacidad de producción	¿Cuál es la cantidad total de cajas de cosecha durante cada semana?
Variaciones de producción	¿Cuál es la variación de la producción anualmente y cuál cree que es el motivo?
Precios	¿A qué precio vende cada caja de su producto en la actualidad?

Volumen requerido

¿Cuál es la cantidad total de cajas mínimas que se requiere para cumplir con el cliente?

NOMBRES:

CARGO:

DNI: