

Estudio sobre la certificación de Comercio Justo Fairtrade en Piura

Ing° Msc. Manuel Aguirre G.

1. Antecedentes

En el Perú, el sistema de Comercio Justo - Fairtrade se inicia en los años noventa, específicamente en 1993 cuando se “acreditan” las primeras cooperativas cafetaleras para poder vender su producción con el sello Max Havelaar Holanda. Hay que recordar que en esos años, aun no existía una única organización que agrupara a todos los sellos de Comercio Justo que existían hasta entonces, en la práctica, cada sello tenía su propio logo, normas, personal, etc... y solamente funcionaban para el país de donde provenían.

Las primeras organizaciones que lograron acreditarse fueron la CECOACNOR en el nor oriente, CAC La Florida en selva central, CECOVASA en Puno, COCLA en Cusco. Los primeros mercados de Comercio Justo que empezaron a comprar café peruano fueron Max Havelaar Holanda y luego Max Havelaar Suiza.

Recién fue en 1997 cuando se logran integrar todos los 15 sellos de Comercio Justo que hasta ese entonces existían en el mundo, para formar FLO International, la cual fue la organización paraguas que inició un proceso de crecimiento sostenido del sistema Fairtrade hasta lograr ubicarse como el sello social más reconocido del mundo.

Al final de la década de los noventa, **en el Perú** sólo había 14 organizaciones certificadas y todas eran cafetaleras. El crecimiento del país tanto en número de organizaciones certificadas como en diversidad de productos se da en la década del 2000, cuando se logra certificar cacao, banano, caña de azúcar, mango y castaña. Es así que hacia fines del 2004, el número de organizaciones certificadas ya se había duplicado llegando a 30; entre las cuales había 18 en café, 3 en cacao, 4 en banano, 3 en mango y 1 en castaña.

De éstas, 6 organizaciones estaban **en Piura**, región que ya empezaba a mostrar un crecimiento importante en cuanto a número de grupos certificados como diversidad de productos. Cuatro de ellas se certificaron para banano, una en mango y una en café y caña de azúcar.

Una serie de cambios a nivel normativo como de mercado, los cuales se dieron dentro del sistema Fairtrade, facilitaron la expansión de las ventas y el ingreso de nuevas organizaciones en todo el mundo. El Perú no fue la excepción y Piura tampoco, el crecimiento en las ventas de productos con sello Fairtrade así como el ingreso de más organizaciones se aceleró hasta el punto que hoy en día el Perú cuenta con 273 organizaciones certificadas (16.8% del total global), de las cuales 35 están ubicadas en Piura.

2. Una mirada al Comercio Justo Fairtrade en el mundo

Según el último reporte anual de Fairtrade International, hacia fines del 2017, había 1599 organizaciones certificadas, tanto de pequeños productores como de trabajadores a nivel mundial; las cuales están ubicadas a lo largo de 75 países entre América Latina, África y Asia.

A pesar que en los últimos diez años han aparecido muchos sellos de Comercio Justo, incluso muchos de ellos promovidos por las grandes cadenas de supermercados o grandes comerciantes con posición dominante en el mercado tanto de café, cacao como de banano principalmente; el Comercio Justo Fairtrade ha seguido su línea de

crecimiento en sus principales productos. A continuación, vemos el siguiente cuadro donde se da cuenta de esta afirmación.

Cuadro N° 01 Ventas Globales Fairtrade 2017 – Principales productos

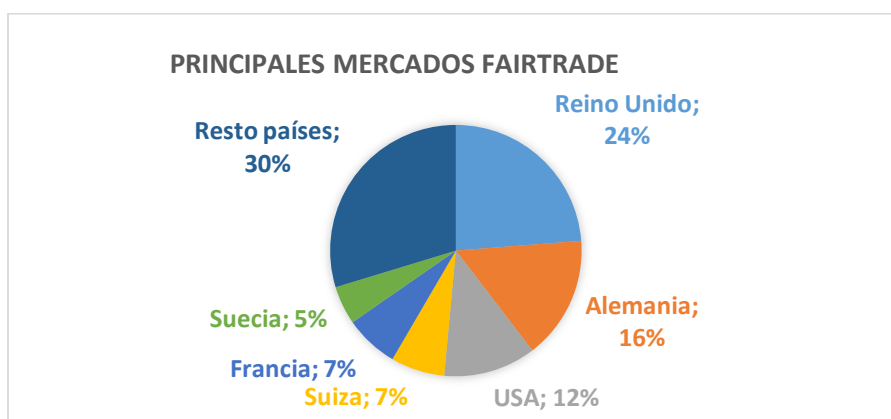
Producto	Volumen ventas TM	Crecimiento	% Certif. orgánica
Banano	641,727.00	11%	62%
Cacao	214,662.00	57%	15%
Café	214,106.00	15%	57%
Algodón	8,311.00	0%	73%
Azúcar	207,222.00	30%	23%
Té	10,724.00	-12%	29%

Fuente: Annual Report 2017-2018. Fairtrade International

Un dato interesante que se desprende del cuadro de arriba, es el creciente porcentaje de las ventas Fairtrade que además lleva el sello orgánico, es así que por ejemplo en banano, las ventas con doble sello (Fairtrade + orgánico), representaron el 62% del total, mientras que en café fueron del 57% y en cacao del 15%.

Vale destacar el fuerte incremento que han tenido las ventas de cacao Fairtrade (57%), lo cual se explica por una política introducida dos años atrás por Fairtrade International, la cual flexibilizó la producción y venta de chocolates con granos de cacao Fairtrade aunque los otros insumos no estuvieran certificados. Los otros dos productos “grandes” como son el café y el banano, tuvieron crecimientos más acordes con la realidad actual de las ventas Fairtrade, con 15% y 11% respectivamente.

Gráfico N°01: Principales mercados Fairtrade en el mundo 2017



Fuente: Annual Report 2017-2018. Fairtrade International

Como se aprecia en el gráfico anterior, el principal mercado para vender productos Fairtrade es Reino Unido con casi la cuarta parte del total, seguido por Alemania con 16% y USA con 12%. Suiza y Francia completan el top 5 de los principales mercados

Fairtrade del mundo. Entre ellos, congregan el 70% del total de ventas minoristas de productos Fairtrade.

En este punto es de mencionar también que estos principales mercados han tenido en este mismo periodo un crecimiento promedio del 8%, crecimiento que se ha sostenido en los últimos 5 años.

Por otro lado, vale destacar también la aparición, entre los países compradores de productos Fairtrade, algunos países que tradicionalmente han sido proveedores tales como Brasil, India, Filipinas, Sudáfrica y Taiwán. Esto marca una tendencia interesante que indica que el Comercio Justo Fairtrade también está floreciendo en los países productores, con mercados emergentes pero muy prometedores en la perspectiva de la construcción de un Comercio Justo sur-sur.

3. Actualidad del Comercio Justo Fairtrade en el Perú

Después de 25 años desde que se enviara el primer contenedor de café Comercio Justo Fairtrade desde el Perú, este sello ha alcanzado un posicionamiento muy grande entre los pequeños productores peruanos, habiendo a la fecha 273 organizaciones de pequeños productores certificadas en 14 diferentes productos. Esto ha logrado ubicar a nuestro país como el de mayor número de organizaciones certificadas del mundo así como el de mayor diversidad de productos certificados a nivel global.

Gráfico N°02: Organizaciones certificadas en Comercio Justo Fairtrade en el Perú, por región – Enero 2019



Como se puede apreciar en el gráfico de arriba, en total existen 273 organizaciones certificadas en 19 de las 24 regiones del país. A nivel de Latinoamérica, esta cifra representa cerca del 30% del total de organizaciones certificadas.

Entre las regiones con mayor número de grupos certificados está Junín (65), Cajamarca (57), Piura (35) y San Martín (33). En Junín como en Cajamarca el producto principal es el café, en Piura el principal producto es el banano y en San Martín es el cacao.

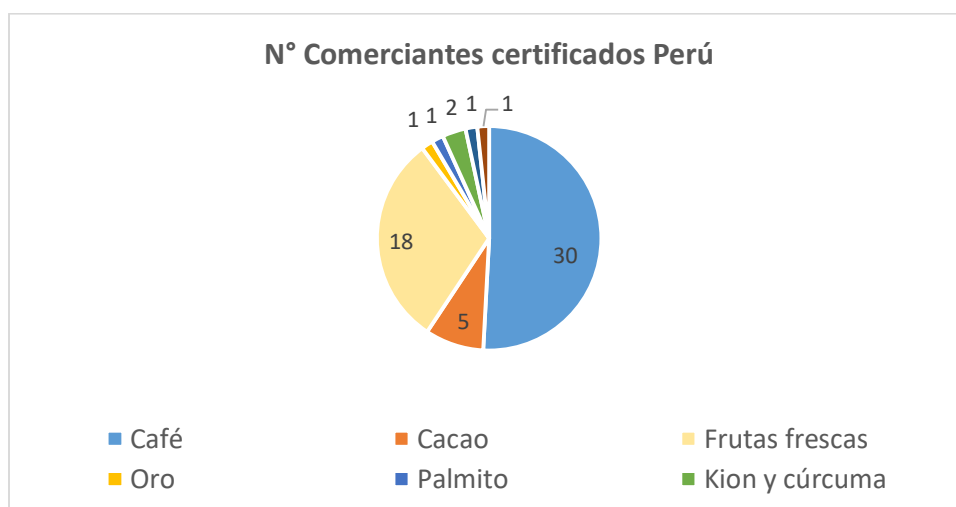
Gráfico N°03: Organizaciones certificadas Comercio Justo Fairtrade Perú por producto – Enero 2019



En el gráfico de arriba se pueden apreciar los productos certificados en nuestro país, siendo en total 15. Se observa claramente también que el café es el producto con mayor número de organizaciones certificadas con 157, aunque esta cifra es mayor si sumamos los grupos que tienen tanto café como cacao que son 22. El cacao es el producto que ocupa el segundo lugar con 44 organizaciones certificadas, sumando las que tienen café y cacao; seguido del banano con 31.

Una de las tendencias que se ha presentado en los últimos años en Fairtrade en Perú y también en el resto de países productores, es el creciente ingreso al sistema de empresas exportadoras que adquieren la propiedad del producto certificado y lo exportan con sus propias marcas o a su nombre. Hasta el año 2000, en Fairtrade no podían certificarse empresas exportadoras, debían ser las propias organizaciones de productores las que adquirieran la capacidad de exportar su propio producto. El sistema Fairtrade tenía el propósito de crecer sostenidamente en la década del 2000 y una de las políticas que implementó fue la de abrir la certificación a comerciantes, como son los exportadores en los países productores. Esto con la intención de facilitar la certificación de organizaciones que no tenían la capacidad de exportar y que tengan la oportunidad de ingresar al sistema Fairtrade y exportar a través de una de estas empresas. Es así que hoy en día, existen en nuestro país **59 comerciantes certificados**, para los diferentes productos existentes. A continuación, vemos un gráfico donde se puede apreciar este crecimiento.

Gráfico N°04: Comerciantes certificados en Perú



Como se aprecia, los exportadores de café representan poco más del 50% del total de comerciantes certificados Fairtrade en Perú, seguido de los exportadores de frutas frescas quienes representan el 30% del total. Aquí debemos decir que, en la actualidad, existen 4.5 exportadores por cada organización certificada, lo cual es demasiado.

Algunos ejemplos de exportadores que actúan en la región Piura, comercializando banano orgánico son; DOLE, PRONATUR, Los Angeles, entre otras.

El caso de DOLE, es particular porque es una de las empresas transnacionales más grandes del mundo y fue la primera empresa que ingresó al Perú y a Piura con la idea de que la región podría ser un proveedor importante de banano orgánico para el mundo, vio las condiciones climáticas de la zona y avizó el potencial, invirtieron en la transferencia de tecnología y en promover la asociatividad y en general fueron los pioneros en generar un mercado de bienes y servicios alrededor de la agroindustria de exportación de banano orgánico.

Esta empresa incluso arrendó tierras en el alto Piura y cuentan con una plantación de banano orgánico de más de 100 has, en plena producción actualmente, aunque sólo tienen certificación GlobalGap y orgánica, no Fairtrade.¹

Tipo de organizaciones certificadas Fairtrade en Perú

En este punto es de mencionar que para vender con el sello Fairtrade, existen dos tipos de organizaciones de productores que podrían certificarse; una es la "organización de pequeños productores" y la otra es la "plantación con trabajo contratado".

La primera se refiere a personas jurídicas conformadas por pequeños productores quienes se agrupan para formar sean asociaciones o cooperativas y así poder certificarse con el sello Fairtrade. En este caso, los beneficios del Comercio Justo son

¹ Se conoce extraoficialmente, que como productor no tiene sello Fairtrade pero sí como "comerciante", en la medida que vende producción de las organizaciones. La prima que perciben se divide, en acuerdo con las organizaciones, una parte de esta va a la Fundación DALE y el resto a las organizaciones; la Fundación DALE es manejada por DOLE y realiza labor de proyección social con estos fondos.

para los propios pequeños productores como para sus familias y en segunda instancia para la comunidad a la cual pertenecen.

El segundo tipo, se refiere a grandes plantaciones de un cultivo cuya personería jurídica es normalmente una sociedad de capitales conformada en cualquiera de sus variaciones; donde los principales beneficios del Fairtrade como la prima, por ejemplo, están direccionados hacia los trabajadores de la finca.

En nuestro país, de las 273 organizaciones certificadas, sólo 4 son del segundo tipo, es decir plantaciones con trabajo contratado. Esto quiere decir que en el Perú la gran mayoría de beneficiarios del sistema Fairtrade son pequeños productores organizados en las diferentes líneas de producto, que ya indicamos líneas arriba.

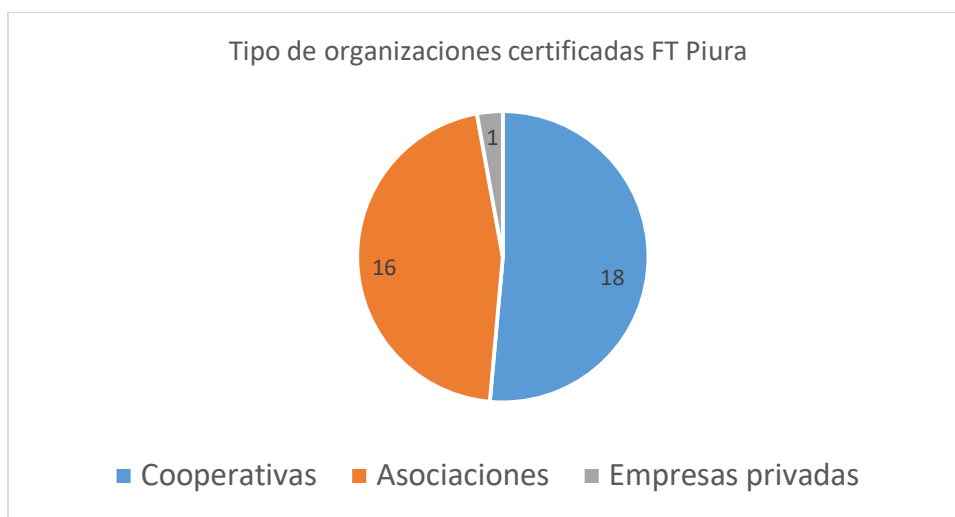
En el caso de las plantaciones con trabajo contratado, las 4 que existen han logrado certificar; la primera sólo banano (Agro Pacha SA-Piura), la segunda granada (Pomica SAC-Ica), la siguiente banano, mango y maracuyá (Agrícola El Cascabel-Olmos Lambayeque); y la última palta (Producciones agrícolas Matilda EIRL-Cusco). Todo esto según la data de Fairtrade a enero 2019.

4. Piura y el Comercio Justo Fairtrade

En nuestra región, el Comercio Justo Fairtrade se inició con la certificación de la Central Piurana de Cafetaleros - CEPICAFE, hoy Cooperativa Norandino, allá por el año 1996. Inicialmente CEPICAFE fue una central de asociaciones que agrupaba a pequeñas organizaciones de productores de café de la sierra piurana. Con el paso del tiempo CEPICAFE creció significativamente hasta convertirse en una organización que abarca varias regiones; además de Piura, también tiene socios en Tumbes, Cajamarca, Amazonas y San Martín; y ahora no sólo vende café sino también cacao y caña de azúcar; aparte de haber avanzado en la industrialización de estos productos. Recién hacia el año 2003, ingresa la siguiente organización al sistema Fairtrade, esta fue una asociación bananera llamada Asociación de Productores de Banano Orgánico Valle del Chira. Hacia el 2004 ingresaron otras tres organizaciones bananeras (APPBOSA, APOQ y BOS); así como una de productores de mango, APROMALPI.

Estas primeras 5 organizaciones certificadas Fairtrade hasta hoy continúan dentro del sistema y son al menos dos de ellas, líderes a nivel nacional en sus respectivos rubros. Una de ellas es Norandino en café y caña de azúcar y la otra es APPBOSA en banano.

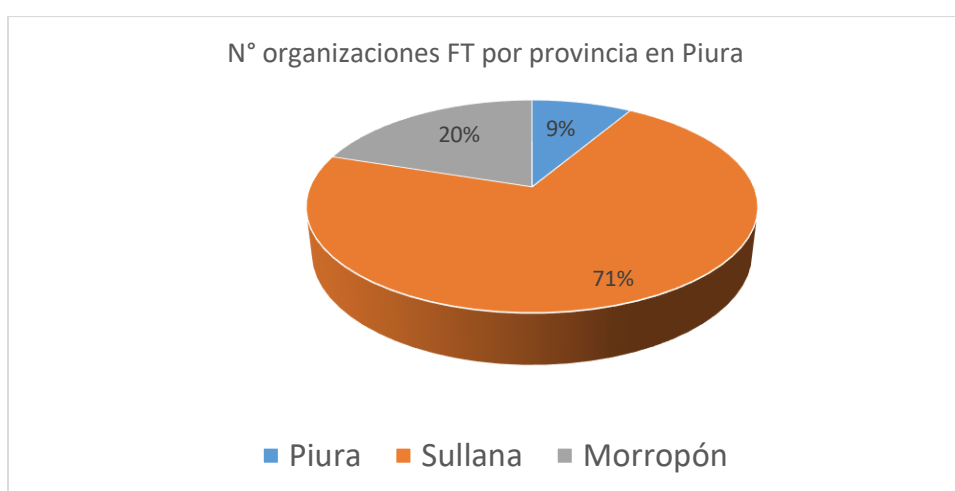
Gráfico N°05: Tipo de organizaciones certificadas Fairtrade en Piura



Como se aprecia en el gráfico de arriba, mayoritariamente en Piura es la cooperativa la forma jurídica que los productores prefieren a la hora de organizarse (51% del total). Seguido de la asociación civil sin fines de lucro que abarca al 46% de los grupos certificados.

Hay que mencionar que no siempre esto fue así, de hecho las primeras 5 organizaciones que se certificaron para Fairtrade en Piura, fueron todas asociaciones civiles sin fines de lucro. El descrédito paulatino del modelo cooperativo impuesto por la Reforma Agraria de fines de los 60, y el posterior descalabro de la mayoría de cooperativas en los años ochenta y noventa, produjo entre los agricultores mucha desconfianza hacia el modelo en general. Recién es a partir del 2010 cuando impulsado por leyes que otorgaban algunos beneficios tributarios a las cooperativas agrarias, muchas asociaciones deciden transformarse en cooperativas agrarias; el cual es claramente un modelo organizativo mucho mejor estructurado para este tipo de empresas rurales. El resultado de este proceso es lo que vemos ahora, una tendencia hacia la “cooperativización”, la cual se da no sólo en Piura sino a nivel nacional.

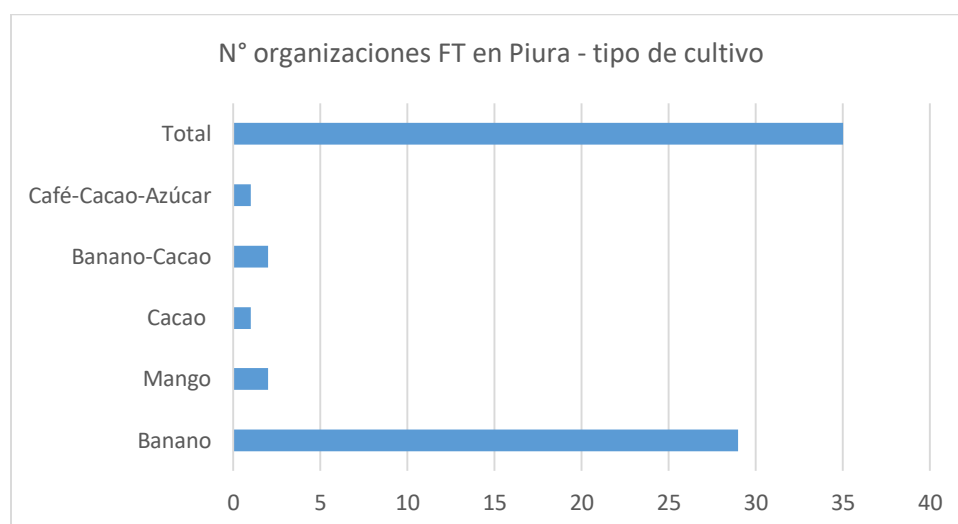
Gráfico N°06: Organizaciones certificadas Fairtrade en Piura según provincia



En el gráfico de arriba podemos observar la distribución de las organizaciones certificadas Fairtrade en Piura (**se adjunta anexo 1 con listado**), se aprecia claramente el predominio de la provincia de Sullana debido a que allí se concentran la gran mayoría de organizaciones bananeras certificadas. Morropón se ubica en segundo lugar ya que

allí existen organizaciones tanto de mango, banano y cacao principalmente y finalmente Piura donde está la sede de Norandino. Sin embargo es importante mencionar que Norandino tiene socios a lo largo de toda la sierra piurana, vale decir, en las provincias de Ayabaca (Montero, Paimas, Jililí y Sicchez); en la provincia de Huancabamba (Canchaque, Lalaquiz, Carmen de la Frontera, San Miguel del Faique); y en la provincia de Morropón (Chalaco, Santo Domingo, Santa Catalina de Mossa, Yamango y San Juan de Bigote).

Gráfico N°07: Organizaciones certificadas Fairtrade en Piura según tipo de cultivo



Del gráfico de arriba apreciamos que es el cultivo de banano el que lidera en nuestra región Piura en cuanto a número de organizaciones certificadas, con 29. Le sigue mango con 2 organizaciones certificadas. En cuanto a volúmenes, es el banano también el número uno en producción, seguido del café y luego mango.

Algo que debemos destacar en este punto es que todos los cultivos certificados Fairtrade en Piura, tienen también certificación orgánica. Esto porque la demanda de por ejemplo banano Fairtrade desde el mundo hacia nuestro país es por producto con doble sello, es decir Fairtrade y orgánico. De hecho, el 100% del banano con sello Fairtrade que se exporta desde Piura es orgánico. En el caso de cacao es similar así como también en el caso del café y del mango; aunque en estos 3 productos, existe también demanda mínima por producto convencional.

5. Una mirada a las organizaciones certificadas Fairtrade en Piura

Dado que el grueso de las organizaciones certificadas Fairtrade en Piura (89%) son de banano, enfatizaremos el análisis en ellas.

Se trata de 31 organizaciones en total (sumando a las 29 netamente bananeras, 2 que tienen además de banano, cacao). Todas ellas suman un universo de pequeños productores de aproximadamente 7,000 familias. El promedio de área por productor es sumamente bajo, de 0.9 Has. La productividad promedio es también baja, según la línea de base del PIP de banano del MINAG a diciembre del 2015, era de 1400 cajas de 18.14 kg /Ha.

Podríamos intentar estratificarlas según su nivel de ventas y tendríamos el siguiente cuadro:

Cuadro N°02: Categorización de organizaciones según ventas anuales

Nivel	Volumen de ventas anuales en soles	Número de organizaciones Fairtrade
1°	Más de 30 millones	1
2°	Entre 20 y 29 millones	5
3°	Entre 10 y 19 millones	7
4°	Menos de 10 millones	18
	Total	31

Como se aprecia, el 58% de las organizaciones bananeras factura menos de 10 millones de soles al año, es decir se trata de organizaciones pequeñas, las cuales difícilmente llegan a alcanzar su punto de equilibrio, por lo que sus niveles de subsidio del negocio con recursos de la prima Fairtrade y probablemente drawback, son muy altos. Está claro que la dependencia de estas organizaciones respecto de los ingresos por prima Fairtrade es muy alta y esto hace que su sostenibilidad este siempre en riesgo.

Las organizaciones cuyas ventas se ubican entre los 10 y 19 millones de soles, probablemente con buenos niveles de eficiencia, podrían sostenerse; aunque en la actualidad también son muy dependientes de prima Fairtrade y drawback. Esto deja a solamente 6 organizaciones, aquellas cuyas ventas superan los 20 millones de soles al año, como aquellas que podrían alcanzar su punto de equilibrio y ser sostenibles. Sin embargo actualmente, como veremos en un cuadro más abajo, todas ellas también arrojaron pérdida operativa en el 2018.

A nivel tecnológico, los pequeños productores presentan un nivel de regular a bajo. Las plantaciones con más de 15 años de vida suman el 43% del total; por otro lado, la merma de producción es superior al 11% en el 25% del total de productores; todos estos datos según el estudio de línea de base del PIP de banano a diciembre del 2015.

A pesar del panorama no muy alentador a nivel productivo, las organizaciones de una u otra forma han sabido mantenerse en el mercado y aumentar lentamente su competitividad. Esto debido en gran medida a su participación en el Comercio Justo Fairtrade, mercado que les genera un colchón de liquidez y de ingresos que les permite cubrir costos que normalmente debería cubrir el propio negocio así como brindar servicios a sus socios que de otra manera serían imposibles de ofrecer.

Para tener una idea del nivel de ingresos que representa la prima Fairtrade para las organizaciones bananeras, en el 2018, recibieron aproximadamente 6.5 millones de dólares de prima Fairtrade las 31 organizaciones certificadas en banano.

Si tenemos en cuenta que desde el año 2003 se comercializa banano Fairtrade de Piura, serían 16 años de ingresos anuales de prima, que si bien no se ha estimado aun la cantidad de prima que recibieron las organizaciones durante todos estos años, se puede intuir una cantidad bastante significativa, que ha servido para el fortalecimiento de estas organizaciones, de sus socios, trabajadores y de la comunidad en general.

A nivel financiero, las organizaciones muestran el valor que tiene para ellas el sello Fairtrade, esto lo podemos observar en el siguiente cuadro:

Cuadro N°03: Resultados de estados financieros 2018 de algunas organizaciones bananeras Fairtrade de Piura

EEFF	Rubros	APPBOSA	CAPEBOSAN	CEPIBO	PUEBLO NUEVO	HUAYQUIQUIRÁ	HUANGALÁ	SR DE CHOCAN	APBOSMAM
Estado de resultados 2018	Ventas totales	S/. 49,452,436.30	S/ 25,755,241.42	S/13,855,765.00	S/ 5,193,921.00	S/ 7,366,243.20	S/ 10,257.75	S/6,738,834.59	S/. 27,626,520.00
	Utilidad	-S/. 501,483.00	-S/ 1,613,024.00	-S/ 6,042,058.48	-S/ 414,684.00	-S/ 560,961.48	-S/ 695,207.55	-S/ 542,595.45	S/. -1,526,472.35
	Draw back	S/. 1,145,129.29	S/ 871,888.00	S/ 399,011.25	S/ 180,144.00	S/ 236,788.26	S/ 374,646.00	S/ 238,575.86	S/. 1,010,457.00
	Prima Fairtrade	S/. 2,853,500.00	S/ 1,789,794.50	S/ 824,011.50	S/ 264,923.00	S/ 379,992.00	525,968.01	S/ 362,580.29	S/. 1,486,666.00
	Utilidad Neta del ejercicio	S/ 387,237.00	S/ 1,296,061.00	-S/ 172,644.47	S/ 72,750.00	-S/ 6,498.86	S/ 146,187.45	S/ 4,035.31	S/. -754,285.88
Estado de situación 2018	Total activo	S/. 13,998,466.01	S/ 3,030,978.52	S/ 6,521,509.58	S/ 670,944.00	S/ 1,215,880.17	S/ 1,725,651.00	S/ 942,651.72	S/. 4,252,564.00
	Total pasivo	S/. 2,572,674.16	S/ 1,813,109.00	S/ 4,310,291.60	S/ 286,896.00	S/ 244,455.39	S/ 324,293.00	S/ 168,588.55	S/. 2,023,037.65
	Cuentas por pagar comerciales	S/ 1,488,143.49	S/ 828,269.00	S/ 1,906,680.96	S/ 170,397.00	S/ 195,759.70	S/ 247,875.00	S/ 139,703.99	S/. 1,507,360.00
	Total Patrimonio	S/. 11,425,791.85	S/ 1,217,870.00	S/ 2,211,217.98	S/ 384,048.00	S/ 971,424.78	S/ 1,401,358.00	S/1,401,358.00	S/. 2,228,526.46
	Reservas	S/. 462,738.23	S/ 395,035.00		S/ 26,903.00	S/ 30,193.44	S/ 30,954.00		S/. 814,170.00
	Capital social	S/. 342,652.40	S/ 11,625.19	S/ 1,488,806.90	S/ 1,220.00	S/ 1,320.00	S/ 990.00	S/ 1,200.00	S/. 4,970.00

Del cuadro de arriba podemos observar con claridad lo importante que es tanto la prima Fairtrade como el beneficio tributario llamado drawback, para todas las organizaciones. La pérdida operativa termina en utilidad neta del periodo en la mayoría de los casos evaluados; gracias a estos dos ingresos excepcionales.

Sin embargo, esto denota la ineficiencia en áreas claves del negocio que de no ser atendidas por las organizaciones, podría arriesgarse su sostenibilidad futura.

En cuanto al estado de situación, vemos organizaciones con activos importantes en la mayoría de los casos, esto debido a que la mayoría ha sabido invertir en infraestructura para realizar su negocio de manera independiente; sin embargo, en la mayoría de ellas, especialmente en las más pequeñas, este activo no se refleja como patrimonio debido a que existen deudas comerciales, que son de corto plazo, las cuales comprometen al activo. Por ejemplo en el caso de 4 de las 8 organizaciones analizadas, el patrimonio es menos del 50% del activo total.

En cuanto a las reservas, que es una cuenta del patrimonio que permite enfrentar periodos de crisis, también observamos que éstas son bajas respecto del patrimonio. Por ejemplo es el caso de APPBOSA cuya reserva es del 4% del patrimonio, o en la Cooperativa Pueblo Nuevo donde es del 7%. Asimismo lo vemos en la Cooperativa Huayquiquirá que es del 3%, en la Cooperativa Huangalá que es del 2.2%.

En lo que respecta al nivel de endeudamiento, las cifras muestran también niveles altos que comprometen al patrimonio, así por ejemplo vemos a organizaciones como CAPEBOSAN y CEPIBO, donde el endeudamiento es del 149% y 195% respectivamente. Esto quiere decir que las deudas superan al patrimonio en 49% y 95% respectivamente. Por otro lado, tenemos los casos de Pueblo Nuevo y APBOSMAM, cuyos niveles de endeudamiento son del 75% y 91% respectivamente, igualmente

resultan muy altos y un riesgo fuerte para el patrimonio y por ende para la sostenibilidad financiera de la empresa.

Las demás organizaciones muestran niveles más manejables de endeudamiento que van del 12% al 25%.

En cuanto al capital social, es decir, los aportes de los socios a su empresa, resultan sumamente bajos respecto del patrimonio; estos van del 0.1% al 3% del patrimonio. Esto dejando por fuera a CEPIBO que siendo una asociación, aparece con capital social de casi 1.5 millones de soles, sin embargo en realidad se trata de activos revaluados y de no de aporte de socios. Esto denota en general un nivel de compromiso bajo de los socios hacia su organización y por otro lado una débil noción de empresa por parte de los socios.

Caso Norandino

El caso de la cooperativa Norandino merece un acápite aparte debido a su importancia y trascendencia en la escena del desarrollo rural piurano.

A lo ya expuesto líneas arriba, debemos mencionar que de los 7 mil socios con que cuenta, el 50% de estos están ubicados en Piura, a lo largo de la sierra piurana.

Cepicafe hoy Norandino fue la primera organización en Piura en ingresar al Comercio Justo Fairtrade y a lo largo de los años supo aprovechar muy bien esa situación, invirtiendo el premio Fairtrade en capitalizarse empresarialmente, convirtiéndose hoy en día en una empresa cooperativa agroindustrial, pionera en procesar café, cacao y caña de azúcar en Piura y en el país.

Norandino desde sus inicios trabajó con pequeños productores con unidades agrícolas de subsistencia, caracterizados por un bajo nivel tecnológico, áreas de siembra entre 0.5 a 2 has, acceso restringido al agua, producción diversificada, uso de mano de obra familiar y cuyo destino principal era el consumo familiar.

La actual cooperativa logró aprovechar estas condiciones y adaptarse a ellas para por ejemplo ingresar en los diferentes negocios que los cultivos de sus socios le permitieran, desde muy temprano pensaron en la diversificación y si bien hoy se consolidaron 3 líneas de negocio: café, cacao y caña de azúcar; la búsqueda fue ardua y pasó por emprendimiento en mermeladas con naranja, maracuyá, papaya; chips de yuca y de plátano; hierbas aromáticas como manzanilla, hierba luisa; entre otros negocios.

Debido al bajo potencial productivo en Piura de los cultivos que Norandino trabaja, la cooperativa empezó a crecer hacia otras regiones del nor oriente peruano, buscando los volúmenes que el mercado le demandaba, es así que hoy día cuenta también con socios en Tumbes, Cajamarca, Amazonas, Lambayeque y San Martín. Para tener una idea, Norandino en Piura acopia el 20% del café que exporta en el año, el 15% del cacao y el 60% de la panela. Es decir, su fortaleza a nivel productivo y comercial está en realidad fuera de Piura.

Demás está decir que Norandino es un modelo de asociatividad, al margen de las debilidades que pueda tener, se ha convertido en uno de los referentes del país tanto en Comercio Justo, en producción orgánica, en asociatividad, en incursión agroindustrial y en desarrollo comercial desde la pequeña agricultura; siempre teniendo como una de sus fortalezas su participación en el Comercio Justo Fairtrade.

6. Aportes de la cadena bananera de Comercio Justo Fairtrade en Piura

A pesar de lo mencionado hasta aquí, hay aportes importantes que la cadena bananera de Comercio Justo Fairtrade ha logrado en la región Piura, aportes que bien podríamos generalizar para las otras cadenas. Entre estos podemos destacar:

6.1 Dinamización de la economía local

Es evidente que el negocio bananero Fairtrade ha logrado activar o reactivar la economía local, especialmente en los centros de producción como es la provincia de Sullana principalmente pero también la provincia de Morropón. Múltiples emprendimientos locales que se han formado para atender necesidades de servicios o de bienes que la cadena demanda, como por ejemplo transporte de cajas, abastecimiento de agua para las empacadoras, también agua potable para los trabajadores, operación logística, transporte de personal, pago a productores y al personal, seguros; así como también proveeduría de bienes como fundas, cartones, pallets, zunchos, stickers, fungicidas, jabón, abonos y un largo etcétera. Todo esto aunado a la mayor capacidad adquisitiva de los productores bananeros, configura un intenso dinamismo de las economías locales, especialmente en el ámbito rural.

6.2 Mayor fuente de empleo

En la medida que las organizaciones asumen el manejo de la cosecha, empaque y exportación del banano orgánico de Comercio Justo, la cantidad de mano de obra que emplean es grande. En promedio, por cada hectárea se genera 0.4 puestos de trabajo formal y permanente en estas organizaciones. Es decir, habría un aproximado de 2800 trabajadores empleados por estas organizaciones. Sólo APPBOSA, la más grande, genera 350 puestos de trabajo formal y permanente.

El perfil de estos trabajadores es el siguiente; se trata de hombres y mujeres jóvenes, la mayoría de ellos socios(as), hijos(as) y familiares de socios(as) de las mismas organizaciones. Conforman familias que viven en los centros poblados ubicados en el ámbito de acción de las organizaciones. Por lo dicho, ellos también son parte del proceso de dinamización de las economías locales y son un actor clave en el desarrollo de las organizaciones para las cuales trabajan.

6.3 Empoderamiento empresarial de los productores bananeros

Cuando se inició la cadena bananera Fairtrade en Piura, ninguna de las organizaciones que se formaron en aquella época (año 2002), tenía idea de cómo cosechar el banano, menos cómo empacarlo ni exportarlo. Todo esto era realizado por empresas privadas nacionales o transnacionales y lógicamente los ingresos que generaba el negocio eran mayormente aprovechados por estas empresas. Para tener una idea, los productores en aquellas épocas recibían USD 2.20 /caja de 18.14 kg de banano y las organizaciones certificadas sólo recibían la prima Fairtrade de USD 1.00 /caja de 18.14 kg; y en algunos casos ni eso recibían ya que hubo empresas que usaban parte de este dólar para pagar el precio de la caja al productor.

Hoy en día el promedio de precio que recibe el productor es de USD 5.40 /caja 18.14 kg y las organizaciones al realizar tanto la cosecha, empaque y exportación del banano, reciben además del dólar del premio Fairtrade, entre 5 a 6 dólares más para cubrir los costos que implica todo el proceso. Sin contar con la captación de ingresos adicionales por recuperación de drawback y de IGV.

Más allá de los números, los productores se han dado cuenta que sí pueden hacer empresa ellos mismos y que juntos pueden salir adelante a pesar de ser tan pequeños en área y producción.

6.4 Fortalecimiento de la institucionalidad local

Antes de empezar la cadena bananera Fairtrade, no existía ni una sola organización de productores, a pesar que ya había banano, el nivel de organización se reducía a la comunidad campesina, rondas, entre otras organizaciones sociales no empresariales.

Es a partir del inicio de la exportación de banano orgánico Fairtrade, que los niveles de organización de los productores empiezan a crecer. De 4 organizaciones certificadas en el 2004, hoy en día son 31. Si bien es cierto el número de organizaciones actualmente es exagerado para el área existente, es parte del proceso. Lo ideal sería contar con unas 10 organizaciones como máximo, con volúmenes que permitan cubrir sus costos y obtener ganancias, con fortaleza financiera y social, y bien distribuidas a lo largo del espacio local. Hoy en día, todas en mayor o menor grado, son actores relevantes y reconocidos en sus respectivos espacios, son referentes y actores del desarrollo económico local.

Vale decir también que actualmente son más de 31 organizaciones de pequeños productores bananeros que existen en la región, sin embargo muchas de ellas no han logrado certificarse aún y otras han perdido la certificación Fairtrade por incumplir criterios mayores.

Asimismo, las organizaciones están fortaleciendo espacios gremiales como la Junta Nacional del Banano, la cual con todas sus debilidades, es referente en temas de incidencia política y como defensora de los intereses de los productores bananeros de la región y del país. Igualmente la Coordinadora Nacional de organizaciones de Comercio Justo – CNCJ Perú, la cual agrupa a las organizaciones certificadas en nuestro país y es un espacio de incidencia al interior del propio movimiento.

Por otro lado, los trabajadores no se han quedado atrás en este proceso, ellos también se han organizado y han logrado constituir sindicatos o comités de trabajadores para defender sus derechos ante las organizaciones. Si bien las relaciones laborales son generalmente tensas, la conformación de estos sindicatos también es un indicador del fortalecimiento de la institucionalidad local.

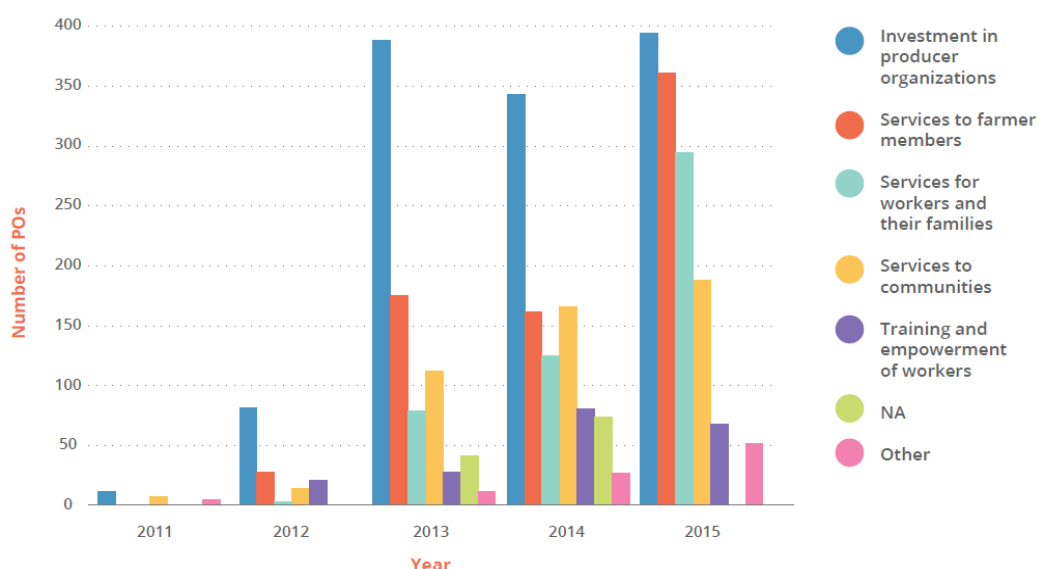
6.5 Mejora de la calidad de vida

Por todo lo dicho anteriormente así como por evidencias ciertamente empíricas, se puede deducir que los productores bananeros involucrados en la cadena de banano orgánico Fairtrade, han mejorado su calidad de vida. La mejora en sus viviendas, el mayor acceso a la educación para sus hijos, mejores vías de acceso a los centros poblados rurales y a los centros de producción, mayor acceso al crédito, incremento en sus activos familiares, entre otros; son indicadores que demuestran esta afirmación. A falta de estudios específicos en la región, son los propios productores quienes manifiestan su mejora, una respuesta de ello es también el crecimiento en el área sembrada con banano en la región, la cual pasó de 1,947 has en el año 2000 a 12,538 has hacia fines del 2015, según el Estudio de Línea de base del PIP de banano elaborado por el MINAG.

7. El uso del premio de Comercio Justo Fairtrade en las organizaciones certificadas en Piura

Para empezar, debemos anotar algunos resultados del estudio realizado por Fairtrade International sobre la inversión de la prima de Comercio Justo Fairtrade en el mundo. A continuación, se muestra un gráfico con información relevante sobre el destino de la inversión de la prima en el periodo 2011 - 2015.

Gráfico N°08: Destino de la inversión de la prima Fairtrade en el mundo



Como se aprecia en el gráfico anterior, la inversión principal se dirigió hacia el sostenimiento de las organizaciones, es decir, a cubrir gastos administrativos o de infraestructura necesarios para el mantenimiento y crecimiento de la organización. En segundo lugar, la inversión se dirigió a ofrecer servicios a los socios. Aquí destacan los servicios sociales como fondos de salud, mortuorios, de crédito, bonos navideños, entre otros.

A nivel de Piura, las organizaciones manifiestan un comportamiento similar en cuanto al uso que le dieron a la prima Fairtrade. En el siguiente cuadro podemos ver un resumen de algunas organizaciones:

Cuadro N°04: Destino principal de la inversión de prima Fairtrade en organizaciones bananeras en Piura

Rubros de gasto	Valle del Chira	APPBOSA	CAPEBOSAN	CEPIBO	Huangalá	APBOSMAM	Huayquiquirá	Aspraosra
Gastos administrativos	26%	15%	48%	33%	39%	0%	60%	55%
Inversión en infraestructura	10%	46%	11%	4%	19%	0%	11%	30%
Inversión productiva	32%	17%	28%	55%	18%	19%	6%	3%
Servicios a los socios	23%	16%	13%	8%	21%	6%	20%	9%
Desarrollo de capacidades	1%	1%	0%	0%	1%	4%	1%	2%
Proyección comunitaria	5%	2%	0%	0%	1%	0%	0%	1%
Otros	3%	3%	0%	0%	1%	6%	2%	0%
Pago de deudas	0%	0%	0%	0%	0%	65%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Prima total 2018 USD	512,426.00	878,000.00	550,706.00	253,542.00	161,836.31	541,178.00	116,163.00	302,997.00

Fuente: planes operativos anuales 2019 de estas organizaciones.

Como se puede apreciar del cuadro de arriba, el rubro de inversión de la prima Fairtrade más importante, son los gastos administrativos/comerciales. En mayor o en menor medida, la prima cubre gastos que debería cubrir el propio negocio por lo que esto representa un subsidio. El rango va de 15% (APPBOSA) hasta 60% (Huayquiquirá). Se observa un 0% correspondiente a APBOSMAM, sin embargo esto no es tan real porque aparece un 65% para pago de deudas, las cuales son básicamente por temas relacionados al negocio como deudas a proveedores de cartón y operación logística principalmente.

Está claro que mientras menor sea esta cobertura de gastos administrativos/comerciales, la dependencia de la organización respecto de la prima será menor, lo cual es positivo.

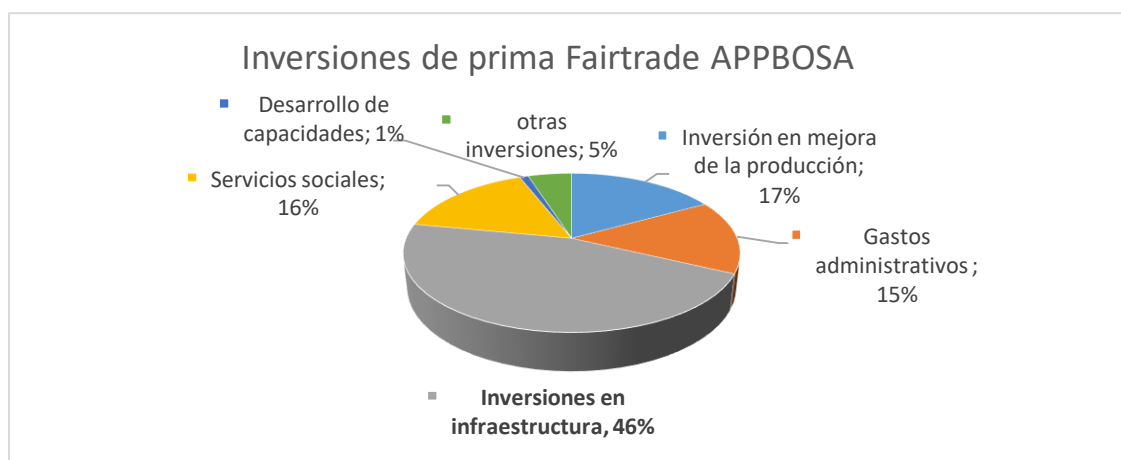
El rubro inversión productiva ocupa el segundo lugar en cuanto al destino de inversión de prima con 22% en promedio. Aquí principalmente se refiere a la compra de abonos y entrega de insumos para el control de la “mancha roja” para los socios. La idea es que los productores mejoren su productividad y calidad del producto.

Otro 16% en promedio se dedica a inversión en infraestructura, donde la inversión se orienta a construcción de empacadoras, baños en las empacadoras, compra de vehículos para transporte de cajas, construcción de cable vía y comedores principalmente. Es decir se trata de inversión para fortalecer la infraestructura comercial de la organización. Sólo en el caso de APPBOSA que analizaremos más abajo, este rubro se destina principalmente a infraestructura productiva a nivel de los socios.

La inversión en servicio a los socios representa en promedio el 15% del total. Aquí destacan servicios de salud, fondos mortuorios, celebraciones de navidad, escolaridad, aniversario de la organización, día de la madre, entre otros de este tipo.

En cuanto al desarrollo de capacidades es aún un rubro de mínima inversión, llegando al 1% en promedio. Este tipo de inversión no es tan bien recibida por los socios como los anteriores, por ello las organizaciones no le dedican grandes recursos; sin embargo, en términos de desarrollo y sostenibilidad de la organización es un servicio fundamental que debería ser mejor valorado y captar mayores recursos de prima Fairtrade.

Gráfico N°09: Destino de la prima Fairtrade en la Cooperativa APPBOSA



Como se aprecia en el gráfico de arriba, en el caso particular de APPBOSA; que es la organización de productores de banano más grande y sólida de la región Piura y del Perú, la inversión de la prima Fairtrade en un 46% se destina a inversiones en

infraestructura, entre ellas, la mayor parte de la inversión se dedica a pequeñas obras de mejoramiento de vías de acceso a los sectores productivos, mejora de canales de riego, construcción de puentes sobre estos canales de regadío, de drenes, compuertas, entre otras obras de este tipo, cuyo impacto entre los socios es mucho mayor que otro tipo de obras de infraestructura que la propia organización necesita como centros de paletizado o empacadoras.

El aporte de prima para gastos administrativos/comerciales es menor que el promedio, siendo 15%, es decir en el caso de APPBOSA, la dependencia respecto de la prima para alcanzar la operatividad y mantenerse en el mercado es menor que en el resto de organizaciones.

En general, podemos decir que las organizaciones no sólo de Piura sino del Perú, dependen fuertemente de los ingresos de prima de Comercio Justo Fairtrade para sobrevivir y mantenerse en el mercado. La prima les ayuda a mejorar su competitividad, les posibilita otorgar servicios a los socios, les cubre ineficiencias operacionales y fortalece financieramente a las organizaciones.

8. Algunas conclusiones

- Piura es una de las regiones con mayor número de organizaciones certificadas del Perú, siendo el cultivo de banano orgánico el más importante a nivel regional, desde el punto de vista de la certificación de Comercio Justo Fairtrade.
- Aproximadamente el Comercio Justo Fairtrade en Piura beneficia directamente a 11,000 productores, de los cuales un 10% son mujeres. De ellos, poco más del 64% son productores de banano orgánico.
- En cuanto al impacto del Fairtrade en Piura;
 - o Podemos afirmar que contribuyó a dinamizar y fortalecer una cadena agroexportadora que antes de su aparición no existía como es el caso del banano orgánico, cadena que difícilmente podría sostenerse sin la participación de Fairtrade. Un indicador que refleja esta afirmación es el alto porcentaje de las ventas totales de las organizaciones bananeras certificadas que se vende con sello Fairtrade. (66% en promedio).
 - o El Comercio Justo Fairtrade ha contribuido al fortalecimiento de la institucionalidad rural, en un país donde la crisis de institucionalidad es evidente, este no es un impacto menor.
 - o También vale la pena destacar su importante contribución a la dinamización de las economías locales en los espacios donde se encuentran organizaciones certificadas. Esto se logró ya sea aumentando ingresos de los productores, generando fuentes de empleo en la zona rural o activando negocios complementarios a la industria tanto del banano, cacao, caña de azúcar, mango y café.
 - o El Fairtrade ha fortalecido la apuesta de la región por la producción orgánica ya que los cultivos que se venden con este sello, son casi en su totalidad orgánicos. De hecho, en banano, por ejemplo, el 100% de las ventas con sello Fairtrade son con sello también orgánico.
- Las organizaciones certificadas en Piura tienen muchos desafíos por enfrentar, tanto interna como externamente.
Entre los desafíos internos tenemos:

- Fortalecer el nivel de compromiso y confianza de los socios para con su organización.
- Mejorar los niveles de eficiencia de las organizaciones que les haga ser más competitivas en el mercado.
- Profundizar el proceso de profesionalización para el manejo empresarial de las organizaciones.
- Medir el grado de impacto que van logrando a nivel de sus socios; controlarlo y monitorearlo.
- Formar cuadros dirigenciales para un recambio en la conducción de las organizaciones más equilibrado y que genere mayor estabilidad.
- Planificar el relevo generacional.
- Concientizar más a los socios para evitar aplicaciones de productos químicos prohibidos. Esto debido a que se arriesga la sostenibilidad del negocio y de las propias finanzas de las organizaciones.

En cuanto a los principales desafíos externos tenemos;

- En banano se está dando en el mercado un proceso de “igualación” del precio del banano orgánico con el convencional, lo cual está generando una presión alta por reducir el precio al proveedor. De hecho en este 2019, el precio promedio al productor bajó entre USD 0.5 a USD 1.00/caja 18.14 kg.
- En todos los cultivos, el cambio climático está generando problemas de adaptación de los mismos a los cambios en la temperatura y en especial al ingreso de nuevas plagas y enfermedades.
- En cacao, la presión del mercado por la ausencia de niveles no permitidos de cadmio en el grano, está generando que el cacao piurano sea cada vez menos demandado ya que aquí en Piura el cadmio está muy presente en los suelos y es naturalmente absorbido por la planta.
- La proliferación de muchos sellos de “Comercio Justo” en el mundo; más flexibles para las empresas así como más baratos para el consumidor final; con la consecuente competencia desleal que generan a Fairtrade; está arriesgando la sostenibilidad del sello en el tiempo y con ello la sostenibilidad de las propias organizaciones de productores de Piura, del Perú y del mundo.

Finalmente, es importante recalcar la importancia que el Fairtrade ha tenido y sigue teniendo para los pequeños productores piuranos, se ha convertido en una herramienta poderosa para intentar avanzar en el largo camino del desarrollo, a pesar de todos los problemas y riesgos mencionados, no podemos dejar de enfatizar su valor y su potencial. El concepto detrás del Comercio Justo Fairtrade sigue vigente y muestra que sí es posible alcanzar niveles de desarrollo en la pequeña agricultura; mucho va a depender de si los productores logran aprovechar la oportunidad que se les presenta por delante, ahí está su gran desafío.

9. Bibliografía

- Estados financieros y planes operativos anuales de organizaciones certificadas.
- Fairtrade International. Annual Report 2017-2018. www.fairtrade.net
- Fairtrade International. Monitoring the scope and benefits of Fairtrade. 2017. www.fairtrade.net
- Lista de organizaciones certificadas Fairtrade en Perú. Enero 2019. www.flocert.net
- Loconto Allisson et al. Participatory analysis of the use and impact of the fairtrade Premium. 2017. LISIS.
- XOCIMUM Perú. Informe final Línea de Base PIP banano. 2015. DRA Piura.

Piura, agosto del 2019