



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**COMERCIO JUSTO EN LA PEQUEÑA AGRICULTURA PARA
LA EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO EN LA
ASOCIACIÓN AGROPECUARIA LA JULIANA, OLMOS –
LAMBAYEQUE 2020**

**PRESENTADA POR
PAUL HARRIS CHAFLOQUE CÓRDOVA
JENNIFER FIORELLA RUIZ ROJAS**

**ASESOR
JOSÉ CARLOS MONTES NINAQUISPE**

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

**CHICLAYO – PERÚ
2021**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS
HUMANOS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TESIS

**COMERCIO JUSTO EN LA PEQUEÑA AGRICULTURA PARA LA EXPORTACIÓN DE
BANANO ORGÁNICO EN LA ASOCIACIÓN AGROPECUARIA LA JULIANA, OLMOS –
LAMBAYEQUE 2020.**

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

PRESENTADO POR:

CHAFLOQUE CÓRDOVA, PAUL HARRIS

RUIZ ROJAS, JENNIFER FIORELLA

ASESOR:

MONTES NINAQUISPE, JOSÉ CARLOS

CHICLAYO, PERÚ

2021

**COMERCIO JUSTO EN LA PEQUEÑA AGRICULTURA PARA LA EXPORTACIÓN DE
BANANO ORGÁNICO EN LA ASOCIACIÓN AGROPECUARIA LA JULIANA, OLMOS –
LAMBAYEQUE 2020.**

Queremos agradecer a Dios ante todas las cosas,
siendo él quien nos otorga el entendimiento y
sabiduría para formarnos como profesionales en
esta corta vida, así mismo a nuestros padres que nos
brindaron su apoyo sin condiciones a lo largo de
nuestra vida académica y a esta casa de estudios.

Agradecimientos

Chafloque Córdova, Paul Harris

A mis padres, Armando Chafloque Esqueche y Marleny Córdova Palacios, por su apoyo sin condiciones durante estos años de carrera universitaria, la cual me animaron en todo momento a poder culminarla de manera satisfactoria, a ellos dedico mi tesis investigativa, mi motivación para poder obtener este grado académico en mi vida profesional.

También quiero agradecer a nuestro asesor de tesis José Montes Ninaquispe que a lo largo que estos últimos meses estuvo presente para absolver dudas y reforzar la investigación.

Así mismo agradecer a la señorita Maribel Timaná Ramos quien gustosamente cedió el pase para poder realizar la investigación en la Asociación agropecuaria La Juliana, de igual manera a los socios esta asociación quien a través de medios electrónicos colaboraron, permitiendo la investigación en medio de esta crisis pandémica.

Ruiz Rojas, Jennifer Fiorella

Este esfuerzo se lo dedico principalmente a Dios, por ser la fuerza inspiradora para superar cada obstáculo, y darme fuerzas para continuar en cada paso de mi carrera profesional.

A mis padres, Ramiro Ruiz Gamonal y Dorsy Rojas Ramírez, por todo el esfuerzo y sacrificio en todos estos años, y siempre apoyarme incondicionalmente en cada etapa de mi vida guiándome por el camino correcto en la toma de mis decisiones. Siempre serán mi mejor ejemplo.

Y finalmente, dedico esta investigación, a todas las personas que me han apoyado directa e indirectamente a lo largo de estos años, y que han confiado en mí desde el principio.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Agradecimientos	4
ÍNDICE DE CONTENIDO	5
RESUMEN.....	10
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	14
1.1 Antecedentes de la investigación.....	14
1.2 Bases teóricas	19
1.3 Definición de términos básicos.....	34
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	38
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas	38
2.1.1. Hipótesis Principal.....	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	44
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	44
3.5 Aspectos éticos.....	45
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	46
4.1. Resultados de la investigación	46
4.1.1. Descripción de la muestra	46
4.1.2. Análisis Cuantitativo	47
4.1.3. Verificación de los objetivos	58

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	93
5.1. Discusión de resultados	93
CONCLUSIONES	97
RECOMENDACIONES	99
FUENTES DE INFORMACIÓN	101
ANEXOS.....	107
Anexo 01: Matriz de consistencia	107
Anexo 02: Matriz de operacionalización de variables	110
Anexo 03: Instrumento de recopilación de datos	115
Anexo 04: Validación de juicios por expertos	119
Anexo 05: Modelo de fichas de inspección aplicadas.....	137
Anexo 06: Validación por especialistas	139
Anexo 07: Documento extraído de la minuta del reglamento de la asociación sobre la estructura organizativa	142
Anexo 08: Fotografías tomadas en campo	143

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actores en el Proceso de Certificación Fairtrade	24
Tabla 2. Pasos a seguir en la Certificación de Fairtrade	27
Tabla 3. Cuota inicial de certificación según el tipo de organización	28
Tabla 4. Cuota anual de certificación según el tipo de organización	29
Tabla 5. Socios de la Asociación La Juliana	47
Tabla 6. Miembros de la organización: Asociación La Juliana	71
Tabla 7. Situación actual de la asociación en relación con los requisitos de la certificación de Fairtrade	79
Tabla 8. Comparación de los ingresos anuales con/sin certificación.....	86
Tabla 9. Histórico de exportaciones 2015-2019 (en número de cajas).....	87
Tabla 10. Costo de mantenimiento de la certificación	89
Tabla 11. Costos de la Asociación La Juliana con certificación	90
Tabla 12. Resumen de ingresos y egresos con/sin certificación (en dólares)	91
Tabla 13. Incremento de los ingresos con la certificación de Comercio Justo (en dólares).....	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Capacidad de exportación: Calidad, Cantidad y Logística (en número de personas).....	49
Figura 2. Uso de la prima del Comercio Justo (en porcentaje)	50
Figura 3. Fortalecimiento económico de los socios (en porcentaje).....	51
Figura 4. Información brindada sobre el ámbito laboral a los socios (en número de personas).....	52
Figura 5. Salud y seguridad en la asociación (en porcentaje).....	53
Figura 6. Servicios básicos en la asociación (en número de personas).....	55
Figura 7. Conocimiento de los socios sobre las exportaciones (en porcentaje)	55
Figura 8. Conocimiento de los socios sobre el mercado (en porcentaje)	57
Figura 9. Variaciones estacionales de cosecha del banano orgánico (mensual)	58
Figura 10. Proceso de la trazabilidad en la asociación	60
Figura 11. Calibre del banano orgánico.....	61
Figura 12. Características de los contratos internos para los socios	62
Figura 13. Sello de Fairtrade	63
Figura 14. Manipulación del banano en cosecha.....	64
Figura 15. Plagas comunes en el banano	66
Figura 16. Aguas que riegan los campos de banano.....	67
Figura 17. Criterios para la producción de banano orgánico.....	68
Figura 18. Gestión de desechos.....	69
Figura 19. Uso de semillas orgánicas.....	69
Figura 20. Adaptación y mitigación del cambio climático.....	71
Figura 21. Libres de discriminación en la Asociación la Juliana	72
Figura	
22. Libres de trabajo forzoso y obligatorio en la Asociación La Juliana	73
Figura 23. Trabajo infantil y protección de la infancia en la Asociación la Juliana	75
Figura 24. Libertad de asociación y negociación colectiva en la Asociación la Juliana...	75

Figura 25. Salud y seguridad en el trabajo	76
Figura 26. Desarrollo potencial: Productores, familias y comunidades	78
Figura 27. Democracia, participación y transparencia en la Asociación la Juliana.....	79
Figura 28. Calidad, Cantidad y Logística de exportación (en número de personas)	84
Figura 29. Proyección de exportaciones 2020-2022 (en número de cajas)	88

RESUMEN

La investigación presentada, define como el objetivo general, determinar la aplicación del Comercio Justo en la exportación de banano orgánico en la Asociación agropecuaria La Juliana para el año 2020, para ello se investigó a través de las dimensiones económicas, sociales y condiciones de trabajo.

Para este trabajo de investigación se utilizó el método descriptivo, puesto que se detalla las pautas que requiere la certificación de Comercio Justo para el logro de las exportaciones como uno de los requisitos fundamentales. LA recolección de datos se dio a través de revisión de documentos, observación y aplicación de encuesta.

La población lo conforman los socios de la asociación, los mismos que fueron aplicados a la muestra, puesto que se trata de un número reducido de personas; luego se analizó la información recolectada para organizarla y presentarla en forma gráfica y ordenada.

Finalmente, los resultados que se obtuvieron indicaron que, la situación actual de la Asociación la Juliana es que se encuentran en condiciones de obtener la certificación de Comercio Justo cumpliendo en su mayoría con los estándares que exige la certificación Fairtrade. Concluyendo que cuentan con un producto de calidad que tiene demanda el mercado exterior, sin embargo, aún le falta llegar al volumen requerido de producción, contando con 700 c/s, siendo 2,160 cajas el objetivo para llegar a realizar el envío de 2 contenedores semanales. El beneficio costo se estaría incrementando el precio del producto, siendo el actual de 8U\$\$ por caja, siendo de 12.5 U\$\$ por caja con certificación de Comercio Justo, generando mayor rentabilidad para la asociación.

Palabras Clave

Comercio justo, sostenibilidad ambiental, certificación, exportación, flo-cert.

ABSTRACT

The research presented, defines as the general objective, to determine the application of fairtrade in the export of organic bananas in the La Juliana Agricultural Association for the year 2020, for this it was investigated through the economic, social dimensions and conditions of I work in the association.

For this research work, a descriptive design was used, since the guidelines required by Fairtrade certification to achieve exports are detailed 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 of people and is easily accessible; then the information collected was analyzed to organize and present it in a graphic and orderly way.

Finally, the results obtained indicated that the current situation of the La Juliana Association is that they are in a position to obtain the Fairtrade certification, mostly complying with the standards required by Fairtrade certification. They have a quality product that the foreign market is in demand, however, it still needs to reach the required volume of production, with 700 c / s, with 2,160 boxes being the goal to reach the shipment of 2 containers per week. In the economic aspect, the cost benefit would be increasing the price of the product, the current being 8U \$\$ per box, and being 12.5 U \$\$ with Fairtrade certification, thus generating greater profitability.

Keywords

Fairtrade, environmental sustainability, certification, export, flo-cert.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el Perú es considerado como uno de los mayores productores y exportadores de materia prima alrededor del mundo, uno de estos productos es el banano orgánico, y 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.

La tesis surge para ayudar a la Asociación agropecuaria la Juliana a considerar una realidad el hecho de exportar directamente y que a su vez sea un proceso rentable, teniendo como respaldo todo el conocimiento adquirido a través de los años en la carrera de Negocios internacionales. Se consideró un tema de vital importancia porque el Comercio Justo tiene el fin de apoyar causas justas ayudando a crear empresas con valores éticos llegando a empoderar a los agricultores y/o trabajadores así como a la protección del medio ambiente.

El trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar la aplicación del Comercio Justo en la exportación de banano orgánico de la Asociación agropecuaria La Juliana para el año 2020. Para lo cual se definen los objetivos específicos tales como 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, describir la situación actual de la Asociación agropecuaria La Juliana para la exportación de banano orgánico y elaborar un análisis económico beneficio costo de las exportaciones de banano orgánico para la Asociación agropecuaria La Juliana.

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 de la encuesta aplicada, 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.

El trabajo de investigación se desarrolló con un enfoque mixto, puesto que la información recabada tiene datos cualitativos y cuantitativos. Se aplicó a través de la técnica del encuesta 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 censal en su totalidad, en total se llegó a interactuar con 12 personas.

Las limitaciones que se presentaron fueron en relación a las fuentes de información, puesto que no todas eran confiables, por eso se discriminó y seleccionó sólo aquellas que están dentro de repositorios académicos y páginas que tienen respaldo para investigaciones a nivel de tesis. Además que, por la pandemia se postergó algunas visitas a campo pero que se recuperaron en fechas posteriores y tomando en cuenta todos los protocolos de seguridad.

Finalmente, la investigación aborda un tema de suma importancia en la actualidad, por lo que se espera que se utilice para fines estudiantiles y permita la mejor formación académica de los futuros profesionales.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

Nacionales

En Lima, el autor Otarola (2016) desarrolló una investigación que tenía como objetivo precisar las causas que permitían el mantener las diferentes certificaciones dentro de las asociaciones que exportan banano con la certificación orgánica de Querecotillo, Piura con destino a Europa. Aborda como hipótesis que, los motivos que le permitían a estas organizaciones poder contar con las certificaciones son el seguimiento del banano que realiza cada agricultor, el llevar a cabo supervisiones bajo el mando de un agente calificado y la colaboración de todas las áreas de la asociación, llevando a cabo los requisitos para obtener un producto orgánico. En este caso se usó un diseño descriptivo simple mostrando ciertas características halladas en un contexto real, estuvo basada en encuestas profundas y en los cuestionarios estructurados llevados a cabo en campo, contando como población, asociaciones del distrito de Querecotillo - Sullana, Piura, que relacionados a criterios de exclusión, y su muestra elegida fue la asociación denominada Pequeños Productores de productos orgánicos de Querecotillo o por sus siglas APOQ, puesto que es considerada como la principal en este sector. La investigación concluyó que, para poder mantener los certificados se necesita dar seguimiento tanto interno como externo del producto, siendo partícipe sus tierras y producción y el conocimiento científico de hallazgos que modifiquen a los frutos; la revisión de documentos al una vez al año como mínimo, como una forma de asegurar que los socios puedan cumplir con cada una de las normas de producción orgánica y sin dejar de lado la colaboración de las áreas o departamentos internos, que están dispuestos a brindar apoyo en cuanto a rentabilidad, traslado y limpieza del banano.

En Lima, los autores Cisneros y Yactayo (2017) en su investigación que tenía como objetivo implementar certificación de calidad en el proceso productivo del café, de esta manera generar estrategias para hacer más atractiva el producto exportable de la organización de personas productoras dedicadas al café, y además, el impacto que tenía en el agricultor así como en el consumidor final del producto. Su hipótesis fue que al fortalecer implementado certificaciones en el proceso productivo, se tendría como resultado un aumento en las cantidades proyectadas para la exportación y la rentabilidad de la organización, puesto que el producto cumpliría con los requerimientos exigidos y requeridos por el país de Alemania. La investigación se realizó con un diseño tipo descriptivo puesto que se analizó la situación de los productores de cafés, los instrumentos utilizados fueron mixtos, siendo la guía de observación, y encuestas los instrumentos cualitativos; y los datos estadísticos anuales, los instrumentos cuantitativos, todos ellos aplicados a las empresas productoras de café en la Región Junín. La tesis concluyó que, al implementar la certificación se genera una ventaja para hacer crecer la el producto exportable de la organización de productores cafetaleros, generando un crecimiento económico, a su vez beneficiando a la sociedad y el medio ambiente donde se lleva a cabo esta labor. Además, que los beneficios de la certificación, se ven reflejados en la mejora de precios del café, la capacidad de organización y la adquisición de conocimiento especializado en la producción del café orgánico. Todo esto suma y contribuye a que exista una mejora en la calidad de vida y en el bienestar de los productores que obtienen la certificación.

En Amazonas, Lamas, el autor Valles (2019) en su tesis que tenía como objetivo identificar la relación que existe entre la Calidad del producto que se ofrece y el Comercio Justo. Tuvo como hipótesis que el Comercio Justo tiene una relación estrecha con la calidad del producto en la Cooperativa Agraria Cafetalera Oro Verde. La tesis utilizó un diseño No experimental, puesto que durante el desarrollo de la investigación las variables

estudiadas no sufrieron modificaciones y conservaron su estado original. La técnica que se usó fue la encuesta y se aplicó bajo el instrumento del cuestionario. La tesis concluyó que, el Comercio Justo que se realizaba hasta ese momento era calificado como regular, esto se percibía por parte de los socios debido a que existía la necesidad de implementar herramientas mejoradas para el nivel de producción de café que venían realizando. Considerando esto como una apertura para un mayor acceso a los mercados del exterior y tener un mayor poder de negociación con nuevos posibles compradores a un precio más competitivo y rentable. Asimismo, se identificó la existencia de una relación estrecha y positiva entre la variable de Comercio Justo y la calidad del producto terminado.

Internacionales

En Ecuador, el autor Cevallos (2019) en su investigación identificó como el objetivo general analizar el nivel de repercusión que tuvo el Comercio Justo, también llamado Fairtrade en cuanto a la comercialización internacional de la paja toquilla en el proceso de desarrollo social y económico. Planteó como hipótesis que el Comercio Justo reflejado a la comercialización internacional de la paja toquilla no se visualiza un crecimiento socioeconómico del distrito Montecristi, Provincia de Manabí. La investigación utilizó la revisión documental y a su vez de tipo exploratorio; y, metodología que se aplicó consistió en colocar bajo contexto geográficamente las variables que involucra esta investigación, a su vez, de su generar el concepto de ellas. Seguidamente, se realizó una descripción detallada de cómo se desarrollaron cada una a lo largo de los ocho años últimos. Se tomó como población a Manabí, que se encuentra en el noroeste del país de Ecuador, y se aplicaron una serie de entrevistas a cada uno de los comerciantes y así como también a los mismos productores de este producto (paja toquilla) que viven en Montecristi, considerados como muestra de la investigación y también, se usó la herramienta estadística aplicando Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO); es por esto que también se llevó a cabo encuestas en los lugares de Aromo y Montecristi, por otro lado, se recabó datos del Banco Central del Ecuador. La

investigación concluyó que, la variable independiente así como la dependiente presentan un nivel de relación proporcionalmente directa, mostrando que mientras aumentan las exportaciones también mejora el valor agregado bruto a lo largo de los años analizados; por otro lado, se identificó que el Comercio Justo no se desarrolla en el proceso productivo, comercialización internacional del producto, es debido a esto que no se vio reflejado en el desarrollo socioeconómico de cada productor, por lo que se estaría generando una especie de competencia desleal, un abuso por parte de los que se encuentran en la parte intermediaria y la omisión de derechos con los que los productores cuentan.

En México, el autor Garza (2014) en la investigación que tenía como objetivo mostrar cómo la certificación sobre Comercio Justo tenía repercusión en relación con el aspecto económico-social de las personas productoras de café. La investigación fue cualitativa. La herramienta empleada fue la revisión bibliográfica de diferentes fuentes académicas que son considerados estudios que muestran evidencia a través de la experiencia acerca de cómo afectó el Comercio Justo en el estilo de vida de cada uno de las personas productoras; trabajos de investigación que habían tenido registrado un elevado número de referencias acerca del asunto desarrollado; e investigaciones de publicaciones actuales. La investigación determinó que, la certificación tenía un impacto en el aumento de nuevas y mejores capacidades, asimismo en el establecimiento de redes sociales que permitían a las personas productoras hacer frente a una crisis de forma eficaz. Por otro lado, se definió un precio mínimo con el Comercio Justo, el cual tenía un impacto muy significativo en los ingresos cuando los valores de otros mercados se mostraron inferiores comparando lo que pretendía con la certificación. Finalmente, se logró mejoras en la compra de nueva y moderna infraestructura; el desafío del Comercio Justo era hacer crecer los requerimientos de sus productos, ya que solo un 20% de la producción que estaba certificada era comercializada de acuerdo a los parámetros

establecidos. Además, señaló que el Comercio Justo impulsaba prácticas agrícolas sustentables.

En Ecuador, los autores Analuisa et al. (2018) plantearon como el objetivo general identificar los beneficios que se tendrían al contar con una certificación internacional FairTrade o comercio justo y los aspectos negativos que implica el hecho de no tenerla, a través de un análisis que compare entre dos empresas bananeras de la provincia de El Oro, República del Ecuador. La investigación utilizó la entrevista para la obtención de información. La tesis concluyó que, el hecho de tener la certificación Fairtrade brindaba a los trabajadores la obtención de mejores precios de acuerdo al mercado, asimismo de recibir una prima que sería destinada a la realización de proyectos socioeconómicos y para el medio ambiente. Por otro lado, las empresas que no contaban con la certificación de Comercio Justo, no poseían beneficios o ventajas que impulsaran su crecimiento.

1.2 Bases teóricas

1.2.1. Internacionalización de una empresa

1.2.1.1. Ventajas Comparativas

Según Rosa (2012), comenta con gran énfasis el análisis del autor Smith, al presentar que, el comercio colaborativo es viable a pesar de que solo existen ventajas comparativas, determinando de que el de término absoluto son un tema aparte de un fundamento más amplio que es el de las ventajas por comparación. Es el costo comparativo de las provisiones una de las regiones en diferentes países, en vez de los costes de término absoluto, lo que significativamente muestra el alto coste en los acuerdos internacionales.

1.2.1.2. Normas voluntarias

De acuerdo a la Food and Agriculture Organization of the United Nations (2019) que en el ámbito del uso de las normas voluntarias, y los objetivos que implica, pueden varían significativamente, puesto que algunas normas son establecidas para una mercancía básica y otras, son indicadas para mercancías 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.

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 a la creación de parámetros destinados al mejor dinamismo del comercio exterior. (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 desgaste del medioambiente y a 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 de vital importancia mencionar que, el cumplimiento de este tipo de normas es presentado 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. (Pierrot, 2011)

1.2.2. Certificación Comercio Justo o Fairtrade

1.2.2.1. Definición de Certificación

Certificación internacional, se considera como recurso 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 permite impartir 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 el logro de un producto con 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 muchos productos existentes de carácter industrial que cuentan con la certificación Fairtrade.

1.2.2.2. Organización de Comercio Justo FLO International

FLO en inglés es una entidad fundada en 1997, que integra 20 órganos de certificación sobre 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, en la entidad encargada de brindar asesoramiento a las personas productoras que requieran la obtención de la certificación, así como la capitalización de las futuras ocasiones de oportunidad económica que pueden 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 de Prácticas de FLO, el cual es integrado por grupos que mantienen intereses relacionados con el 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 organización de expansión de la marca de FairTrade de Comercio Justo de FLO International en, Europa, Japón, Norteamérica y Oceanía y Japón suman un total de 20. Además, en Latinoamérica la entidad que está ligada al trabajo de difusión en relación con el sello de Comercio Justo es la organización de Comercio Justo en el país de México. (Fair Companies, 2007)

Es importante mencionar que existen agencias que se dedican a la certificación como:

- Organic Crop Improvement Association (OCIA) es una entidad sin fines de lucro y considerada una de las más importantes a nivel mundial en relación con 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. (Organic Crop Improvement Association , 2021)

- Institute for Marketecology (IMO): Es una institución que brinda servicios para el cumplimiento de parámetros de inspección y certificación de ámbito ecológico y sostenible de aquellos productos de origen agrícola, entre otros, para la agricultura. (Institute for Marketecology , 2021)
- Naturland: Es la asociación de ámbito agrícola que tiene la combinación de lo orgánico y Comercio Justo teniendo un logotipo a nivel global, aplicado países del sur como los del norte. (Asociación de Agricultura Orgánica de Alemania, 2018)
- Sociedad para la Promoción de la Asociación con el Tercer Mundo (GEPA, por sus siglas en alemán). Forma parte de una red de carácter internacional del Comercio Justo unido a personas comprometidas a la sensibilización respecto la exposición de las condiciones sociales realizadas en la 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 de carácter colectivo de personas productoras –o, en ciertos casos, una fábrica que acuda a un trabajo guiado.	Un abastecedor de producto terminado o semi-terminado, 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 países 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.

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 como indica Fairtrade Ibérica, 2016.

1.2.2.4. Criterios para pequeños productores

En la certificación de Comercio Justo Fairtrade indica parámetros para las empresas 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 parámetros del Comercio Justo que requieren ser objeto de cumplimiento por las partes de las organizaciones.
- Los parámetros de desarrollo, hacen relación a la continua mejora que deben realizar las empresas 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 requerimientos básicos los cuales tienen una puntuación de 0,1 o 3 y los parámetros de desarrollo de 3 o 6, estos números representan los años con el que cuenta la organización previa 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) presenta los principales criterios como aquellos mínimos para la obtención de la certificación Fairtrade, el cumplimiento es de vital importancia puesto, que impactará en los diferentes características de la organización.

- **Económicos**

Los parámetros 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

establecida Comercio Justo para las personas productoras, con el fin de que el dinero que los trabajadores inviertan sea destinado a la mejora de la calidad de vida, en relación con 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 de aspecto social de Comercio Justo plantean un orden organizativo que logre brindar un producto al mercado en el cual exista requerimiento o demanda. Todos aquellos que conformen la empresa tienen acceso a las decisiones, también a la participación de las actividades que se realicen dentro de ella. Asimismo, para establecerse dicha estructura organizativa debe ejecutarse 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 las acciones que se realicen en la organización, así no guarden relación el Comercio Justo, por otro lado sean desarrolladas bajo la legislación del país, 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 contra 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

Requisitos a seguir para poder obtener la certificación FairTrade:

Tabla 2.

Pasos a seguir en la Certificación de Fairtrade

Pasos a seguir en la Certificación de Fairtrade	
Paso 1	Verificar si en las normas de Fairtrade se atiende el producto, a la clase de entidad, al país en www.flocert.net .
Paso 2	Comunicarse de forma directa con FLO-CERT para obtener una guía informativa (applications@flo-cert.net).
Paso 3	Completar y enviar el formulario que se requiere para el registro, el cual está incluido el paquete informativo.
Paso 4	Pagar la cuota de la certificación de inicio que implica el procedimiento de auditoría, la varía en relación a la estructura organizativa (http:// www.flo-cert.net).
Paso 5	Fijar una fecha para la primera de auditoría: en la cual se comprobará el cumplimiento del 70 % los requisitos mínimos. Existen tres tipos de Criterios del Cumplimiento: <u>Núcleo (C)</u> : principios de Fairtrade. <u>Principales (M)</u> : principios clave del comercio justo. La no conformidad o el no cumplimiento da lugar a sanciones. <u>Requisitos de desarrollo (D)</u> : la mejora continua que aquellas organizaciones con la certificación. Se verifica a través de un puntaje de promedio. (Flocert Assuring Fairness , 2016)
Paso 6	Se realiza la auditoría de forma física.
Paso 7	Si existe no conformidades, se elabora un plan de acción para corregir dichas disconformidades.
Paso 8	FLO-CERT da la aprobación de las medidas correctivas elaboradas, se le otorga el certificado.

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 según Fairtrade International, 2019.

1.2.2.7. Costo de certificación FairTrade

Según FloCERT Assuring Fairness (2016) indica que hay ciertos pagos que asumir durante el proceso:

a) Cuota de solicitud

La Solicitud del Certificado de FairTrade a las empresas de productores que requieran la certificación existe el cobro de una cuota fija de 639 \$ por la solicitud, la cual no es reembolsable.

La Solicitud para la excepción a los parámetros de la solicitud de valoración de una emisión de los criterios de Comercio Justo y sus correspondientes requerimientos de Certificación FLOCERT se generará una factura con una cuota de \$ 243.

b) Cuota de Certificación inicial (primeros 12 meses)

Se genera el cobro una sola vez y se realiza el abono previo a la auditoría de inicio. Organizaciones de 1er grado, consiste en un órgano de personas productoras que tiene una constitución legal y que pueden hacer contribución al desarrollo económico y social de las comunidades.

Tabla 3.

Cuota de inicio de certificación según el tipo de organización

Tipo de organización	Indicador	Cuota total facturada
1 ^{er} Grado	Miembros < 50	\$ 1,740.00

Nota. La tabla presenta según FloCERT Assuring Fairness (2016), la cuota de certificación según el tipo de organización

c) Cuota anual de certificación

La Cuota de Certificación anual deber ser cancelada antes de realizada el proceso de auditoría.

Tabla 4.

Cuota anual de certificación según el tipo de organización

Tipo de organización	Indicador	Cuota total facturada
1 ^{er} Grado	Miembros < 50	\$ 1.424,00

Nota. La tabla presenta según FloCERT Assuring Fairness (2016), la cuota de certificación según el tipo de organización

d) Modificaciones en las cuotas de certificación

Aquellas modificaciones en las cuotas de la certificación presentarán aumento o disminución de acuerdo a los siguientes aspectos:

- Aquellos productores que comercialicen internacionalmente (exportación) para los otros productores directamente, se le generará un 15% de adicional sobre su cuota de la certificación. (FloCERT Assuring Fairness , 2016)

FLOCERT se guarda el derecho de atribuir costes añadidos a las cuotas de certificación en caso sobrepasen los costes estimados para la realización de la auditoría. (FloCERT Assuring Fairness , 2016)

- En caso se identifique que antes del otorgamiento del permiso, ya se han comercializado con productos Fairtrade, se multiplica la parte de la proporción en la facturación, de la cuota anual de certificación al iniciar la fecha que se realiza el proceso hasta la fecha en la que se emite el permiso para comercializar. (máximo 5938 \$)".
- Se generará una reducción del 12% al emitir un certificado orgánico, de su duración y de las auditorías destinadas a renovación.
(FloCERT Assuring Fairness , 2016)

e) Cuotas de cancelación

- Si existe una cancelación o postergación de la auditoría por parte del cliente con una anticipación menor a 10 días naturales a la fecha establecida, “el cliente tendrá que para una siguiente factura de igual al pago de certificación de año /inicial antes de fecha indicada a la auditoría siguiente. La cuota para cancelación se aplica en las auditorías anunciadas así como en las no anunciadas”.
- En el caso de la cancelación de la auditoría de forma unilateral menor de 30 días naturales, pero 10 o más días naturales anteriores a la fecha indicada con el auditor, el cliente tendrá que pagar otro abono igual al 50% de su cuota de certificación de inicio o anual, todo esto, antes de la fecha a la auditoría próxima.
- Si existe una razón de fuerza mayor, el encargado regional quien es responsable , decidirá las condiciones que justifican el hecho de cancelar la auditoría, si es que fuese el caso, el operador no abonará ningún costo.

(Flocert Assuring Fairness , 2016)

f) Cuota de auditoría de Seguimiento

- La auditoría de seguimiento se enfoca 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 es determinado se acuerdo a los gastos y el tiempo.
- El pago de la factura es de 425 \$ destinado por día (que incluye los días de transporte y análisis de informes).
- Los costos destinados de viaje son aquellos estimados para el traslado más un 20% por contingencia.

(Flocert GmbH, 2015)

1.2.2.8. Comercio Justo En El Perú

Comercio de productos Fairtrade en el Perú

El Perú es uno de los países que realiza la exportación de productos orgánicos en base a certificación de Comercio Justo, entre ellos encontramos, las menestras, uñas de gato, hierbas medicinales, miel de abeja, plátanos, café y hortalizas.

Empresas certificadoras consultoras en Perú

A continuación se presentan a las principales empresas calificadas como certificadoras a nivel nacional:

- 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 reconocida en todo el mundo 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. (Organic Crop Improvement Association , 2021)
- Instituto de Ecología de Mercado - Latinoamérica Perú (IMO, por sus siglas en inglés): Es una institución que brinda servicios para el cumplimiento de parámetros de inspección y certificación de ámbito ecológico y sostenible de aquellos productos de origen agrícola, entre otros, para la agricultura. (Institute for Marketecology , 2021)

- Bio Latina Perú, es una de las 30 empresas certificadoras de productos orgánicos que se encuentra aprobada por la Comisión de la Unión Europea y cuenta 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)

1.2.3 Exportación

Es considerado como un régimen de aduana que otorga la salida de mercancías que están en territorio nacional las cuales tiene como fin un consumo definitivo en el extranjero, y que a su vez no están sujetas a tributos. Los importes que se deben realizar va a corresponder al transporte de mercancía y que va estar sujeta a los valores o tarifas que se definen por la empresa que otorga el servicio de traslado internacional, el agente de aduanas, transportes internos, entre otros. La SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria) es la encargada de la aplicación de los controles correspondientes que permitan la garantía del cumplimiento a cabalidad de acuerdo a la normativa que se rige. (Superintendencia Nacional de Aduanas, 2016)

1.2.3.1. 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, se debe contar con la infraestructura básica requerida que permita interactuar con los clientes en el extranjero, como, por ejemplo, el Internet (correo electrónico), mostrar una dirección donde puedan ser contactados en cualquier momento. Hoy en día, cuando se cuenta con una empresa, o bien de un productor particular, es indispensable contar con un sitio web y redes sociales que la 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 (regímenes 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.

1.3 Definición de términos básicos

Comercio Justo

Según los autores Stiglitz & Charlton (2006) en su libro “Comercio Justo para Todos”, considera que el sistema de comercio internacional no ha brindado beneficios suficientes para los países en vías de desarrollo. De esta forma, las diferentes rondas comerciales que se han dado no han permitido que exista un mejor acceso a la apertura de mercados, es otras palabras, el contexto para aquellos países en desarrollo en la Ronda de Doha para la agricultura trae consigo el crecimiento de subvenciones a la producción exportación y de protección de los países desarrollados. Por todo esto, el concepto de Comercio Justo considera que, el total de países cuenten con un solo trato y objetivo, en el cual los países calificados como ricos no se inclinen al proteccionismo de su mercado, puesto que esto significaría que de países no desarrollados enfrenten

mayores problemas como la desigualdad, hambre, entre otros; y que la palabra comercio tome un sentido de oportunidad equitativa para la totalidad de países y sus diferentes sectores en este caso el sector agrícola.

El fairtrade o también llamado 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)

Certificación de Comercio Justo

Comercio Justo o Fairtrade para un producto funciona como un sello de garantía para aquella persona que lo consume, teniendo un origen de países que están en vía de desarrollo y con ética. La certificación sirve como aval que aquellos productos han sido producidos bajo condiciones dignas de trabajo, adquiridos a un valor justo que ha permitido un desarrollo sostenible de la empresa productos, es decir, que cumpla con los estándares adecuados en relación a economía, medio ambiente y social. Asimismo, otorga a las personas dedicadas a la agricultura una mejor calidad de vida, contrarestando la pobreza. (Fairtrade Ibérica, 2019)

Un sistema Fairtrade toma en evaluación de manera regular mediante auditorías realizadas a la totalidad de las empresas a lo largo del proceso de toda su cadena, es decir, comenzando desde el encargado de producción hasta el producto terminado y se debe contar con el cumplimiento de todas las pautas establecidas. La certificación de FairTrade se da de forma justa y a su vez exigente; al lograr la obtención del sello la organización cuenta con un registro de aspecto internacional, y adquiere un alto valor,

puesto que el producto va a ser reconocido como un producto social responsable, de buena calidad y que respeta el medio (Fairtrade Ibérica, 2019). El Comercio Justo tiene 10 principios indicados por World Fairtrade Organization (WFTO) y que se utilizan como forma de garantía por medio de sus controles, que la totalidad de las organizaciones que cuenten con la certificación de Fairtrade las implementen a su trabajo del día a día. Sin embargo, se analizan tres de ellos, así ser más exacto e investigar.

Sobre todo está el pago de un precio justo, en el cual, por medio de la aportación y el diálogo, las todas partes que tienen responsabilidad tomen la decisión en forma conjunta un precio que sea justo, brindando un pago justo a los mayormente agricultores y que se pueda sustentar en el mercado.

El segundo parámetro es guardar respeto por el medio ambiente, las empresas deben maximizar el uso de las diferentes materias primas que tengan origen y que este sea sustentable, generando compra a los productores considerados locales siempre que sea permitido. En la producción, se debe utilizar tecnología que ayude a la reducción de consumo de energía además de buscar el uso de tecnología de energía renovable que permita minimizar la emisión de gas de efecto invernadero que provocan un daño en el ambiente. Asimismo, se trata de reducir el impacto de efecto invernadero con el uso básico o mínimo de pesticidas e incluso reemplazarlo por los pesticidas orgánicos, así como la reducción de sus residuos.

Finalmente, la tercera norma es la oportunidad para agricultores en su mayoría con pocas oportunidades, teniendo como el objetivo la disminución de los índices de pobreza de los mas pequeños agricultores en negocios de familias, asociaciones o cooperativas.

Por medio de creación de estrategias y oportunidades como acceso a créditos bancarios, capacitaciones, presencia en ferias, entre otras acciones; se trata que los productores cuenten con una autosuficiencia medianamente económica y no registren ingresos informales. (World Fair Trade Organization, 2019)

Exportaciones

Es considerado como un régimen de aduana que otorga la salida de mercancías que están en territorio nacional las cuales tiene como fin un consumo definitivo en el extranjero, y que a su vez no están sujetas a tributos. Los importes que se deben realizar va a corresponder al transporte de mercancía y que va estar sujeta a los valores o tarifas que se definen por la empresa que otorga el servicio de traslado internacional, el agente de aduanas, transportes internos, entre otros. La SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria) es la encargada de la aplicación de los controles correspondientes que permitan la garantía del cumplimiento a cabalidad de acuerdo a la normativa que se rige. (Superintendencia Nacional de Aduanas, 2016)

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas

2.1.1. Hipótesis Principal

La aplicación del Comercio Justo en la pequeña agricultura permitirá la exportación en la Asociación Agropecuaria La Juliana, 2020.

Hipótesis específicas

- 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 fairtrade o también llamado 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. La capacidad que pueda exportar.
- Indicador 02. Una Prima o pago de Comercio Justo.
- Indicador 03. El fortalecimiento de aspecto económico en la organización.
- Indicador 04. Los Recursos Hídricos.

Dimensión Social y de condiciones de trabajo

- Indicador 01. Trabajo y protección Infantil.
- Indicador 02. Seguridad y Salud
- Indicador 03. Democracia, transparencia y participación.
- Indicador 04. El acceso de los servicios considerados básicos y también de comunicación.

Exportación

Es considerado como un régimen de aduana que otorga la salida de mercancías que están en territorio nacional las cuales tiene como fin un consumo definitivo en el extranjero, y que a su vez no están sujetas a tributos. Los importes que se deben realizar va a corresponder al transporte de mercancía y que va estar sujeta a los valores o tarifas que se definen por la empresa que otorga el servicio de traslado internacional, el agente de aduanas, transportes internos, entre otros. La SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria) es la encargada de la aplicación de los controles correspondientes que permitan la garantía del cumplimiento a cabalidad de acuerdo a la normativa que se rige. (Superintendencia Nacional de Aduanas, 2016)

Dimensión de Desarrollo de las exportaciones

- Indicador 01. Nivel de entendimiento sobre exportación.
- Indicador 02. Nivel de entendimiento sobre mercado.
- Indicador 03. La variación en estaciones.
- 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. Se presentó la investigación con un enfoque considerado mixto, el cual se considera a la recopilación de información que implican datos cuantitativos y de aspecto cualitativos también, con la finalidad de analizarla y desarrollar una mejor comprensión de un fenómeno o contexto. (Hernández, 2014). Esto se ve reflejado en la utilización de instrumentos, puesto que incluye la obtención de información a través de encuesta 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. Es un trabajo de tipo básica, el cual constituye estudios explicativos, exploratorios y descriptivos. (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 considera describir, situaciones y/o contextos; es decir, detallar cómo se presentan. Se pretende detallar las características acerca de personas, grupos u otro objeto de estudio sujeto a análisis. (Hernández, 2014). Por lo expuesto, se identificó a la población/muestra, se registró la realidad y características en la que se desarrolla la Asociación y a partir de ello, se recolectó la información para su posterior análisis.

Diseño. El diseño de la tesis es no experimental transversal porque se desarrolla sin manipular las dos variables a estudiar y además se recogen datos en un tiempo determinado. (Hernández, 2014). Esto se refleja en una discusión de la información, debido a que se desarrolla para conocer la realidad de la Asociación La Juliana, específicamente para el año 2020.

Unidad de análisis. Es la Asociación Agropecuaria La Juliana ubicada en Olmos siendo su provincia Lambayeque, especializada en el cultivo de banano orgánico.

Finalmente, para el análisis económico que contempla el beneficio costo presentado en la investigación, fue validado por tres expertos: MBA Luis Guillermo Arbulú Rivera, Docente catedrático en USMP Filial Norte; Claudia Salazar Silva MBA en Administración Estratégica de Empresas con licencia en Comercio y Negocios Internacionales y Mónica Pintado Damián, magíster en Administración licenciada en Comercio de Negocios Internacionales

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. Por ello la muestra es censal.

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. Tiene como finalidad el estudio de un fenómeno por medio del análisis, la crítica y la comparación de diferentes fuentes de información. Es una técnica que se usa para la recopilación de datos de aspecto cualitativo y se utiliza para la investigación relacionada a temas explotarios, entre otros. (Robles, 2020). En este punto, se ha tomado en cuenta toda la información de fuentes confiables para la conceptualización de ambas variables.

Encuesta. Procedimiento que se utiliza para la obtención de información en colaboración de los individuos encuestados, a partir de preguntas recogidas en cuestionario o guías de encuesta, que se dirigen a muestra representativa como para extrapolar resultados a toda la población. (García, 2020). Por lo antes expuesto, la encuesta 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.

Observación. Es un procedimiento que consiste en observar al objeto de estudio dentro de un contexto o una situación específica, sin la necesidad de manipular o alterar el ambiente en el que se desarrolla.

b) Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario, se establece una serie de preguntas cerradas para obtener información, en este caso, sobre Comercio Justo y exportación.

3.3.1. Confiabilidad del instrumento

Para garantizar 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 puesto que se solicitó permiso a los encuestados para grabar en audio la aplicación de la encuesta de manera detallada, quedando como constancia para la investigación.

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 utilización del instrumento. 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 a investigar, y a los objetivos indicados que permitieron 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

- La información obtenida de la encuesta, se procedieron a transcribirlo en documento.
- Los datos obtenidos se transcribieron en un documento Microsoft Word.
- Una vez que se recolectó la información, se procedió al ordenamiento de datos a través de archivos de forma textual.

- Se utilizó el programa Microsoft Excel para la consolidación de datos, de esta manera se procesó y se obtuvo mejor visualización de los datos estadísticos a través de organizadores visuales como tablas y también gráfico, todo esto para su posterior análisis conforme a los objetivos que se propusieron.
- Se realizó el análisis de información a través de Técnica sobre categorización: especificar los datos obtenidos de manera rigurosa y ordenarlos de acuerdo a categorías.

3.5 Aspectos éticos

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

- a) No se deberá utilizar el trabajo de otros investigadores o autores como propios. Se utilizarán citas adecuadas con las fuentes que se han utilizado en el estudio.
- b) Se otorgará el reconocimiento debido a los aportes de los autores de la investigación.
- c) Se expondrá de forma adecuada los problemas sobre intereses que se puedan desarrollar en los diferentes roles como autor, asesor y evaluador.
- d) Los asesores e investigadores que tengan mayor experiencia brindarán capacitación adecuada a sus estudiantes y colaboradores, con el fin de incrementar sus capacidades en la práctica investigativa.
- e) Se tomará con reserva correspondiente la información que se obtiene y no se utilizará para fines diferentes a los objetivos del estudio.
- f) Se preservará la ética de rango académico y el profesionalismo que corresponde al prestigio de la institución Universidad de San Martín de Porres.

(Universidad San Martín de Porres, 2015)

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Resultados de la investigación

Los resultados obtenidos en el estudio de campo desarrollado en la Asociación Agropecuaria La Juliana - Olmos luego de haber empleado el instrumento de la encuesta. 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 Fairtrade 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 se detalla en los siguientes párrafos

4.1.1. Descripción de la muestra

En el siguiente trabajo de investigación consideró a la población como la muestra utilizada para realizar la evaluación de las dos 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. Esta organización tiene al mando un presidente(a) que cada año es renovado según acuerdo en asamblea, esta misma asamblea es la que toma acuerdo importantes como obtener una certificación delegando responsabilidades a los miembros presentes.

Tabla 5.*Socios de la Asociación Agropecuaria La Juliana*

N°	Nombres	Sector de procedencia	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	

Nota: Como indica la tabla N°5, dentro de la Asociación Agropecuaria La Juliana se encuentra un total de 12 socios inscritos de manera formal.

4.1.2. Análisis Cuantitativo

Se presentó la descripción 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, 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

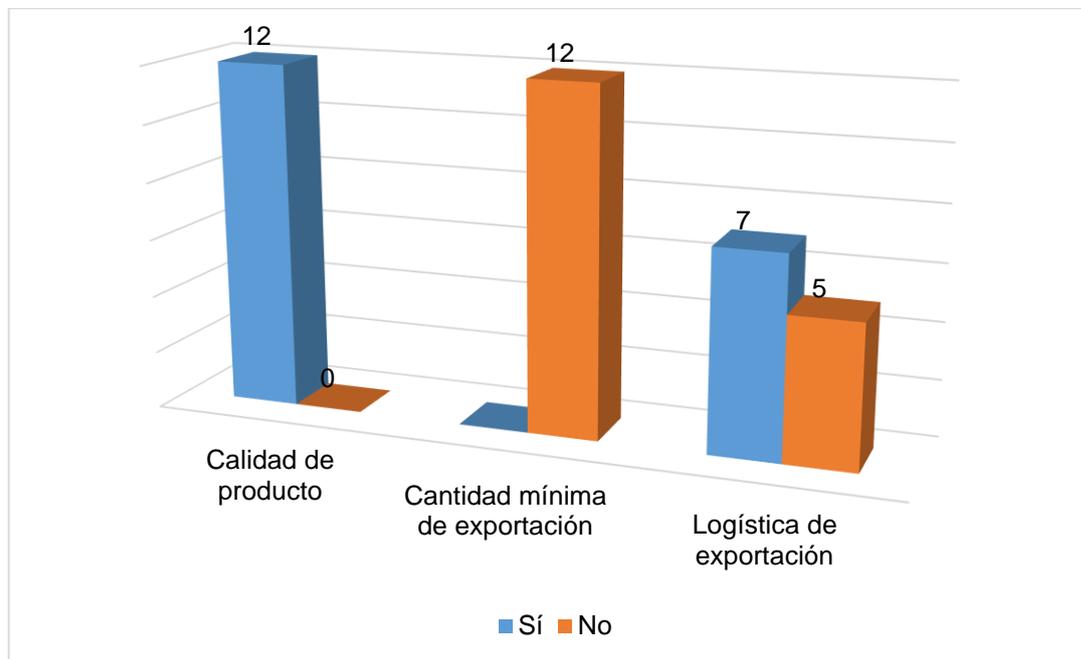
Cuando se evalúa la capacidad de exportación de la asociación, se centra en 3 puntos clave dentro de esta área, es este caso son: la calidad, la cantidad de producción y la logística con la que debe contar la asociación.

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 Agropecuaria cosecha en temporada baja 400 cajas y en temporada alta, 700 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 2160 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 si 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)



Nota. La figura presenta tres aspectos sobre Capacidad de exportación: Calidad, Cantidad y Logística, en número de personas y cuenta con una elaboración propia basada en la encuesta.

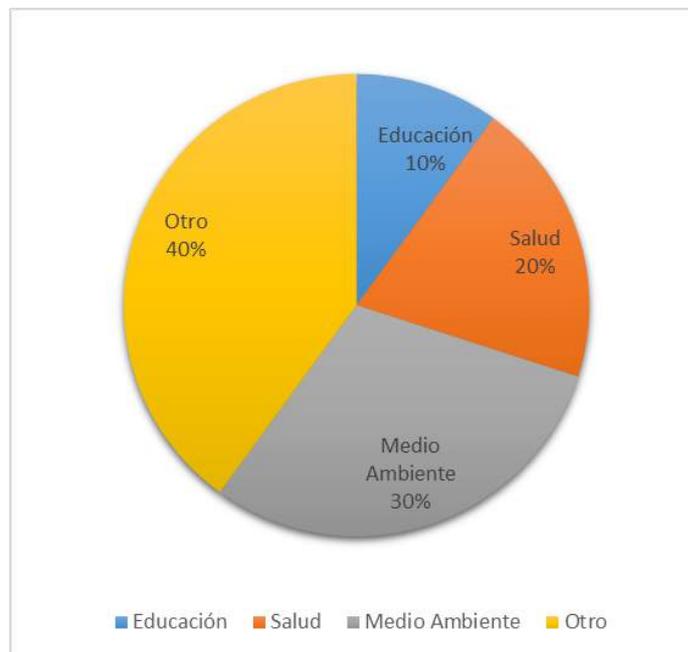
En resumen, en la figura 1, la totalidad de los encuestados consideran que la Asociación Agropecuaria La Juliana tiene la facultad de brindar al mercado exterior una mercancía de buena calidad. Por otro lado no tiene la capacidad necesaria o la cantidad que requiere el mercado exterior para la exportación del mismo ya que tienen una producción alrededor de 700 cajas y lo que requiere el mercado exterior son alrededor de 2160 cajas semanales. 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)



Nota. La figura presenta el uso de la prima del Comercio Justo (en porcentaje) y cuenta con una elaboración propia basada en la encuesta.

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. Por otro lado el 40% responde de forma variada pudiendo invertir la prima en mejorar infraestructura del lugar, pavimentar carreteras e instalación de servicios básicos (energía eléctrica).

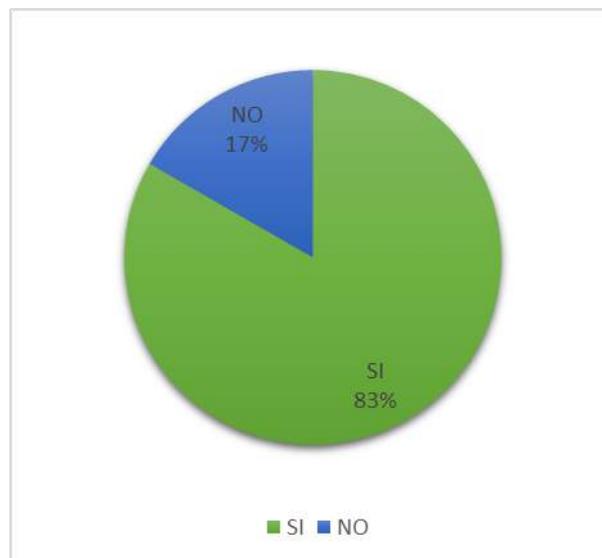
Conocimiento en presupuesto

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 su 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)



Nota. Se presenta el fortalecimiento económico de los socios (en porcentaje) y cuenta con una elaboración propia basada en la encuesta.

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

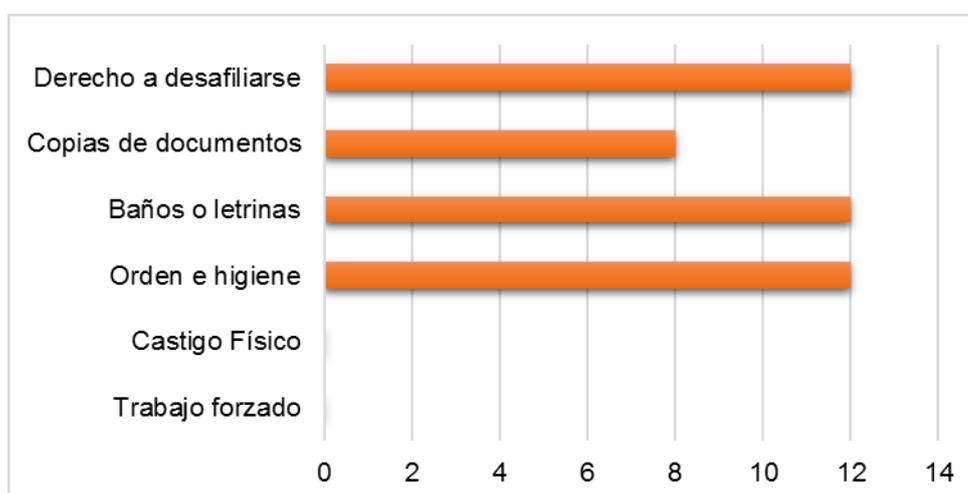
Cuando se habla de conflictos laborales se enmarca todo tipo de conflicto que pueda generar un malestar al trabajador y este pueda calificar al trabajador como una gran carga que enfrentar diariamente. Este tipo de conflictos no está presente en la asociación.

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 sobre el ámbito laboral a los socios (en número de personas)



Nota. La figura presenta la información brindada sobre el ámbito laboral a los socios (en número de personas) y cuenta con una elaboración propia basada en la encuesta.

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, recalcando que todo trabajo brindado es bajo

voluntad propia, libre de explotación, forzado o realizado bajo castigo físico; es por ello que el total de los 12 socios mencionan que tienen conocimiento de que todo trabajo es voluntario, libres de algún tipo de maltrato, así mismo comunican que conocen sobre sus derechos a desafiliarse, cuentan con los servicios higiénicos necesarios y 8 de ellos manifiestan el conocimiento sobre las copias de los documentos que reciben.

Salud y Seguridad

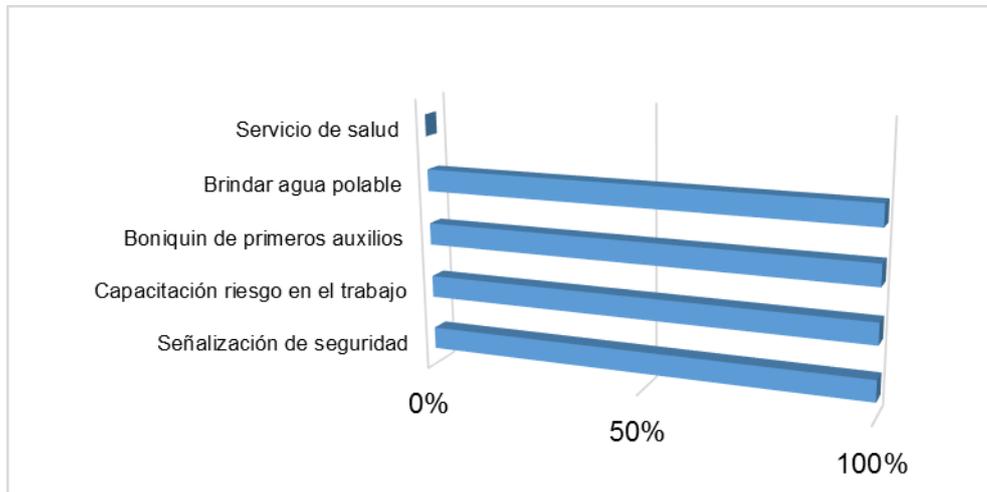
La seguridad en los campos y la empacadora de la Asociación Agropecuaria La Juliana está debidamente señalizada para que los trabajadores y personas nuevas puedan identificarlo. Los trabajadores también son capacitados en cuanto a riesgo en el trabajo y cuenta con un botiquín de primeros auxilios para 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 Agropecuaria La Juliana (en porcentaje)



Nota. Se figura presenta datos sobre Salud y seguridad en la Asociación Agropecuaria La Juliana (en porcentaje) y cuenta con una elaboración propia basada en la encuesta.

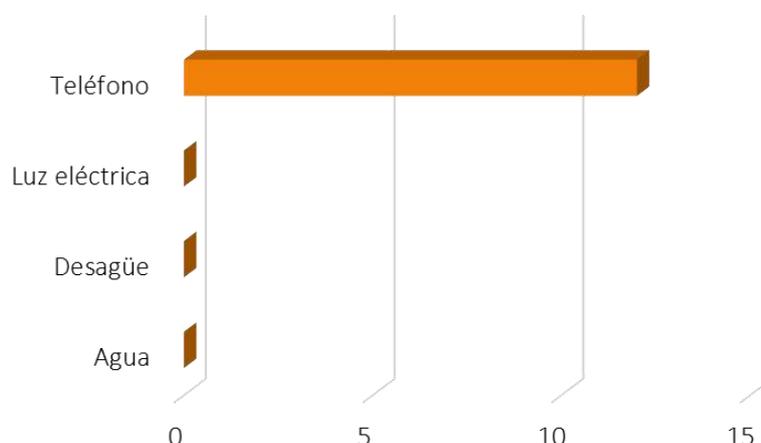
En la figura 5, se muestra que el 100% de los encuestados tiene las condiciones de salud y seguridad para efectuar sus actividades laborales.

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 Agropecuaria La Juliana (en número de personas)



Nota. La figura presenta datos sobre Servicios básicos en la Asociación Agropecuaria La Juliana (en número de personas) y cuenta con una elaboración propia basada en la encuesta.

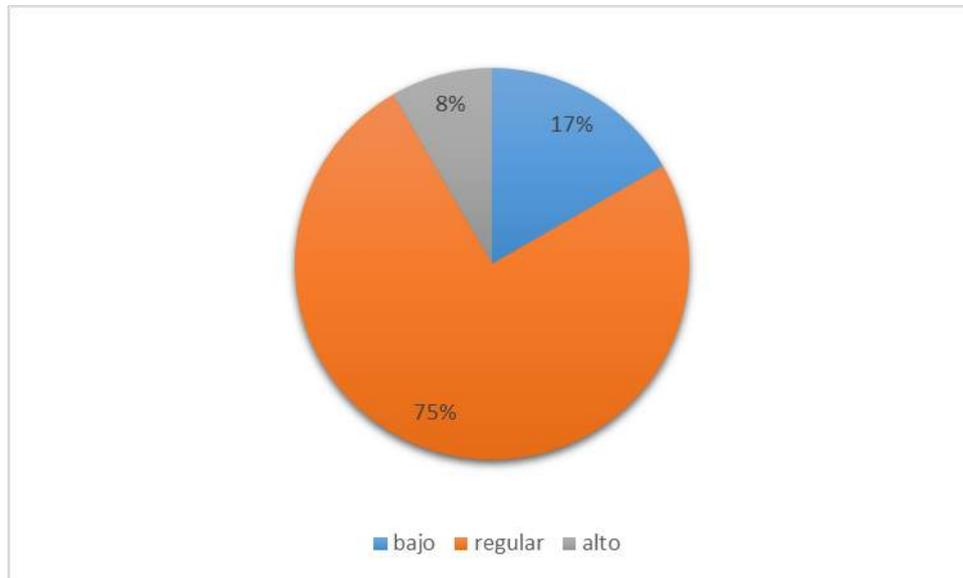
La figura 6 indica que el único servicio con el que cuenta Asociación Agropecuaria La Juliana es la telefonía (celular) puesto que por el momento tienen una instalación rústica para el empaclado.

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 enviar una mercancía a un país en el exterior teniendo un fin comercial. 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)



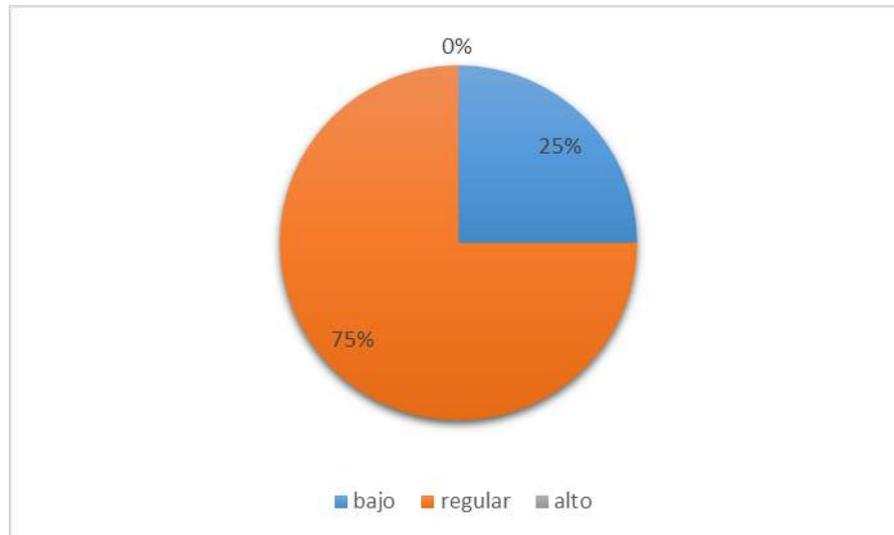
Nota. La figura presenta información sobre el Conocimiento de los socios sobre las exportaciones (en porcentaje) y cuenta con una elaboración propia basada en la encuesta.

Conocimiento en el mercado

Al realizar una evaluación acerca del conocimiento del mercado, teniendo como concepto general de que el concepto sobre mercado es aquel lugar considerado público el cual tiene puesto que realizan la venta, en particular sobre alimentos u otros productos básicos. 9 socios indicaron que el conocimiento es regular adquirido de manera empírica a través de la 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)



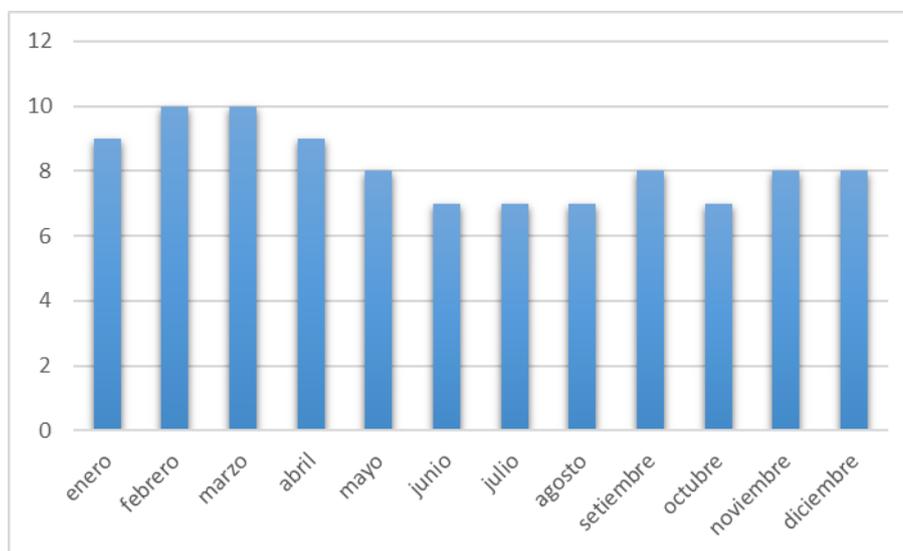
Nota. La figura presenta información sobre el Conocimiento de los socios sobre el mercado (en porcentaje) y cuenta con una elaboración propia basada en la encuesta.

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)



Nota. La figura presenta datos sobre las Variaciones estacionales de cosecha del banano orgánico (mensual) y cuenta con una elaboración propia basada en la 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

Se encuentra el objetivo principal de la investigación que habla del impacto de certificarse con Fairtrade. 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.

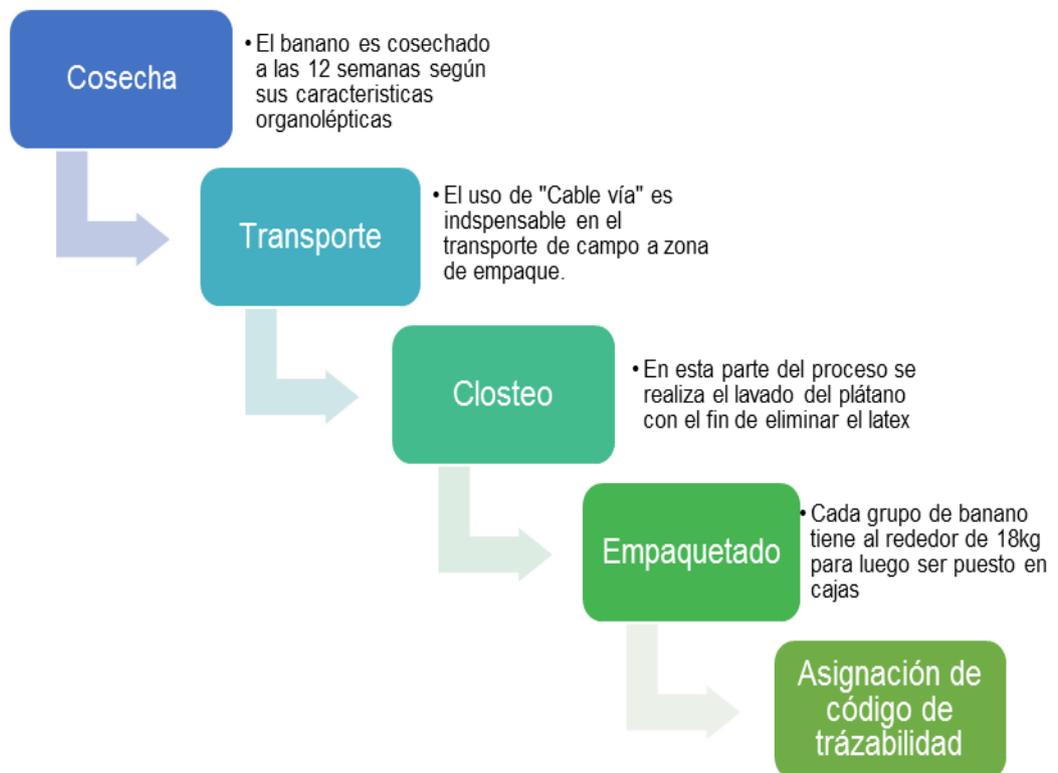
4.1.3.1. Situación actual de la Asociación Agropecuaria con respecto al cumplimiento de los requisitos para acceder a la certificación de Fairtrade

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

- **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 toda la cadena de suministro, 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 se desarrolla desde el momento que se realiza el empaque, en la actualidad la asociación exporta el banano orgánico a través de la empresa Asprosol que cumple con todos los requisitos para envío; por ello es que a cada productor se le asigna un código en la caja de exportación para realizar la trazabilidad, así poder corroborar incidentes que puedan ocurrir en el transporte o país de destino.

Figura 10.

Proceso de la trazabilidad en la Asociación Agropecuaria La Juliana



Nota. La figura presenta información acerca del Proceso de la trazabilidad en la Asociación Agropecuaria La Juliana y se realizó bajo elaboración propia.

- **Abastecimiento:** Ya obtenida la certificación, es posible comercializar un producto con Fairtrade que se tiene en almacén, sin embargo, es importante mencionar que no se puede vender mercancía que se dio en una producción con un tiempo de un año anterior de la primera certificación. (Fairtrade International, 2019)
 - o La asociación se abastece del banano orgánico 4 a 5 días a la semana, permitiendo contar con este fruto que de manera inmediata será transportado a los contenedores debido a sus características organolépticas, transportado hasta Piura para luego ser enviado por el puerto de Paita.

Figura 11.

Calibre del banano orgánico



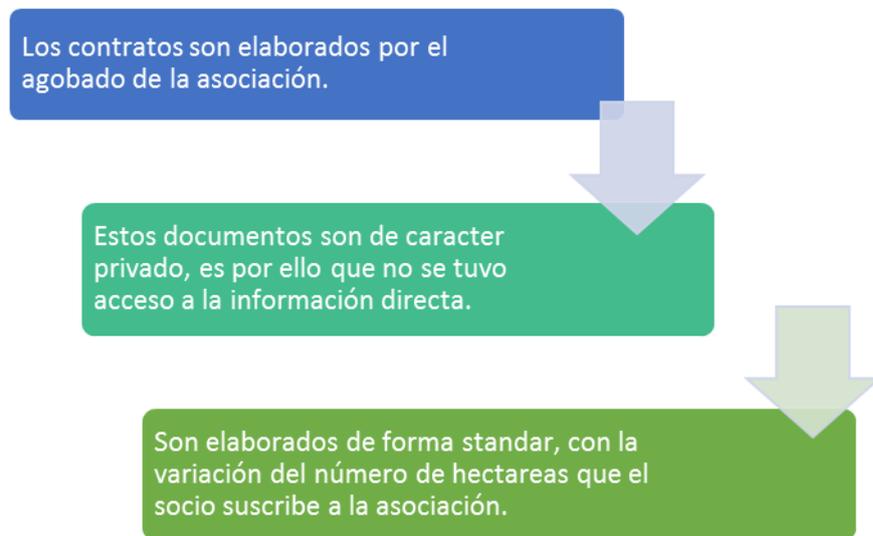
Nota. El banano cosechado con fines de exportación requiere un calibre N°39 y de 8 pulgadas a más, según estándares internacionales.

- **Contratos:** Se debe firmar al convenio en relación a la compra, otorgados por las personas consideradores compradores, que sean de acuerdo a los requerimientos de Comercio Justo. (Fairtrade International, 2019)
 - o 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, a su vez su producto es exportado por medio de empresas exportadoras constituidas y que cumplen con los parámetros que exige el mercado internacional, la

principal es la cooperativa agraria de productores orgánicos Asprosol S.A ubicada en la localidad de La Matanza – Piura.

Figura 12.

Características de los contratos internos para los socios



Nota. La figura presenta la información acerca de las características de los contratos internos para los socios y se realizó bajo elaboración propia.

- **Uso de los sellos de la marca Comercio Justo:** Si se considera la idea de la utilización de algunos de los sellos de Comercio Justo o Fairtrade, antes se debe tener contacto con Fairtrade International mediante de artwork@fairtrade.net, para que se otorgue la aprobación. (Fairtrade International, 2019)
 - o 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.

Figura 13.

Sello de Fairtrade



Nota. En la actualidad la producción de banano orgánico destinada a las empresas exportadoras, reciben el sello de Fairtrade en la Asociación Agropecuaria La Juliana, bajo estrictos estándares condicionantes de la empresa.

- **Manejo de las prácticas de producción** Se debe considerar la construcción de un enfoque que vaya gradualmente apoyando a la organización y que tenga como fin el mejor desempeño de los que son indicados como miembros, asimismo, debe cumplir con los requerimientos de producción. Los requisitos de esta sección reconocen cualquier estructura de gestión formalizada existente.

(Fairtrade International, 2019)

- o El trabajo en campo se realiza a través de grupos de personas llamados cuadrillas encargadas de la cosecha del banano, casi la totalidad de personas que conforman una cuadrilla de 10 a 12 personas, son hijos de productores, esto es un beneficio para asociación porque tiene un amplio conocimiento y cuidado por la planta a la hora de ser manipulada.

Figura 14.

Manipulación del banano en cosecha



Nota. La figura presenta el detalle acerca de la Manipulación del banano en cosecha de la Asociación Agropecuaria La Juliana y se realizó bajo elaboración propia.

- **Desarrollo Medio Ambiental:** se debe garantizar que las personas consideradas como miembros de la organización realicen la aplicación de las prácticas de índole agrícola y cuidado de medio ambiente, y que apoyen a un sistema sobre producción a minimizar los riesgos existentes para la salud y la protección de la biodiversidad que existe. (Fairtrade International, 2019)
 - o La Asociación Agropecuaria La Juliana quien tiene como único rol la producción de banano orgánico, usa lo que la misma plantación produce y desecha a forma de compostaje, expandido alrededor de todos los campos, evitando el uso total el algún producto químico; las hojas, los

tallos y demás partes de las plantas que ya cumplieron su rol en la producción son el único abono que se utiliza, haciendo un buen uso y cuidado del medio ambiente.

- **Manejo Medio Ambiental:** Se debe indicar a un miembro, la responsabilidad de servir de guía para las tareas operativas que sean necesarias para el cumplimiento de los requerimientos exigidos. (Fairtrade International, 2019)

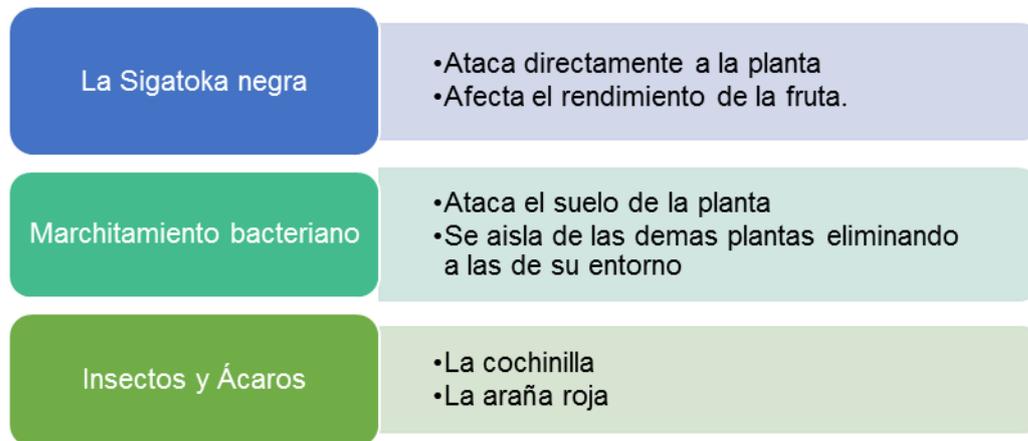
La persona encargada de poder ver las necesidades de campo, se encarga de referir cuando los campos necesitan un deshiero, este trabajo se realiza cada 3 o 4 meses ya que requiera cierta inversión de dinero. Este trabajo es designado al jefe de cuadrilla, ya que al estar a cargo del trabajo constante en campo es el más indicado para esta designación, mismo trabajador que le sería encomendado el trabajo operativo para cumplir los requisitos de la certificación.

- **Manejo de plagas y uso de sustancias peligrosas:** Los requerimientos para el control plagas se desarrollan en la totalidad de los campos para que pueda darse la certificación a la organización, por lo que los plaguicidas están prohibidos para los cultivos. (Fairtrade International, 2019)

- o La única forma de tratar los campos de banano orgánico es a través de las buenas prácticas de manipulación agrícola, haciendo la limpieza y poda correcta a cada planta, para evitar la acumulación de bacterias o pequeños insectos que puedan destruir la planta; el uso de plaguicidas está totalmente prohibido ya que eso no permitiría más contar con la certificación de producto orgánico.

Figura 15.

Plagas comunes en el banano

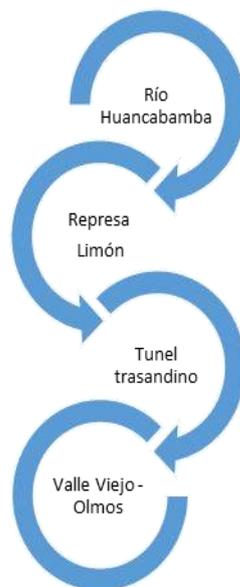


Nota. La figura presenta información sobre las plagas comunes en el banano y se realizó bajo elaboración propia.

- **Suelo y Agua** Los suelos considerados fértiles y el agua que se tiene a disposición y limpia son fundamentales para la sostenibilidad del sistema de producción. Los requisitos de suelo y agua se desarrollan en los terrenos donde se realiza el crecimiento. (Fairtrade International, 2019)
 - o El agua que riega los campos proviene del Proyecto Olmos, esta agua les permite regar sus campos y alimentar sus plantas, sin embargo, al querer habilitar más hectáreas el agua es restringida, aquí encontramos una deficiente atención por parte de las autoridades, ya que no reciben los 7,000 metros cúbicos que se les prometió en un inicio. A causa de no poder desarrollar la infraestructura menor, no se permiten incrementar su plantación de banano.

Figura 16.

Aguas que riegan los campos de banano

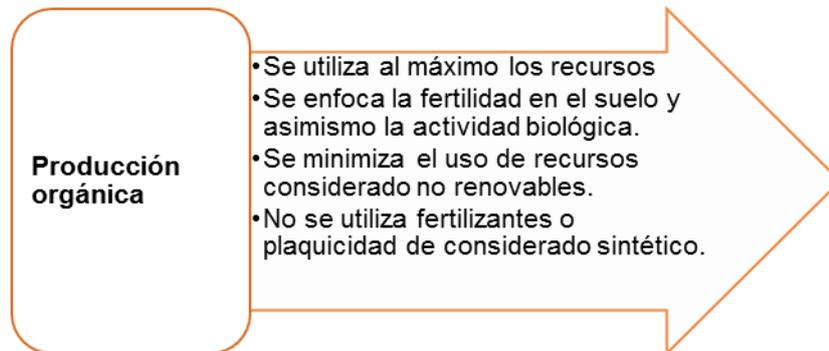


Nota. La figura presenta información sobre las aguas que riegan los campos de banano y se realizó bajo elaboración propia.

- **Biodiversidad:** Las zonas destinadas a la producción están obligadas a cumplir con la ley de índole nacional, en relación al uso de tierra considerada 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 vivientes

Figura 17.

Criterios para la producción de banano orgánico



Nota. La figura presenta información sobre los criterios para la producción de banano orgánico y se realizó bajo elaboración propia.

- **Desechos:** se debe realizar la reducción de los riesgos que originan los residuos peligrosos a través de su minimización, reciclaje y también de la manipulación correcta. Se debe garantizar que las personas mantengan sus fincas sin residuos peligrosos. (Fairtrade International, 2019)
 - o Los campos de cada uno de los productores son deshierbados cada 3 a 4 meses según sea su necesidad, sin embargo, cada parte de la planta que pierde vida y cae al suelo, no es desechada del lugar, sino que es amontonada y acumulada en los mismos suelos a fin de generar un compostaje que pueda nutrir a cada planta de banano. Salvo productos como plásticos, bolsas, cintas que son seleccionados y puestos en depósitos separados.

Figura 18.

Gestión de desechos

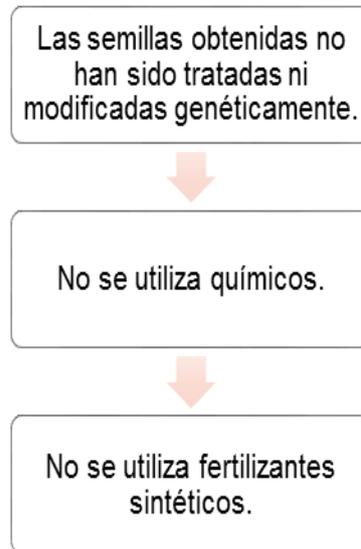


Nota. La figura presenta información sobre la gestión de desechos en la Asociación Agropecuaria La Juliana y se realizó bajo elaboración propia.

- **Organismos modificados genéticamente:** las personas de la organización, no deben utilizar semillas que están modificadas a nivel de gen. (Fairtrade International, 2019)
 - o 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.

Figura 19.

Uso de semillas orgánicas

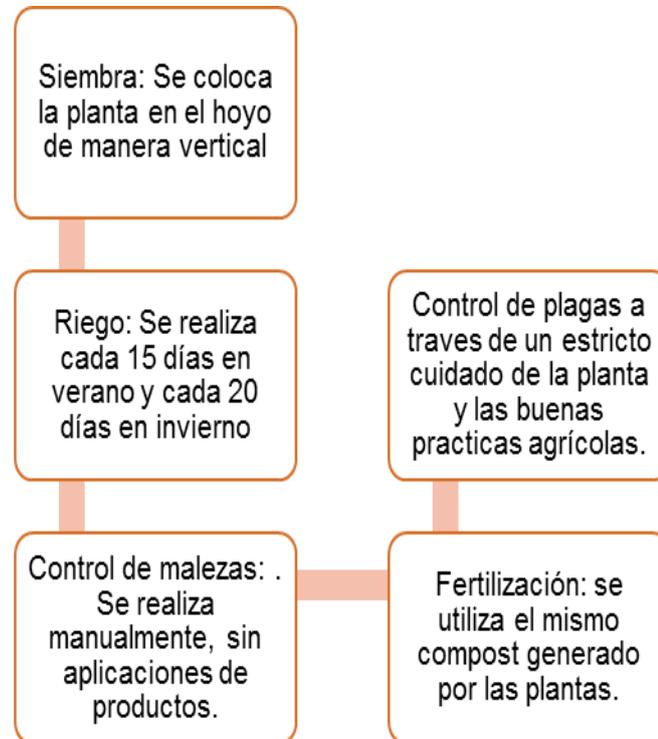


Nota. La figura presenta información sobre el uso de las semillas orgánicas en la Asociación Agropecuaria La Juliana y se realizó bajo elaboración propia.

- **Adaptación y mitigación del cambio climático:** Se debe implementar medidas de adaptación al cambio climático. (Fairtrade International, 2019)
 - o 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, ya que el uso de insecticidas o pesticidas está totalmente prohibido.

Figura 20.

Adaptación y mitigación del cambio climático



Nota. La figura presenta información sobre la adaptación y mitigación del cambio climático en la Asociación Agropecuaria La Juliana y se realizó bajo elaboración propia.

- **Condiciones laborales:** Los convenios sobre OIT son el antecedente primordial y se realiza su aplicación a todas las personas consideradas como miembros, así como a todas las relacionadas con la producción y el procesamiento, y que el 75% sea propiedad de sus miembros. (Fairtrade International, 2019)
 - o 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.

Tabla 6.

Miembros de la organización: Asociación Agropecuaria La Juliana

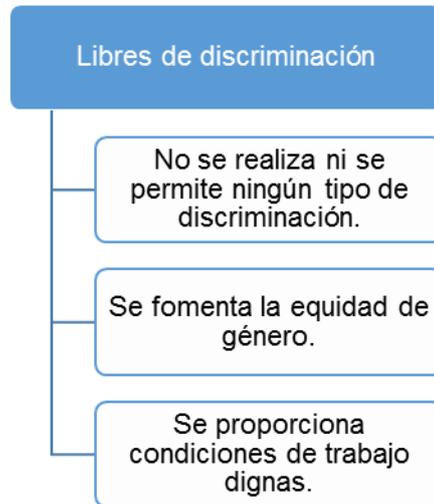
N°	Nombres	Sector de procedencia	Área con plano (ha)
1.	Maribel Timaná Ramos	La Juliana	1 ha
2.	Segundo Timaná Ramos	La Juliana	3 ha
3.	Elvis Timaná Ramos	La Juliana	½ ha
4.	Eufracia Pérez Parra	La Juliana	1 ha
5.	Luis Maco Serquén	La Juliana	½ ha
6.	Guillermo Puse Alvarado	La Juliana	3 ha
7.	Martina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

Nota. La tabla presenta información acerca de los miembros de la organización: Asociación Agropecuaria La Juliana y se realizó bajo elaboración propia.

- **Libres de discriminación:** se debe prever la discriminación hacia los trabajadores que realizan funciones que entran dentro del Convenio 111 de la OIT. Los miembros de la organización no realizan discriminación ni tampoco se tolera, a la hora de contratar u otras actividades. (Fairtrade International, 2019)
 - o Las condiciones de trabajo en la asociación son 100% libres de discriminación, casi la totalidad son hijos de productores y cuentan 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; en el último año se le brindó a cada trabajador involucrado un viaje vacacional a Cajamarca – Perú, generando un agradable clima laboral entre ellos.

Figura 21.

Libres de discriminación en la Asociación Agropecuaria La Juliana

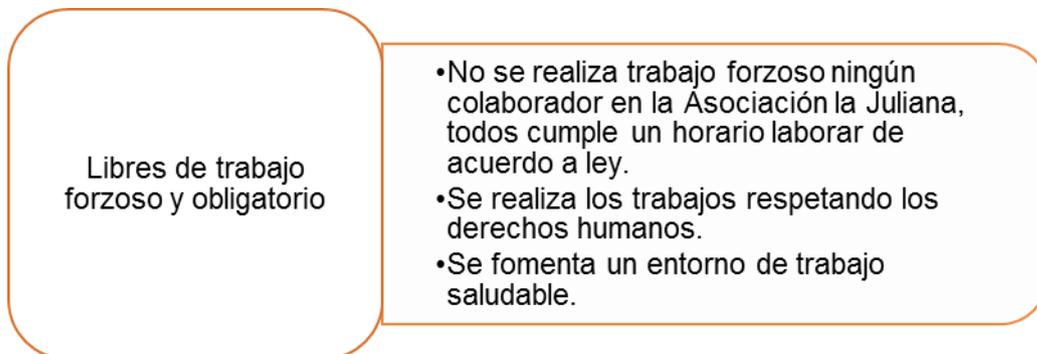


Nota. La figura presenta información sobre la no discriminación que se desarrolla en la Asociación Agropecuaria La Juliana y se realizó bajo elaboración propia.

- **Libres de trabajo forzoso y obligatorio:** Se debe prevenir el trabajo a fuerza, incluyendo aquel sobre el tráfico de personas y la explotación sexual. (Fairtrade International, 2019)
 - o 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.

Figura 22.

Libres de trabajo forzoso y obligatorio en la Asociación La Juliana

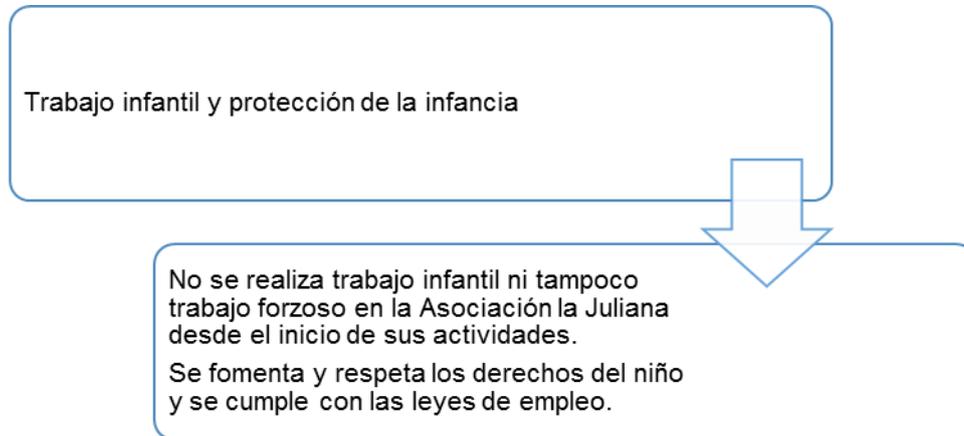


Nota. La figura presenta información en la que detalla que en la Asociación Agropecuaria La Juliana no se realiza trabajo forzoso u obligatorio y se realizó bajo elaboración propia.

- **Trabajo infantil y protección de la infancia:** La edad considera mínima, 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, solo existe un trabajador de 15 años que es hijo del productor Sr. Maco, el personal que trabaja se requiere cuenta con un conocimiento previo y sea capacitado para cumplir sus funciones con éxito.

Figura 23.

Trabajo infantil y protección de la infancia en la Asociación Agropecuaria La Juliana

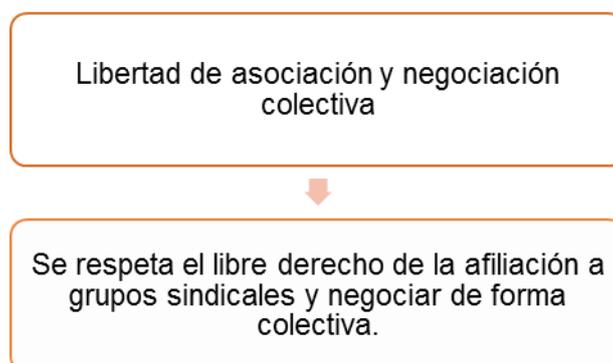


Nota. La figura presenta información en la que detalla que en la Asociación Agropecuaria La Juliana no se realiza trabajo infantil y se realizó bajo elaboración propia.

- **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. 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.

Figura 24.

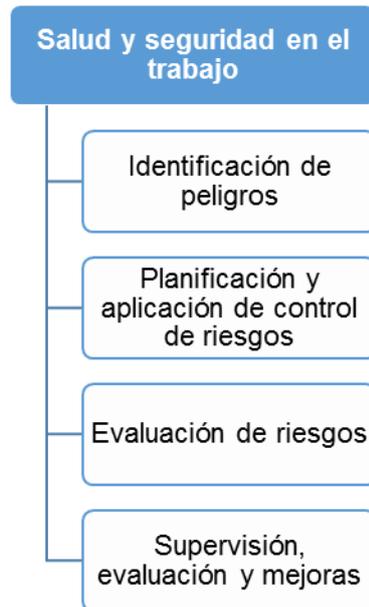
Libertad de asociación y negociación colectiva en la Asociación Agropecuaria La Juliana



Nota. La figura presenta información en la que detalla que en la Asociación Agropecuaria La Juliana se da la libertad de asociación y negociación colectiva. Asimismo, se realizó bajo elaboración propia.

- **Salud y seguridad en el trabajo:** Prevenir accidentes de trabajo mediante la minimización de riesgos en el lugar de trabajo. (Fairtrade International, 2019)
 - o Los accidentes relevantes que ocurren en campo son derivados de forma inmediata al centro de salud más cercano para seguir las indicaciones, sin embargo 2 de los socios indican que son enfermeros y que ante una situación que requiera ayuda inmediata, ellos están prestos a ayudar. No se cuenta con medicamentos que generen dudas en cuanto a su uso humano o del campo, ni tampoco toman la opción de automedicarse.

Figura 25.

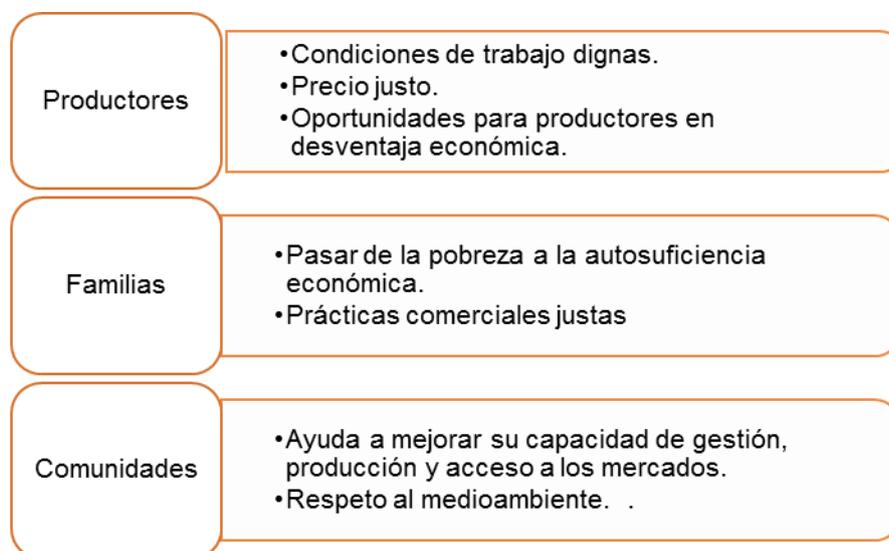


Nota. La figura presenta información en la que detalla acerca de la salud y seguridad en el trabajo y se realizó bajo elaboración propia.

- **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. En la actualidad la asociación no cuenta con energía eléctrica, es por ello que la energía usada en la actualidad es por medio del uso de paneles solares, sin embargo, son insuficientes para el desarrollo de las labores.

Figura 26.

Desarrollo potencial: Productores, familias y comunidades



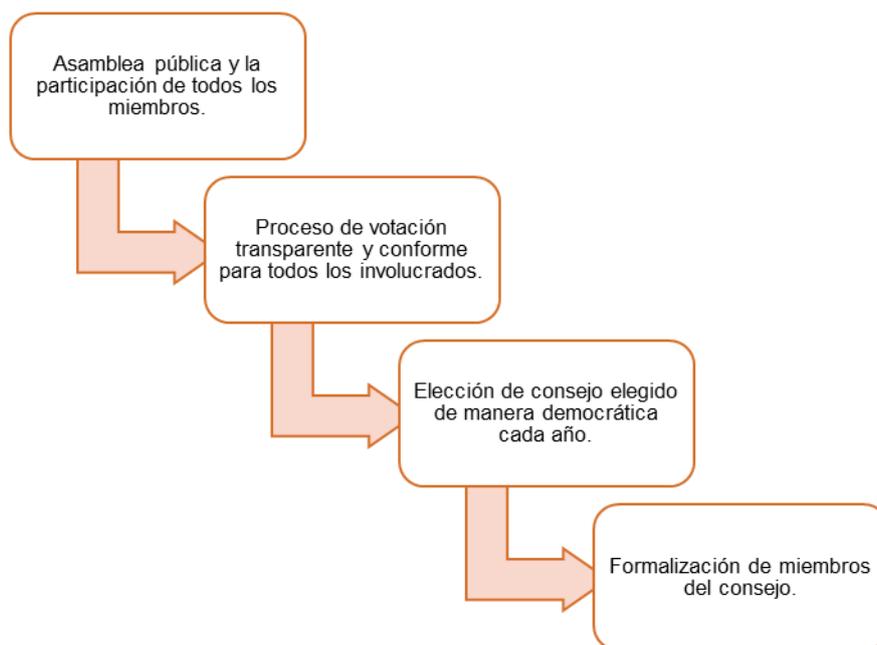
Nota. La figura presenta información en la que detalla acerca del desarrollo potencial: Productores, familias y comunidades. Asimismo, se realizó bajo elaboración propia.

- **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. (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. Durante los últimos años, la señora Maria Carbajal ha llevado el liderazgo como presidenta de la asociación, seguido de Maribel Timana en los 2 últimos años.

Figura 27.

Democracia, participación y transparencia en la Asociación Agropecuaria La Juliana



Nota. La figura presenta información en la que detalla acerca de la democracia, participación y transparencia en la Asociación Agropecuaria La Juliana. Asimismo, se realizó bajo elaboración propia.

Tabla 7.

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

Requisitos	Situación actual
Trazabilidad	en la asociación se desarrolla desde el momento que se realiza el empaque, en la actualidad la asociación exporta el banano orgánico a través de la cooperativa Asprosol que cumple con todos los requisitos para envío; por ello es que a cada productor se le asigna un código en la caja de exportación para realizar la trazabilidad, así poder corroborar incidentes que puedan ocurrir en el transporte o país de destino.
Abastecimiento	La asociación se abastece del banano orgánico 4 a 5 días a la semana.
Contratos	La principal empresa compradora de su producto para exportar es la cooperativa Asprosol, ubicada en la localidad de La Matanza – Piura.
Uso de los sellos de la marca Comercio Justo	En la actualidad la producción de banano orgánico destinada a las empresas exportadoras, reciben el sello de Fairtrade en la asociación La Juliana, bajo estrictos estándares condicionantes de la empresa.
Manejo de las prácticas de producción	Son hijos de productores, esto es un beneficio para asociación porque tiene un amplio conocimiento y cuidado por la planta a la hora de ser manipulada.
Desarrollo Medio Ambiental	La asociación agropecuaria quien tiene como único rol la producción de banano orgánico, usa lo que la misma plantación produce y desecha a forma de compostaje.
Manejo Medio Ambiental	Este trabajo es designado al jefe de cuadrilla, ya que al estar a cargo del trabajo constante en campo es el más indicado para esta designación.
Manejo de plagas y uso de sustancias peligrosas	La única forma de tratar los campos de banano orgánico es a través de las buenas prácticas de manipulación agrícola, haciendo la limpieza y poda correcta a cada planta, para evitar la acumulación de bacterias o pequeños insectos que puedan destruir la planta; el uso de plaguicidas está totalmente prohibido
Suelo y agua	El agua que riega los campos proviene del Proyecto Olmos, esta agua les permite regar sus campos y alimentar sus plantas, sin embargo al querer habilitar más hectáreas el agua es restringida debido a no desarrollar infraestructura menor.
Biodiversidad	Los campos cumplen la única función y exclusiva de la producción de banano orgánico, libres del riesgo de causar algún daño.
Desechos	Los campos de cada uno de los productores son deshierbadas cada 3 a 4 meses según sea su necesidad, sin embargo cada parte de la planta que pierde vida y cae al suelo, no es

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	Casi la totalidad son hijos de productores y cuentan con un ambiente en el cual el trabajador no es excluido por ninguna razón.
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, solo existe un trabajador de 15 años que es hijo del productor Sr. Maco, 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	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	Los accidentes relevantes que ocurren en campo son derivados de forma inmediata al centro de salud más cercano para seguir las indicaciones, sin embargo 2 de los socios indican que son enfermeros y que ante una situación que requiera ayuda inmediata.
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	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. Durante los últimos años, la señora Maria Carbajal ha llevado el liderazgo como presidenta de la asociación, seguido de Maribel Timaná en los 2 últimos años.

Nota: Como lo indica la tabla N°7, los requisitos muestran a su vez un panorama de cada una de las áreas de la asociación en relación con lo solicitado por la certificación.

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 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, existiendo una aspiración por parte de los socios de llegar a tener el conocimiento profundo y adecuado que sea puesto en marcha al realizar las exportaciones.

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 2160 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

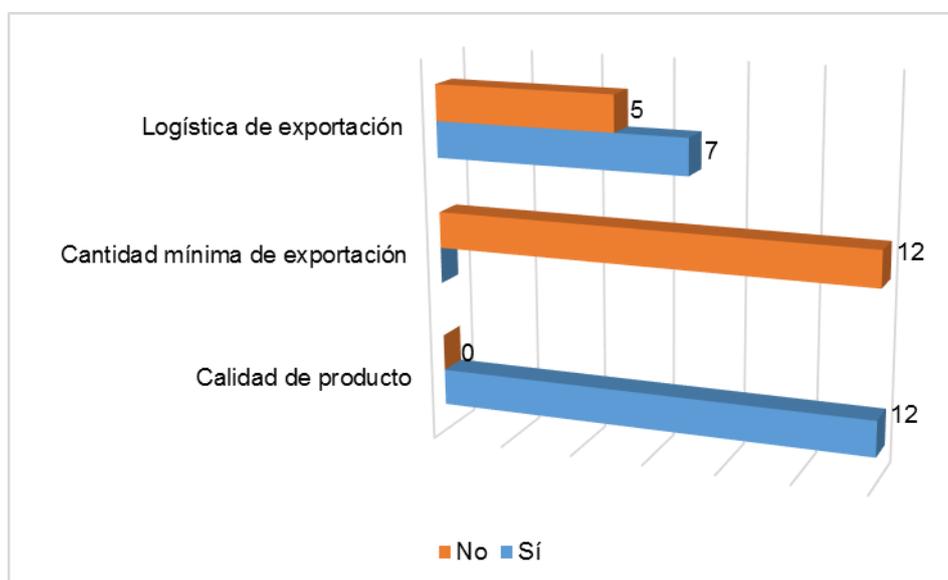
recibiría cada miembro de la asociación cubra y supere sus expectativas de este rubro. Esto permitirá que más personas involucradas en el rubro y ahora ajenas a la asociación, tomen la decisión de sumarse al equipo de socios. Así fortalecer en todos los aspectos a la Asociación Agropecuaria La Juliana.

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, 700 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 2160 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 28.

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



Nota. La figura presenta tres aspectos sobre Capacidad de exportación: Calidad, Cantidad y Logística, en número de personas y cuenta con una elaboración propia basada en la encuesta.

En resumen, en la figura 28, la totalidad de los encuestados consideran que la asociación agropecuaria La Juliana tiene la facultad de brindar al mercado exterior una mercancía 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.

Estructura organizativa:

La asociación agropecuaria la Juliana tiene al mando un presidente(a) que cada año es renovado según acuerdo en asamblea, esta misma asamblea es la que toma acuerdos importantes como obtener una certificación delegando responsabilidades a los miembros presentes.

La Asamblea está conformada de la siguiente manera:

- Presidente: Maribel Timaná Ramos.
- Vicepresidente: Luis Alberto Maco Serquén.
- Secretario de Actas: Eufracia Pérez Parra.
- Secretario de Economía: María Carbajal Suyón.

Tomando en cuenta la información anterior, se puede sugerir determinar un área encargada del cumplimiento de los lineamientos para la certificación, las funciones a realizar se definen a continuación:

ÁREA DE CERTIFICACIÓN:

- Asegurar la calidad del producto de acuerdo a parámetros de la certificación Fairtrade.
- Diseñar y evaluar estrategias eficaces que sirvan para el continuo mejoramiento de la calidad del banano.
- Realizar la evaluación, seguimiento y monitoreo del cumplimiento de las políticas y estrategias diseñadas para el mejoramiento de la calidad del banano.
- Apoyar a la dirección general la tarea de emitir la política de la calidad.
- Asegurar que todo el personal de la organización conozca los objetivos y realice el cumplimiento de los mismos.
- Coordinar monitoreos y/o auditorías internas a los procesos, procedimientos para corregir posibles errores.
- Integrar la participación del personal en los programas de mejoras.

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 (en dólares)

	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%

Nota. La tabla presenta la comparación de los ingresos anuales con y sin la certificación en dólares y se realizó bajo 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, con un tipo de cambio es de S/3.90 con fecha 11/07/2021. Finalmente, el incremento anual sería de 56% en los ingresos si es que se llega cumplir con las condiciones de la certificación.

Tabla 9.

Histórico de exportaciones 2015-2019 (en número de cajas)

Año	2015	2016	2017	2018	2019
Cajas	540	550	590	650	700
Valor USD	4320	4400	4720	5200	5600
Volumen Kg	10152	10340	11092	12220	13160

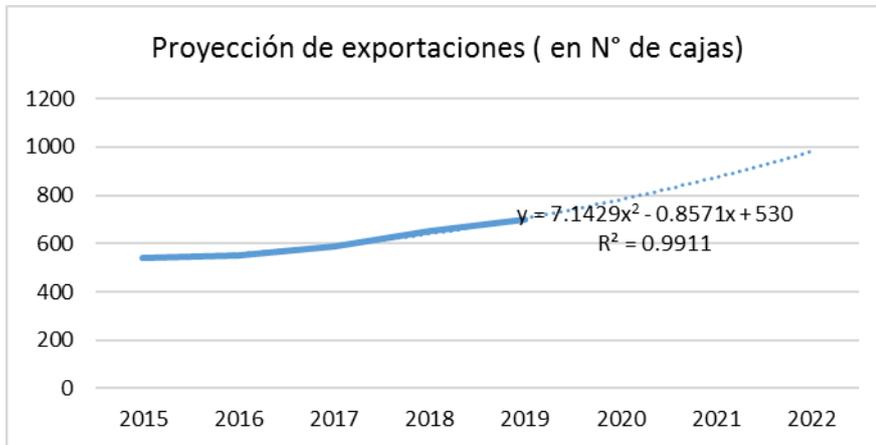
Nota: La tabla presenta el histórico de exportaciones 2015-2019 (en número de cajas) y se realizó bajo elaboración propia.

El histórico de exportaciones indirectas a través de otras empresas que ha tenido la Asociación Agropecuaria La Juliana desde el año 2015 al año 2019, se identificó que exportó 540 cajas en el año 2015 por semana, 550 cajas en el año 2016, 590 cajas en el año 2017, 650 en el año 2018 y finalmente, 700 cajas para el año 2019. Con esto, se observó que hay un aumento continuo de sus exportaciones anuales.

Determinando que el crecimiento promedio de los últimos 5 años es alrededor del 30%.

Figura 29.

Proyección de exportaciones 2020-2022 (en número de cajas)



Nota: La tabla presenta la proyección de exportaciones 2020-2022 (en número de cajas) y se realizó bajo elaboración propia.

Tomando en cuenta la información comentada anteriormente, se proyectó las exportaciones a tres años, utilizando una línea de tendencia polinómica, puesto que era la más cerca a 1 dentro de las opciones en las fórmulas dentro de la herramienta Excel. Con esto, se podría indicar un aumento de las exportaciones hasta el año 2022.

Tabla 10.*Costo de mantenimiento de la certificación*

Descripción	Unidad	Cantidad / ha	Precio Unitario	
			(S/.)	Costo / ha
Cuidado del racimo				10
Fundas	Bolsa	2,277	0.25	5
Daypa	Papel y bolsa	10,560	0.04	
Cinta de edad	Cinta	2,777	0.03	
Fertilizantes				
Fertilizantes	Bolsa	14	70	
Compost	Saco	40	20	
Sulfato de Potasio	Bolsa	12	135	
Eco Vida	Litro	12	10	
Insecticida orgánico	Litro	3	50	
Trabajo en campo				
Abonar	Jomal	12	35	
Deshierbo	Jomal	16	35	
Deshoje de la hoja	Jomal	17	35	
Apuntalado	Jomal	24	35	
Protección	Jomal	110	35	
Riego	Quincenal	24	35	
Herramientas				
Escala	Unidad	2	28	
Palana	Unidad	1	50	
Machete	Unidad	2	18	
Puntas	Cintos	200	1.5	
Limas	Unidad	4	8	
Agua				
Costo de agua	m3	18	50	
Costo en Soles				132
Costo en dólares				3

Nota: La tabla presenta el detalle acerca del costo de mantenimiento de la certificación y se realizó bajo elaboración propia tomando en cuenta los precios en el mercado para el año de estudio.

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 11.

Costos de la Asociación Agropecuaria La Juliana con certificación

	Unidades	Cantidad	Precio (dólares)	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

Nota: La tabla presenta el detalle acerca de los costos de la Asociación Agropecuaria La Juliana con certificación y se realizó bajo elaboración propia.

En la tabla 11, 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\$\$. Esto

se realizará dentro del marco de incremento de socios en la asociación para incrementar la producción y que sería afectada por la certificación de fairtrade.

Tabla 12.

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%

Nota. La tabla presenta el resumen de ingresos y egresos con/sin certificación (en dólares) y se realizó bajo elaboración propia.

En la tabla 12, 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 13.

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

Nota. La tabla presenta el incremento de los ingresos con la certificación de Comercio Justo (en dólares) y se realizó bajo elaboración propia.

Se observa en la tabla 13 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 Otárola (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. Cisneros y Yactayo (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 la 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. Cevallos (2019) reveló en su proyecto de investigación que aumentó las exportaciones y a su vez mejoraron 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 a través del Comercio Justo, muestra un crecimiento positivo en cuanto al precio de venta al exterior de 0.72 U\$\$ por caja descontando los costos de exportación y costos de mantenimiento de certificación, que se obtiene de 24 500 U\$\$ que es la utilidad neta mostrada en la tabla 13.

CONCLUSIONES

1. 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, para ello la asociación debe contar con ciertos requisitos básicos para la implementación de nuevos campos, siendo uno de los mas importantes el abastecimiento de agua a traves de la infraestructura menor que está bajo la responsabilidad de las autoridades competentes.
2. 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, por ello es que en la actualidad puede vender su producto a empresas exportadoras que realicen e trámite de exportación, cumpliendo 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.
3. 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.

4. 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 24 500 U\$\$ que es la utilidad neta mostrada en la tabla 13, siendo 0.72 U\$\$ por cada caja de banano orgánico, descontando los gastos de mantenimiento de 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:

1. 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.
2. La Asociación Agropecuaria La Juliana debe tomar la decisión de designar a una persona capacitada para el manejo los campos de cultivo y con el conocimiento especializado para seguir con los lineamiento para estar acorde con lo requiere FLOCERT, este personal debe estar familiarizado con el trabajo de campo, de esta manera pueda aplicar prácticas de índole agrícola y cuidado al medio ambiente que permitan un sistema de producción considerado sostenible a su vez permita minimizar los riesgos que pueden generarse para la salud y el medioambiente y que a su vez brinde protección a la biodiversidad, buscando el propósito de la certificación Fairtrade. En la actualidad esta labor podría tomarla el jefe de cuadrilla, ya que está en constante contando directo con la supervisión y el trabajo de campo, manteniendo todo los detalles en cuanto a mejoras y necesidades de los campos de banano orgánico.
3. 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, motivando a nuestros productores a unirse a la asociación brindando las condiciones necesarias para que se pueda desarrollar la plantación del banano orgánico.

4. 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

Analuisa Zumba, T.P; Niveló Nagua, K.N; Ocampo, N.C; Román Escobedo, V.A y González Ramón, E.X (2018). Influencia de la certificación FairTrade en la producción bananera de la provincia de El Oro – Ecuador. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, V (2). 1-21.
<https://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/45/489>

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

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

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.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45662/1/T-CEVALLOS%20TER%c3%81N%20ARIEL.pdf>

Cisneros Ugarteche, F.E y Yactayo Gutiérrez, L.A (2017). *Fairtrade 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_yac_tayo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Comisión de Trabajo para la Acreditación Institucional

<https://www.usmp.edu.pe/odonto/instInvestigacion/pdf/CODIGO%20DE%20ETICA%20PARA%20LA%20INVESTIGACION%202016.pdf>

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/>

Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2021). *Comercio Justo: Qué es el*

comercio justo. <https://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/>

De León Frutas de Calidad S.A. (2016). *Guía de maduración del banano.*

<http://www.deleonfrutas.com.mx/index.html>

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-](https://www.flocert.net/wp-content/uploads/2017/09/Solicitud-Certificaci%C3%B3n-Fairtrade_-POE_es.pdf)

[content/uploads/2017/09/Solicitud-Certificaci%C3%B3n-Fairtrade_-POE_es.pdf](https://www.flocert.net/wp-content/uploads/2017/09/Solicitud-Certificaci%C3%B3n-Fairtrade_-POE_es.pdf)

García País, 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

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación 6ta edición*.

Editorial McGraw-Hill. [https://www.uca.ac.cr/wp-](https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf)

[content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf](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-](https://www.kiwa.com/lat/es/productos/certificacion-organica-peru/)

[organica-peru/](https://www.kiwa.com/lat/es/productos/certificacion-organica-peru/)

Lot Internacional. (2016). *Certificación en sistemas de gestión*.

<http://www.lotinternacional.com/detservicio/11>

Organic Crop Improvement Association (2021). *Asociación de Mejoramiento de*

Cultivos Orgánicos. (2021): Acerca de OCIA. [https://ocia.org/about-ocia/acerca-](https://ocia.org/about-ocia/acerca-de-ocia/)

[de-ocia/](https://ocia.org/about-ocia/acerca-de-ocia/)

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

[df?sequence=1&isAllowed=y](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/>

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>

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>

Sociedad para la Promoción de la Asociación con el Tercer Mundo (2019).

Calidad, competencia y socios comerciales.

<https://www.gepa.de/es/bienvenidos.html>

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

Valles Ramírez, C (2019). *Comercio justo y calidad del producto en socios de la Cooperativa Agraria Cafetalera Oro Verde Ltda., Lamas, 2019*. [Tesis para obtener el grado académico de Maestra en Administración y Relaciones Internacionales]. Repositorio Institucional – Universidad Cesar Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52153/Valles_RCDP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

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>

Voora, 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 Fairtrade 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 específicas	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 agropecuaria La Juliana con respecto al cumplimiento de los requisitos para acceder a la certificación de Fairtrade.	La situación actual de la Asociación agropecuaria La Juliana permite cumplir con los requisitos para acceder a la certificación de Comercio Justo.	<p>D. Económica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de Exportación. - Prima de comercio Justo. - Fortalecimiento económico de la organización. - Recursos Hídricos. <hr/> <p>D. Sociales y de Condiciones laborales</p> <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, 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. <ul style="list-style-type: none"> - 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. <ul style="list-style-type: none"> - 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>
	<p>Indicador 2: Salud y seguridad.</p>	<p>Los lugares de trabajo</p> <p>¿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>
	Indicador 4: Acceso a servicios básicos y de comunicación	<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 2: CAPACIDAD Y PRODUCCIÓN	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?
-Democracia	¿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:

Anexo 04: Validación de juicios por expertos

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

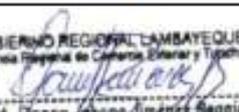
TABLA Nº 1
VARIABLE 1: COMERCIO JUSTO

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	ENCUESTA					
Autor del instrumento	PAUL HARRIS CHAFLOQUE CORDOVA - JENNIFER FIORELLA RUIZ ROJAS					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	INDEPENDIENTE					
Población:	AGRICULTORES DE LA ASOCIACION LA JULIANA – OLMOS – VALLE VIEJO - LAMBAYEQUE					
Dimensión / Indicador	Items	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 ECONÓMICOS						
-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?	4	4	4	4	
-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?	4	4	4	4	
-Fortalecimiento económico de la organización.	¿Está capacitado para manejar de su presupuesto y manejo de créditos o prestamos?	4	4	4	4	
	¿Cree usted que se han fortalecido en los temas de mercadeo, comercialización y control de calidad de su producto?	4	4	4	4	
-Recursos Hídricos.	¿Cuentan con un plan para proteger y manejar las aguas de los rios, quebradas, llaves	4	4	4	4	
	¿Cuentan con un plan de contaminación por programas de control de plagas y enfermedades, industrias?	4	4	4	4	
	¿Actualmente cuentan con Letrinas Implementadas?	4	4	4	4	
	¿Cuenta con Pozo de relleno sanitario?	4	4	4	4	

D2 SOCIALES Y CONDICIONES DE TRABAJO						
-Condiciones laborales.	¿Existe discriminación entre los productores por motivos de raza, color, sexo, orientación sexual, discapacidad, estado civil, edad, condición 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?	4	4	4	4	
	¿Al contratarse el personal se realiza pruebas para embarazo, VIH/SIDA o enfermedades genéticas?	4	4	4	4	
	¿Existe algún tipo de agresión física o mental?	4	4	4	4	
	¿Existe trabajo forzado, o trabajo involuntario?	4	4	4	4	
	¿Existe orden e higiene en los campos, almacenes, ambientes y vivienda en general?	4	4	4	4	
	¿Cuenta con baños o letrinas en condiciones limpias y lavamanos?	4	4	4	4	
	¿Se entrega copias de los contratos a todos los productores a manera de que estén informados?	4	4	4	4	
	¿Ha sido informado de que tienen derecho a desafiliarse?	4	4	4	4	
Salud y seguridad.	Los lugares de trabajo ¿Tienen señalizaciones de seguridad?	4	4	4	4	
	¿Las personas están capacitados en cuanto a riesgo en el trabajo?	4	4	4	4	
	¿Cuentan con un botiquín de primeros auxilios?	4	4	4	4	
	¿Se proporciona agua potable y servicios durante las horas de trabajo?	4	4	4	4	
	¿Tienen acceso a servicios de salud?	4	4	4	4	
Democracia	¿Se realiza asambleas como mayor órgano de decisión una vez al año?	4	4	4	4	
	¿El consejo se ha formado de manera democrática?	4	4	4	4	
	¿Cuentan con una lista de miembros y reglas de membresía?	4	4	4	4	

	¿Informan a los miembros sobre los acuerdos de las asambleas?	4	4	4	4	
	¿Existen actas de las reuniones?	4	4	4	4	
	¿Cuentan con libros y registros de cada una de sus reuniones?	4	4	4	4	
Acceso a servicios básicos y de comunicación	¿Cuenta con servicios comunitarios (Agua, Desagüe, Luz eléctrica, letrina, teléfono, etc.)?	4	4	4	4	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
Jiménez Boggio Danna Johana	<p>GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo</p>  <p>MBA. Danna Johana Jiménez Boggio DIRECTORA DE COMERCIO EXTERIOR</p>

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

**TABLA N.º 1
VARIABLE 1: COMERCIO JUSTO**

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	ENCUESTA					
Autor del Instrumento	PAUL HARRIS CHAFLOQUE CORDOVA - RUIZ ROJAS, JENNIFER FIORELLA					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	INDEPENDIENTE					
Población:	AGRICULTORES DE LA ASOCIACION LA JULIANA – OLMOS – VALLE VIEJO - LAMBAYEQUE					
Dimensión / Indicador	Ítems	suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 ECONÓMICOS						
-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?	4	4	4	4	
-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?	3	3	3	3	
-Fortalecimiento económico de la organización.	¿Es capacitado para manejar de su presupuesto y manejo de créditos o prestamos?	4	4	4	4	
	¿Cree usted que se han fortalecido en los temas de mercadeo, comercialización y control de calidad de su producto?	3	3	3	3	
	¿Cuentan con un plan para proteger y manejar las aguas de los ríos, quebradas, llaves	3	3	3	3	
	¿Cuentan con un plan de contaminación por programas de control de plagas y enfermedades, industrias?	4	4	4	4	
	¿Actualmente cuentan con Letrinas Implementadas?	3	3	3	3	
	¿Cuenta con Pozo de relleno sanitario?	4	4	4	4	

D2 SOCIALES Y CONDICIONES DE TRABAJO					
-Condiciones laborales.	¿Existe discriminación entre los productores por motivos de raza, color, sexo, orientación sexual, discapacidad, estado civil, edad, condición 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?	3	3	3	3
	¿Al contratarse el personal se realiza pruebas para embarazo, VIH/SIDA o enfermedades genéticas?	3	3	3	3
	¿Existe algún tipo de castigo físico corporal, mental o abuso sexual?	4	4	4	4
	¿Existe trabajo forzoso, incluido el trabajo obligatorio o el trabajo involuntario en prisión?	3	3	3	3
	¿Existe orden e higiene en los campos, almacenes, ambientes y vivienda en general?	3	3	3	3
	¿Cuenta con baños o letrinas en condiciones limpias y lavamanos?	4	4	4	4
	¿Se entrega copias de los contratos a todos los productores a manera de que estén informados?	3	3	3	3
	¿Ha sido informado de que tienen derecho a desafiliarse?	4	4	4	4
Salud y seguridad.	Los lugares de trabajo ¿Tienen señalizaciones de seguridad?	4	4	4	4
	¿Las personas están capacitados en cuanto a riesgo en el trabajo?	4	4	4	4
	¿Cuentan con un botiquín de primeros auxilios?	3	3	3	3
	¿Se proporciona agua potable y servicios durante las horas de trabajo?	4	4	4	4
	¿Tienen acceso a servicios de salud?				
Democracia	¿Se realiza asambleas como mayor órgano de decisión una vez al año?	3	3	3	3
	¿El consejo se ha formado de manera democrática?	4	4	4	4

	¿Cuentan con una lista de miembros y reglas de membresía?	4	4	4	4	
	¿Informan a los miembros sobre los acuerdos de las asambleas?					
	¿Existen actas de las reuniones?	3	3	3	3	
	¿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.)?	3	3	3	3	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
Mg. Sc. Alberto Pantaleón Santa María	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
VARIABLE 1: COMERCIO JUSTO

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	ENCUESTA					
Autor del instrumento	PAUL HARRIS CHAFLOQUE CÓRDOVA - RUIZ ROJAS, JENNIFER FIORELLA					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	INDEPENDIENTE					
Población:	AGRICULTORES DE LA ASOCIACION LA JULIANA – OLMOS – VALLE VIEJO - LAMBAYEQUE					
Dimensión / Indicador	Ítema	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 ECONOMICOS						
-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?	4	4	4	4	
-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?	4	4	4	4	
-Fortalecimiento económico de la organización.	¿Es capacitado para manejar de su presupuesto y manejo de créditos o prestamos?	4	4	4	4	
	¿Cree usted que se han fortalecido en los temas de mercadeo, comercialización y control de calidad de su producto?	4	4	4	4	
	¿Cuentan con un plan para proteger y manejar las aguas de los rios, quebradas, llaves	4	4	4	4	
	¿Cuentan con un plan de contaminación por programas de control de plagas y enfermedades, industrias?	4	4	4	4	
	¿Actualmente cuentan con Letrinas Implementadas?	4	4	4	4	
	¿Cuenta con Pozo de relleno sanitario?	4	4	4	4	

D2 SOCIALES Y CONDICIONES DE TRABAJO						
-Condiciones laborales.	¿Existe discriminación entre los productores por motivos de raza, color, sexo, orientación sexual, discapacidad, estado civil, edad, condición 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?	3	3	3	3	
	¿Al contratarse el personal se realiza pruebas para embarazo, VIH/SIDA o enfermedades genéticas?	4	4	4	4	
	¿Existe algún tipo de castigo físico corporal, mental o abuso sexual?	4	4	4	4	
	¿Existe trabajo forzoso, incluido el trabajo obligatorio o el trabajo involuntario en prisión?	4	4	4	4	
	¿Existe orden e higiene en los campos, almacenes, ambientes y vivienda en general?	3	3	4	4	
	¿Cuenta con baños o letrinas en condiciones limpias y lavamanos?	3	3	3	3	
	¿Se entrega copias de los contratos a todos los productores a manera de que estén informados?	4	4	4	4	
	¿Ha sido informado de que tienen derecho a desafiliarse?	4	4	4	4	
Salud y seguridad.	Los lugares de trabajo ¿Tienen señalizaciones de seguridad?	4	4	4	4	
	¿Las personas están capacitados en cuanto a riesgo en el trabajo?	4	3	4	4	
	¿Cuentan con un botiquín de primeros auxilios?	4	3	4	4	
	¿Se proporciona agua potable y servicios durante las horas de trabajo?	3	3	4	4	
	¿Tienen acceso a servicios de salud?					
Democracia	¿Se realiza asambleas como mayor órgano de decisión una vez al año?	4	4	4	4	
	¿El consejo se ha formado de manera democrática?	4	4	4	4	
	¿Cuentan con una lista de miembros y reglas de membresía?	4	4	4	4	

	¿Informan a los miembros sobre los acuerdos de las asambleas?	4	4	4	3	
	¿Existen actas de las reuniones?					
	¿Cuentan con libros y registros de cada una de sus reuniones?	4	4	4	4	
Acceso a servicios básicos y de comunicación	¿Cuenta con servicios comunitarios (Agua, Desagüe, Luz eléctrica, letrina, teléfono, etc.)?	4	4	4	3	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
ARBAIZA GODOS KAROL MELISSA	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA Nº 2
VARIABLE 2: EXPORTACIONES

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	ENCUESTA					
Autor del instrumento	PAUL HARRIS CHAFLOQUE CORDOVA - JENNIFER FIORELLA RUIZ ROJAS					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	DEPENDIENTE					
Población:	AGRICULTORES DE LA ASOCIACION LA JULIANA – OLMOS – VALLE VIEJO - LAMBAYEQUE					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 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	4	4	4	4	
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	4	4	4	4	
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	4	4	4	4	
Existencia de compradores.	¿Cuenta con posibles clientes continuos al término de su campaña?	4	4	4	4	
Mercados Objetivos	¿Cual serian sus mercados objetivos en el exterior según su conocimiento?	4	4	4	4	

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	4	4	4	4	
D2 CAPACIDAD Y PRODUCCIÓN						
Valor de la producción.	¿Cuál es el valor total de su producción semanal en campo?	4	4	4	4	
Capacidad de producción	¿Cuál es la cantidad total de cajas de cosecha durante por semana? _____	4	4	4	4	
Variaciones de producción	¿Cuál es la variación de la producción anualmente y cuál cree que es el motivo?	4	4	4	4	
Precios	¿A qué precio vende cada caja de su producto en la actualidad? _____	4	4	4	4	
Volumen requerido	¿Cuál es la cantidad total de cajas mínimas que se requiere para cumplir con el cliente?	4	4	4	4	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
Jiménez Boggio Danna Johana	 <p>GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo MBA. Danna Johana Jiménez Boggio DIRECTORA DE COMERCIO EXTERIOR</p>

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno () Externo (x) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Jiménez Boggio Danna Johana
Sexo:	Hombre () Mujer (x)
Profesión:	Licenciada en comercio y negocios internacionales
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro (x) Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 (x) De 16 a 20 () De 21 a más ()
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo
Cargo actual:	Directora de Comercio Exterior
Área de especialización	Comercio Exterior
N° telefónico de contacto	979308890
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: djimenezb@regionlambayeque.gob.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico (x)

GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE
Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo

MBA. Danna Johana Jiménez Boggio
DIRECTORA DE COMERCIO EXTERIOR
Firma Validador Experto

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2: EXPORTACIONES

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	ENCUESTA					
Autor del Instrumento	PAUL HARRIS CHAFLOQUE CORDOVA - RUIZ ROJAS, JENNIFER FIORELLA					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	DEPENDIENTE					
Población:	AGRICULTORES DE LA ASOCIACION LA JULIANA – OLMOS – VALLE VIEJO - LAMBAYEQUE					
Dimensión / Indicador	Ítema	suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 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	3	3	3	3	
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	3	3	3	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	3	3	3	3	
Existencia de compradores.	¿Cuenta con posibles clientes continuos al término de su campaña?	4	4	4	4	
Mercados Objetivos	¿Cuál serían sus mercados objetivos en el exterior según su conocimiento?	3	3	3	3	
	¿Qué canales de distribución utiliza para venta de su producción en la actualidad? a)Intermediario para el mercado local	3	3	3	3	

Canales de distribución	b)Intermediario para el mercado nacional c)Intermediario para el mercado internacional					
D2 CAPACIDAD Y PRODUCCIÓN						
Valor de la producción.	¿Cuál es el valor total de su producción semanal en campo? _____	4	4	4	4	
Capacidad de producción	¿Cuál es la cantidad total de cajas de cosecha durante por semana? _____	4	4	4	4	
Variaciones de producción	¿Cuál es la variación de la producción anualmente y cuál cree que es el motivo?	4	4	4	4	
Precios	¿A qué precio vende cada caja de su producto en la actualidad? _____	4	4	4	4	
Volumen requerido	¿Cuál es la cantidad total de cajas mínimas que se requiere para cumplir con el cliente?	4	4	4	4	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
Mg. Sc. Alberto Pantaleón Santa María	

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo (<input type="checkbox"/>) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Alberto Pantaleón Santa María
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Profesión:	Ingeniero agrónomo. Especialista en Comercio y Negocios Internacionales
Grado académico	Licenciado ¹ (<input type="checkbox"/>) Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor (<input type="checkbox"/>)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input type="checkbox"/>) De 11 a 15 (<input type="checkbox"/>) De 16 a 20 (<input type="checkbox"/>) De 21 a más (<input checked="" type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
Nº telefónico de contacto	981907599
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input type="checkbox"/>) Por correo electrónico (<input checked="" type="checkbox"/>)

Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

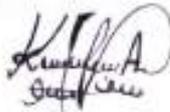
FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA Nº 2
VARIABLE 2: EXPORTACIONES

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	ENCUESTA					
Autor del instrumento	PAUL HARRIS CHAFLOQUE CORDOVA - RUIZ ROJAS, JENNIFER FIORELLA					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	DEPENDIENTE					
Población:	AGRICULTORES DE LA ASOCIACION LA JULIANA – OLMOS – VALLE VIEJO - LAMBAYEQUE					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 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	4	4	4	4	
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	4	3	4	4	
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	4	4	4	4	
Existencia de compradores.	¿Cuenta con posibles clientes continuos al término de su campaña?	4	3	4	4	
Mercados Objetivos	¿Cuál serian sus mercados objetivos en el exterior según su conocimiento?	4	4	4	4	

Canales de distribución						
D2 CAPACIDAD Y PRODUCCIÓN		4	3	4	4	
Valor de la producción.	¿Cuál es el valor total de su producción semanal en campo?	4	4	4	4	
Capacidad de producción	¿Cuál es la cantidad total de cajas de cosecha durante por semana? _____	4	3	4	4	
Variaciones de producción	¿Cuál es la variación de la producción anualmente y cuál cree que es el motivo?	4	4	4	4	
Precios	¿A qué precio vende cada caja de su producto en la actualidad?	4	3	4	4	
Volumen requerido	¿Cuál es la cantidad total de cajas mínimas que se requiere para cumplir con el cliente?	3	4	4	3	

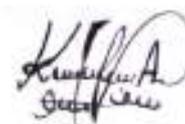
Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
ARBAIZA GODOS KAROL MELISSA	

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo (<input type="checkbox"/>) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	ARBAIZA GODOS KAROL MELISSA
Sexo:	Hombre (<input type="checkbox"/>) Mujer (<input checked="" type="checkbox"/>)
Profesión:	COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
Grado académico	Licenciado ¹ (<input type="checkbox"/>) Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor (<input type="checkbox"/>)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input checked="" type="checkbox"/>) De 11 a 15 (<input type="checkbox"/>) De 16 a 20 (<input type="checkbox"/>) De 21 a más (<input type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	PROSEGA EIRL
Cargo actual:	ADMINISTRADORA GENERAL
Área de especialización	COMERCIO
Nº telefónico de contacto	959440384
Correo electrónico de contacto	KARBAIZAG@USMP.PE
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input type="checkbox"/>) Por correo electrónico (<input checked="" type="checkbox"/>)



Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

Anexo 05: Modelo de fichas de inspección aplicadas

FICHA DE INSPECCIÓN 01- ENTREVISTA Y ENCUESTA A LOS DIRECTIVOS Y SOCIOS DE LA ASOCIACION 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 MARIBEL

CRITERIOS ECONOMICOS		SI	AVECEZ	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?			X
-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?	X		
-Fortalecimiento económico de la organización.	¿Es capacitado para manejar de su presupuesto y manejo de créditos o préstamos?	X		
	¿Cree usted que se han fortalecido en los temas de mercadeo, comercialización y control de calidad de su producto?	X		
-Recursos Hídricos.	¿Cuentan con un plan para proteger y manejar las aguas de los ríos, quebradas, llaves?	X		
	¿Cuentan con un plan de contaminación por programas de control de plagas y enfermedades, industrias?			X
	¿Actualmente cuentan con Letrinas implementadas?	X		
	¿Cuenta con Pano de telfano sanitario?	X		
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?			X
-Condiciones laborales.	¿Al contratarse el personal se realiza pruebas para embarazo, VIH/SIDA o enfermedades genéticas?	X		
	¿Existe algún tipo de castigo físico corporal, mental o abuso sexual?			X

	¿Existe trabajo forzoso, incluido el trabajo obligatorio o el trabajo involuntario en prisión?			X
	¿Existe orden e higiene en los campos, almacenes, ambientes y vivienda en general?	X		
	¿Cuenta con baños o letrinas en condiciones limpias y lavamanos?	X		
	¿Se entrega copias de los contratos a todos los productores a manera de que estén informados?	X		
	¿Ha sido informado de que tienen derecho a desafilarse?	X		
Salud y seguridad.	Los lugares de trabajo ¿Tienen señalizaciones de seguridad?	X		
	¿Las personas están capacitados en cuanto a riesgo en el trabajo?	X		
	¿Cuentan con un botiquín de primeros auxilios?	X		
	¿Se proporciona agua potable y servicios durante las horas de trabajo?	X		
	¿Tienen acceso a servicios de salud?			X
-Democracia	¿Se realiza asambleas como mayor órgano de decisión una vez al año?	X		
	¿El consejo se ha formado de manera democrática?	X		
	¿Cuentan con una lista de miembros y reglas de membresía?	X		
	¿Informan a los miembros sobre los acuerdos de las asambleas?	X		
	¿Existen actas de las reuniones?	X		
	¿Cuentan con libros y registros de cada una de sus reuniones?	X		
-Acceso a servicios básicos y de comunicación	¿Cuenta con servicios comunitarios (Agua, Desagüe, Luz eléctrica, letrina, teléfono, etc.)?	X		
		LUZ		
		NO		
PUNTAJE TOTAL				

NOMBRES: MARIBEL TIMANÁ
CARGO: SOCIA.

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

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

Fecha: Mayo / 2020 MARIBEL PRESIDENTA



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 <input checked="" type="checkbox"/> 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 <input checked="" type="checkbox"/> Regular d)Alto e)Muy alto
Variaciones estacionales.	¿Cuales son los meses en que cosecha su producto? a)Enero a Marzo b)Abril a Junio c)Julio a Setiembre d)Octubre a Diciembre <input checked="" type="checkbox"/> Todo el año Obs: Enero a marzo son temporadas altas.
Existencia de compradores.	¿Cuenta con posibles clientes continuos durante su campaña? SIEMPRE TIENEN CLIENTES – EJEMPLO EMPRESA ASTROSOL
Mercados Objetivos	¿Cuál serian sus mercados objetivos en el exterior según su conocimiento? 250 CAJAS X SEM. – A 800 SEM. – EUROPA NECESITA 1080 CAJAS
Canales de distribución	¿Que canales de distribución utiliza para venta de su producción en la actualidad? a)Intermediario para el mercado local <input checked="" type="checkbox"/> 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? 8 DOLARES X CAJA – MENOS MAKINA QUEDA 5 DOLARES – CAJA NEGRA PORT:18.5 KG – CAJA BLANCA 20KG. DEACUERDO AL COMP O PAIS
Capacidad de producción	¿Cuál es la cantidad total de cajas de cosecha durante cada semana? 500 TEM BAJA 800 / TEMPORADA ALTA
Variaciones de producción	¿Cuál es la variación de la producción anualmente y cuál cree que es el motivo? 1800 PLANTAS POR HECTARIA. - 2000 DE 1 HECTAREA POR AÑO 20 HECTAREAS TIENE LA ASOC. FENOMENOS NATUALES – FEN DEL NINO.
Precios	¿A qué precio vende cada caja de su producto en la actualidad? 8 DOLARES
Volumen requerido	¿Cuál es la cantidad total de cajas minimas que se requiere para cumplir con el cliente? 2160 PARA CUBRIR 2 CONTENEDORES – 1CONT ES 1080

NOMBRES: MARIBEL TIMANÁ

CARGO: PRESIDENTA

Anexo 06: Validación por especialistas

ANÁLISIS ECONÓMICO BENEFICIO COSTO DE LAS EXPORTACIONES DE BANANO ORGÁNICO PARA LA ASOCIACIÓN AGROPECUARIA LA JULIANA

A través del siguiente cuadro resumen se representa los costos evaluados en la tesis presente, mostrando a la Asociación agropecuaria La Juliana con un nivel económico rentable para cada uno de los socios miembros, de llegar a obtener la certificación Fairtrade para luego dar el siguiente paso de exportación.

Cuadro resumen:

	SIN CERTIFICACIÓN (dólares)	CON CERTIFICACIÓN (dólares)
Ingresos Anuales	268,800	420,000
Mantenimiento con los estándares de certificación		81,380
Costos de certificación		5,000
Costo de exportación		40,320
	268,800	293,300

Nota: El precio está representado en dólares americanos al tipo de cambio de S/3.90.

Considerando que:

4: Totalmente de acuerdo

3: De acuerdo

2: Indiferente o neutro

1: En desacuerdo

ITEMS – Marca con un X	Valoración			
	1	2	3	4
Relación conforme con las diferentes empresas agrícolas de banano actuales en cuanto a costos.			X	
Crecimiento económico admisible en el marco de la investigación.			X	
Crecimiento económico atrayente para un agricultor de banano orgánico de acuerdo al mercado.			X	
Coherencia en cuanto a la estructura de costos antes y después de obtener la certificación de Fairtrade.			X	
Observaciones/ Recomendaciones				

Validación a través de:

PROSERLA S.A.C.

Claudia Salazar Silva
JEFE DE EXPORTACIONES

MBA Claudia Salazar Silva

**ANÁLISIS ECONÓMICO BENEFICIO COSTO DE LAS EXPORTACIONES DE
BANANO ORGÁNICO PARA LA ASOCIACIÓN AGROPECUARIA LA JULIANA**

A través del siguiente cuadro resumen se representa los costos evaluados en la tesis presente, mostrando a la Asociación agropecuaria La Juliana con un nivel económico rentable para cada uno de los socios miembros, de llegar a obtener la certificación Fairtrade para luego dar el siguiente paso de exportación.

Cuadro resumen:

	SIN CERTIFICACIÓN (dólares)	CON CERTIFICACIÓN (dólares)
Ingresos Anuales	268,800	420,000
Mantenimiento con los estándares de certificación		81,380
Costos de certificación		5,000
Costo de exportación		40,320
	268,800	293,300

Nota: El precio está representado en dólares americanos al tipo de cambio de S/3.90.

Considerando que:

- 4: Totalmente de acuerdo
- 3: De acuerdo
- 2: Indiferente o neutro
- 1: En desacuerdo

ITEMS – Marca con un X	Valoración			
	1	2	3	4
Relación conforme con las diferentes empresas agrícolas de banano actuales en cuanto a costos.			X	
Crecimiento económico admisible en el marco de la investigación.			X	
Crecimiento económico atrayente para un agricultor de banano orgánico de acuerdo al mercado.			X	
Coherencia en cuanto a la estructura de costos antes y después de obtener la certificación de Fairtrade.			X	
Observaciones/ Recomendaciones				

Validación a través de:



MAGÍSTER MÓNICA PINTADO DAMIÁN

**ANÁLISIS ECONÓMICO BENEFICIO COSTO DE LAS EXPORTACIONES DE
BANANO ORGÁNICO PARA LA ASOCIACIÓN AGROPECUARIA LA JULIANA**

A través del siguiente cuadro resumen se representa los costos evaluados en la tesis presente, mostrando a la Asociación agropecuaria La Juliana con un nivel económico rentable para cada uno de los socios miembros, de llegar a obtener la certificación Fairtrade para luego dar el siguiente paso de exportación.

Cuadro resumen:

	SIN CERTIFICACIÓN (dólares)	CON CERTIFICACIÓN (dólares)
Ingresos Anuales	268,800	420,000
Mantenimiento con los estándares de certificación		81,380
Costos de certificación		5,000
Costo de exportación		40,320
	268,800	293,300

Nota: El precio está representado en dólares americanos al tipo de cambio de S/3.90.

Considerando que:

- 4: Totalmente de acuerdo
- 3: De acuerdo
- 2: Indiferente o neutro
- 1: En desacuerdo

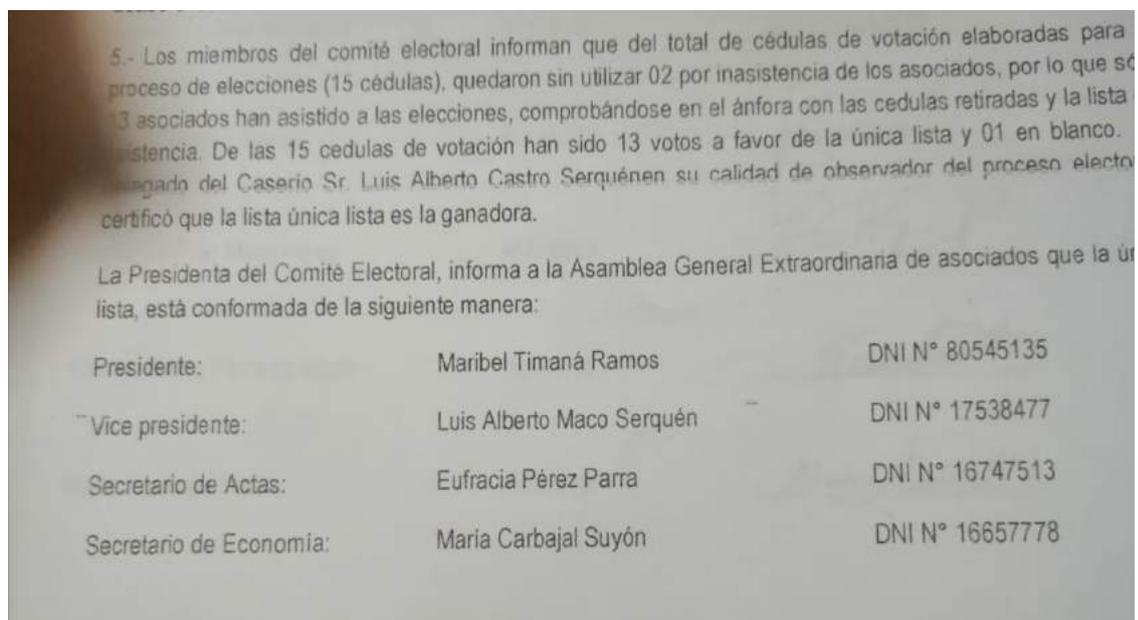
ITEMS – Marca con un X	Valoración			
	1	2	3	4
Relación conforme con las diferentes empresas agrícolas de banano actuales en cuanto a costos.			X	
Crecimiento económico admisible en el marco de la investigación.			X	
Crecimiento económico atrayente para un agricultor de banano orgánico de acuerdo al mercado.			X	
Coherencia en cuanto a la estructura de costos antes y después de obtener la certificación de Fairtrade.			X	
Observaciones/ Recomendaciones				

Validación a través de:



Mg. Luis Guillermo Arbulú Rivera

Anexo 07: Documento extraído de la minuta del reglamento de la asociación sobre la estructura organizativa



Anexo 08: Fotografías tomadas en campo

