



agronomes
vétérinaires
SANS FRONTIÈRES



Síntesis del estudio de **impacto del comercio justo** en dos organizaciones de productores de **banano** del Valle del **Chira - Piura - Perú**



AUGUSTO APONTE MARTÍNEZ
PIERRIL LACROIX
Noviembre 2010

INDICE

INTRODUCCIÓN	4
1 EL CONTEXTO SOBRE EL SECTOR BANANERO EN PERÚ	5
1.1 UNA INTRODUCCIÓN SOBRE LA PRODUCCIÓN BANANERA EN PERÚ	5
1.2 PRINCIPALES TENDENCIAS DE DESARROLLO DEL SECTOR BANANERO	5
1.3 LOS MODELOS ORGANIZATIVOS Y EMPRESARIALES PARA EL BANANO EN EL NORTE DE PERÚ	7
1.4 EL COMERCIO JUSTO PARA BANANO EN PERÚ	11
2 ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL CJ EN LAS ORGANIZACIONES AMPBAO Y APPBOSA	13
2.1 ALGUNOS ASPECTOS METODOLÓGICOS	13
2.2 PRESENTACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES	14
2.3 IMPACTO DEL COMERCIO JUSTO SOBRE LA DIFERENCIACIÓN SOCIAL	15
2.4 IMPACTO DEL CJ SOBRE LOS INGRESOS FAMILIARES	17
2.5 IMPACTO DEL CJ A NIVEL DEL DESARROLLO ORGANIZATIVO	23
2.6 IMPACTO DEL CJ A NIVEL DEL DESARROLLO LOCAL Y NACIONAL	30
2.7 IMPACTO DEL CJ A NIVEL DE LA GESTIÓN DE RECURSOS NATURALES	33
3 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE IMPACTO	35
3.1 CONCLUSIONES SOBRE EL IMPACTO DEL COMERCIO JUSTO EN LAS ORGANIZACIONES AMPBAO Y APPBOSA	35
3.2 3.2 CONCLUSIONES TRANSVERSALES SOBRE EL IMPACTO DEL COMERCIO JUSTO A NIVEL DEL VALLE DEL CHIRA	36

ABREVIACIONES Y SIGLOS

AMPBAO: Asociación de Micro-Productores de Banano Orgánico Alto Chira - Margen Izquierda

APOQ: Asociación de Pequeños Productores Orgánicos de Querecotillo

APPBOSA: Asociación de Pequeños Productores de Banano Orgánico de Samán y Anexos

AVSF: Agrónomos y Veterinarios Sin Frontera (VSF-CICDA)

BOS: Asociación de Bananeros Orgánicos Solidarios

CEPIBO: Central Piurana de Banano Orgánico

CEDEPAS: Centro Ecuménico para el Desarrollo y la Paz Social

CERX: Comité Ejecutivo Regional de Exportadores

CIPCA: Centro de Investigación y Promoción del Campesinado

CJ: Comercio Justo

CLAC: Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de organizaciones de productores de Comercio Justo

CONABO: Comisión Nacional de Banano Orgánico

ENAPU: Empresa nacional de puertos

FLO: Fairtrade Labeling Organization

FOB: free on board

INCAGRO: Innovación y Competitividad para el Agro. Proyecto del MINAG

OP: organización de productores

REPEBAN: Red de Pequeños Productores de Banano Orgánico Comercio Justo - Perú

SIC. Sistema Interno de Control

TM: Tonelada métrica

USD: dolares americanos

SOBAL: Grupo Impulsor de la Soberanía Alimentaria

INTRODUCCIÓN

En Perú, el banano constituye a la vez un producto tradicional de autoconsumo y comercialización en el mercado interno, y un producto nuevo de exportación en los mercados europeos y norteamericanos.

En la última década, el sector de banano de exportación ha tenido un crecimiento muy sostenido, principalmente en el norte de Perú, en la región Piura (Valle del Chira). Entre el 2003 y el 2008 las exportaciones de banano se multiplicaron por 4, gracias al desarrollo de una oferta de productos orgánicos y de comercio justo. El Valle del Chira presenta un clima particularmente seco que le permite, a diferencia de Ecuador de desarrollar en condiciones muy favorables la producción del banano orgánico.

La comercialización de banano en Comercio Justo (CJ) ha jugado un papel clave para sostener la organización de los productores bananeros y dinamizar el crecimiento económico del sector bananero. Producto del auge del comercio justo para banano en el Valle del Chira se han desarrollado diferentes modelos asociativos y de comercialización del banano que el presente estudio trata de analizar.

Ese trabajo parte de una demanda de Max Havelaar Belgica y Max Havelaar Francia, que buscaron conocer mejor el impacto generado por un producto relativamente nuevo en comercio justo (el banano) y en la línea de estudios similares de impacto del CJ en diferentes situaciones de producción de banano en el Caribe, Colombia y Ecuador.

AVSF ha sido solicitada para ese trabajo, partiendo de su experiencia amplia de apoyo a organizaciones de productores en comercio justo, en particular en Perú, y de realización de trabajos de estudios sobre impacto del CJ.

Este estudio busca desarrollar capacidades de análisis de los modelos de gestión de cadena y modelos a promover en CJ, interesando además de las iniciativas nacionales, a gremios de productores como en particular la Coordinadora Nacional de Comercio Justo Perú. Para ello se plantean como resultados del presente estudio:

- ✓ Se ha evaluado el impacto del comercio justo del banano, frente a otros sistemas de comercialización del banano existentes en la zona de producción en estudio.
- ✓ Se ha diferenciado el impacto generado por el comercio justo del banano, entre los diferentes modelos organizativos y empresariales existentes en la zona de producción en estudio.

El estudio considera un comparativo en los diferentes campos de estudio definidos en el *“Dispositivo de medición de impacto del comercio justo para las organizaciones y familias campesinas y sus territorios”* elaborado en el 2005 por AVSF y FLO.

El presente documento constituye una síntesis del estudio de impacto del Comercio Justo realizado en dos organizaciones de productores del banano del Valle del Chira, Appbosa y Ampbao. El documento se ha estructurado en tres grandes capítulos.

- ✓ El contexto del banano en el Perú y el Valle del Chira.
- ✓ El impacto del CJ generado en Appbosa y Ampbao
- ✓ Los retos para el desarrollo del sector de banano CJ

1 El contexto sobre el sector bananero en Perú

1.1 Una introducción sobre la producción bananera en Perú

En Perú la producción de banano es importante en volumen, con un estimado de producción total de unos 1,8 millones de toneladas producidas por año en todo el país. Esa producción se encuentra diseminada prácticamente en todo el país, y mayormente, se trata de un cultivo asociado a otras actividades productivas como café, cacao, arroz... que asegura la alimentación de las familias rurales. Los productores más dedicados o “especializados” en la actividad bananera se encuentran en regiones amazónicas y en el norte de Perú, más que todo en Piura y Tumbes en menor grado. El desarrollo del banano como principal fuente de ingreso para las familias campesinas y alternativa a la producción de arroz es muy nuevo en la agricultura peruana y esta estrechamente ligado al posicionamiento de los productores en mercados remuneradores, en particular los mercados orgánicos y de comercio justo.

Los productores bananeros sobre los cuales se basa el estudio constituyen una excepción en el mundo bananero dominado por las grandes plantaciones y por transnacionales manejando los mercados internacionales. Estamos hablando realmente de micro productores, que cultivan en promedio 1 ha de banano, o un poquito mas. Su experiencia exitosa constituye una lección tremenda para los partidarios de la concentración de tierras y economía de escala en la producción agrícola, porque esos micro productores bananeros logran viabilizar una agricultura sostenible y generar ingresos que permiten ofrecer oportunidades a sus familias. Su experiencia constituye un referente muy interesante en materia de lucha contra la pobreza en medio rural.

1.2 Principales tendencias de desarrollo del sector bananero

En Perú, la estrategia de exportación de banano se ha basado en la producción orgánica, buscando dar valor agregado y posicionar ese pequeño sector en mercados de nicho en los cuales los productores de Ecuador no pueden posicionarse¹. Entre el 2003 y el 2008 las exportaciones se multiplicaron por 4, pasando de 18,000 toneladas a alrededor de 78,000 toneladas de banano orgánico, con un valor FOB promedio de USD 45.5 millones en el 2008. Las proyecciones para el 2009 son de 94,000 toneladas con un valor FOB aproximado de USD 55 millones.

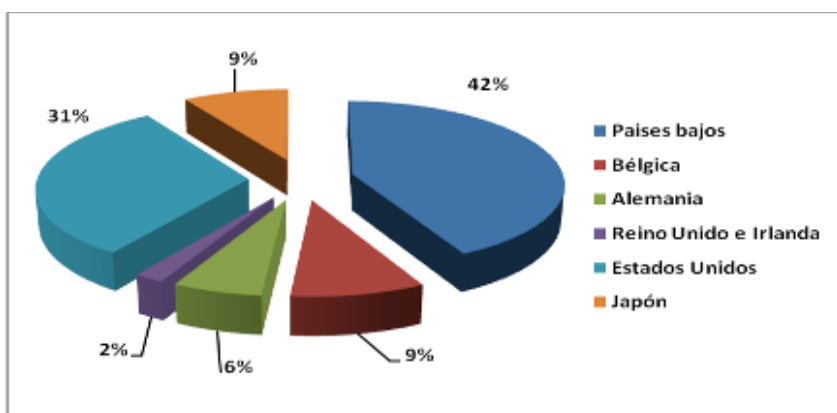


Gráfico 01: Distribución de exportaciones de banano Año 2008 según valor FOB, de www.inforegion.pe.

¹ La producción y exportación de banano es una verdadera industria en Ecuador, primer exportador mundial con 4 a 5 millones de toneladas exportadas por año, a comparar a los 78 000 toneladas de Perú en 2008.

En el año 2008, el Valle del Chira contribuyó a las exportaciones con un aproximado de 72,000 toneladas de banano, que representa un aproximado de 86.7% de las exportaciones del país, la evolución de los volúmenes exportados ha sido exponencial en los últimos años y producto de una ampliación rápida de área en el Valle del Chira, con la conversión de parcelas de arroz en banano, aprovechando de la disponibilidad previa de un sistema de riego colectivo.



Grafico 2: Evolución de las exportaciones de banano en Piura, datos de la Sede Agraria Sullana

La exportación ha sido históricamente dominada por 2 actores principales que son Copdeban (subsidiaria de Dole) y Biocosta, quienes manejaban hasta hace unos años casi el 80 % de las exportaciones desde Perú. En si el manejo iba desde el empaque de la frutas hasta su exportación a Europa o Estados Unidos, los productores estaban en una relación de agricultura bajo contrato, recibiendo insumos desde la empresa exportadora (fundas, abonos...) y la empresa comprando el banano según un plan de acopio y comercialización manejada por ella. Esa situación llevo muchos productores a cuestionar un modelo donde se habían convertido al servicio de las empresas, sin poder definir ellos mismos ni el precio, ni las certificaciones o mercados, ni los recursos a invertir tanto para mejorar la producción bananera como para mejorar el acceso a servicios colectivos en sus zonas de vida.

Hoy día esas empresas siguen siendo los principales exportadores pero un numero significativo de exportadores esta surgiendo y en particular organizaciones de productores autónomas en la gestión post cosecha y la exportación, como veremos mas adelante.

Según información de Enapu (Empresa Nacional de Puertos), Copdeban (DOLE) sigue siendo el primer exportador de banano, liderando las exportaciones con 46,6%. El gráfico siguiente muestra las exportaciones según empresa exportadora en el año 2008.

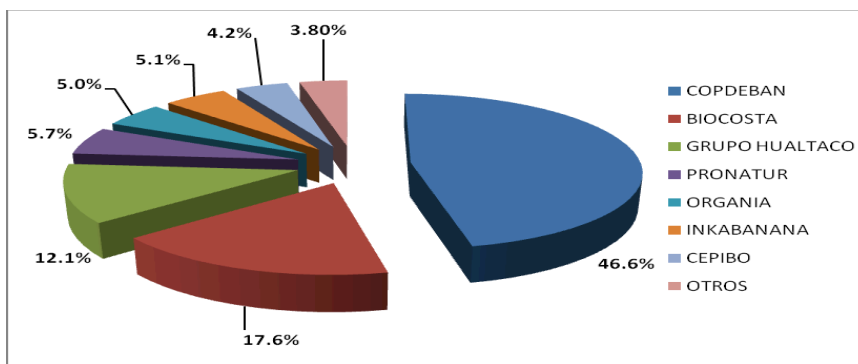


Grafico 3: Participación porcentual de los exportadores de banano, en base a reporte de Enapu.

1.3 Los modelos organizativos y empresariales para el banano en el norte de Perú

Las experiencias de comercialización en el valle pasan por diferentes modelos:

- ✓ un modelo que asume a los productores y organizaciones como meros proveedores de fruta, sin mayor participación en las estructuras de decisiones ni información sobre precios y mercados (Dole, Biocosta, Pronatur);
- ✓ estructuras que perciben a los productores como aliados o socios de un negocio, pero son las empresas quienes tienen el control del negocio (Grupo Hualtaco);
- ✓ y finalmente estructuras desarrolladas con el fin de asumir un control en la cadena, con participación y decisión de los productores en los diferentes niveles (caso Cepibo). El CJ ha jugado un papel importante en el desarrollo de estos modelos.

En el Valle del Chira, principal zona productora y exportadora de banano orgánico, se vienen desarrollando modelos organizativos – empresariales que con el paso del tiempo han ido evolucionando / mejorando, en beneficio de los productores y sus organizaciones. Estos cambios han sido generados principalmente por el CJ y por la voluntad y decisión de los productores por ganar espacios en la cadena de valor.

El modelo exportador inicial fue a través de las empresas, como Copdeban (DOLE) y Biocosta, quienes no solamente comercializaban el banano, sino que mayormente cosechaban y empacaban la fruta. A medida que fueron desarrollando las organizaciones, las empresas empiezan a pagar el servicio de empaque a las organizaciones que tienen la logística e infraestructura necesaria, desarrollada principalmente con la prima del CJ. Sin embargo existen todavía casos en que las empresas siguen propietarias de los certificados de producción orgánica, asumiendo que los pequeños productores solo se encargan de la parte productiva, delegando la gestión de la cadena a la empresa compradora. Según los productores entrevistados, faltaría transparencia desde las empresas sobre los precios de venta del banano, pagando sin mayor información sobre precios y dinámicas de mercado.

Otro modelo para la exportación del banano es el desarrollado por el Grupo Hualtaco (antes Biorganika). Esta empresa se basa en un modelo de gestión con una organización de capital compartido entre productores y accionistas de Holanda, representados por la empresa Agrofair, su principal importador, y donde las organizaciones de productores reciben un plus de acuerdo a sus ventas y a las ganancias del importador. Según los representantes del Grupo Hualtaco, la idea era que inicialmente las organizaciones exporten a través de ellos hasta que logren la experiencia y la capacidad para exportar directamente. Para ello, el Grupo Hualtaco aseguraría el fortalecimiento y desarrollo de capacidades en las organizaciones. Sin embargo, a decir de algunas organizaciones el proceso de transferencia de responsabilidades se ve muy lento, y de hecho 8 años después de iniciar esta experiencia, el Grupo Hualtaco no transfiere las capacidades de exportación y administración a las organizaciones de productores. Actualmente el Grupo Hualtaco comercializa el banano de la Asociación Valle del Chira, su socio principal, y parte del banano de algunas otras organizaciones de productores. En el año 2008 el Grupo Hualtaco exportó un aproximado de 10,000 toneladas (12% de las exportaciones totales).

Para terminar, el modelo asociativo de organizaciones de pequeños productores gestionando directamente la exportación de banano es relativamente nuevo en la región. Cepibo como central de bananeros asumiendo de forma mutualizada los servicios de certificación y comercialización para

sus bases, abrió el camino para la exportación de banano por las organizaciones. Estos modelos se han desarrollado en base a las experiencias exitosas de exportación de organizaciones de pequeños productores en la región Piura (Cepicafe, Apromalpi) y al interés de las organizaciones por lograr mejores precios para su banano. Las organizaciones de pequeños productores de banano tienen como estrategia principal la exportación directa de la fruta y el desarrollo de economías de escala a nivel de la comercialización. Las organizaciones que realizan la exportación directa de la totalidad o de una parte de su producción son Cepibo, Appbosa, Bos y recientemente Apoq (estas tres últimas asociadas a Repeban).

A continuación se presenta de manera sintética los 3 principales actores que influyen sobre el desarrollo del sector bananero en Piura, o sea las organizaciones centrales Cepibo y Repeban que juntan más de 3000 productores y la empresa Dole y sus grupos asociados que sigue teniendo una influencia mayor en la exportación de banano orgánico y de comercio justo.

a) Cepibo

La Central Piurana de Banano Orgánico – CEPIBO - se constituye en Junio 2003 con ocho asociaciones de pequeños productores. Luego de la separación de varios de sus organizaciones de base miembros fundadores, interesados en gestionar de manera separada la certificación y comercialización en CJ, Cepibo logró su inscripción en Flo a finales del año 2006.

A partir de marzo del 2008 Cepibo empezó la exportación directa de su fruta, logrando exportar el primer año un aproximado de 3,700 toneladas (193 contenedores), incrementando a 8,760 toneladas (345 contenedores) en el 2009.

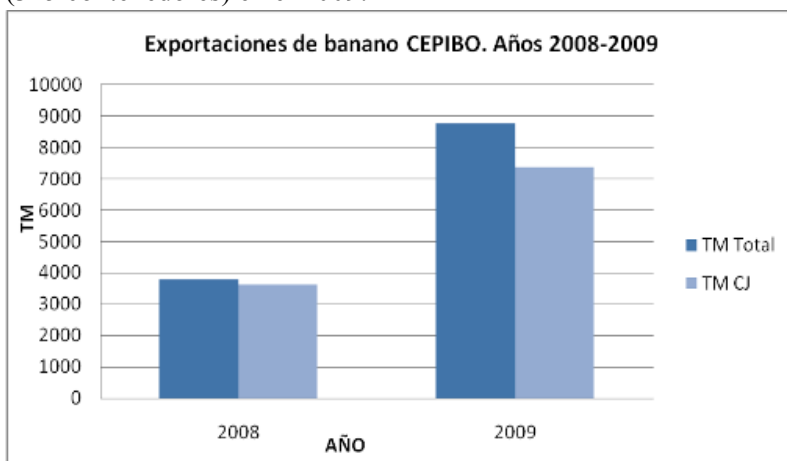


Gráfico 04: Exportaciones totales y CJ de banano Cepibo años 2008 y 2009, en TM

Actualmente Cepibo representa a 12 organizaciones, por un total de unos 1475 socios. Ampbao, organización con la cual se ha realizado el análisis de impacto de CJ presentado en ese documento, es una de las principales bases de Cepibo.

La organización central asume un servicio colectivo de certificación y exportación a nombre de sus organizaciones de base y de sus socios. Sin embargo las organizaciones de base gestionan servicios propios como las infraestructuras de empaque, la asistencia técnica al productor y la gestión de recursos financieros producto en particular de la prima de CJ por venta de banano o de iniciativas de incidencia hacia sus gobiernos locales.

Cepibo se ha convertido en un referente, no solamente por los mayores precios que han propuesto a los productores para el banano, sino más bien porque ha demostrado que se podía salir de la dependencia de los exportadores y promover un modelo de agricultura en el sector bananero con autonomía y empoderamiento de los productores. O sea que hablamos de una propuesta empresarial que a la vez asume un significativo político sumamente fuerte en una región y un país que

promueve tanto la reconcentración de tierras en mano de inversionistas como el manejo de las cadenas comerciales por grandes empresas privadas exportadoras.

A partir de 2008, Cepibo ha sido un referente para otras OP, principalmente asociadas a Repeban (Apoq, Appbosa, Bos), quienes han visto que, como Cepibo, también tienen la posibilidad y capacidad de exportar directamente su fruta.

b) Repeban

En 2005, las organizaciones que se separaron de Cepibo decidieron constituir la Red Peruana de productores Bananeros (Repeban) con los mismos objetivos planteados inicialmente para Cepibo: agremiación de los bananeros, defensa de sus intereses, representación y economías de escala. Además, se tenía también como objetivos de representación sectorial en comercio justo, para plantear propuestas de precio mínimo y estándares de banano ante FLO y participar o tener representación ante la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de organizaciones de pequeños productores de Comercio justo (CLAC). Repeban es reconocida por las diferentes instancias del CJ como un ente representativo de los productores de banano, a pesar de no contar con Cepibo entre sus asociados, por ser una organización de segundo nivel.

El número de organizaciones asociadas a Repeban se fue incrementando hasta llegar actualmente a 9 asociadas, contando unos 1650 productores socios en 2009. Appbosa, objeto como Ampbao del presente estudio, es una de las organizaciones más dinámicas de Repeban.

El rol de la Repeban es más gremial y representativo, por tanto no realiza actividades comerciales. La comercialización del banano es realizada por las propias organizaciones, las cuales mayormente deciden donde vender su banano. Tomando el ejemplo de Cepibo, tres organizaciones asociadas a Repeban han decidido iniciar la experiencia de la exportación directa de una parte de su fruta: Appbosa con 3 contenedores semanales; Apoq con 1 contenedor semanal; y Bos con dos contenedores a la semana.

En algunos casos, las OP asociadas a Repeban no tienen otra opción, por ahora, que comercializar con empresas exportadoras como Dole o Biocosta. Esto se da en la medida que las organizaciones no tienen mucho conocimiento del mercado y que su capacidad de negociación directa y de gestión comercial es aún limitada.

La mayoría de las OP asociadas a Repeban aspiran a la exportación directa, incluso Valle del Chira que desde hace años ha venido comercializando con la empresa Hualtaco. Si bien las OP asociadas a Repeban ven en Cepibo el ejemplo para exportar directamente, no consideran adecuado el modelo asociativo (segundo nivel), pues desean mantener su autonomía y manejar 100% de la prima de CJ.

Encontramos entonces en la experiencia reciente del banano de CJ en Perú dos principales organizaciones de productores complementarias, y que asumen como denominador común la autonomía, la participación directa de los socios en las decisiones y la búsqueda de una mejor calidad de vida para sus asociados.

c) El modelo Copdeban/Dole

La Dole Food Company, Inc. es una de las empresas productoras y comercializadoras de frutas y vegetales frescos más grandes del mundo. En la línea de frutas, es el principal productor y exportador de bananos, piñas y otras frutas tropicales, con presencia en alrededor de 90 países. En el año 2008² obtuvo una ganancia aproximada de USD 7,600 millones.

² Información tomada de <http://www.dole.com/CompanyInformation/PressRelease>

En el Valle del Chira, a través de la empresa exportadora Copdeban SAC, la empresa Dole ha sido la principal empresa exportadora de banano. Opera en el Valle del Chira desde el año 2001. Las exportaciones del 2008 representaron el 46.6% del total de banano exportado (datos ENAPU). Bajo la presión creciente de los productores, la empresa tuvo que hacer evolucionar sus practicas e incursiono en diferentes iniciativas tanto bajo la presión de los productores como del propio sistema Flo que pedía, para el respeto de sus estándares, mayor participación directa de los bananeros en la cadena.

A inicios del 2009, en aras de contribuir a mejorar las condiciones de salud y educación de las comunidades locales de donde comercializa banano, la empresa Dole crea la Fundación Dole, financiada con las exportaciones. Esta fundación se financia con el monto de un dólar por caja de banano exportado. Esta figura de Dole se crea como compensación por el banano que no puede ser comercializado bajo las condiciones de CJ. A decir de los productores, esa fundación se ha creado más como un mecanismo de competencia al CJ y como una manera de mejorar la imagen de la empresa en el Valle del Chira.

Siguiendo el modelo organizativo impulsado por otras organizaciones, Dole ha constituido también a fines del 2009 una asociación de productores de segundo nivel denominada Asoban (Asociación de Bananeros Sullana Piura – Perú) que agrupa a 9 OP de base y contaba con 740 productores en 2009. Con el presente estudio no ha sido posible obtener información sobre los fines y objetivos de esta nueva organización. A decir de de las organizaciones que representan el sector (Cepibo y Repeban), esta nueva organización creada por Dole es un mecanismo de la empresa para generar competencia y dividir las OP ya establecidas, que por su actividad exportadora han venido reduciendo los volúmenes ofertados a Dole. Así por ejemplo la principal organización de base del valle del Chira, Ampbao, ha visto su numero de socios disminuir fuertemente cuando decidió exportar directamente, Dole creando al mismo tiempo nuevas organizaciones para captar socios quedando bajo su “control”. La empresa logra todavía mantener influencia en la zona porque logra comercializar el 100 % de la fruta de los productores, pero aplicando porcentajes muy variables de venta en CJ según el nivel de presión de las organizaciones, las mas “rebeldes” o autónomas recibiendo menos cuotas de CJ.

Si bien los volúmenes exportados por Copdeban siguen creciendo ligeramente, de 36 000 toneladas a casi 39 000 toneladas entre 2006 y 2008, según información de ENAPU, se ha podido estimar que entre el 2006 y el 2008 la participación de DOLE en las exportaciones bajó de 61.3% a 46.6% (Gráfico 05). Esa disminución es producto en particular de un mayor control sobre la cadena por las organizaciones y del inicio de la exportación autónoma de su fruta.

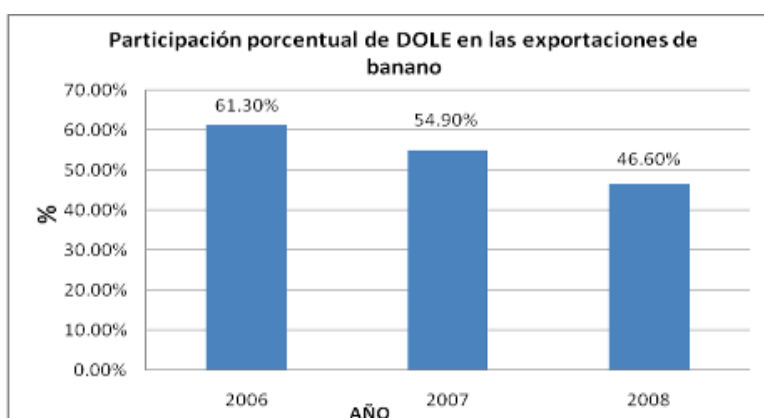


Gráfico 05: Participación de Dole en exportaciones de banano de 2006 a 2008, en base a reporte de Enapu.

Copdeban, además del banano de las 9 OP de Asoban, comercializa el banano de organizaciones asociadas a Repeban (Apoq, Bos) y de Cepibo (Appchaq).

El modelo manejado por DOLE se mantiene dominante hasta ahora en la medida que la empresa dispone históricamente de los contactos claves en los mercados europeos y norte americanos y que por lo tanto las organizaciones no pueden desarrollar rápidamente sus propios mercados o encontrar relaciones de cooperación equilibrada con los otros exportadores presentes en el Valle del Chira.

1.4 El comercio justo para banano en Perú

En la actualidad, en el Valle del Chira existen aproximadamente 3,200 productores de banano asociados en OP registradas en FLO.

La primera asociación de productores de banano con fines de exportación, llamada Asociación Valle del Chira, fue formada por el ministerio de agricultura en 1998. En 2001, AgroFair, una empresa holandesa especializada en comercio justo se asoció con un exportador, Biorganika, iniciando la comercialización del banano orgánico en CJ. Desde entonces, numerosas otras asociaciones se crearon sobre las dos márgenes del río Chira para orientarse hasta la exportación e intentar beneficiar de las condiciones del mercado del comercio justo.

En el año 2003, organizaciones como Ampbao, Appbosa, Apoq y otras cinco organizaciones más inician el proceso de inscripción ante FLO para la certificación de CJ. Paralelo a ello, estas organizaciones empiezan a tomar sus primeros acuerdos sobre los precios que venían recibiendo por parte de las empresas, estableciendo acuerdos para poder negociar con las empresas en mejores condiciones. Producto de este proceso de diálogo 8 organizaciones de productores deciden constituir la Cepibo en junio del 2003, como una organización de segundo nivel que les permitiera mejores condiciones de negociación.

Luego diferentes organizaciones lograron entrar en el sistema de CJ, o de forma directa o mediante una organización de segundo nivel, Cepibo, y a la fecha son unas 20 organizaciones de banano que se vinculan con el CJ.

En este proceso, la prima del CJ y la presencia del agente de enlace de FLO en Piura permitieron un desarrollo particularmente dinámico de las asociaciones de productores. En este sentido, se puede afirmar que la misión general de FLO buscando «crear una dinámica de desarrollo que será imposible sin el comercio justo» ha tomado todo su sentido en el caso del banano peruano.

En ese camino complicado de concertación entre muy pequeños productores y empresas exportadoras poderosas, el monto elevado de la prima (1 USD por caja, o sea casi el 15% del valor del banano empacado) y los servicios de apoyo de FLO permitieron a las organizaciones mejorar su capacidad de negociación con los exportadores y tomar un mayor control de la cadena, por lo menos hasta el empaque de la fruta.

Además, la revisión relativamente frecuente del precio mínimo ha permitido que se consideren en el tiempo precios mayores y tomando en cuenta no solamente el precio a nivel de productor sino también del banano empacado (ex work o EXW) o para exportar (FOB). A continuación se presentan los precios mínimos establecidos últimamente, a inicios de 2010.

Producto	Presentacion	Origen	Moneda/unidad de peso	Donde se fija el precio	Precio	Prima CJ
Bananas (Banana)	Organic, fresh	Peru (SPO / HL)	USD / 18,14 kg	EXW	7,00	1,00
Bananas (Banana)	Organic, fresh	Peru (SPO / HL)	USD / 18,14 kg	FOB	10,10	1,00

Tabla 1: precios mínimos del banano CJ para Perú en 2010, de <http://www.fairtrade.net/793.html>

Todo el esfuerzo de las organizaciones con el CJ se ve compensado actualmente. Dos organizaciones de pequeños productores han logrado tomar el control de la comercialización del banano: CEPIBO empezó en abril del 2008 y APPBOSA desde el 2009 ha empezado a exportar directamente. No ha sido fácil para ambas organizaciones lograr la exportación directa.

Un aspecto importante a considerar, es que el control del empaque y de la exportación por las organizaciones ha mejorado de manera significativa las condiciones de vida no solamente de los productores sino también de los trabajadores.

Una síntesis sobre el sector bananero en Perú

A nivel productivo:

- Son muy pequeños productores, con fincas de 1 a 2 has y 1,2 has de banano en promedio, los productores son ex trabajadores de las haciendas beneficiarios de la reforma agraria
- El banano con su nivel de extensión y tecnificación actual ha conocido un desarrollo muy rápido en los últimos años en el norte de Perú, en el Valle del Chira perteneciendo a la región Piura
- Se ha desarrollado en base a una propuesta de producción orgánica en áreas antes utilizadas para la producción de arroz
- Se cuenta hoy día con unas 5000 familias relativamente especializadas en banano y que exportan la mayor parte de su producción, casi todas ubicadas en el valle del Chira y en menor grado en la región Tumbes, colindante
- El comercio justo, a partir de mediados de los años 2000's ha jugado un papel determinante en facilitar la organización de los productores

Los principales actores del banano de exportación son:

- A nivel de los productores, se cuenta con 2 principales organizaciones de segundo grado: Cepibo, con unos 1500 miembros y 12 organizaciones de base, y Repeban con unos 1650 miembros y 9 organizaciones de base
- Los principales exportadores privados de banano son Copdeban, Biocosta, Pronatur y Hualtaco

Antes del comercio justo : 2 principales operadores comerciales manejaban prácticamente toda la cadena (Copdeban y Biocosta), con 80% de las exportaciones, producción bajo contrato con productores individuales, un manejo total de los exportadores desde la cosecha hasta el embarque del banano, en manejo comercial y de las certificaciones, y se contaba con precios bajos para los productores

Ahora con comercio justo : 4 organizaciones exportan directamente y a mercados diversificados en Europa (Cepibo, Appbosa, Apoq, Bos), más de 3000 productores benefician del CJ, los exportadores en posición dominante tienden a manejar menos mercados, pero a la par sigue existiendo en un mismo territorio una definición del banano CJ heterogénea con niveles de autonomía de los productores muy variables.

2 Análisis del impacto del CJ en las organizaciones Ampbao y Appbosa

2.1 Algunos aspectos metodológicos

El presente estudio, realizado entre 2009 y 2010, parte de un pedido de Max Havelaar Francia y Max Havelaar Belgica, interesados en disponer de un estudio complementario a una serie de trabajos sobre impacto propuestos por Flo Internacional en diferentes organizaciones de CJ, diferentes países y productos considerados.

Se realizó en primer instancia un estudio específico sobre el impacto del CJ generado en dos organizaciones de primer nivel del valle del Chira, Ampbao y Appbosa, miembros respectivamente de Cepibo y Repeban y con las características siguientes al momento de realizar el estudio:

- ✓ Appbosa representa el tipo de OP con más de cinco años en CJ y que realiza la gestión comercial a través de una empresa exportadora,
- ✓ Ampbao, representa el tipo de OP joven articulada a una organización de segundo nivel que tienen relación directa con el mercado internacional de CJ.

Luego se planteó tener una mirada más amplia y analizar más allá del primer grupo objetivo del estudio (unos 500 productores) el impacto y los retos del CJ a nivel del sector bananero en el Valle del Chira. Ese trabajo complementario se realizó a inicios de 2010, con una comparación en particular de los modelos de Cepibo, Repeban, Dole y del sector convencional (situación sin CJ y sin exportación).

La medición del impacto de comercio justo en las dos organizaciones considera el estudio de la evolución en cinco variables sobre las cuales se ha venido valorando diferentes indicadores tal como planteado en la guía metodológica de evaluación del impacto del CJ realizada en 2005 por AVSF y Flo Internacional:

1. Cambios a nivel de la diferenciación social
2. Cambios a nivel de las familias de participantes al CJ
3. Cambios a nivel de la estructuración de las organizaciones de productores
4. Cambios a nivel del desarrollo local y nacional
5. Cambios a nivel de la gestión de los recursos naturales.

La parte operativa contempló reuniones y entrevistas con diferentes actores. No fue posible realizar entrevistas directas con productores fuera del sistema del CJ, la información se obtuvo de manera indirecta, valiéndose de la información proporcionada por los diferentes actores involucrados en la cadena.

Se realizaron encuestas rápidas a productores socios de Appbosa y Ampbao así como reuniones con grupos de 3 a 7 productores, en los centros de empaque y en las oficinas de la OP.

El estudio contempló también reuniones con las juntas directivas, equipos técnicos de las organizaciones y trabajadores de las cuadrillas.

Otros actores con quienes se sostuvo reuniones fueron: Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Sullana, Oficial de Enlace FLO en el norte de Perú, trabajadores de empresas exportadoras, Presidente de la CNCJ, directivos de Cepibo como Repeban y productores

no asociados. Para terminar se tuvieron conversaciones informales con pobladores de la zona bananera.

Más allá del impacto sobre ingresos campesinos, el estudio propuso mirar la influencia del modelo de gestión de la cadena sobre la generación de procesos de desarrollo autónomos y el empoderamiento de los productores, partiendo de la hipótesis que con más control de la cadena por las organizaciones, más oportunidades pueden desarrollar los productores y sus familias.

2.2 Presentación de las organizaciones

Las dos organizaciones de productores objetos principales del estudio se ubican en cada una de las márgenes del río Chira a proximidad de la ciudad de Sullana, como se puede apreciar en el mapa siguiente, y cerca del puerto de Paita, ubicado a unos 80 kms de las zonas productoras, facilitado así la exportación del banano.



Figura 1: Localización geográfica de las organizaciones Ampbao y Appbosa

Los productores de banano de la zona han sido hasta la reforma agraria de 1969, empleados de diferentes haciendas productoras de algodón en particular. La reforma agraria abrió el camino del acceso a la tierra para esas familias, quienes fueron organizadas en cooperativas. Debido al poco apoyo productivo y poca capacidad de gestión de cooperativas para esos nuevos productores, las cooperativas formadas en el Valle del Chira quebraron en los años 80's. En los años 90's, los productores ya no asociados, se dedicaban principalmente a la actividad arrocera, hasta empezar un proceso de diversificación productiva con el banano y reorganización paulatina a partir de fines de los 90's. En ese contexto, se crean las organizaciones Ampbao y Appbosa al inicio de los años 2000's.

✓ **Appbosa, breve histórico y situación actual**

Appbosa se constituyó en enero 2003 con 108 socios. Su principal relación comercial ha sido históricamente con Copdeban SAC. A partir de fines de 2006 ha sido la primera organización del Valle a manejar el empaque del banano con sus propios equipos técnicos y empacadoras.

APPBOSA tiene sus oficinas en la localidad de Samán. Sus socios se distribuyen en cuatro sectores y cuenta actualmente con 291 asociados.

Las principales actividades que realiza Appbosa se centran en la asistencia técnica a los productores, la cosecha y empaque de la fruta, la comercialización de la fruta y la capacitación a los trabajadores (cuadrillas) en centros de empaque.

✓ **Ampbao, breve histórico y situación actual**

Ampbao se constituyó en Noviembre 2002, con 80 socios, con un promedio de 2.5 hectáreas cada uno. La organización se constituyó inicialmente con el fin de exportar banano a través de Copdeban SAC y con miradas hacia el CJ. A medida que Copdeban SAC avanzaba con las exportaciones, los socios se iban incorporando a la Ampbao. De esta manera, hasta fines del 2003 la OP contaba ya con 680 socios inscritos en su padrón. Luego producto de tensiones fuertes con los exportadores, Ampbao exigiendo más derechos y participación de los productores, la organización ha perdido una gran parte de su base social, entre 2004 y 2006. Luego con la gestión autónoma de la certificación Flo y exportación con Cepibo, la organización recuperó paulatinamente su base de productores, contando ahora con 259 socios por unos 285 has de banano cultivado, distribuidos en seis sectores de la margen izquierda del río Chira. Las principales actividades que realiza Ampbao se centran en la capacitación a sus asociados, el seguimiento a la calidad de la fruta, la representación gremial y la incidencia en espacios locales.

2.3 Impacto del comercio justo sobre la diferenciación social

Los socios de las organizaciones Ampbao y Appbosa, involucrados en el CJ son pequeños productores (autodenominados micro productores) con superficies cultivadas que oscilan entre 0,5 y 3 has de banano para la gran mayoría de los productores (ver gráfico siguiente). En Ampbao los productores tienden a disponer de un poco menos de área cultivada en banano, contando con 1,1 ha de banano en promedio contra 1,5 ha de banano en promedio para los socios de Appbosa. No se trata entonces de un grupo de productores favorecidos en cuanto a acceso a la tierra quienes se han involucrado en las organizaciones y en CJ, es bien un modelo que incluye a los más pequeños.

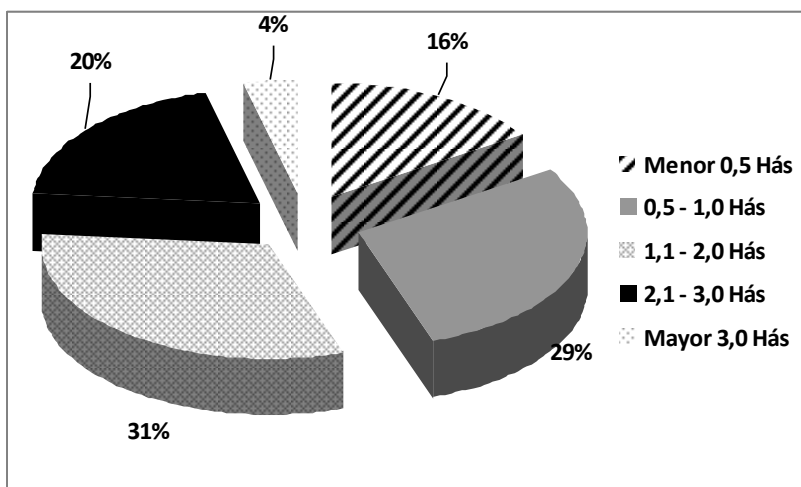


Gráfico 6: Porcentaje de productores por área cultivada en banano, caso Appbosa

Sobre el total de su tierra disponibles, los productores han adoptado diferentes estrategias según su ubicación geográfica y la cantidad de tierra que le resta, diferenciado según estrategias de herencias de los productores (división entre el número de hijos para beneficiar del CJ a un mayor número de personas y reducción del tamaño de la explotación, o mantenimiento del área con transmisión a un

solo hijo). Se observa sin embargo hoy día que la gran mayoría de los productores asociados han optado por una especialización productiva en banano como lo ilustra el gráfico siguiente.

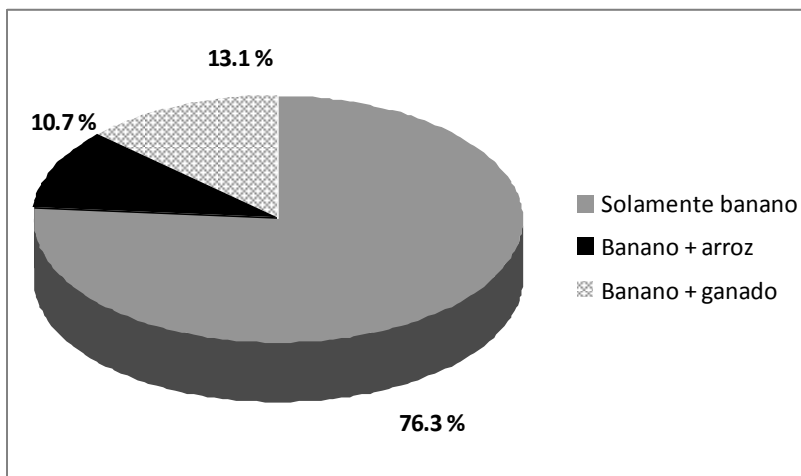


Gráfico 7: Distribución de los socios de Appbosa según sistema de producción

La diferenciación social en marcha ahora entre productores miembros o no de la organización se da en la capacidad de adoptar paquetes tecnológicos asegurando mayores rendimientos y calidad del banano, y por ende mayor valorización de la actividad agrícola.

La limitación de disponibilidad de tierra constituye sin embargo una constante para todos los productores del Valle de Chira. En una de las organizaciones estudiadas, Ampbao se ha logrado incursionar en un proceso de negociación de acceso a una extensión colectiva de unos 2700 has de tierra, permitiendo que a futuro esos productores puedan disponer de unos 10 has por familia.

Además las organizaciones, con el soporte de la prima de desarrollo del CJ vienen realizando gestiones y destinando recursos para implementar infraestructuras y equipamiento en las parcelas de los productores y en general en los centros de producción para mejorar los rendimientos y la calidad del banano. Así los productores se benefician poco a poco de mayores infraestructuras para el cultivo y tratamiento de su banano, con propuestas de riego tecnificado y de instalación de cable vía, o la implementación y mejora de las empacadoras, propiedad de las organizaciones.

Productores en CJ	Productores fuera de CJ
Oportunidades para disponer de infraestructuras dentro de sus parcelas que les permiten optimizar sus costos y mejorar sus niveles de rendimiento.	No tienen posibilidades de acceder a infraestructuras en sus parcelas
Facilidad para acceder a insumos, como abonos, dentro de su organización	Limitaciones para obtener abonos orgánicos
Capacitación constante en aspectos técnicos del cultivo y post cosecha. Oportunidades para intercambios en otras zonas	No reciben capacitación. En algunos casos reciben asistencia técnica.
Aspectos comunes a ambos: Disponen de infraestructura para empaque de banano.	

Cuadro 1: Nivel de tecnología de productores dentro y fuera de CJ

Para terminar, a nivel social, los productores incursionados en comercio justo logran mejorar la situación socio económica de sus familias y de sus cercanos, con la priorización de familiares en el empleo para la cosecha y exportación del y en particular de los jóvenes.

2.4 Impacto del CJ sobre los ingresos familiares

✓ Efectos del CJ sobre la diversificación de ingresos

Si bien hemos visto anteriormente que los productores tenían una relativa especialización productiva en banano, aparece una estrategia de diversificación con actividades no agrícolas, con la inversión de ganancias del banano en otras actividades generadoras de ingresos complementarios como tiendas, transporte, restaurantes... esa reinversión siendo permitida en esos últimos años por el comercio justo gracias a un nivel de precios superiores

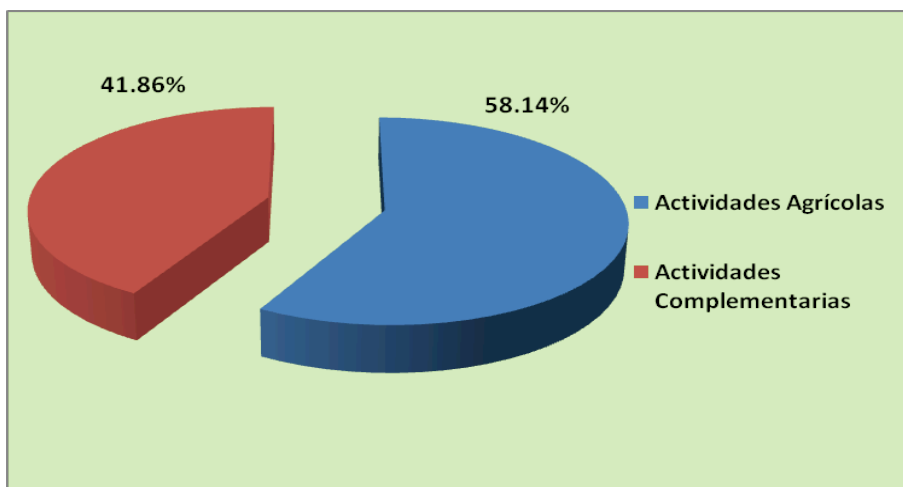


Gráfico 9: Porcentajes de socios de Ampbao con actividades no agrícolas

Fuera de comercio justo, son muy pocos los productores bananeros que logran invertir en otras actividades, por los ingresos más limitados que reciben del banano.

✓ Efectos del CJ sobre el precio

Los precios obtenidos en CJ han sido siempre en promedio superiores a precio convencional pero han sido objeto de incidencia permanente por parte de los productores para su renegociación. Así conforme las organizaciones tomaban fuerza se ha logrado reconocer un precio mínimo superior. Incluso la entrada de las organizaciones en exportación directa se ha traducido por un aumento de precios superior al mínimo en CJ como fue en caso en 2008.

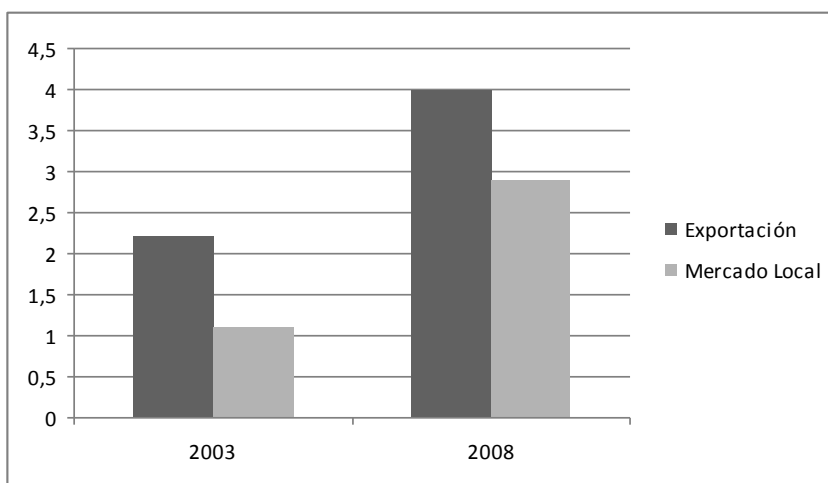


Gráfico 9: Precios promedios anuales (USD/caja) recibidos por los productores sin CJ 2003 y con CJ 2008

Los productores consideran importante el establecimiento de precios fijos durante el año, en la medida que les permite, entre otros, asumir préstamos para mejora de sus viviendas principalmente, que antes no podían acceder por la inestabilidad y fuerte variación de los precios del banano. Los precios estables le garantizan al productor una sensación de bienestar. El gráfico siguiente permite apreciar las ventajas al productor de estar en CJ, considerando que el precio convencional puede variar durante el año en una proporción de uno a tres entre los precios más bajos y más altos.

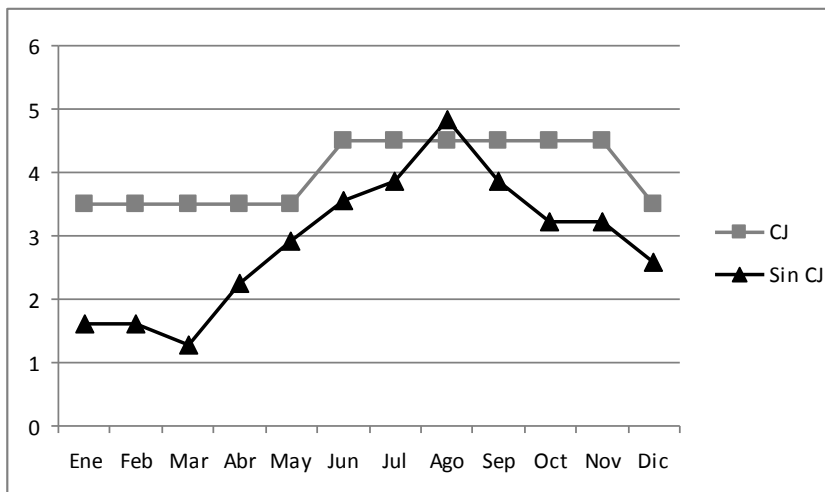


Gráfico 10: Evolución de precios en USD/caja durante el año entre productor en comercio justo y fuera de comercio justo

A pesar que los precios de banano convencional puedan superar incluso el precio en CJ en determinada época del año, los productores, asumen su compromiso con la organización para entregar su producto de manera permanente, porque han entendido que el mercado local es muy variable y que este incremento de precios en determinada época no es sostenible. Además entendieron que si destinan mayor volumen para el mercado local, este precio no se mantendría tan alto. Existe entonces un fuerte compromiso de los productores hacia su organización.

✓ **Ventajas al productor en sistema CJ**

La organización, fuera del precio, otorga ventajas para mejorar la producción, en particular proporciona abonos comprados en bloque, además del abono orgánico (compost) producidos en centros promovidos por las organizaciones, con el fin de dar facilidades a sus asociados, garantizando además la producción orgánica del banano. Los productores fuera de CJ no pueden acceder a estas facilidades. La compra en bloque permite de bajar al productor el precio de compra de 15 al 20%. Considerando gasto de insumos de 1300 a 2600 USD mas o menos por hectárea según el nivel tecnológico (principal gasto asumido en las parcelas), la compra colectiva ofrece un ahorro muy substancial para los productores que se puede evaluar entre 200 y 400 USD por ha.

Un aspecto complementario es la facilidad para acceder a créditos, por ejemplo APPBOSA ha firmado convenios con entidades financieras locales para que sus trabajadores y productores puedan acceder a créditos. Los productores fuera de CJ tienen limitaciones de acceso por las pocas garantías que presentan ante los requisitos de los bancos. Además la tasa de interés que el productor asume con crédito negociado por su organización es de 1,5 a 2% mensual cuando el banco otorga individualmente créditos a los productores a tasas de intereses alrededor de 4% mensual.

✓ **Efectos del CJ sobre los ingresos familiares**

En relación a la evolución de precios durante el año en CJ y fuera de CJ, se puede observar que los ingresos mensuales de los productores en CJ son más estables durante el año en condición de

comercio justo, aunque varían, por cuestiones de evolución de la producción de banano durante el año, como ilustrado por el grafico siguiente.

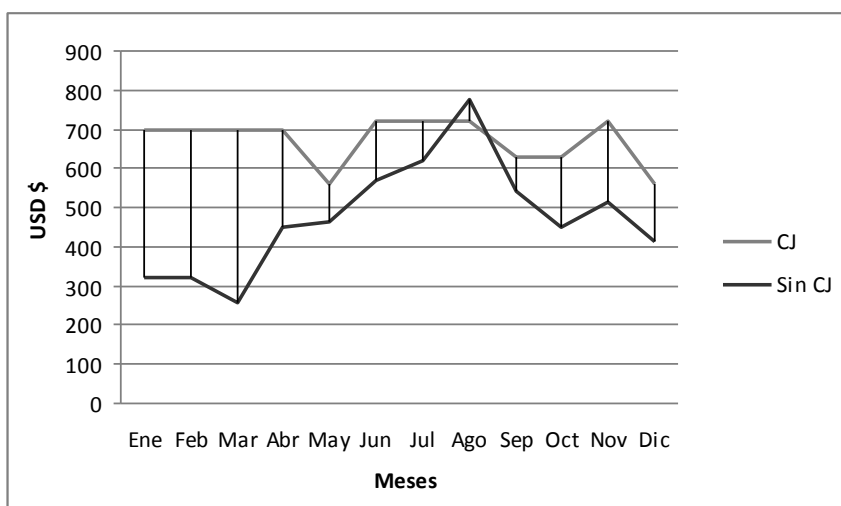


Gráfico 11: Evolución de ingresos brutos del banano entre productor en CJ (Appbosa) y fuera de CJ

Las diferencias de ingresos y costos asumidos en las parcelas, dependen del nivel de tecnología y en particular del nivel de abonamiento de las parcelas. Sobre esa base se puede diferenciar los productores tanto por área como por nivel de intensificación de su actividad.

Así a partir del ingreso bruto se ha podido determinar ingresos netos para los productores más pequeños³, sin considerar los gastos de mano de obra, (esos productores valorando su propia mano de obra para la gestión del cultivo), como se puede analizar en el cuadro siguiente, con datos de encuestas en Appbosa.

Tamaño (ha)	Nivel tecnológico bajo (abonos)			Nivel tecnológico medio-alto (abonos)		
	Ingreso bruto	Gastos	Ingreso neto	Ingreso bruto	Gastos	Ingreso neto
Hasta 0,5 ha	2250	698	1551	3450	1356	2093
Hasta 1 ha	4500	1397	3103	6900	2712	4187

Tabla 2: Nivel de ingresos brutos y netos para los productores mas vulnerables (<=1ha de banano), en USD/año

Luego se ha podido determinar el nivel de vulnerabilidad de esos productores (los 40 % mas o menos que tienen menos de 1 ha de banano), considerando los gastos mínimos que debe asumir una familia: (i) Para su sobrevivencia, considerando solamente los costos mínimos de alimentación y vivienda (ii) Para llegar a un nivel de vida sostenible, incluyendo gastos de educación, salud y vivienda de la familia.

	3 personas/familia	4 personas/familia
Nivel de sobrevivencia (USD/año)	1935	2320
Nivel de vida sostenible (USD/año)	2418	3242

Tabla 3: Costos mínimos en USD/año para la canasta básica y nivel de vida sostenible según número de miembros dependientes en la familia

³ los productores lo más vulnerables son los que disponen de 1 ha o menos de banano, por esa razón es muy interesante analizar si logran vivir de su actividad agrícola en situación de comercio justo

Tamaño (ha)/número de miembros	Nivel tecnológico bajo (abonos)		Nivel tecnológico medio-alto (abonos)	
	Sobrevivencia?	Sostenibilidad?	Sobrevivencia?	Sostenibilidad?
Hasta 0,5 ha /3 miembros	-384	-867	158	-325
Hasta 0,5 ha /4 miembros	-769	-1691	-227	-1149
Hasta 1 ha /3 miembros	1168	685	2252	1769
Hasta 1 ha /4 miembros	783	-139	1867	945

Tabla 4: Nivel de sobrevivencia o de sostenibilidad, según nivel tecnológico, tamaño de la parcela, y número de miembros de la familia en USD/año

Las familias de productores (incluso las con dos hijos en edad escolar) con un manejo de tecnología alta y una superficie de por lo menos 1 ha, logran rebasar el nivel de vida sostenible. Estos modelos de producción, aun en relativamente pequeñas superficies, les permiten adquirir insumos como abonos orgánicos (comprados fuera de la finca) para asegurar rendimientos estables a largo plazo, pero también facilitan mejores condiciones de educación y salud para la familia.

Sin embargo, existe un grupo de productores, estimado en un 20 % de los socios en Ampbao o Appbosa que tienen menos de 0.5 hectárea de banano que representa el sector más vulnerable económicamente. Este grupo tiene que vender su mano de obra para poder mantener su familia, considerando que el umbral de reproducción es de 1,935 US \$ o 2320 US \$ al año según si se consideran 3 o 4 personas dependientes en la familia. La continuidad de este modelo se explica en la medida que este tipo de productores aplican otras estrategias para complementar sus ingresos, como la venta de mano de obra ya sea en las parcelas de banano de otros socios, en otros cultivos o en las cuadrillas de la CEPIBO.

Sin embargo, cuando el productor tiene menos de 0,5 has de banano, como no puede alcanzar un nivel de vida sostenible con su producción agrícola, la organización ha visto en la necesidad de cambiar las condiciones para la incorporación de nuevos socios. Por eso en el caso de Appbosa, se ha determinado que personas con una superficie menor de 0.5 hectáreas no puede ser socio de la organización. Esta medida está orientada a restringir la micro parcelación de las fincas y asegurar explotaciones agrícolas viables de las cuales se puede tener ingresos mínimos suficientes para las familias. Puede excluir a algunos pero también constituye una respuesta pragmática de la organización que tiene dificultad finalmente en desarrollar propuestas de intensificación y gestión de calidad de banano para familias cuyos ingresos van a depender por una buena parte de actividades fuera de su finca.

En conclusión, en general se aprecia una mejora en las condiciones de vida de los socios tanto de Appbosa como de Ampbao, reflejado principalmente en las adquisiciones de bienes o mejoras en las viviendas. A decir de los socios esto no hubiera sido posible sin las condiciones comerciales que se ha desarrollado con el soporte del comercio justo y el desarrollo de una actividad creciente de exportación de banano orgánico. Si bien el precio mínimo no siempre ha constituido un factor determinante, el precio mínimo adaptándose muchas veces ha aumentos de precios de exportación ya negociados por las organizaciones, el CJ ha dado confianza a las organizaciones para negociar mejores precios y exigir mayor transparencia por parte de las empresas.

La estabilidad de los precios garantizada por la OP les da los productores la seguridad de poder planificar sus gastos, incluso el acceso a créditos para la mejora de sus viviendas. Así mismo, los negocios o actividades no agrícolas complementarios a la economía familiar han favorecido a los productores permitiéndoles garantizar el acceso a la educación de sus hijos.

Por otro lado, la dinamización de la economía local y la generación de una nueva actividad comercial, han generado nuevas oportunidades de trabajo para los jóvenes, sobre todo. Así mismo,

las mejores condiciones económicas de las familias con más de una hectárea de banano, permiten que generen oportunidades de trabajo para las actividades agrícolas en sus parcelas. Estas condiciones han permitido que de alguna manera se reduzcan las migraciones temporales y definitivas, muy frecuentes anteriormente. Con respecto a las oportunidades de trabajo que brinda las organizaciones estudiadas, se debe reconocer el mejoramiento de las condiciones laborales, comparando con otras organizaciones o empresas que realizan actividades similares.

Testimonio de productor sobre evolución de ingresos familiares:

El caso de Pablo Palacios, socio de Ampbao

Pablo Palacios es un productor de 47 años. Vive en el caserío de Chalacalá, tiene esposa y dos hijos, varó y mujer que cursan estudios de primaria y secundaria respectivamente.

El padre de Pablo les repartió el terreno a dos hermanos y le ha tocado 0.63 hectáreas de banano. Pablo anteriormente vendía su banano a la empresa Dole. La empresa le ha dado dos reconocimientos (placas) por ser un buen productor y tener banano de calidad. Sin embargo, Julio no se sentía bien vendiendo a la empresa. Se asoció a Ampbao desde su fundación, con la esperanza que un día su organización exporte su banano de forma directa. Los precios que les pagaba la empresa al inicio, si bien eran mejores a los ofrecidos por los comerciantes para el mercado local, no satisfacían las necesidades.

Antes, los ingresos no alcanzaban. Su esposa tenía que trabajar también en la chacra, ayudándoles en algunas labores, además, él tenía que salir a trabajar a Somate en la siembra o cosecha de arroz. Su hijo mayor asistía a la escuela pero no usaba el uniforme oficial, sólo llevaba un cuaderno y los demás los compraba de a pocos (si es que podía). Además su esposa tenía que realizar “juntas” para ayudar a los gastos de la casa y la alimentación y educación de los hijos.

Con la entrada de las organizaciones en el CJ, los precios se mejoraron y con ello la situación económica de su familia. Ahora Pablo ya no necesita salir a trabajar a otro lugar. Ha mejorado su casa, es de ladrillo, con piso y la ha equipado con algunos artefactos eléctricos, para lo cual ha tenido que sacar préstamos en una entidad financiera de Sullana; antes no hubiese sido posible para ellos acceder a créditos. Su esposa administra una pequeña tienda en su casa lo que le genera un ingreso aproximado de S/. 200 al mes, lo que permite ayudar de una manera más descansada a los ingresos familiares y poder cubrir la educación de sus hijos.

Para Pablo, el estar en la organización le da una sensación de libertad, pues dice que antes se sentían como esclavos, que no podían opinar o reclamar ante la empresa, sólo eran productores que abastecían fruta y la empresa se encargaba de promover que la fruta sea de calidad.

✓ **CJ y seguridad alimentaria, exportación versus mercado local**

La estrategia de seguridad alimentaria de la mayoría de las familias asociadas a Appbosa y Ampbao, está centrada en la optimización del área en banano para generar ingresos que le permitan comprar los alimentos y cubrir los gastos familiares. Son pocos los productores que cultivan otras producciones que el banano para su autoconsumo.

Sin embargo, esa baja dinámica de autoconsumo constituye una situación nueva, los productores manifiestan que anteriormente sembraban cultivos anuales para autoconsumo (maíz, yuca, frijoles, camote). Hoy en día, los productores prefieren optimizar la poca área para generar ingresos, en la medida que el banano les reporta mayores ingresos, y sufren de inseguridad para la producción de alimentos de consumo directo, en la medida que son sujetos de robos en las fincas por tener sus parcelas a proximidad del casco urbano de Sullana y de carreteras de tránsito importante (Panamericana y vías de tránsito a la sierra de Piura). Al parecer para los productores es más factible comprar los alimentos que producirlos. Sin embargo, algunos migrantes de la sierra de Piura siguen cultivando una diversidad de productos de pan llevar y mantienen además crianzas de aves.

Finalmente, la actividad de exportación es el motor económico en la zona. Para los productores de Appbosa no se concibe continuar con un desarrollo sostenido, como el que se viene dando, si esta actividad decae. Es más, apuntan a que su organización pueda buscar nuevas alternativas, también en mercados externos, ante una crisis del banano. El razonamiento de los productores es que el mercado nacional no soporta grandes volúmenes de productos, los que origina bajos precios y retraso en el desarrollo de las familias y las localidades.

Para los productores de banano, la exportación es una actividad económicamente mucho más rentable que la venta al mercado nacional. Les ha permitido tener mejoras en la alimentación, que es uno de los aspectos prioritarios para las familias. Un productor manifestaba *“ahora siquiera podemos echarle carne a la olla al menos tres veces a la semana”*. Además les ha permitido tener mejoras en las viviendas. Esto explica todo el esfuerzo que hacen por cumplir con las normas y estándares establecidos.

Los productores que están fuera de la dinámica de exportación están sujetos a la inseguridad y los bajos precios que reciben del banano durante la mayor parte del año.

✓ **Productividad del trabajo, y viabilización de la actividad agrícola**

Calculando el ingreso por día trabajado en la parcela de banano, se obtiene según los sistemas de producción (más o menos intensificados), una productividad del trabajo de 9 a 10 USD por día. Ese monto es mucho mayor que el pago de un jornal (unos 5 USD por 5 horas de trabajo), y superior también a un trabajo no calificado en la ciudad (7 a 8 USD por día de trabajo). Eso explica que los productores que tienen poca superficie valoren su propia mano de obra en la finca (es más rentable para ellos).

Esa buena rentabilidad de la actividad del banano CJ, superior al costo de oportunidad de la mano de obra no calificada permite a los productores ya no tener que migrar para completar sus ingresos como solían hacer unos años atrás.

Por otro lado, las mujeres han visto también mejoradas sus condiciones de trabajo toda vez que ahora se dedican menos a apoyar en las labores productivas en las parcelas de banano.

Resumen del impacto del CJ sobre la situación socio económica de las familias

El precio obtenido en situación de comercio justo es superior de un 25% al mercado nacional en promedio, y ese precio se mantiene estable durante el año, cuando varía fuertemente en el mercado convencional

El precio mínimo tiene efectos fuertes sobre los ingresos, porque la mayoría del banano se vende bajo condiciones de CJ (de 50 a 70%)

Sin embargo el ingreso agropecuario depende principalmente del banano y de la exportación, lo que representa un riesgo de sostenibilidad económica de las explotaciones pero a la vez las muy limitadas áreas disponibles por familia no permiten mantener diferentes actividades agropecuarias

La seguridad alimentaria de las familias está asegurada comprando productos a nivel local

La mayoría de los productores ganan más que el sueldo mínimo aplicado en Perú (2400 USD/año)

Todos los productores en comercio justo con más de 1 ha de banano logran un nivel de vida sostenible y la reproducción del sistema productivo, cubriendo sus gastos básicos con servicios de educación y salud a su familia

Sin embargo los más pequeños productores (menos de 0,5 has), necesitan completar sus ingresos con trabajos (en general en la cuadrillas de empaque)

Para terminar los paquetes técnicos propuestos por las organizaciones y adoptados por la mayoría de los socios, permiten en global aumentar los ingresos de los productores de unos 30 a 40%

2.5 Impacto del CJ a nivel del desarrollo organizativo

El fortalecimiento y desarrollo organizativo de los productores bananeros ha sido uno de los temas más relevantes del impacto del comercio justo, por el trabajo conjunto del oficial de enlace de Flo en Perú y de diferentes instituciones de apoyo.

✓ Legitimidad y representatividad de las organizaciones

En el caso de Appbosa, el crecimiento de la base social de la organización ha sido considerable en los cinco años de vida organizativa. De 126 socios, actualmente son 291, es decir 2,3 veces más que al inicio. Este crecimiento de la base social se ha dado bajo dos mecanismos: i) incorporación de socios nuevos con nuevas áreas, y ii) incorporación de socios a partir de la parcelación de tierras de los titulares (proceso de herencia). Esto último explica que la tenencia de tierra actual ha bajado de 2,5 hectáreas a 1,5 en promedio.

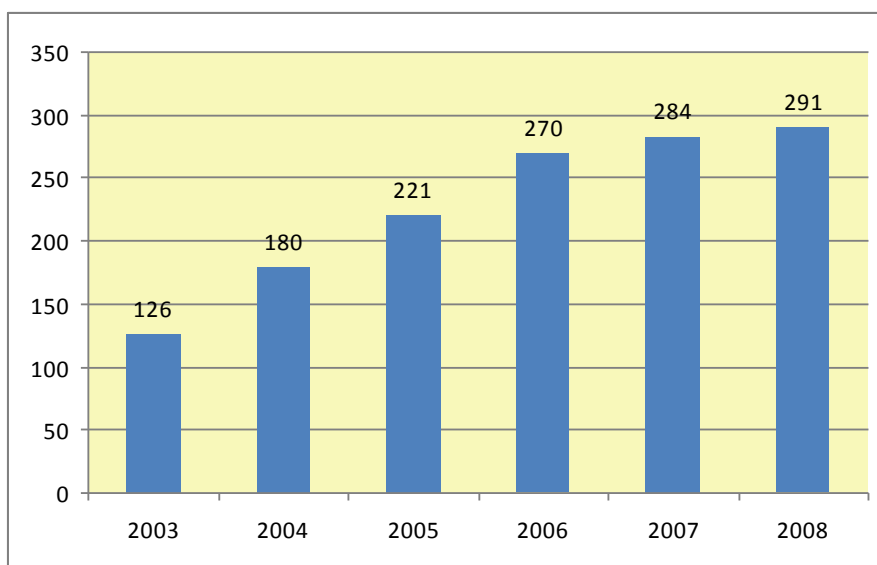


Gráfico 12: Evolución de la base social de Appbosa

La dinámica del CJ ha permitido el crecimiento de la organización no sólo de su base social, sino también de su estructura organizativa así como del personal. Se han profesionalizado las áreas de la organización con un soporte importante de la prima de desarrollo del CJ. Además, hubo un importante crecimiento del capital fijo de Appbosa, reflejado por inversiones en su propio local institucional, almacenes, infraestructura productiva, esa capitalización siendo permitida principalmente por la prima de desarrollo del CJ.

En el caso de Ampbao, ha sido la única organización en la margen izquierda del valle del Chira, lo que ha llevado a que la principal empresa exportadora, Copdeban SAC (Dole), la vea como una amenaza para su actividad por su gran base social. En los primeros años, Ampbao llegó a tener 680 socios inscritos en su padrón. A partir de esa iniciativa organizativa, motivados principalmente por las empresas que les ofrecían condiciones de compra diferenciadas para promover su desarticulación, numerosos productores han creado otras organizaciones en el ámbito de intervención de Ampbao. Así, la misma empresa Copdeban promovió la inscripción de nuevas organizaciones en el registro de FLO, lo que puso en peligro a un momento la existencia de Ampbao.

Luego, para defender sus intereses ante una empresa tan grande como Dole, Ampbao fue la principal OP que impulsó la creación de una organización de segundo nivel, Cepibo, en su afán por estructurar el tejido social en ambos márgenes del valle y lograr la representación del sector

bananero. Ahora Ampbao es la principal OP de las nueve asociadas a Cepibo, aporta alrededor del 40% de las exportaciones de su central y tienen una dinámica de participación activa en la definición de políticas y planteamientos de propuestas en la central.

En estos dos últimos años, el CJ ha permitido que Ampbao empiece a sentar su base social e inicie una nueva fase, que sería interesante poder evaluarla en unos años.

ANTES	AHORA
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Poca credibilidad de los socios respecto al crecimiento de la organización. ✓ Poca participación en las convocatorias a asambleas ✓ Desconfianza de la gestión de la Junta Directiva. ✓ Desconfianza del posible uso de los recursos económicos, debido a la mala experiencia de las cooperativas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Confianza total en la Junta Directiva que eligen cada dos años. ✓ Mayor presencia en las asambleas generales y presencia masiva en reuniones convocadas a nivel de sectores. ✓ Concurrencia a convocatorias a marchas que organiza o apoya la OP. ✓ La consideran como la mejor organización del valle. ✓ Percibida como una organización que tiene una mirada y objetivos de largo plazo. ✓ Considerada con capacidad para gestionar proyectos de apoyo a los asociados y no asociados

Cuadro 2: Percepción de socios y satisfacción de expectativas, caso Ampbao

✓ **El desarrollo de capacidades autónomas de acceso al mercado**

Para entender la amplitud de los cambios logrados en la gestión comercial por las organizaciones estudiadas, el presidente actual de Appbosa, Valentín Ruíz, recuerda que *“no sabíamos que DOLE había enviado fruta al mercado de CJ hasta que el 2004 nos dieron un dinero. Nos dijeron ‘este dinero es por una parte del banano que vendimos el año pasado al CJ’. Nosotros no estábamos ni enterados de esto”*. Ahora la organización exporta en directo a importadores europeos el banano, negociando los precios FOB del banano, incluso encima de los precios mínimos, la tabla siguiente ilustra las diferentes fases de gestión comercial por las cuales ha pasado Appbosa desde 2003

FASE	Descripción
Monopolio con Dole y contratos de manera individual	Desde el 2003 se inicia la relación comercial con Copdeban SAC. Todo el banano se vendía a esta empresa. La venta no se realizaba de manera organizada sino de forma individual.
Diversificación de clientes exportadores y contratos a través de la organización	Problemas de comercialización con Copdeban SAC en el 2005 permiten que la organización busque nuevas alternativas de diversificación de clientes.
El inicio de la autonomía comercial	Los altibajos de la gestión comercial con empresas, aceleró el proceso de búsqueda de mercado de manera directa. El 2008 se envía el primer contenedor de prueba. Ahora exportan 4 contenedores directamente.

Cuadro 3: Fases en la gestión comercial de APPBOSA

Desde que se inició la venta a través de la organización en el año 2006, los productores acopian el 100% de su banano a través de Appbosa. De un estimado de 350,000 cajas vendidas en el 2003, se

ha incrementado hasta 596,500 en el 2008. Los socios de APPBOSA no conciben vender su fruta de manera individual, así les propongan mejores precios, pues tienen claro que es a través de la organización que se deben hacer las ventas, lo que refleja la identidad que tienen para con su organización. La exportación directa es un factor que afianza más la identidad de los socios.

La exportación directa del banano ha sido un aspecto recientemente asumido por Appabosa, a inicios de 2009, al parecer tomando como referencia la experiencia de organizaciones como Cepibo que fue pionera de la exportación directa en 2008. En Abril del 2009 se exportan ya entre 3 a 4 contenedores semanales; la meta es llegar al menos a 10 contenedores hasta fines de 2010. El punto de equilibrio estimado por Appabosa en exportación directa es de 7 contenedores semanales.

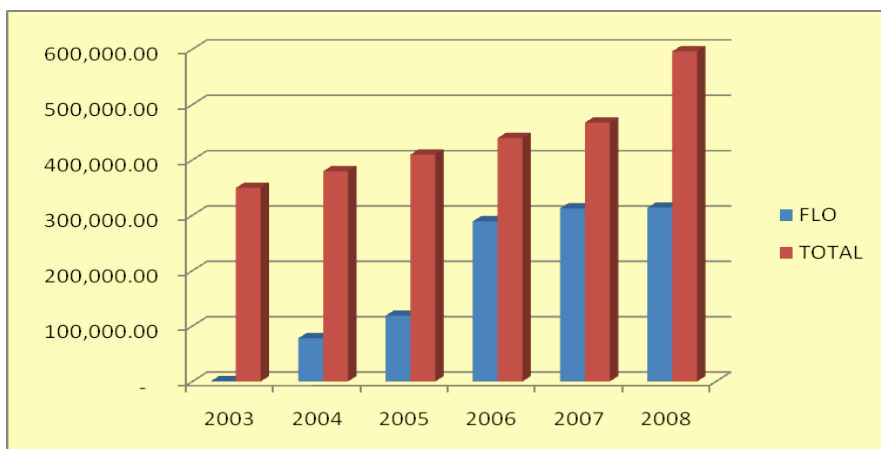


Gráfico 13: Crecimiento de las ventas totales de banano en Appbosa en total y CJ (en cajas/año)

A nivel de Ampbao si bien tiene siete años de vida organizativa, ha establecido relación con los mercados de CJ solamente hace tres años. Su trayectoria se ha basado en el intento por consolidar su base social y luchar para establecer una relación más justa de precios entre las empresas exportadoras y sus asociados, buscando establecer una relación directa con los mercados del CJ.

Si bien Ampbao no ha tenido una dinámica comercial tan fuerte como Appbosa por ejemplo, ha tenido un rol importante a nivel de incidencia local y regional. Su visión política y estratégica del desarrollo le ha permitido que los recursos de la prima obtenidos desde fines de 2007, sean empleados para realizar gestiones, movilizar poblaciones e incidir para la ejecución de obras de bien común.

Relaciones conflictuales con los exportadores y dificultad para lograr la autonomía comercial: caso de las relaciones entre Copdeban SAC y Ampbao

Según los socios de AMPBAO, la empresa Copdeban SAC ha tratado todo el tiempo de dividir a la organización. Hay un fuerte sentimiento de los productores en contra de Copdeban SAC, en la medida que ha limitado su desarrollo y peor aún, ha generado competencia y divisionismo entre los productores. El esfuerzo de Copdeban SAC por quebrar a la organización se ha manifestado hasta el año 2008.

Primeramente, los socios manifiestan que Copdeban SAC no quiso dar una carta de intensión de compra para facilitar la inscripción de Ampbao en FLO, pues la empresa sabía que la intensión de la OP era realizar la exportación sin intermediación de empresas.

El precio de USD 2,55 por caja propuesto por Copdeban SAC a fines del 2003, en ese entonces fuera de CJ, no fue aceptado por la Ampbao. Esto conllevó a que la empresa realice reuniones con grupos de productores, ofreciendo precios superiores a los 2,55, con el fin de debilitar la organización. De esta manera, por ejemplo, se creó Uboic, con parte de los socios de Ampbao

Luego, los socios de Ampbao, que no habían firmado contrato con la empresa, recibían un precio de USD 2,80 por caja mientras que los otros recibían hasta USD 3,00. Esto contribuyó a que un mayor número de productores firmen contrato con la empresa, al margen de la decisión de la organización.

Otro de los mecanismos que empleó Copdeban SAC para fracturar la organización fue el de restringir las cosechas para los asociados de Ampbao. Este hecho generó también el retiro de varios socios ante el riesgo de perder su banano.

Actualmente, con la creación de la Fundación Dole (Fair Dole), han aparecido nuevas organizaciones, quienes tienen por dirigentes a directivos de las ex cooperativas fracasadas de los años 80 y 90.

A partir de 2008, la capacidad y autonomía comercial de Ampbao se gestiona a nivel de su organización central Cepibo, desde que se optó por la exportación directa. Para dar ese paso, Ampbao y su central han desarrollado análisis de costos comerciales hasta la venta FON del banano e inicie con apoyo de entidades de cooperación, la relación directa con importadores europeos. Por otro lado, como las organizaciones no habían exportado anteriormente volúmenes importantes en CJ, no disponían de fondos propios suficientes para financiar la exportación. Se gestionó así un capital de trabajo inicial de aproximadamente USD 190,000 que ha logrado ser cancelada luego de un año de exportación lo que refleja el desarrollo muy rápido de capacidades de gestión comercial y financiera.

ENTIDAD	MONTO USD
Aportes de entidades de cooperación y fondos propios	40,000.00
Pronatura	50,000.00
Rabobank	100,000.00

Tabla 5: Capital de trabajo gestionado por Cepibo, año 2008

Así durante el año 2008, Ampbao logró exportar a Europa mediante Cepibo unas 247 000 cajas, de las cuales 209 000 en CJ, o sea casi el 85%.

En 2008, la entrada de Cepibo y de sus bases, en primer lugar Ampbao, en la exportación directa, provocó a los pocos meses una alza de los precios ofertados por los exportadores y luego una regulación del precio.

Por otro lado, desde Cepibo se está buscando ahora otras alternativas comerciales en el mercado nacional, con el fin de poder comercializar en mejores condiciones el banano de descarte que queda en planta. Esto le ha permitido ya establecer relación con un comprador de banano de calidad de Lima, a precios casi comparables con los de exportación.

Para concluir sobre el desarrollo de capacidades comerciales, el CJ ha sido también el motor para dinamizar otras organizaciones, que ven ahora como un factor importante para su desarrollo, la relación directa con el mercado. La tendencia actual de las OP es de reducir su dependencia hacia empresas exportadoras. En este sentido, en el Valle del Chira, las empresas exportadoras no tienen un futuro muy promisorio para el mediano plazo, en la medida que en banano, los pequeños productores logran conquistar un espacio reservado hasta ahora a la empresa privada. Muestra de esa tendencia de empoderamiento creciente de las organizaciones, Biocosta por ejemplo está ya entrando en otras líneas de cultivos fuera del Valle del Chira, como una manera de prepararse para salir del sector bananero.

✓ **Gestión de la prima del CJ y sus efectos**

La prima de desarrollo ha jugado un rol muy importante para el desarrollo organizativo en banano, en la medida que el precio mínimo ha tenido un papel menor, porque era igual o inferior al precio de banano exportado como orgánico convencional. La prima de comercio justo, por los montos importante que ha representado rápidamente para las organizaciones, les ha permitido volverse mucho mas visibles y con capacidad de inversión tanto en la cadena como en sus territorios.

A diferencia de otras organizaciones de Piura (como Cepicafé y Apromalpi posicionadas en CJ para café, cacao, mango...), Appbosa en particular ha logrado beneficiarse desde las primeras ventas en comercio justo en 2004 hasta fines de 2008 de un monto acumulado muy elevado por prima de desarrollo, alrededor de un millón de USD. Esos recursos han sido utilizados de manera muy estratégica tanto para el desarrollo institucional, social, económico y ambiental de la organización y de sus familias socias, como lo ilustra la tabla siguiente sobre los principales usos de la prima en 2007.

Beneficio social	Número de beneficiarios
Fondo mortuario, intervenciones quirúrgicas, visitas medicas	68
Otros beneficios: apoyo compras escolares, canastas navideñas y del día de la madre	1962
Beneficio ambiental	
Apoyo a al limpieza de canales de riego	1200 jornales pagados por Appbosa
Inversiones en planta de abonos orgánicos	17000 USD
Inversiones	
Compra de terreno para empacadoras	5
Instalacion de empacadoras	8
Construccion de pozos	4
Bomba de motor para riego	5
Mantenimiento de caminos	20 000 USD
Fortalecimiento de capacidades	Número de beneficiarios
Formacion en liderazgo	88
Asistencia tecnica	106
Apoyo a proyectos comunitarios	7 000 USD

Tabla 6: Principales usos de la prima de CJ, caso Appbosa en 2007

A nivel de Ampbao cuyas primeras ventas en comercio justo han sido mas recientes, solo a partir de 2007, si bien los recursos por concepto de prima del CJ no han sido tan altos, (un acumulado aproximado de USD 175,000 a fines de 2008), le ha permitido establecer una estructura y logística mínimas de funcionamiento. Se han realizado inversiones para implementar y mejorarlos centros de empaque, en aras de hacer más eficiente la gestión comercial. Así mismo, se han realizado contrapartidas para proyectos que ayudarán a mejorar las inversiones en infraestructura, como cable vía y riego tecnificado.

Además, con los recursos provenientes de la prima de desarrollo, Ampbao ha desarrollado diferentes apoyos y servicios a los socios:

- Capacitación y asistencia técnica a sus asociados a través de la contratación de dos técnicos de campo. Brindan apoyo para el manejo adecuado del banano, control y prevención de plagas y enfermedades, manejo del racimo para asegurar la calidad. Como constancia de este servicio, los socios firman una ficha de asistencia técnica.
- Fondo mortuario, que apoya con S/. 100.00 a los socios o familiares directos en caso de fallecimiento.

- Bono navideño, para los asociados y trabajadores, que consiste en una canasta con productos alimenticios.

Ampbao ha priorizado el uso de la prima de desarrollo para realizar gestiones y apalancar proyectos de desarrollo de largo plazo. No se ha priorizado el apoyo o incentivos a los socios con fondos para la salud, incentivos por el día de la madre, u otros, pues consideran que estos apoyos no contribuyen al desarrollo.

En conclusión por los montos importantes que representa (1 dólar por caja exportada), la prima de desarrollo ha jugado un papel clave en desarrollar capacidades de autogestión y autofinanciamiento por las organizaciones, dándole por lo tanto mayor capacidad de negociación ante los exportadores, y en primer lugar con la inversión propia de las organizaciones en el empaque de la fruta, primer paso permitiendo bajar la dependencia de los exportadores y luego desarrollar capacidades propias de exportación en CJ.

✓ **Una autonomía financiera de las organizaciones en consolidación**

En el caso de Appbosa, se inicio en comercio justo con fondos propios limitados que han ido creciendo rápidamente en los últimos años como se puede apreciar en el grafico siguiente.

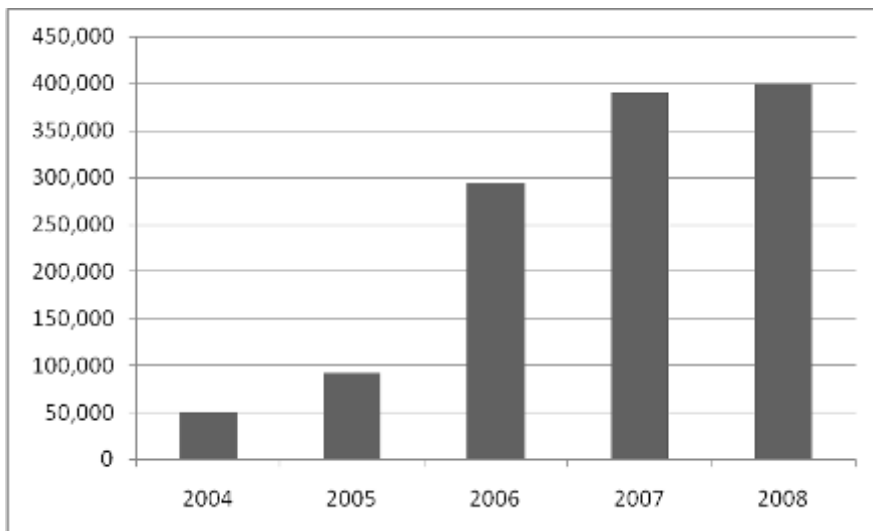


Gráfico 14: Evolución de los fondos propios de Appbosa entre 2004 y 2008

El premio CJ representa la principal fuente de financiamiento de la APPBOSA. Por otro lado, los socios de APPBOSA contribuyen también al financiamiento de la organización mediante un aporte de 5 soles por mes, como fondo para insumos o préstamos personales y con el aporte de 1 sol por caja exportada para un fondo que permite el financiamiento del abonamiento orgánico.

Además desde el 2007, el empaque del banano permite cubrir también parte de los costos operativos de la organización. Así entre los fondos propios de la organización y la gestión del empaque, Appbosa esta en capacidad de asumir el 100% de sus costos de personal operativo y además, con sus fondos logra apalancar recursos adicionales.

A nivel de Ampbao, una de sus limitaciones es su poca capacidad de autofinanciamiento. Se maneja solamente con los recursos obtenidos por la prima de desarrollo del CJ. Se están tomando medidas como el aporte de los socios en función a su superficie de banano, lo que les permitiría mejora el apoyo en el servicio a la salud de sus asociados. Ante una fuerte dependencia de la prima de comercio justo, la organización decidió implementar aportaciones por socio, a partir de 2009, diferenciando aportaciones según el área de banano de los socios.

Se evidencia entonces que la anterioridad en CJ constituye un factor muy importante para la consolidación de capacidades de autofinanciamiento de la organización, permitida en primer lugar por la prima de CJ.

✓ **Empoderamiento de los productores y de las organizaciones mediante otros servicios**

A nivel de Appbosa, la organización es considerada últimamente por las otras organizaciones, como uno de los modelos a seguir, sobre todo por el crecimiento organizativo. Esta organización ayudó a otras organizaciones a mejorar sus sistemas de contabilidad y administración en aras de una mejor gestión interna y mejorar la eficiencia. Sin embargo, es poca la ascendencia que tiene la OP en las instancias locales. La priorización del aspecto gerencial ha sido una de las causas para la poca articulación con las instancias locales. Aunque hay algunos logros de las concertaciones y coordinaciones, es un aspecto por reforzar en la APPBOSA.

Un aspecto importante que se resalta en Appbosa es la capacidad no solo para analizar los gastos, orientados a una mayor competitividad y eficiencia de la organización, sino para implementar medidas que contribuyan a ello. Los costos por ejemplo de empaque de fruta, han sido reducidos, generando capacidades de sostener su actividad de exportación.

Finalmente, la OP no sólo se ha limitado al mejorar los servicios a sus asociados, como crédito, fondos de ayuda social, fertilización orgánica, empaque de la fruta y comercialización, sino que los recursos provenientes de la Prima de desarrollo del CJ han servido para apalancar recursos externos, del gobierno local y de diferentes instituciones cooperantes, que permite fortalecer sus capacidades técnicas productivas y de gestión de calidad de la fruta.

Sin embargo el desarrollo de capacidades en Appbosa, a través de planes de capacitación hacia los directivos y líderes, queda un aspecto por mejorar.

A nivel de Ampbao, la gestión de servicios entre Ampbao y su organización central Cepibo se reparten de la siguiente manera:

- ✓ Cepibo se encarga de: i) la gestión de la certificación orgánica y FLO, ii) la cosecha post cosecha y empaque del banano, iii) la exportación, iv) apoyar en las inversiones en infraestructura postcosecha.
- ✓ Ampbao se encarga de: i) Asistencia técnica a sus socios, ii) inversiones en infraestructura productiva y post cosecha, iii) abastecimiento de abonos orgánicos a sus asociados, iv) gestión para promover el desarrollo local, v) velar por la protección del medio ambiente.

Por su parte los socios de Ampbao valoran más que todo la capacidad de incidencia de su organización y el hecho que asegura una gestión orientada a metas no sólo de corto plazo, sino de largo plazo, y que contribuirán a la mejora de las condiciones de vida de sus hijos. La compra de una gran extensión de terreno colectivo por ejemplo con parte de la prima de CJ es un aspecto muy valorado por los socios, que ven en este proyecto una esperanza para sus hijos.

En sus dos años de incursión en mercados de CJ, la AMPBAO ha tratado de capitalizar su corta experiencia con la edición de un video institucional y de otros videos de acciones puntuales, como la movilización realizada a la ciudad de Piura buscando el desarrollo de un proyecto aproximadamente de 10 millones de Soles, en beneficio de la población de la margen izquierda.

Actualmente, Ampbao recibe apoyo de otras entidades, y está en condiciones de poner o contrapartidas a los proyectos, lo que contribuye a su reconocimiento como actor local de desarrollo.

Conclusiones del impacto del CJ sobre el desarrollo organizativo

- Una base social de las organizaciones que se desarrollo o reconstruye a medida que la organización toma mas control sobre la cadena
- Los productores han mejorado mucho su autoestima, desde una posición de productores dependientes a exportadores organizados
- La funciones claves de la cadena logran poco a poco ser manejadas por las organizaciones estudiadas (y su central): asistencia técnica, gestión de certificaciones, estaciones propias de empaque, exportación directa, gestión financiera en profesionalización
- La prima del desarrollo del CJ permite inversiones claves en los sistemas de producción: fondos de insumos, riego presurizado, cable vía, ese apalancamiento de recursos de la prima siendo muy significativo en el caso de Appbosa
- Autonomia financiera de las organizaciones en crecimiento sobre todo para Appbosa
- Una posición creciente en los mercados de las organizaciones con un porcentaje fuerte en CJ
- El logro de una exportación directa del banano por cada organizaciones, logrando salir de la dependencia de los exportadores dominantes pero el desafío de conseguir mas mercados en directo
- El desarrollo de alianzas estratégicas con socios financieros y técnicos
- Un acceso creciente al crédito para financiar operaciones e inversiones con fondos nacionales e internacionales
- Un papel clave de la prima de desarrollo para asegurar servicios a los socios y a las comunidades rurales y ganar capacidades de negociación e cofinanciación

2.6 Impacto del CJ a nivel del desarrollo local y nacional

✓ Capacidad de regulación de precios de las organizaciones certificadas

La capacidad de regulación de los precios de las organizaciones esta sumamente marcada por el inicio de la exportación directa. En 2008, la caja de banano era pagado por la empresas a 3 USD por caja al productor. Cuando Cepibo anunció que empezaría con la exportación directa, Copdeban SAC subió el precio de la caja a 3,3 USD. Ante esto, Cepibo decidió finalmente acopiar a USD 3,5 la caja; esto motivó a que las empresas subieran el precio a 4,3 USD para no dejar prosperar la iniciativa de exportación directa. Este precio se mantuvo por 5 meses, luego bajo en 2009, producto de la crisis financiera.

En si la capacidad de regulación de precios se logra no por grandes volúmenes sino a partir del momento que las organizaciones venden en FOB porque pueden determinar ellas mismas el precio al productor y definir políticas institucionales asegurando un costo mínimo para la exportación y en todo caso menor a las empresas exportadoras, asegurando así incrementos de precios al productor. Por no perder volúmenes y compromisos de venta a los importadores, las empresas exportadoras se sienten obligadas a seguir los precios propuestos por las organizaciones y en primer lugar Cepibo.

✓ Impacto del CJ sobre las condiciones laborales de los trabajadores

En primer lugar sobre ese debate relativo a las condiciones laborales en esquemas de CJ, vale diferenciar dos tipos de trabajadores que se encuentran en banano:

- ✓ Los trabajadores permanentes que pueden trabajar en las explotaciones pero sobre todo a nivel del empaque del banano, primer proveedor de empleo agrícola a nivel del banano en el Valle.
- ✓ Los trabajadores ocasionales que pueden ser contratados por tareas especificas como limpieza de canales...pero que no tienen vinculo laboral con la organización

El estudio se interesa por la primera categoría y en particular los trabajadores contratados por la organización de productores que pasan las 200 personas por ejemplo en el caso de Appbosa.

La articulación de las organizaciones a mercados de CJ les ha permitido generar oportunidades de trabajo con remuneraciones diferenciadas para sus trabajadores, en comparación con otras organizaciones o empresas fuera de CJ, los empleados gozando de beneficios adicionales. Así la tabla siguiente demuestra que existe un diferencial muy significativo a nivel de las condiciones salariales entre empleados sin contrato, empleados con contratos fuera de CJ, y en condiciones de CJ. En el caso de Appbosa, los aumentos salariales para los trabajadores de cuadrillas son de más 30% en comparación con el sector convencional.

Condiciones laborales de la mano de obra	Sin contrato fuera de CJ	Sin contrato en CJ	APPBOSA = CJ
Sueldo de base para 8 horas	20	21,5	21,5
Horas extras : 2 horas	0	6,7	6,7
Dominical	0	0,0	3,6
Allocacion familiar	0	0,0	2,5
Vacaciones	0	0,9	0,9
Bonus	0	0,0	2,0
Utilidades	0	0,6	1,5
Subtotal	20	29,7	38,7
Seguro social	0	1,2	1,5
Total	20	30,9	40,2

Tabla 7: Comparación de las condiciones laborales para los trabajadores dentro y fuera de CJ

Incluso en el caso de Appbosa, se tomó la iniciativa desde 2007 que se constituya la Asociación de Trabajadores de Appbosa – Atappbosa que agrupa a cerca de 250 trabajadores. Este elemento es muy interesante, tanto en el poder organizativo, como en cuanto al potencial de empleo, como en el sistema mismo de contratación de cuadrilleros...ya que la mayoría de los cuadrilleros de las empresas exportadoras en la zona son contratadas por “brokers” y por ende los contratos de trabajo entre el cuadrillero y su “empleador” en la práctica es nulo. Es el broker el responsable de las condiciones de trabajo, una manera “elegante” de derresponsabilización de los empleadores de la zona...

Las organizaciones bananeras que manejan el empaque y la exportación, y en particular Appbosa y Ampbao, han permitido entonces crear referentes mejorando de manera significativa tanto las remuneraciones como la inclusión social de los trabajadores en el sector bananero, con ventajas monetarias y no monetarias así como oportunidades de representación dentro de la organización.

✓ **Generación de empleos**

Además de los empleos directos generados por la actividad, en Ampbao por ejemplo la organización busca desarrollar oportunidades de actividades para los familiares de los socios, en particular mediante el apoyo a la formación de microempresas.

Con la prima de CJ, Ampbao promueve la conformación de pequeñas empresa de jóvenes,. El apoyo principal consiste con aporte de capital semilla (inversión inicial) para facilitar el inicio de los negocios como por ejemplo:

- En el caserío de San Vicente, 20 personas reciben apoyo (10 de ellas mujeres) para la preparación de abonos orgánicos. La idea es que esta pequeña empresa pueda luego proveer de este insumo a la Ampbao y sus asociados.
- En el caserío de Chalacalá, Ampbao apoya un grupo de 27 jóvenes (18 de ellos mujeres) para elaborar los diapers utilizados en la protección de las manillas de banano en campo.
- Para el caserío de Huangalá, Ampbao propone soportar un proyecto de aprovechamiento del plátano de descarte para elaboración de chifles y conservas. Este proyecto promoverá el empleo directo para 28 jóvenes (50% mujeres).

A parte de esas iniciativas muy ligadas a la cadena bananera, el desarrollo del CJ ha sido un factor dinamizador de la exportación, y el movimiento de transporte, de trabajadores, y de recursos adicionales recibidos por los productores ha permitido desarrollar muchos empleos ligados al transporte de personas, al movimiento de camiones, a la restauración de los trabajadores en pequeños puestos...

✓ **Capacidad de incidencia a nivel local y sectorial**

La incidencia de las organizaciones pasa en primer lugar por lo económico la prima del CJ permitiendo a Appbosa y Ampbao negociar inversiones y proyectos a favor la comunidad. Ejemplos de ello, son las obras de implementación de agua potable o el arreglo de vías carrozables. Así mismo, esto le da mayor capacidad para gestionar obras de mayor magnitud como el asfaltado de la vía de acceso a Samán cogestionado por Appbosa.

La capacidad de incidencia de las organizaciones se expresa entonces por la capacidad de gestionar y cofinanciar inversiones a nivel local, como lo ilustra el caso de Ampbao a continuación.

Institución	Descripción	Observaciones
Incagro (2008)	Implementación de Cable Vía en 3.5 Km en sector Huangalá. Permitirá reducir el número de empacadoras de 4 a 1 Mejorará la eficiencia de las cuadrillas: se incrementará de 270 a más de 500 cajas empacadas por día Se incrementará de 20 a 25 las personas por cuadrilla	Incagro es parte del Ministerio de agricultura El monto del proyecto es de S/. 199,850.00. Contrapartida de Ampbao es de 89,932.5 (45%)
ONG CIPCA (2009)	Implementación de Cable Vía en sector Chalacalá. Permitirá reducir el número de empacadoras de 5 a 1.	Monto total del proyecto es de S/. 181,399.00. Contrapartida de Ampbao es de S/. 57,697.00 (32%)
Proyecto Subsectorial de Irrigación (PSI) - MUNICIPALIDAD	Proyecto de riego tecnificado en sector Montenegro para 60 Has.	Monto total del proyecto S/ 873,672.59. Ampbao aportará el 50%. Proyecto en gestión en marco del convenio entre la Municipalidad Provincial de Sullana con el PSI. Se espera, a través del presupuesto participativo ampliar a unas 200 Has.

Institución	Descripción	Observaciones
Prosamer (2008)	Apoyo en la elaboración de planes de negocio de Cepibo	Proyecto del sector público, favorecerá a Ampbao indirectamente
AVSF	Apoyo a la gestión comercial de Cepibo y en el mejoramiento de la infraestructura post cosecha	Algunas empacadoras se instalan en el sector de Ampbao.
Cedepas	Apoyo a la promoción y marketing de Cepibo	Favorecerá a Ampbao indirectamente

Cuadro 4: Relaciones establecidas con otras instituciones por Ampbao y su organización central

A nivel de incidencia política, la participación de Appbosa, sigue siendo limitada, en la medida que la organización priorizo el desarrollo de la parte empresarial. La participación de la OP en instancias regionales o nacionales, se centra en su participación en Repeban. En este sentido, transfiere a su gremio de segundo nivel el trabajo de incidencia y de representación del sector bananero.

Por lo contrario, a nivel de Ampbao, la organización ha mantenido una trayectoria marcada de incidencia política, participando en marchas defendiendo la pequeña agricultura en Piura, y negociando luego con el gobierno regional y acceso facilitado a la tierra para sus miembros, logrando comprar 2,700 hectáreas de terrenos eriazos inicialmente dirigidos hacia la gran empresa privada.

Sin embargo, de manera más general, no existen gremios o instancias que impulsen políticas a favor del desarrollo del sector bananero. El esfuerzo del Oficial de Enlace de FLO por llegar a clarificar roles y establecer mejores consensos en cuanto a representatividad del sector bananero en el valle, por parte de Cepibo y Repeban, vienen dando resultados positivos, si embargo es necesario profundizar más este aspecto.

El Cerx, que pudo haber sido un buen espacio de propuesta a nivel regional o la CONABO a nivel nacional, son instancias que no han logrado jugar papeles decisivos para la impulsión de políticas favorables al sector.

Finalmente, en lo referente a la soberanía alimentaria, desde las organizaciones Ampbao y Appbosa el CJ no ha permitido la promoción de una cultura de autoconsumo desde sus asociados. Tampoco se tiene participación en espacios de debate o propuesta sobre el tema de la soberanía alimentaria.

2.7 Impacto del CJ a nivel de la gestión de recursos naturales

Para introducir esa parte vale mencionar que el desarrollo del banano de CJ en el valle esta estrechamente ligado a la producción orgánica. Casi el 100% del banano exportado por las organizaciones, incluyendo naturalmente a Appbosa y Ampbao, es orgánico. Los productores que todavía no producen orgánico son nuevos asociados, que entran los primeros años en programas de certificación.

El desarrollo de prácticas de producción sostenibles se vincula directamente con el mercado, y con las exigencias de las certificaciones. Las diferencias de prácticas agrícolas son notorias por lo tanto con productores que no exportan el banano como lo ilustra el cuadro siguiente.

Productores en CJ y con certificación orgánica de banano	Productores en agricultura convencional y fuera de CJ
<p>Aplicación de abonos orgánicos como compost y guano de isla, compost de pota.</p> <p>Adquieren fertilizantes aceptados por la agricultura orgánica.</p> <p>Gasto entre 4 a 8 mil soles al año en insumos para abonamiento.</p> <p>No realizan quema. Conservación de mulching, proveniente de los chantes de plátano, raquis y tallos.</p> <p>Riegos ligeros</p> <p>OP producen también abonos orgánicos</p>	<p>Aplicación de fertilizantes sintéticos como urea, nitrato de amonio u otros No aceptados en la agricultura orgánica.</p> <p>Gasto de entre 6 a 12 mil soles al año en insumos para fertilización</p> <p>Algunos realizan la quema de chantes en sus plantaciones.</p> <p>No hay buen manejo de la cobertura del suelo. Poco a nada de mulching, o excesos de cobertura que dificulta el riego.</p>

Cuadro 5: Diferenciación de prácticas para la gestión de la fertilidad del suelo entre productores CJ Ampbao y Appbosa y productores en el mercado nacional

Fuera de CJ, para el banano de exportación, las practicas agrícolas son similares en la medida que el banano exportado es orgánico.

Por lo contrario, los productores dedicados a la comercialización en el mercado nacional no realizan una gestión sostenible de la fertilidad de los suelos y hacen uso excesivo de agroquímicos para la fertilización. Pero por las condiciones climáticas (clima seco), el uso de pesticidas no era de uso tan común por las familias productoras de banano del Valle del Chira, ese aspecto favoreció la producción de banano orgánico, a diferencia de países como Ecuador.

No es posible establecer con certeza los impactos del CJ en la aplicación de prácticas de manejo sostenible del suelo o el uso de agroquímicos, toda vez que el banano que se exporta es orgánico, dentro o fuera del CJ.

Sin embargo, es claro que el CJ contribuye a una gestión más amplia de los recursos naturales, teniendo como mirada el territorio. En este sentido es un complemento importante a la certificación orgánica que se enfoca mayormente en el mismo sistema productivo. El hecho que Ampbao por ejemplo promueva la conservación de las cabeceras de cuenca para asegurar la cantidad y la calidad del agua, ante posibles explotaciones mineras, así como la defensa de áreas naturales que pretenden ser utilizadas por empresas grandes en ámbitos cercanos a la organización, evidencian este compromiso del CJ en esta mirada territorial.

Desde la organización, se está promoviendo también un uso más racional de recursos como el agua. La puesta en marcha de un proyecto de riego tecnificado para 180 hectáreas en Appbosa, redundará en un ahorro de este recurso, contribuyendo además a reducir la degradación de los suelos. Así mismo, la realización de actividades como defensas ribereñas en sectores vulnerables, contribuyen a reducir la pérdida de los suelos, además de proteger las parcelas de sus asociados.

3 Conclusiones del estudio de impacto

3.1 Conclusiones sobre el impacto del comercio justo en las organizaciones Ampbao y Appbosa

El contexto social, político y económico en el que se desarrollan las dos organizaciones encontradas durante ese estudio es similar. La tenencia de tierras y las condiciones socioeconómicas de las familias involucradas es también muy similar. Ambas organizaciones han vivido el mismo proceso de tenencia de la tierra: primero las haciendas, luego las cooperativas, posteriormente la parcelación a los socios y finalmente la transferencia por herencia o compra/venta.

Por otro lado, las dos OP en estudio tienen modelos diferentes de estructura, en cuanto a su articulación al mercado y su relación con el CJ. Ampbao es una OP de primer nivel, parte de una organización de segundo nivel (Cepibo) quien mantiene la relación directa con el mercado. Desde el inicio buscó su relación directa con el mercado. Esta organización tiene una relación de tres años con mercados del CJ. Appbosa es una organización de primer nivel que desde su inscripción en el registro FLO en el año 2003 ha venido comercializando a través de empresas exportadoras, principalmente Copdeban SAC y luego se ha incorporado en la exportación directa, su relación con la organización de segundo nivel Repeban siendo de tipo gremial. Por lo tanto, existen impactos similares y también diferenciados en las dos organizaciones estudiadas.

A nivel de ingresos en las familias, no hay diferencias marcadas entre organizaciones, en la medida que las evoluciones de precio al productor y revisión del precio mínimo han sido impulsadas por la presión colectiva de las organizaciones hacia las empresas exportadoras y luego por el inicio de la exportación directa por las organizaciones. Por la proximidad geográfica entre productores, existe una cierta nivelación de precios por el que más ofrece.

La actividad de exportación del banano desarrollada por organizaciones como Appbosa y Ampbao permitió nuevas oportunidades de trabajo en la zona, reduciendo las migraciones temporales. La mejora en los precios permitió que los productores puedan pagar mano de obra externa, incrementándose los salarios desde S/ 10.00 a 15.00. Así mismo las empresas empiezan a demandar de mano de obra para la cosecha y post cosecha (personal de cuadrillas). Sin embargo, el manejo de las OP como Appbosa de la fase de empaque, no sólo se sumó a la generación de oportunidades de trabajo, sino que permitieron que los trabajadores de las cuadrillas mejoren sus salarios.

A nivel comercial, Appbosa empezó sus ventas en el 2003 al CJ, pero desde el 2004 se empieza a incrementar los volúmenes a este mercado. Esto le ha permitido constituir fondos propios importantes, con la prima de desarrollo y aportaciones de los socios para realizar en particular inversiones importantes en su local institucional, el mejoramiento de las vías de acceso a los centros de producción, pago de personal e inversiones en infraestructura post cosecha.

En caso de Ampbao, empieza las ventas al CJ en el segundo semestre del 2007, por tanto no ha logrado capitalizar tanto como Appbosa para inversiones en infraestructura post cosecha o en su propio local. Se han empleado los recursos para el pago de personal, alquiler de local y apoyo a las gestiones para mejorar vías de acceso. Las gestiones y movilizaciones de incidencia realizadas por la organización para defender el acceso a la tierra, y al agua ante pretensiones de reconcentración del atierra desde el gobierno regional y central han sido también soportadas por Ampbao.

Un aspecto que se resalta es que después de varios años de estar en relación con empresas exportadoras Appbosa decide buscar la relación directa con el mercado. La inserción de Cepibo en el mercado, ha sido también un factor que ha motivado Appbosa a buscar esta relación. Esto pone de manifiesto que en CJ el modelo basado en la relación OP - empresas exportadoras no es

sostenible. En este sentido, actualmente se vislumbra una tendencia fuerte de otras organizaciones por buscar la articulación directa al mercado; sin embargo esto fomenta en algunos casos el divisionismo de las OP. Las empresas exportadoras son conscientes de la no sostenibilidad de sus relaciones comerciales con las OP, por lo que algunas como Biocosta están ya viendo otras posibilidades comerciales y otros ámbitos de la región.

Es claro que la relación directa con el mercado le da a la organización un mejor nivel de incidencia en la regulación de precios locales y de precio al productor, limitando al máximo en el caso de organizaciones el margen entre precio productor y precio del banano exportado.

Respecto a los dos modelos organizativos en estudio, cada uno tiene sus particularidades, sus aspectos positivos y negativos. En Appbosa, se resalta como aspecto positivo el haber tomado desde el 2006 parte del control de la cadena, con el empaque de la fruta, que de alguna manera le dio mejor poder de negociación con las empresas. Así mismo, el hecho de comercializar más de 10 contenedores por semana, la mayoría en CJ, como OP de primer nivel y en un ámbito geográfico concentrado le ha permitido alcanzar una mejor eficiencia en sus costos. Ampbao ha ganado más rápidamente autonomía en la relación al mercado mediante su central Cepibo, pero no ha logrado desarrollar el nivel de profesionalismo de Appbosa en la gestión empresarial, por su incursión más tardía en CJ.

Para terminar exista una cierta diferencia en cuanto al nivel de incidencia entre las dos organizaciones. Ampbao ha desarrollado un perfil de organización defendiendo temas transversales y con un enfoque reivindicativo fuerte tanto a nivel de cadena como a nivel de la gestión de los recursos naturales y de la defensa de la pequeña agricultura. Por su lado Appbosa ha transferido el papel gremial a su organización de segundo grado Repeban quien juega un papel fuerte de representación del sector bananero en particular en el tema de comercio justo.

3.2 Conclusiones transversales sobre el impacto del comercio justo a nivel del Valle del Chira

En esa última parte del documento, más allá del análisis antes realizado a nivel de las organizaciones de primer grado Appbosa y Ampbao, se propone plantear conclusiones más transversales sobre el impacto del comercio justo, considerando los tres principales actores de CJ para banano en Perú, o sea las organizaciones de segundo grado Cepibo y Repeban y la empresa exportadora Copdeban.

✓ Cambios en la situación socio económica de las familias

En el caso del banano del Valle del Chira en Perú, el CJ ha permitido el mantenimiento y la reproducción de sistemas de producción a muy pequeña escala con un cierto nivel de especialización pero dejando cada productor definir sus propias prioridades en cuanto a opciones de cultivo, nivel de intensificación y modelos organizativo y comercial.

Productores asociados en organizaciones autónomas en su gestión técnica y comercial, miembros de las centrales Cepibo o Repeban, a diferencia de Copdeban, tienen mejores posibilidades para tecnificar sus sistemas de producción.

La prima de CJ ha contribuido, en caso de Ampbao y otras organizaciones miembros de Cepibo, a gestionar la adquisición de extensiones adicionales de tierras, lo que les permitirá incrementar en 5 has de tierras en promedio a cada familia, lo que generará un cambio en el sistema de producción y también en la capacidad de diversificación productiva y comercial de las familias bananeras, reduciendo así mismo su vulnerabilidad frente a fenómenos climáticos y fluctuaciones de los mercados.

A nivel económico, en el sistema de CJ la variabilidad de los ingresos del banano durante se limita a la variación en la producción, propio del ciclo del banano, el precio mínimo asegurando ingresos mensuales casi estables para las familias. En el sistema de mercado nacional la variabilidad de ingresos está afectada por la fluctuación de la producción, la alta variabilidad de los precios y la inexistencia de estándares de calidad conduciendo a variaciones significativas en la clasificación del banano según el comprador.

La mejora en los ingresos de los productores articulados al CJ en banano ha generado mejoras en la educación de sus hijos e hijas; así mismo, los productores manifiestan (y evidencian) mejoras en sus condiciones de vida como mejoramiento de vivienda, desarrollo de pequeños negocios adicionales a la agricultura.... Productores del mercado nacional en el Valle del Chira han visto mejorado sus ingresos como efecto directo de la actividad exportadora, pues al disminuir la oferta para el mercado nacional, los precios se incrementan.

Las organizaciones de CJ y Cepibo en particular han influenciado de manera positiva en la mejora de los precios de banano en el Valle del Chira, asegurando un aumento estructural del precio al productor de 3 USD por caja a 3,5 USD a partir de 2008. Productores asociados a Cepibo y Repeban, a diferencia del modelo de comercialización con Copdeban, conocen el precio FOB de venta de la fruta y tienen mayor acceso a la información comercial, teniendo toda capacidad para tomar decisiones a nivel comercial y definición de precios desde el productor hasta la exportación.

El descuento a los productores de 1 sol por caja de banano para fondo de abonamiento es una estrategia importante que ha empleado Copdeban y es reconocida de manera positiva por los productores, como un mecanismo para mantener rendimientos estables de banano. Ese mecanismo está siendo ahora implementado en ciertas organizaciones miembros de Cepibo y Repeban.

Se han reducido las migraciones en el valle, producto del desarrollo de la actividad bananera y desarrollo organizativo promovido por el CJ. Así se puede notar por ejemplo a nivel de socios y directivas un posicionamiento creciente de los jóvenes en las organizaciones, cuando la agricultura piurana de manera general sufre de un envejecimiento importante de los jefes de explotaciones, los jóvenes migrando en la ciudad en la mayoría de los casos.

Sin embargo esos pequeños productores dependen altamente de la actividad bananera y de la exportación. Ante diferenciales de rentabilidad muy a favor del banano en pequeñas áreas, en comparación con otros cultivos y usos de la tierra, los productores tienen interés en mantener esa especialización si es que no pueden adquirir más tierras. La diversificación productiva de las familias está muy ligada a la posibilidad de distribución de nuevas tierras para esos productores de comercio justo.

✓ **Cambios respecto a las organizaciones de productores**

Una primera conclusión es que el CJ ha contribuido en gran forma a la estructuración del sector bananero. Aún con la competencia y presión fuerte de empresas como Copdeban, las organizaciones Cepibo y Repeban han incrementado su número de socios. La prima de desarrollo del CJ ha sido una palanca importante que ha favorecido una rápida estructuración del sector bananero, en pocos años.

Desde la perspectiva de las organizaciones en Cepibo y Repeban, la empresa Copdeban, lejos de fortalecer el asociativismo, ha debilitado a las organizaciones existentes, formando nuevas organizaciones, incluso con socios de OP ya establecidas, y generando competencia. Además la implementación de la iniciativa Fair Dole, proponiendo la distribución de una prima de desarrollo pero sin la otras herramientas de CJ, es visto como un paralelismo al mismo sistema de CJ. Además, rompiendo otra vez los principios de autonomía organizativa en CJ, la empresa Copdeban,

preocupada por el desarrollo de los modelos Cepibo y Repeban, ha decidido constituir de su propia iniciativa una organización de segundo nivel, llamada Asoban.

Cepibo, a diferencia de Repeban, comercializa el banano de sus asociados. En Repeban cada organización define sus estrategias comerciales. Por su parte, Cepibo, a diferencia de las OP asociadas a Repeban, ha tenido problemas para comercializar todo el banano de sus asociados (limitaciones en su capacidad comercial). Productores asociados a Cepibo y algunos articulados al mercado nacional ven como riesgo que Cepibo no logre comercializar todo el banano de los socios. Esto limita que nueva gente se incorpore a Cepibo y puede llevar a que algunos socios decidan dejar la organización o comercializar con otras empresas. En este sentido, es urgente que Cepibo amplíe su cartera de clientes y/o incremente sus ventas. Las OP asociadas a Repeban solucionan este problema en la medida que venden mayor parte de su fruta todavía a exportadoras como Copdeban o Biocosta, empresas que disponen de mayor capacidad de comercialización por su posicionamiento muy consolidado en la exportación de banano.

El CJ ha sido un factor determinante en la capitalización financiera y desarrollo de las organizaciones, incluidas las organizaciones que comercializan con las empresas exportadoras. La prima de CJ ha constituido un incentivo y un medio importante para el desarrollo de fondos propios en las organizaciones. Además, OP asociadas a Repeban como APPBOSA y APOQ logran también tener recursos por empaque de la fruta, en la medida que han negociado precios de venta de la fruta empacada a las exportadoras incluyendo una pequeña utilidad.

La nueva incursión de diferentes organizaciones bananeras en CJ en la exportación directa puede traer beneficios económicos sustanciales tal como el crédito a los exportadores o Draw Back, que representa un incentivo fiscal del gobierno peruano a los exportadores, reembolsando parte de los aranceles de los insumos importados, lo que puede representar montos acumulados importantes por año de decenas a centenas de miles de USD según la actividad comercial. En 2009, Cepibo por ejemplo inicio trámites para la recuperación de ese incentivo mediante la profesionalización de su área administrativa y contable.

Ante el empoderamiento de las organizaciones mas fuertes, la empresa Copdeban, si bien ha incrementado sus ventas en volumen, ha visto su participación porcentual en exportaciones disminuir cada año, en la medida que las OP cada vez buscan una articulación directa al mercado: en el 2008 empezó Cepibo, en el 2009 empezó APPBOSA y luego APOQ. Para inicios del 2010 son ya cuatro OP que exportan fruta, siendo Cepibo la única que exporta directamente el 100%, las otras una parte.

La participación de los productores en la gestión comercial de la OP se da en la medida que la OP está articulada directamente al mercado, caso contrario (sistema a través de Copdeban los productores a través de sus OP son proveedores de fruta, no empacada para las organizaciones más dependientes o empacada para las otras.

En la medida que las OP han ganado experiencia, han reducido sus costos gradualmente; este ha sido el caso de Cepibo y Appbosa. La tendencia de las OP asociadas a Repeban es hacia la exportación directa. Para las OP es clave poder tener mayor control sobre la cadena toda vez que consideran que empresas como Copdeban no son transparentes respecto a los precios ni permiten participación en la toma de decisiones. Es bueno que las OP busquen mayor autonomía; sin embargo, no sería adecuado que cada OP de base quiera exportar directamente, pues se tendrían un gran número de OP exportando en el valle⁴. Cepibo es un modelo referente de asociativismo para la exportación de banano favoreciendo economías de escala y poder de negociación. Las entidades de

⁴ Si consideramos las 7 OP asociadas que exportan con Cepibo, las 9 asociadas a Repeban y las 9 de ASOBAN (Dole), suman 25 OP de base. Si cada OP buscara autonomía comercial, se perdería competitividad del sector y tal vez existiría el riesgo que esos 25 exportadores pequeños no sean sostenibles en el mercado considerando la alta concentración del sector bananero a nivel internacional.

apoyo deberían evaluar estos procesos y orientar el establecimiento de alianzas entre organizaciones de base para la gestión de la cadena, según sus afinidades y vínculos territoriales.

✓ **Cambios respecto al desarrollo local y nacional**

La dinámica de exportación ha contribuido al incremento de los jornales en las fincas de banano: de 10 soles en el 2003 se incrementó a 15 soles en 2009, permitiendo que los mejores precios del producto se traduzcan también en mejoras para los trabajadores. Además, ha sido muy notorio, y en primer lugar por iniciativa de organizaciones de productores pioneras en el empaque como Appbosa, el mejoramiento de las condiciones laborales del personal empleado en la cosecha y empaque del banano, mejorando de por lo menos un 30% las ventajas salariales con respecto a las condiciones propuestas por las empresas exportadoras.

Por su lado Cepibo ha mostrado, en el corto plazo, una capacidad para regular (incrementar) el precio del banano de exportación en el valle. Por primera vez, el precio de banano supero los 4 USD por caja en el Valle en 2008 y luego en 2009 y esto ha sido posible por iniciativa de Cepibo.

Tanto Cepibo como Repeban, a diferencia de Copdeban, han contribuido al desarrollo de iniciativas económicas en apoyo a mujeres y jóvenes, grupos generalmente excluidos en los proyectos o procesos de desarrollo. Esto evidencia además el compromiso social que asumen las organizaciones de productores ante la gente de sus comunidades en comparación con otros actores del mismo sistema de CJ FLO, como Copdeban.

Sin embargo, no se ha logrado definir hasta ahora una agenda común de las OP para el desarrollo del sector bananero, cada organización o cada gremio tendiendo a defender intereses de los pequeños productores bananeros por separado. Un proyecto actual gestionado por AVSF busca generar espacios entre las OP para abordar temática referida al desarrollo del sector frutícola y del CJ, para lograr una visión gremial y capacidad de incidencia a nivel de todos los productores tal como ya se ha logrado en Peru con otras organizaciones de CJ con la Junta nacional del café (JNC) o la Asociación peruana de productores de cacao (Appcacao).

✓ **Cambios respecto a la gestión de los recursos naturales**

La certificación orgánica del banano ha sido el factor principal para que los productores desarrollen acciones orientadas a una mejor gestión del suelo y evitar el uso de pesticidas. Se aprecia un cambio en las conductas de los productores articulados al mercado de exportación, a diferencia de los productores que comercializan para el mercado nacional que mantienen prácticas de agricultura convencional.

Cepibo, a diferencia de otros modelos, ha venido desarrollando acciones relacionadas a la preservación de recursos naturales en una mirada más regional, participando en campañas de defensa de la agricultura ecológica ante la amenaza minera en cabecera de cuenca en la región Piura, y ante el desarrollo a gran escala de proyectos altamente consumidores de agua y tierra (proyectos de cana para producción de etanol). Las acciones realizadas han tenido el soporte de la prima de desarrollo del CJ.

Respecto a la calidad de los productos, Copdeban mantiene políticas más visibles al respecto, por ejemplo incentivos (no monetarios) a los productores con menor descarte en planta. Appbosa ha iniciado también algunas acciones para motivar la calidad desde los productores, en las otras organizaciones esos incentivos a la calidad todavía no han sido formalizados.

Finalmente, y de manera general, podemos concluir que:

- ✓ El desarrollo del sector bananero en el valle del Chira se inició con el proceso de exportación de banano orgánico. Esto ha permitido posicionar al Valle del Chira y a la provincia de Sullana, como principal productor y exportador de banano orgánico en el Perú.
- ✓ Luego, el CJ ha contribuido de gran manera a la estructuración del sector bananero. En esto han jugado un rol importante las organizaciones de pequeños productores. Incluso, la autonomía comercial de las OP ha sido fortalecida por el CJ.
- ✓ Desde la perspectiva de Cepibo y Repeban, empresas como Copdeban, lejos de promover la autonomía de las OP y el desarrollo de las familias, limitan el desarrollo organizativo y ponen en riesgo sus estructuras, buscando más bien la dependencia comercial y la generación de mayores ganancias para la empresa. En este sentido vale la pena reflexionar sobre la pertinencia del apoyo del CJ FLO a este tipo de empresas, que tienen como argumento la movilización de mayores volúmenes de fruta y por ende el beneficio para un mayor número de familias.
- ✓ La entrada al mercado de OP como Cepibo es importante en la medida que se pone en evidencia el real compromiso de las empresas exportadoras. Pues Cepibo, con el poco volumen que comercializa (8,700 toneladas frente a las 38,700 toneladas de Dole) y los costos fijos que ello implica, ha demostrado que es posible revertir a las familias bananeras los beneficios de la actividad exportadora, sin poner en riesgo la sostenibilidad organizativa.
- ✓ La representación del sector bananero del Valle del Chira ante las diferentes instancias del CJ se garantiza a través de las OP, quienes contribuyen a fortalecer el modelo del CJ y velar por que los principios establecidos se cumplan. Al contrario, las OP perciben que el modelo de Copdeban más bien ha establecido paralelismo al propio CJ en el valle.
- ✓ Para terminar es necesario generar y fortalecer espacios de encuentro y debate de las organizaciones de pequeños productores que están en el sistema de FLO en la región, de cara a fortalecer las capacidades de incidencia y de negociación ante las diferentes instancias tanto del gobierno como del mismo CJ.

© VSF-CICDA - Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras, Lyon - Francia, 2010



Como asociación francesa de solidaridad internacional de utilidad pública, *Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras* viene actuando desde hace más de 30 años junto a las comunidades campesinas de los países en desarrollo para aportar soluciones a la cuestión de la alimentación. La asociación pone a su disposición las competencias de profesionales de la agricultura, la ganadería y la salud animal: apoyo técnico, financiero, capacitación, acceso a los mercados...

Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras dirige más de 70 programas de cooperación en 20 países de América Central, Sudamérica, Asia y África, junto a las sociedades campesinas para las que la actividad agropecuaria sigue siendo un elemento fundamental en la seguridad alimentaria y el desarrollo económico y social.

www.avsf.org



RURALTER es un programa de *Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras* que apoya a las iniciativas de sistematización de experiencias y de difusión de metodologías y referentes técnico-

económicos útiles para los actores del desarrollo rural, sean éstos técnicos provenientes de instituciones y gobiernos locales o dirigentes campesinos. RURALTER difunde sus publicaciones bajo el sello editorial del mismo nombre.

www.ruralter.org