



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS GLOBALES**

**El Crecimiento de la Producción y su relación con la Consolidación de
la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las
cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo y
Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.**

TESIS

**Para Optar el Título Profesional de Licenciada en Administración de
Negocios Globales**

AUTOR

**Quispe Berrios, Mireya Geraldine
(ORCID: 0000-0001-9235-4858)**

ASESORA

**Bazalar Acosta, Sthefany
(ORCID: 0000-0003-1917-3289)**

Lima, Perú

2022

Metadatos Complementarios

Datos de autor

Quispe Berrios, Mireya Geraldine

Tipo de documento de identidad del AUTOR: DNI

Número de documento de identidad del AUTOR: 76618494

Datos de asesor

Bazalar Acosta, Sthefany

Tipo de documento de identidad del ASESOR: DNI

Número de documento de identidad del ASESOR: 45157398

Datos del jurado

JURADO 1: Torres Vega, Cesar Medardo, dni: 09889524, orcid: 0000-0002-6120-1602

JURADO 2: Gálvez Escobar, Miguel Alberto, dni: 09296168, orcid: 0000-0002-5179-6147

JURADO 3: Márquez Peirano, Alejandro Andrés, dni: 07704715, orcid: 0000-0002-9681-0141

JURADO 4: Murga Prieto, María Judith, dni: 8797385, orcid: 0000-0003-2291-2396

Datos de la investigación

Campo del conocimiento OCDE: 5.02.04

Código del programa: 416016

DEDICATORIA

A Dios, por estar siempre a mi lado, y enseñarme que nada es imposible en esta vida. Todo se logra con fe y perseverancia. Gracias por brindarme Salud, fortaleza y sabiduría.

A mi abuelita, Luz América Aguilar Silupú que hoy me ve desde el cielo, pero sus palabras y su amor permanecen conmigo. Siendo mi principal fuerza en cada reto de mi vida.

A mi mamá, Nelly Berrios Aguilar, mujer fuerte y luchadora que ha dado todo por y para mi crecimiento. Gracias por darme la vida y estar junto a mí en cada paso. No habría llegado hasta este punto sino fuese por ti.

A mi papá, Carlos Quispe Condezo, por su apoyo en mi educación y formación profesional y por sus enseñanzas desde el inicio de mi niñez.

A mis tías, Luz Amparo Socola Aguilar y Milagros Socola Aguilar, mis segundas madres a quienes siempre les agradeceré su amor, sus cuidados y sus enseñanzas. Por apoyarme y guiarme por el buen camino.

A mi novio Javier Valdiviezo Risco, tu ayuda ha sido fundamental. Gracias por estar a mi lado motivándome y ayudándome. Eres parte de este logro.

A mi familia y mis amistades, con quienes dedicó este producto profesional.

AGRADECIMIENTOS

A las Cooperativas agrarias de bananeros orgánicos de Huangalá, Pueblo Nuevo y Huayquiquira por haberme abierto las puertas y brindarme su experiencia para cristalizar esta investigación.

A la Universidad Ricardo Palma y a los docentes de la Escuela de Administración de Negocios Globales, por haber contribuido en mi formación.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “El Crecimiento de la Producción y su relación con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.” estudia y analiza al banano orgánico y su estructura productiva y comercial dentro del Valle del Chira. Así como también los principales factores que hicieron posible el ingreso de los productores de banano orgánico del Valle del Chira al mercado internacional.

Es importante identificar el concepto de las variables, siendo la primera el Crecimiento de la Producción identificado como la frecuencia en la que se cosechan los cultivos de una superficie determinada, el aumento de la superficie cultivable y mejoras del rendimiento; la segunda variable que viene a ser Consolidación de la Exportación es el resultado de mantener el esfuerzo logrado en el tiempo en términos de continuidad y crecimiento exportable.

En estos últimos 6 años transcurridos (2015-2021); se han realizado varios estudios para comprender las principales razones del crecimiento de las exportaciones del banano orgánico en la región de Piura; principalmente en el Valle de Chira, en el cual se centraliza la mayor superficie de producción de banano orgánico para exportación.

El desarrollo de esta investigación se enfoca en analizar su crecimiento progresivo; lo cual, se ha visto influenciado por el incremento de la demanda de los consumidores; como otro punto importante, enfatizamos lo asociativo y los modelos empresariales que se han formado entre los productores y empresas intermediarias exportadoras tanto nacionales como transnacionales; con la finalidad de reducir sus costos de producción, incrementar su productividad, y lograr aumentar su poder de negociación frente a las exportadoras.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
INTRODUCCIÓN.....	v
LISTA DE TABLAS.....	xi
LISTA DE FIGURAS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO.....	1
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2 Formulación del problema.....	3
1.2.1 Problema General.....	3
1.2.2 Problemas Específicos.....	3
1.3 Objetivos de la investigación.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
1.4 Importancia del estudio.....	5
1.5 Alcances y limitaciones.....	5
CAPITULO II: MARCO TEORICO- CONCEPTUAL.....	7
2.1 Antecedentes de la investigación.....	7
2.1.1 Antecedentes Nacionales.....	7
2.1.2 Antecedentes Internacionales.....	13
2.2 Bases Teóricas.....	20
2.2.1 Crecimiento de la Producción.....	20

2.2.2	Importancia del Crecimiento de la Producción.....	21
2.2.3	Aspectos Generales del Crecimiento de la Producción	22
2.2.3.1	Producción Orgánica	22
2.2.3.2	Banano Orgánico	23
2.2.3.2.1	Origen	23
2.2.3.2.2	El fruto	25
2.2.3.2.3	Variedades	26
2.2.3.2.4	Importancia y propiedades.....	27
2.2.3.2.5	Precio	28
2.2.3.2.6	Sub Partida Nacional	29
2.2.4	Crecimiento de la Producción de banano orgánico en Perú	30
2.2.5	Asociaciones de productores del Valle del Chira	32
2.2.5.1	Ubicación.....	32
2.2.5.2	Características agroecológicas del valle de la chira.....	34
2.2.5.3	Cooperativas Agrarias de Bananeros orgánicos de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira.	35
2.2.5.4	Características de los productores	37
2.2.5.5	Desarrollo Organizativo.....	38
2.2.5.6	Desarrollo del empleo en el sector.....	42
2.2.5.7	Mejora de calidad de vida de los productores.....	45
2.2.6	Producción de banano orgánico en el Valle del Chira.....	47
2.2.6.1	Claves del modelo de producción del banano orgánico	47
2.2.6.2	Proceso productivo de banano orgánico para exportación	49
2.2.6.3	Épocas de producción	57
2.2.6.4	Áreas cultivadas.....	58

2.2.6.5 Mejora en el Proceso Productivo	59
2.2.7 Costos de producción.....	62
2.2.8 Costos de cosecha y logística	64
2.2.9 Dimensiones del Crecimiento de la Producción	65
2.2.10 Consolidación de la Exportación	66
2.2.11 Importancia de la Consolidación de la Exportación	67
2.2.12 Aspectos Generales de la Consolidación de la Exportación.....	68
2.2.12.1 Historia de exportación del banano orgánico en Perú	68
2.2.12.2 Principales mercados de destino de la exportación orgánica.....	70
2.2.12.3 Acuerdos comerciales existentes	72
2.2.12.4 Perfil del consumidor de alimentos orgánicos.....	75
2.2.13 Exportación de banano orgánico en el Valle del Chira	76
2.2.13.1 Actores que participan en la cadena del banano del comercio Justo	76
2.2.13.2 Evolución de las exportaciones de banano orgánico	78
2.2.13.3 Volumen de exportación de banano orgánico	80
2.2.13.3.1 Volumen de exportación de banano orgánico en la Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos de Huangalá	82
2.2.13.3.2 Volumen de exportación de banano orgánico en la Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos Huayquiquira	82
2.2.13.3.3 Volumen de exportación de banano orgánico en la Cooperativa Agraria de Pueblo Nuevo.....	83
2.2.14 Análisis FODA	84
2.2.15 Certificaciones de las asociaciones.....	85
2.2.15.1 Certificación Orgánica.....	86
2.2.15.2 Comercio Justo (CJ)	86

2.2.15.3 Prima Fairtrade	87
2.2.15.4 Global G.A.P.	88
2.2.16 Participación en ferias internacionales	89
2.2.16.1 Fruit Logistic	89
2.2.16.2 Biofach.....	90
2.2.16.3 Cultivate (Ofa)	91
2.2.17 Dimensiones de la Consolidación de la Exportación	91
2.3 Definición de términos básicos.....	92
CAPITULO III. HIPOTESIS Y VARIABLES	96
3.1 Hipótesis y /o supuestos básicos.....	96
3.1.1 Hipótesis general.....	96
3.1.2 Hipótesis específica	96
3.2 Variables o Unidades de análisis	96
3.3 Matriz de Operacionalización de Variables.....	98
3.4 Matriz Lógica de Consistencia	99
CAPITULO IV. MARCO METODOLÓGICO	101
4.1 Tipo y método de investigación.....	101
4.1.1 Tipo de investigación.....	101
4.1.2 Método de investigación.....	101
4.2 Diseño específico de investigación.....	101
4.3 Población, muestra o participante.....	102
4.3.1 Población	102
4.3.2 Muestra	103
4.3.2.1 Determinación del tamaño de la muestra.....	103

4.4 Técnicas e instrumentos de recogida de datos.....	104
4.4.1 Técnicas	104
4.4.2 Instrumentos.	105
4.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	105
4.6 Procedimiento para la ejecución del estudio	106
CAPITULO V. RESULTADOS Y DISCUSION	107
5.1 Presentación y análisis de los resultados	107
5.1.1 Validación de instrumentos	107
5.1.2 Análisis de validez de los instrumentos.....	107
5.1.3 Análisis de confiabilidad	108
5.1.4 Tratamiento estadístico e interpretación de tablas y gráficos	110
5.1.5 Pruebas de normalidad.....	121
5.1.6 Prueba de hipótesis general	122
5.1.7 Prueba de las hipótesis específicas	124
5.2 Discusión de resultados	130
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	133
6.1 Conclusiones.....	133
6.2 Recomendaciones	136
REFERENCIAS	137
APÉNDICE A: Cuestionarios de investigación	144
APÉNDICE B: Testimonio Fotográfico.....	150
APÉNDICE C: Entrevistas a dirigentes	159

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Valores nutritivos por 100 gramos de porción comestible	28
Tabla 2. Valor promedio de exportación de banano orgánico. Periodo 2012-2021	29
Tabla 3. Subpartida NANDINA y Nacional.....	30
Tabla 4. Población de Piura por provincias y según sexo. (Censo 2017).....	33
Tabla 5. Altitud de los distritos sullaneros productores de banano orgánico	35
Tabla 6. Datos de números de productores y hectáreas de las Cooperativas Huangalá, Pueblo Nuevo y Huayquiquira.....	36
Tabla 7. Edad promedio de los productores de banano	37
Tabla 8. Grado de instrucción promedio de los productores de banano.....	37
Tabla 9. Factores determinantes de la asociatividad.....	40
Tabla 10. Asociaciones de productores de banano orgánico identificadas en la provincia de Sullana	41
Tabla 11. Costo de jornal promedio en el sector bananero y otros sectores.....	43
Tabla 12. Modelos asociativos y empresariales en el Valle del Chira	48
Tabla 13. Nivel de ingresos brutos y netos para los productores más vulnerables en USD/año	62
Tabla 14. Costo de producción de una hectárea de banano orgánico.....	64
Tabla 15. Estimación de los costos de cosecha y logística para exportar una caja de bananos orgánicos desde Piura.....	65
Tabla 16. Perú: Exportaciones de banano a principales países (FOB Millones de USD)...	71
Tabla 17. Perfil del consumidor Europeo.....	76
Tabla 18. Perfil del consumidor Norteamericano.....	76
Tabla 19. Volumen exportado de banano orgánico por la Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos de Huangalá en el Periodo Enero-Diciembre 2021	82

Tabla 20. Volumen exportado de banano orgánico por la Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos Huayquiquira en el Periodo Enero-Diciembre 2021.....	83
Tabla 21. Volumen exportado de banano orgánico por la Cooperativa Agraria Pueblo Nuevo en el Periodo Enero-Diciembre 2021.....	84
Tabla 22. FODA Banano Orgánico en el Valle del Chira.....	85
Tabla 23. Nivel de tecnología de productores dentro y fuera del Comercio Justo.....	87
Tabla 24. Validez de contenido por juicio de expertos	108
Tabla 25. Criterios de confiabilidad según Thorndike	108
Tabla 26. Resumen del procesamiento de los casos.....	109
Tabla 27. Estadísticos de fiabilidad.....	109
Tabla 28. Frecuencia Porcentual de la Variable Crecimiento de la Producción	111
Tabla 29. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Mejora en el Proceso Productivo.....	112
Tabla 30. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Gestión de Recursos	113
Tabla 31. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Mecanismos de Promoción	114
Tabla 32. Frecuencia Porcentual de la Variable Consolidación de la Exportación.....	115
Tabla 33. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Alianzas Estratégicas.....	117
Tabla 34. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Competitividad	118
Tabla 35. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Posicionamiento.....	119
Tabla 36. Pruebas de normalidad	120
Tabla 37. Correlaciones del Crecimiento de la Producción y la Consolidación de la Exportación	123
Tabla 38. Correlaciones de la Mejora en el Proceso Productivo y la Consolidación de la Exportación	125
Tabla 39. Correlaciones de la Gestión de Recursos y la Consolidación de la Exportación	127

Tabla 40. Correlaciones de los Mecanismos de Promoción y la Consolidación de la Exportación.....	129
--	-----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Evolución de producción de banano orgánico en toneladas-Perú.....	31
Figura 2. Mapa de la provincia de Sullana	33
Figura 3. Desarrollo organizativo	39
Figura 4. Proceso productivo de banano orgánico para exportación.....	57
Figura 5. Épocas de producción de banano orgánico	58
Figura 6. Evolución de áreas cultivadas de banano orgánico en Piura.....	58
Figura 7. Áreas cultivadas de banano orgánico en asociaciones piuranas (2018)... ..	59
Figura 8. Ciclo de evolución de las exportaciones de banano al mundo y a la Unión Europea.....	69
Figura 9. Programa de reducción arancelaria aplicada por la UE a sus importaciones de Banano.....	73
Figura 10. Actores que participan en la cadena del Comercio Justo.....	77
Figura 11. Volumen de exportaciones de banano orgánico peruano.....	81
Figura 12. Diseño de la investigación	102
Figura 13. Frecuencia Porcentual Total de la Variable Crecimiento de la Producción.....	111
Figura 14. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Mejora en el Proceso Productivo	112
Figura 15. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Gestión de Recursos	113
Figura 16. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Mecanismos de Promoción	114
Figura 17. Frecuencia Porcentual Total de la Variable Consolidación de la Exportación	116
Figura 18. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Alianzas Estratégicas.....	117
Figura 19. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Competitividad.....	118
Figura 20. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Posicionamiento	119

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolló con el propósito de determinar la relación del Crecimiento de la Producción y la Consolidación de la Exportación del banano orgánico en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

Dentro del marco teórico se incluye aspectos relacionados al banano orgánico como su importancia, precio exportable, producción, desarrollo organizativo de los productores, costos de producción, costos de cosecha y logística, evolución y volumen de exportación, entre otros.

El método de investigación es de tipo descriptivo correlacional con diseño no experimental.

Para la obtención de información se aplicaron cuestionarios a 34 productores pertenecientes a las siguientes asociaciones; Cooperativa Agraria de bananeros orgánicos de Huangalá, Cooperativa Agraria de Pueblo Nuevo y Cooperativa Agraria de bananeros orgánicos Huayquiquira. Los cuales brindaron su experiencia y opiniones acerca de las dos variables en estudio. El tipo de muestra es probabilística, porque las unidades de muestreo fueron seleccionadas mediante método aleatorio. La técnica empleada fue la encuesta en donde se realizaron preguntas en base a las dimensiones de las variables y el mecanismo aplicado fue el cuestionario, el cual se aplicó por medio físico.

Finalmente, se expone el análisis de resultados, las conclusiones y las recomendaciones coherentes a la realidad encontrada de los productores y asociaciones estudiadas.

Palabras claves: Crecimiento de la Producción, Consolidación de la Exportación, Banano Orgánico, Desarrollo Organizativo, Productores.

ABSTRACT

The present research work was developed with the purpose of determining the relationship between the Production Growth and the Export Consolidation of organic bananas in the cooperatives of producers of Huangalá, Pueblo Nuevo, and Huayquiquira located in the Valle del Chira. Sullana, Piura.

The theoretical framework includes aspects related to organic bananas such as its importance, exportable price, production, organizational development of producers, production costs, harvest and logistics costs, evolution and export volume, among others.

The research method is of type descriptive correlational with non-experimental design.

To obtain information, questionnaires were applied to 34 producers belonging to the following associations; Agrarian Cooperative of Organic Bananas of Huangalá, Agrarian Cooperative of Pueblo Nuevo and Agrarian Cooperative of Organic Bananas Huayquiquira. Who provided their experience and opinions about the two variables under study. The type of sample is probabilistic, because the sampling units were selected by a random method. The technique used was the survey where questions were asked based on the dimensions of the variables and the instrument applied was the questionnaire, which was applied by physical means.

Finally, are exposed the analysis of results, conclusions and recommendations consistent with the reality found of the producers and associations studied.

Keywords: Production Growth, Export Consolidation, Organic Bananas, Organizational Development, Producers.

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1 Descripción de la realidad problemática

El Perú, se ha posicionado como uno de los proveedores más importantes del banano orgánico, el cual es cultivado por pequeños productores. La zona primordial de agro exportación de banano orgánico se localiza en el Departamento de Piura en la Costa Norte del Perú y se ha extendido en el Valle del Chira.

Posada (2019) Director ejecutivo del IDEXCAM, CCL afirma que, en los últimos años, la exportación de esta fruta ha aumentado, sumando US\$148.5 millones en el 2017 y US\$ 167 millones en el 2019. Los destinos más fundamentales son Europa, donde se concentra el 70% de los envíos, Estados Unidos y Corea del Sur.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Desarrollo (FAO, 2017) En relación con la producción de Banano orgánico en el Perú entre 2010 y 2017, la producción de banano orgánico aumentó en un 94%.

En relación con el comercio internacional, en tanto que las áreas bananeras aumentaron en el norte en mayor proporción desde el año 2013, gracias al surgimiento de nuevas asociaciones que se sumaron a este cultivo orgánico, el Perú ascendió gradualmente su condición exportadora, ubicándose dentro de los 10 principales países exportadores.

Vale resaltar que el Perú se encuentra en el puesto 7 en el informe de la FAO como productor de banano, recordando que en el año 2000 nuestro país apenas aparecía en las estadísticas internacionales, por lo tanto, gracias a ciertas variaciones en el escenario comercial de la Unión Europea, nuestro país tiene la posibilidad de entrar a este mercado importante con la oferta de banano orgánico, lo que lo ha convertido en uno de los países exportadores más importantes en muy corta duración.

A medida que nos vamos consolidando en el mercado externo como principales exportadores las exigencias demandadas son mayores como en términos de calidad del manejo del producto, por lo cual es necesario realizar buenas prácticas agrícolas para poder cumplir con los requerimientos de los consumidores en los países de destino, garantizando inocuidad y seguridad del Producto.

Los productores han logrado obtener certificaciones internacionales como el Comercio Justo (CJ), gracias a que sus asociaciones se estructuraron y crearon organizaciones de nivel extraordinario. Sin embargo, hasta el día de hoy, hay productores no afiliados que trabajan de forma independiente y advierten niveles más bajos de producción por hectárea (Ha).

Así mismo entre las diferentes asociaciones que existen en el Valle del Chira, no todas cuentan con el mismo nivel de desarrollo, ya que algunas de ellas comercializan a través de empresas exportadoras ubicadas en el valle, lo cual les limita la negociación en términos de precio y les reduce las actividades de producción como la cosecha y el empaque. “Existe una gran diferencia entre las asociaciones que logran crecer, debido a las condiciones iniciales de integración a la producción orgánica y la ruptura de las redes de apoyo a agricultores y asociaciones” (Vargas, 2011, p.13).

Lo que se requiere son mayores redes de apoyo tanto del sector público como privado, para que ayuden con la conversión de los productores y estos a su vez, a través de las asociaciones puedan lograr acceder al Comercio Justo, y la exportación directa.

Lo cual les permitiría tener una mayor solidez en el mercado, ampliar sus actividades comercializadoras, poder negociar mayores contratos con las empresas importadoras.

De esta manera se lograría una mayor evolución de los productores de banano orgánico en términos de producción y exportación.

1.2 Formulación del problema

Para dar validez científica a la investigación desarrollada, se tomó en consideración el documento elaborado por la United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO), Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Paris, 1945), que fuera presentado como propuesta de nomenclatura internacional estándar para ciencia y tecnología; y que ahora es ampliamente reconocido internacionalmente como CÓDIGOS UNESCO. Nomenclatura Internacional de Ciencia y Tecnología de la UNESCO.

En el mismo; el Campo 5304 Actividad Económica, refiere al ítem 5304.07 Producción y El campo 5310 Economía Internacional, refiere al ítem 5310.04 Operaciones comerciales internacionales. (UNESCO, 1988); sobre los cuales se basa la hipótesis de una correlación positiva que los vincula correspondientemente como variables causa – efecto, las que son determinantes en la problemática que se formula.

1.2.1 Problema General

PG: ¿En qué medida el Crecimiento de la Producción se relaciona con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa Paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.?

1.2.2 Problemas Específicos

PE1: ¿En qué medida la Mejora en el Proceso Productivo se relaciona con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.?

PE2: ¿En qué medida la Gestión de Recursos se relaciona con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.?

PE3: ¿En qué medida los Mecanismos de Promoción se relacionan con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

OG: Determinar en qué medida el Crecimiento de la Producción se relaciona con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

1.3.2 Objetivos Específicos.

OE1: Analizar en qué medida la Mejora en el Proceso Productivo se relaciona con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

OE2: Evaluar en qué medida la Gestión de Recursos se relaciona con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

OE3: Determinar en qué medida los Mecanismos de Promoción se relacionan con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

1.4 Importancia del estudio

La importancia de esta investigación se sustenta en determinar el grado de relación entre las dos variables estudiadas Crecimiento de la Producción y Consolidación de la Exportación del banano orgánico. Para evaluar como la Mejora en el Proceso Productivo, la adecuada Gestión de Recursos, y los Mecanismos de Promoción han conllevado a un aumento de volumen en la producción. Lo cual ha permitido poder consolidarnos en el mercado internacional dentro los principales 10 países exportadores, posicionándonos por la calidad de banano que nuestro país ofrece. Y ganando competitividad frente a otros exportadores.

1.5 Alcances y limitaciones

- Alcances:
 - A. El presente estudio investigó sobre el Crecimiento de la Producción y la Consolidación de la Exportación del banano orgánico en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.
 - B. La encuesta se realizó de manera directa a los productores y directivos que pertenecen a las 3 cooperativas de valle del Chira.

- Limitaciones:
 - A. Disposición y / o falta de tiempo por parte de las personas encuestadas en brindar información por sus ocupaciones pendientes.
 - B. Las respuestas que se obtuvieron dependen del grado de conocimiento que tienen acerca del tema en investigación.
 - C. La poca disponibilidad que tuvo el alumno investigador, por motivos laborales en realizar el viaje a la ciudad de Piura, Sullana.
 - D. Falta de información, y actualización de datos estadísticos e informativos de las cooperativas de productores de Valle del Chira.

CAPITULO II: MARCO TEORICO- CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes Nacionales

Bayona, B.; Litano, W.; Zapata, E. (2011) “*Los Determinantes de la Producción Exportable del Banano Orgánico en el Valle del Chira.*” (Tesis de pregrado).

Universidad Nacional de Piura, Perú.

La tesis que se observa tuvo como objetivo especificar las causas que hacen factible el ingreso de los productores de banano orgánico de la región Piura al mercado internacional. El diseño de la investigación fue de corte transversal. Y como mecanismo se utilizaron fuentes de carácter primario como sondeos a los productores tanto de banano orgánico como tradicional. Y fuentes de carácter secundario como estadísticas sobre precios, número de hectáreas cultivadas, número de asociaciones, entre otras.

Se logra especificar las prioritarias restricciones que tienen los productores de banano orgánico para alcanzar estándares internacionales de calidad, y se detectó como mayor problema la obtención de la certificación orgánica, lo cual es una exigencia creciente en los mercados europeos.

Además, se describen los determinantes de la producción y exportación de banano orgánico. Entre los determinantes de la producción de banano orgánico, se encuentra que el mayor factor es el mejor precio y las ganancias que se obtienen en relación con el banano convencional.

Sus principales conclusiones fueron:

- A. Circunstancias que reflejan el acrecentamiento en productos orgánicos son las asociaciones, las redes de apoyo, el paso al crédito, programas de capacitación, empresas exportadoras.

- B. La cantidad de banano orgánico que se produce para la comercialización depende de un cofactor exógeno, como el precio, y no un causante endógeno, como la calidad del producto.
- C. Es sumamente importante aumentar la demanda en los mercados internos y externos, para crear un vínculo directo entre el productor y el consumidor final; De esa manera, pueda beneficiar al desarrollo de las comunidades locales.

Yamamoto, M. (2015) “Estructura Productiva-Económica, Comercial, Competitividad Y Marketing del Banano Orgánico de Piura durante el Periodo 2000 – 2013. “(Tesis de Maestría) Universidad Nacional Agraria la molina, Lima, Perú.

El objetivo de esta tesis de diploma fue evaluar la producción, organización económica y comercial, competitividad y comercialización del banano orgánico en Piura en el período 2000 - 2013. El plan de la investigación es inductivo y racional. Y como mecanismo se realizaron sondeos, diálogos directos con los agricultores, exportadores, empleados públicos, visitas a instituciones, visitas a corporaciones nacionales y extranjeras.

Respecto a la organización productiva, demuestra que el banano orgánico conquistó el mercado logrando estándares de calidad competitivos a través de la gestión orgánica de la producción, comercialización, ventas y provisión.

En referencia a la organización económica, se examinan los precios de producción agrícola del banano orgánico, los costos de producción y los niveles de ganancias.

Los precios agrícolas han aumentado significativamente desde 2000-2013, fomentado por el alto requerimiento de este producto orgánico fresco para la exportación.

Respecto a los costos de producción, señala que el aumento en el nivel de producción, productividad y calidad del producto se refleja en el uso racional de los recursos para competir en precio y excelencia en diferentes mercados.

En la distribución comercial, se analizan las principales variables comerciales externas de banano orgánico por valor, volumen y mercado de consumo durante el período de estudio 2000-2013.

Por otro lado, se muestra el volumen exportado comprobándose que la región de Piura lidera en las exportaciones de esta fruta.

Sus principales conclusiones fueron:

- A. Perú es el tercer país con mayor producción y exportación de banano orgánico después de República Dominicana y Ecuador. Piura es la singular región que produce y exporta en el puerto de Paita. Esto le facultó desarrollarse a una tasa de crecimiento anual promedio del 32% durante estos 13 años.
- B. La demanda gradual en naciones como EEUU, Europa y Asia. Se ha reflejado en una tasa de crecimiento de 47%, 56% y 65% respectivamente en términos de volumen de las exportaciones.
- C. Debido al aumento de la producción y las ganancias del banano orgánico, las asociaciones de pequeños agricultores se han fortalecido, generando dinamismo económico de la zona de producción.

Domínguez, Guísela, y Ramírez Casas, Rosário. (2017). “Oportunidades que permitieron el desarrollo de las exportaciones del Banano Orgánico Peruano en el Mercado de los EEUU en los años 2012-2016.” (Tesis de Pregrado) Universidad Peruana de ciencias aplicadas, Lima, Perú.

La tesis que se observa tuvo como objetivo identificar las oportunidades que llevaron al crecimiento de las exportaciones de banano orgánico del Perú al mercado

estadounidense durante los años 2012-2016. Este proyecto de investigación es cualitativamente descriptivo y explicativo y se basa en una teoría fundamentada. Como ayuda, se realizaron entrevistas con organizaciones, asociaciones y sindicatos que se ocupan de la exportación de banano orgánico.

Análisis de la capacidad de producción y evolución de la producción de banano orgánico en Perú. Pasamos de exportar 8.000 toneladas en el año 2000 a 12.000 toneladas en 2013, respectivamente, de \$ 2 millones a \$ 89 millones. (Galantini, MINAGRI, 2014).

Uno de los factores más importantes en el avance de las exportaciones fue el apoyo del Programa Nacional de Banano Orgánico lanzado en 1998 por el Ministerio de Agricultura.

Otro principal determinante, fueron los acuerdos comerciales con la Unión europea, y el tratamiento arancelario preferencial que la UE brindó al Perú, lo cual hizo más transparentes las exportaciones hacia dicho mercado.

Se pudo aclarar gracias a la investigación que; el principal mercado consumidor de las exportaciones de banano orgánico es Europa, no Estados Unidos; Porque el primero fomentó la importación de bananos orgánicos en beneficio de la marca Fairtrade y sus estándares de empaque más asequibles.

Sus principales conclusiones fueron:

- A. El incremento de la producción y a su vez una fuerte demanda exportable de bananos orgánicos son una oportunidad para desarrollar las exportaciones a Estados Unidos de 2012 a 2016.
- B. Otro cofactor importante que influyó en el incremento de las exportaciones son las formalizaciones y tecnificaciones que se dieron tanto en trámites administrativos y logísticos de asociaciones productivas.

C. Los individuos asociados a estas organizaciones de banano orgánico nos anuncian que se han ido atrayendo y ganando socios recientemente, debido a que los resultados económicos obtenidos por el pequeño productor son atractivos. Lo cual es favorable, ya que genera mayor número de hectáreas de cultivo.

Correa, J. (2018). “Plan de negocios de exportación de banano orgánico clase A-2 dirigido a Portugal.” (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Piura, Perú.

La tesis que se observa tuvo como objetivo puntualizar cómo rentabilizar el descarte de banano orgánico clase A-2 producido por CEPIBO. El proyecto de indagación es un método de caso no experimental y la técnica de la entrevista se ha utilizado como una herramienta, lo cual se aplicó tanto a los gerentes de las distintas divisiones como a los miembros del consejo directivo de CEPIBO (Central Piurana de Asociaciones de Pequeños Productores de Banano Orgánico).

Una pesquisa realizada en Portugal demuestra que tiene una población de 10, 839,51 millones de personas, su ingreso per cápita es de \$ 30, 00, sus importaciones son \$ 109,573 mil, y su producto es de 162,337 toneladas.

En el análisis interno, se encuentra como principal fortaleza que CEPIBO se ha vinculado como exportador al mercado justo de banano orgánico. Y el punto débil es el alto costo operativo del proceso de empaque.

En el análisis externo, se detecta como ocasión imprescindible el incremento en la demanda de productos orgánicos en los comercios a precios regulados. Y como amenaza, un sistema de certificación orgánica más estricto podría disgustar a los pequeños productores.

Sus principales conclusiones fueron:

- A. Se ha encontrado que existe una demanda anual insatisfecha de 153,812 TM de banano orgánico. Por otro lado, dentro de sus principales hábitos de consumos está el comer frutas naturales y sobre todo nutritivas. No importando en gran medida la presentación estética. Por lo tanto, el Banano orgánico A-2 podría lograr posicionamiento en dicho mercado.
- B. Se ha confirmado que la empresa procesa actualmente plátanos orgánicos A1 y plátanos orgánicos A2 como un proceso alternativo. Se hace viable su producción.
- C. La investigación determinó que el proyecto es rentable tanto económico como financieramente.

Ríos, R. (2015). "Estrategias y herramientas para el desarrollo Socio organizacional de pequeños y medianos productores agrarios en las regiones de Piura, San Martín y tumbes."(Tesis de pregrado). Universidad Nacional Agraria, La molina, Lima.

El objetivo de la tesis de diploma observada fue establecer instrumentos y tácticas para el progreso socio-organizacional de tres asociaciones de pequeños y medianos productores agrícolas, quienes implementan la caracterización, categorización y plan de acción en cada una de ellas. El diseño de la investigación es no experimental y como herramienta se utilizó una ficha de recolección de datos que contiene un reporte general sobre la estructura y datos relacionados con el entorno interno y el medio local.

Se destaca la asociatividad como una importancia estratégica, un aspecto para que los productores no organizados puedan acceder al mercado con ventajas comerciales y

tecnológicas y posiblemente obtener ingresos superiores. Esto reducirá la pobreza en las zonas rurales.

En el plan de acción se han desarrollado sistemas y actividades que les permiten superar los cuellos de botella y mejorar el desempeño.

Los logros fundamentales del desempeño de este subsistema son; el posicionamiento que se obtuvo en mercados internacionales con precios diferenciados, obtención del Comercio Justo y certificación orgánica.

Sus principales conclusiones fueron:

- A. Las organizaciones de producción agrícola dirigen sus asociaciones en los negocios, incluyendo nuevas ideas dentro de las buenas prácticas en la cadena de producción para mejorar la característica de su producción.
- B. Es evidente que las tres organizaciones de producción agrícola crean ventajas de escala, entrada a los mercados y brindan una mejor excelencia de vida a cada uno de sus socios.
- C. El plan de acción estratégico es necesario para generar una alta competitividad en las organizaciones agrícolas pequeñas y medianas.

2.1.2 Antecedentes Internacionales

Ramon.J (2010) “Análisis del Impacto Socio Económico Causado en la Provincia de El Oro por la Producción y Exportación del Banano Orgánico a la Unión Europea, en el Período 2003-2007.” (Tesis de Pregrado). Universidad Técnica Particular De Loja, Ecuador.

El objetivo de esta tesis de investigación fue observar, analizar y determinar las causas de los impactos socioeconómicos ocasionados en la provincia de El Oro por la producción y exportación de banano orgánico a la Unión Europea en el período 2003-

2007. Se utilizó como instrumento un análisis cuantitativo y un análisis de colisión socioeconómica.

La provincia de El Oro ha producido más del 42% de toda la producción orgánica y convencional bananera ecuatoriana; Siendo la más significativa del Ecuador.

Conforme a un informe de año 2006 de parte de la Internacional de Agricultura Orgánica (IFOAM, por sus siglas en inglés), Ecuador se encuentra entre los primeros 55 países con la mayor superficie de tierra orgánica. En América del Sur, se encuentra entre los siete primeros.

De acuerdo la repercusión pare el impacto socio económico de la generación y mercantilización de este producto en la provincia de El Oro; el banano orgánico rindió entradas aproximadas en valor FOB por \$97'454.000,00. Por otro lado, hubo un aumento de Has calificadas para producir orgánicamente. Lo cual, brindo mayores puestos de trabajos tanto directos como indirectos.

Sus principales conclusiones fueron:

- A. Los beneficios socio económicos que se lograron en la provincia de El Oro gracias a las exportaciones de banano orgánico son realmente importantes ya que ayudaron a obtener un precio por encima del costo de producción y un sobre precio agregado con lo que se pudo invertir en mejorar las condiciones sociales.
- B. Los productores pueden convertir su producción de tradicional a orgánico a través de un proceso gradual, comenzando solo con un cierto número de hectáreas en agricultura orgánica y el resto en cultivo tradicional de banano. Y luego ir creciendo progresivamente con más hectáreas orgánicas cuando se vayan cubriendo los costos que conlleva el proceso orgánico.
- C. La productividad del banano orgánico en la provincia de El Oro marcó profundamente la apertura de una novedosa era que rompió el modelo tradicional

de producción de banano y, por lo tanto, mejoró el estilo de vida de los pequeños agricultores y sus localidades.

**Fonseca, P.; Parra, M.; Parco, C. (2018) “*Banafruits: Análisis De Producción De Banano Orgánico Como Oportunidad De Negocio.*”(Tesis de Pregrado).
Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia.**

La tesis que se observa tuvo como objetivo formular la oportunidad de negocio de producir banano orgánico dada la tendencia global del consumo de productos orgánicos para que empresas colombianas productoras, como Banafruits, analicen la viabilidad de participar en este mercado. El proyecto de la investigación es de enfoque cualitativo para recopilar y analizar datos que son necesarios para entender la situación actual del objeto de estudio. Y como herramientas en la investigación se emplearon entrevistas semiestructuradas, observación participativa y análisis de contenido.

Respecto a la producción de Banano Orgánico en Colombia, las regiones del nororiente del departamento del Magdalena y el Golfo de Urabá, se han especializado en producir banano tipo exportación con altos estándares de calidad, gracias a que estas zonas cuentan con ventajas comparativas por la calidad de los suelos y la ubicación geográfica en relación con otras zonas productoras de banano en el mundo. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2005).

Esta investigación se realizó en la finca “La Chávela”, ubicada en Río Frío, zona bananera del Magdalena. Es una de las fincas productoras de bananos asociadas con la empresa Banafruits. La finca tiene una extensión de 120 hectáreas, y cuenta con 120 trabajadores. Su capacidad de producción es de dos contenedores diarios y en promedio semanal logran entregar seis contenedores para exportación principalmente al mercado de Estados Unidos.

Sus principales conclusiones fueron:

- A. Se determina que la empresa productora de bananos tiene potencial en sus recursos, ya que está avalada por las siguientes certificaciones RAINFOREST y GLOBALG.A.P; demostrando responsabilidad ambiental y un efectivo proceso de producción.
- B. Banafruits tiene mucho potencial para gestionar la reestructuración de su cadena productiva y comenzar con el cultivo orgánico. Sus principales ventajas es ser parte de la red de empresas con Comercio Justo, y contar con certificaciones; lo cual le facilitaría llegar a nuevos mercados. Y a su vez contribuir con el desarrollo social y económico del país.
- C. Si más empresas bananeras realizan su conversión a cultivo orgánico promoverían un mayor desarrollo económico en Colombia, ya que lograrían ser más competitivos en el mercado de exportación de frutas.

Décker, M.; Dayanara, V. (2016) “Análisis de la factibilidad de la exportación directa de banano orgánico hacia Alemania.” (Tesis de Pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.

El propósito de esta investigación fue especificar la viabilidad económica de exportar banano orgánico directamente al mercado alemán. El proyecto adopta un enfoque mixto ya que se utilizó un análisis cuantitativo y cualitativo de la indagación.

En el enfoque cuantitativo se analizó la viabilidad financiera de exportar banano orgánico a través del análisis de los indicadores financieros del mercado alemán. En el enfoque cualitativo se analizó los puntos de vista de los participantes escogidos que sirvieron como aporte a la investigación realizada. Como herramienta en la

investigación se empleó el análisis financiero, y entrevistas a expertos en el tema y/o con experiencia en la exportación del banano hacia el mercado alemán.

Sobre los resultados del Análisis del mercado podemos ver que es muy atractivo no solo por la preferencia de la población por los productos orgánicos sino también por una economía que es una de las más prósperas de Europa. Siendo Alemania, un país seguro para invertir en la estabilidad política y económica, así como la buena administración de sus mandatarios.

Sobre la Factibilidad Financiera, se elaboró un flujo de caja con intermediario, y otro flujo de caja sin intermediario en el cual se eliminó la venta al intermediario y los gastos de venta que se cobran por la gestión de comprar al productor. Con evidencia que el margen de ganancia se incrementó considerablemente y a lo largo de los 5 años, lo cual permitirá un mejor resultado.

Sus principales conclusiones fueron:

- A. El mercado alemán tiene un interés creciente en el consumo de productos orgánicos, motivo por el cual se ha convertido en el mercado más atractivo dentro de los países de la Unión Europea, y también por la relación comercial existente entre Ecuador y Alemania lo cual ha crecido en los últimos años, cerrando el año 2015 con una balanza positiva de \$71703.
- B. El banano se exporta a Ecuador a través de empresas exportadoras. Se propone una exportación sin intermediarios a través del puerto Bolívar que se encuentra ubicado en la Provincia de El Oro. Además, sería una ventaja puesto que las tres haciendas que se han considerado en este proyecto están ubicadas en dicho lugar. Además, este puerto es especializado en banano.
- C. Se logró evidenciar que existe viabilidad financiera del proyecto mediante la construcción de dos flujos de efectivo comparables, uno si la empresa usa

intermediarios y el otro si la empresa no usa intermediarios, reflejando un ahorro significativo de \$ 2.10 que el intermediario cobra al productor, afirmando de que es posible exportar sin intermediarios, con una ganancia adicional en el primer año de aproximadamente de \$11421,24.

Vargas, A. (2018). “Comercialización de banano orgánico en el contexto del tratado de libre comercio con la unión europea.” (Tesis de Pregrado). Universidad técnica de Machala, Ecuador.

La tesis citada se enfocó como objetivo la influencia del compromiso de libre comercio con la Unión Europea en las exportaciones ecuatorianas de banano orgánico. La investigación es cualitativa y se utiliza el método de investigación inductivo. Se utilizó como herramienta la investigación documental hemerográfica ya que se realizó un procedimiento de agregación de datos estadísticos, literatura y conceptos con intención de verificar la credibilidad de la divulgación autorizada por intermedio de las fuentes sobre la producción de banano orgánico y el contexto actual de las exportaciones a los países europeos.

En cuanto a las relaciones comerciales entre Ecuador y la Unión Europea, se puede apreciar que el banano ecuatoriano estuvo más abierto al mercado europeo gracias a la firma del tratado de libre comercio.

Sobre las oportunidades, este acuerdo comercial le da a Ecuador la capacidad de restaurar la competitividad de las exportaciones de banano frente a otros países exportadores como los países del Caribe, África y el Pacífico.

Sus principales conclusiones fueron:

A. El principal incentivo que tienen los productores para convertir su producción de banano tradicional a Orgánico son los precios que presenta el mercado

internacional, debido al requerimiento del banano orgánico que es permanente y logra mantener altos importes.

- B. El Pacto de libre comercio ofrece al Ecuador la oportunidad de mejorar su competitividad frente a otros países mediante la reducción de aranceles. Esto conducirá a un aumento de los ingresos y más puestos de trabajo.
- C. La participación de Ecuador en las exportaciones de banano orgánico al mercado europeo creció positivamente a medida que los datos de exportación aumentaron significativamente en 2017.

Córdova, C. (2016). “Estudio de pre-factibilidad de un programa de certificación de banano orgánico para exportar a Alemania en productores de la provincia de Los ríos - Ecuador: 2015.” (Tesis de Maestría). Universidad de Guayaquil, Ecuador.

La tesis que se observa tuvo como objetivo demostrar que el comercio internacional de productos orgánicos se ha incrementado en los últimos cinco años. El diseño de la investigación es no experimental. Y como medios se utilizaron la entrevista y encuesta en la que se desarrolla una serie de preguntas con el fin de conocer cuán económico es realizar la certificación del sello verde con pequeños productores de la provincia de Los Ríos.

Respecto al propósito del estudio, se requiere el apoyo de los pequeños productores que realicen producción de banano orgánico. Se logró identificar que, en la provincia de Los Ríos, les interesa la propuesta para realizar un sello orgánico, pero se tiene como debilidad que aún no tienen conocimiento sobre el proceso ni los requisitos para poder certificarse. Por lo cual se necesita de un organismo especializado que los ayude.

Para investigar la Pre-factibilidad del proyecto, se utilizó el modelo de análisis de flujo incremental, siendo más conveniente para estudiar proyectos de empresas u organizaciones en ejecución.

Sus principales conclusiones fueron:

- A. El análisis de la información para obtener la certificación del sello verde en pequeños productores de la provincia de Los Ríos fue de gran apoyo, ya que esgrimió para estudiar que la agricultura orgánica en Ecuador ha crecido a gran escala en los últimos años.
- B. La agricultura orgánica no denota un nulo uso de productos químicos, al contrario, se optimiza mediante el sol y los nutrientes del suelo con un mínimo de productos químicos. Qué permite el crecimiento sostenible al no agotar los recursos fértiles.
- C. La hipótesis propone que la producción del banano orgánico bajo un sello verde, para pequeños productores bananeros en la provincia de Los Ríos – Ecuador” se puede cumplir a través de los logros extraídos de estudios debajo de las variables financieras.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Crecimiento de la Producción

Sobre la primera variable del presente estudio, Crecimiento de la Producción, los fundamentos teóricos tratados en el libro la gestión de la productividad sirve de justificación para el desarrollo del marco teórico que se propone.

El Crecimiento de la Producción de cultivos proviene de tres fuentes principales: expansión de la superficie agrícola cultivable, aumento de la intensidad de los cultivos (la frecuencia en la que se cosechan los cultivos de una superficie determinada) y mejoras de rendimiento.

De tal manera, para lograr un Crecimiento en la Producción se debe aumentar las hectáreas de cultivo orgánico por medio de nuevos socios productores que se incorporen a las asociaciones, o el surgimiento de nuevas asociaciones. Además, mejorar el rendimiento para lograr mayor producción en las cosechas con las mismas hectáreas y plantas. Con un banano que cumpla con los estándares que se exigen y se genere menos descarte del mismo.

Por otro lado, la productividad agrícola es fundamental para el crecimiento económico. Esta se define como la relación entre la producción y los insumos utilizados en el proceso específico de la agricultura. Es decir, la cantidad de toneladas producidas del cultivo, y los insumos que se han invertido como dinero y mano de obra. (TOTVS LATAM, 2022).

2.2.2 Importancia del Crecimiento de la Producción.

Abarcar un alza en el incremento de la producción es un aspecto de mayor premura en los países y organizaciones en desarrollo. La celeridad en el aumento de la población, el desempleo, la pobreza, el aumento de la deuda, la inflación, la caída de los precios de exportación de las materias primas; son algunas de las principales razones del creciente interés por el asunto.

Un aumento de la producción puede contrarrestar el efecto de algunos de estos problemas y, al mismo tiempo, promover el desarrollo social y económico. Y lograr una mejoría de vida. “La productividad significa mejorar el proceso de producción, mejorar significa hacer una comparación favorable entre la cantidad de bienes, recursos utilizados y servicios producidos.” (Carro y González., 2015, p.3).

En la actualidad, no es inexacto presumir que la productividad es la única fuente imprescindible de un incremento económico y social para obtener un preeminente nivel de vida.

Prokopenko.J (1989) afirma:

Esto se debe a una mayor eficiencia y diferenciación del trabajo más que al uso de más mano de obra y capital. Dicho de otra manera, al mejorar la productividad, nuestro ingreso nacional (PBN) será de crecimiento.

2.2.3 Aspectos Generales del Crecimiento de la Producción

2.2.3.1 Producción Orgánica

Es un sistema de producción que tiene como objetivo optimizar el uso de materia prima para uso agrario, se debe enfatizar la fecundidad de la tierra y la actividad biológica mientras se reduce el consumo de recursos no renovables y se eliminan los fertilizantes y pesticidas sintéticos (agroquímicos) para de este modo proteger el medio ambiente y la salud humana. (Vargas, 2011, p.3).

La cantidad de tierra destinada a este prototipo de producción en todo el mundo ha incrementado constantemente a partir del 1999.

En nuestro país, la producción orgánica es una actividad reciente, pero con un dinamismo notable. Se pueden encontrar sus cimientos en la pequeña agricultura de la costa, sierra y selva. Es una muy buena opción de desarrollo sostenible y es la mejor alternativa de crecimiento económico ya que apoya a que puedan crecer los productores agrícolas.

De acuerdo a la información proporcionada por la autoridad nacional SENASA, se estimaba que había 8,146 productores orgánicos certificados oficialmente en Perú en 2001 y 25,000 hectáreas involucradas. En 2009 SENASA estimó 55,049 pequeños

productores orgánicos y 445,352 hectáreas involucradas. Esto se traduce que en 10 años los productores orgánicos se multiplicaron por 7, y las hectáreas para producción orgánica por aproximadamente 18.

En 2015 se continuó con la agricultura orgánica en 22 departamentos con un área total de 607,872.39 hectáreas, de las cuales 457,039.60 hectáreas fueron orgánicas y 150,832.79 hectáreas fueron en transición.

En los últimos años se está desarrollando el cultivo de productos orgánicos como café, cacao, plátanos, mangos, etc. Y están involucradas principalmente veintidós regiones, la mayoría de las cuales se concentran en la costa en asociaciones agrícolas.

La producción orgánica ha originado una mejor organización y coordinación gremial, productiva y comercial.

2.2.3.2 Banano Orgánico

2.2.3.2.1 Origen

El plátano es una fruta procedente del Asia y su consumo se ha extendido por todo el mundo, se cultiva todo el año en regiones tropicales. Por ello, se ha solicitado darle un espacio principal dentro de la economía comercial de muchas naciones.

Se puede considerar que en base al valor bruto el fruto del banano es el cuarto cultivo alimentario más importante sólo después del trigo, el arroz y el maíz en el mundo.

En la actualidad, a los bananos se le identifican como procedentes del sur del Asia y en el Pacífico, donde se pueden hallar ejemplares ascendentes diploides, pero que no son de consumo. En el transcurso de estos años, se han descubierto una diversidad de subespecies provenientes de Musa acuminata Colla que se han cruzado espontáneamente, dando lugar a la obtención de cuantiosos híbridos interespecíficos. Algunos de estos tenían un genoma triploide, con esterilidad femenina. Los residentes

han descubierto que dichos vegetales poseían frutos comestibles y se reproducían vegetativamente por retoños, y de este modo se escogieron híbridos optimizados comestibles de Musa Acuminata Colla, que posteriormente plantaron, distribuyeron y dieron a conocer localmente como cultivo para subsistir. (Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), 2014).

Rimache (2018) afirma:

Los diploides y triploides seleccionados de Musa Acuminata Colla fueron llevados a las zonas áridas del monzón (India, Filipinas) por los hombres, donde otra especie, Musa Balbisiana, diploide y seminífera creció en la naturaleza, lo que resultó en una hibridación que dio como resultado intersecciones diploides y triploides seleccionados de Musa Acuminata x Musa Balbisiana. Estas hibridaciones produjeron plantas con mejor dureza y tolerancia a la sequía, también de mayor resistencia a enfermedades, mayor valor nutricional y mayor contenido de almidón, resultando en híbridos aptos para el consumo después de la cocción (Musa Balbisiana). A diferencia de las variedades puras de Musa Acuminata de mayor dulzor, más aptas para el consumo como fruta fresca (subgrupo Musa Cavendish, plátanos comestibles crudos). Por tanto, Musa Balbisiana, Musa Acuminata, individualmente o a través formación híbrida, produjeron todos los bananos comestibles y tienen un área de distribución amplia. (p.14)

Se considera que los bananos se trasladaron desde Indonesia hasta Madagascar por el Océano Índico, hacia el año 500 a.C. y desde allí posteriormente a África del Este, Zaire y África Occidental. Los plátanos de cocción se distribuyeron posteriormente fuera de Asia, pero ambos estaban presentes en la costa Occidental de África en los siglos XIV-XV cuando llegaron inicialmente los portugueses, ellos llevaron estas

plantas hacia las Islas Canarias, Y a partir de allí en 1516, fueron ingresadas a Santo Domingo (República Dominicana).

Siendo el inicio de las posteriores entradas al Caribe, Centroamérica y Sudamérica. Actualmente, la mayoría de los plátanos de postre (frescos) se cultivan para la exportación en América del Sur.

2.2.3.2.2 El fruto

El fruto se encuentra formado por la pulpa y la cascara, que está unido a la corona del raquis por un pedicelo. El fruto es suave y carnosos y consta de tres carpelos, que aparecen como los últimos órganos florales y se fusionan rápidamente para formar el estilo y estigma.

A temprana edad presenta una forma moderadamente angular y cada vez más cilíndrica a medida que aumenta su grosor debido a la acumulación de almidón. Soto (2008) dice:

Este fruto no requiere de una polinización, debido a que el ovario aumenta su longitud. Primero, durante la primera semana se acrecienta y desarrolla el fruto, aumentando el tamaño de su pulpa, posteriormente, luego de dos semanas, la cantidad numérica de células habrá aumentando de forma considerable.

Es necesario de 70 a 90 días o 13 semanas para que la fruta se pueda desarrollar. En zonas con bajas temperaturas entre 20°C Y 26° C y periodos largos de luminosidad, su desarrollo puede demorar entre 98 a 112 días (14 a 16 semanas).

Para lograr que el racimo madure adecuadamente debe proceder a cortarse en el estado y momento más oportuno, este momento se determina como el correspondiente al periodo en que las caras se redondean, dejando no obstante las aristas perceptibles al tacto.

El buen desarrollo del calibre y peso del fruto depende mucho de los cofactores climáticos como temperatura y luminosidad. Aproximadamente dentro los 80 o 90 días se suele cortar la fruta que se va exportar. A esto le sigue una aceleración del crecimiento que supera los límites permitidos para la exportación y comienza la maduración.

Grado; puede medirse a través del grosor del dedo tomado desde la zona central, lo cual permite cosechar los frutos a disposición. Para Estados Unidos, el grado va de 39 a 40 en la mano inferior y de 46 a 48 en la mano superior. Para Europa es 39 en la mano inferior y 46 en la mano superior.

2.2.3.2.3 Variedades

En el país se producen los siguientes subgrupos: Cavendish Valery, Cavendish Enano y Williams.

- Cavendish Valery

Es el que más se exporta en la región de Piura. Es originaria de América Latina, 4.5 metros de altura, forma cónica de racimo, de 8 a 13 manos, de 20 a 25 cm de longitud. Se caracteriza por su excelente calidad de fruta.

- Cavendish Enano

Tiene un pseudotallo con una altura de 2 metros de ancho, con hojas anchas, tolerante al viento y la sequía. Produce frutos de tamaño mediano y de calidad conveniente pero sujetos a perjuicios durante el transporte debido a la delgadez de su corteza.

- Williams

Tiene origen australiano, con 4 mts de altura en parición, racimo cónico, con 8 a 13 manos, de 20 a 25 cm de longitud de dedo. Es el menos propenso a las bajas temperaturas.

2.2.3.2.4 Importancia y propiedades

Después del arroz, el trigo y el maíz, el banano es el cuarto cultivo más destacado del mundo. La exportación de estas frutas genera grandes rentas y ha potenciado el nivel socioeconómico de los productores y su sociedad.

La agricultura se basa en la producción semi-intensiva, que contribuye a la preservación de la diversidad de plantas comestibles y, por lo tanto, genera ingresos para los habitantes de las zonas rurales.

Es una fruta rica en vitaminas, carbohidratos y minerales. Tiene excelentes propiedades medicinales y cosméticas y es una fruta de gran sabor. Puede utilizarse en inmensidad de platos cocinados o consumirse cruda en postres.

Entre sus principales propiedades; se utiliza contra el estrés, la ansiedad y la depresión. Por contener vitaminas del grupo B, triptófano, potasio y fósforo que calman el sistema nervioso.

Sobre el deporte; por su alto contenido en carbohidratos, hierro, potasio, vitaminas B, C y A, junto con bajo contenido en grasas, es excelente para el consumo de deportistas.

Es un apoyo contra la hipertensión arterial, el colesterol y la obesidad. Al contrario de lo que se podría pensar, el plátano no hace ganar peso, porque es rico en potasio, ayuda al organismo a sopesar el equilibrio hídrico contrarrestando el sodio, y eliminando líquidos.

En la salud y medicina natural, contiene altos niveles de vitaminas A, B, C, y K.

Además de fibra natural, hierro, fósforo, cinc y potasio.

Tabla 1
Valores nutritivos por 100 gramos de porción comestible

	Banano
Agua	74,2 g
Energía	92 kcal
Grasa	0.48 g
Proteína	1,03g
Hidratos de carbono	23,43 g
Potasio	396 mg
Hierro	0,31 mg
Sodio	1 mg
Calcio	6 mg
Vitamina C	9,1 mg

Fuente: Consultoría Estudio de la cadena del Plátano-Cárdenas Frida Liliana/ DGCA

Elaboración: DGPA-DEEIA/MINAGRI

2.2.3.2.5 Precio

El precio promedio exportable aumentó significativamente de 2012 a 2015 sin bajar los precios, por el contrario, manteniéndose en una tendencia positiva y creciente (Tabla 2). El precio en el año 2012 fue de \$. 0.66, en el año 2013 fue de \$.0.70, en el año 2014 superó los \$0.76, en el 2011 aumentó a \$.0.77. Esto se debe a que aumento la demanda de este fruto orgánico fresco para exportación.

En los últimos años periodo 2016- 2021 se observa una baja en el precio, pero poco significativa (Tabla 2). El precio en el año 2016 fue de \$0.74, en el año 2017 y 2018 se mantuvo constante en \$0.73, se observa caída en el precio en el 2019 con \$0.69, en el 2020 fue de \$0.70, y en el último año 2021 se observa un precio promedio de \$0.68.

La disminución de precios se debe a una mayor producción de banano en Ecuador, Colombia y Centroamérica.

Es preciso resaltar que los precios del plátano están establecidos por la variabilidad en la oferta y demanda del producto, asimismo, los precios que recibe el productor agrícola fluctúan de acuerdo a la calidad del producto, el volumen ofertado, el tiempo apropiado en referencia a la transacción y la cercanía a los centros de acopio, procesamiento y despacho. (Yamamoto, 2015, p.58).

Es sustancial señalar que el precio de exportación del banano se calcula por caja de peso en 18.14 kg. El coste está establecido por esta unidad de medida.

Los plátanos orgánicos son aproximadamente un 32% más caros que los plátanos convencionales, que es la razón principal por la cual han aumentado las áreas y producción de este tipo de cultivo.

Tabla 2
Valor promedio de exportación de banano orgánico. Periodo 2012-2021

Año	Precio Promedio Anual FOB (\$ Kg)
2012	0.66
2013	0.70
2014	0.76
2015	0.77
2016	0.74
2017	0.73
2018	0.73
2019	0.69
2020	0.70
2021	0.68

Fuente: Cámara de Comercio Lima

Elaboración: Propia

2.2.3.2.6 Sub Partida Nacional

Para analizar el comportamiento de la producción y la comercialización global y local, es sustancial comprender la nomenclatura aduanera que distingue a los bananos de los plátanos.

Para la elaboración de este trabajo de investigación, se ha recurrido a la información en la SUNAT conforme a la sub partida nacional 0803.90.11.00 que identifica a las especies del plátano orgánico “Cavendish Valery” que será realmente útil para el análisis de las exportaciones por tipo de organización (asociación y empresa), países de destino, empresas de logística y países de origen.

Tabla 3
Subpartida NANDINA y Nacional

Código	Designación de la mercancía
08.03	Bananas, incluidos los plátanos” Plantains”, Frescos o secos.
0803.10	Plátanos ” Plantains”
0803.10.10.00	Frescos
0803.10.20.00	Secos
0803.90	Los demás (aquí van los bananos)
	Frescos:
0803.90.11.00	Tipo” Cavendish Valery”
0803.90.12.00	Bocadillo (manzanito, orito) (Musa Acuminata)
0803.90.19.00	Los demás
0803.90.20.00	Secos

Fuente: SUNAT

2.2.4 Crecimiento de la Producción de banano orgánico en Perú

El banano orgánico recientemente cumplió 20 años de cultivarse, siendo Piura donde se concentran la mayoría de hectáreas, seguido en menor escala por Tumbes, Lambayeque, y la Libertad. Según la Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO, 2017); Desde que el país comenzó a convertir de convencional a orgánico a finales de década del 1990, más del 80% se ha concentrado en el Valle de Chira en Piura. Siendo esta la principal zona de Agro exportación de Banano.

La producción orgánica se presentó como una opción adecuada para el fomento ecológico sostenible que no coloca en riesgo la seguridad hídrica, que contribuye a la ampliación de más microempresas rurales. Es la alternativa más idónea ante el progreso económico e incremento de beneficios para los ciudadanos de escasos recursos que representan un alto porcentaje en el Perú. (Vargas, 2011).

En la costa peruana, casi la totalidad del producto sembrado es de la variedad de banano “Seda” (*Cavendish, Gros Michell*). Según el Centro Nacional Agropecuario; en el sector agrícola peruano, ocupa el sexto lugar de producto en importancia, participa con 4.7 % en la generación del valor bruto de la producción agropecuaria, después del café y caña de azúcar, la papa, alfalfa, arroz.

En los años de 1990 y 2002 la producción del plátano tradicional creció a un ritmo anual de 3,6% y su rentabilidad del 1.2% ante los ojos de la demanda mundial.

Entre los años 2005 al 2012, la producción de banano en el país creció significativamente, debido al interés creciente de los productores de instalar nuevas hectáreas de cultivo y convertirlo de tipo orgánico.

La demanda de consumo en los países en desarrollo viene siendo impulsada por su elevado crecimiento demográfico, mientras que en los países desarrollados por la creciente preferencia por el consumo de frutas exóticas. (MINAGRI, 2018)

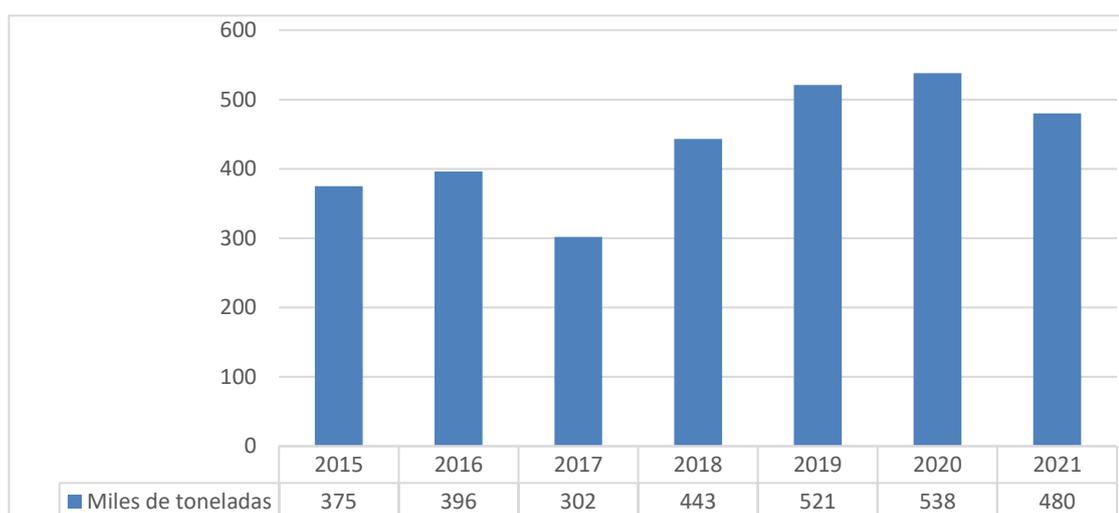


Figura 1. Evolución de producción de banano orgánico en toneladas-Perú

Fuente: Sistema Integrado de Estadística Agraria del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (SIEA -MIDAGRI)

Como se puede observar en la figura 1, en el año 2015 se produjeron 375 mil toneladas de banano en el Perú. En el año siguiente 2016 la producción tuvo un mínimo aumento, siendo de 396 mil toneladas.

En el año 2017 se puede apreciar una producción menor de 302 mil toneladas debido a los desbordes provocados por las crecidas de los ríos por el fenómeno de Niño Costero. Según la base de datos del Ministerio de Agricultura; este evento natural produjo un impacto importante en el sector agricultor en las regiones de Tumbes, Piura,

Lambayeque y La Libertad. La producción más perjudicada fue: arroz con cáscara, algodón, maíz amarillo duro, caña de azúcar, espárragos y frutas (principalmente plátanos, limón y mango).

En el 2018 y 2019 la producción fue de 443 mil y 521 mil toneladas respectivamente. Debido a que se registró un crecimiento influenciado por temperaturas apropiadas y mayores áreas de siembra. Mostraron destacados resultados Piura que creció 20,80% y Tumbes en 10,18%.

En el año 2020, se observa una producción de 538 mil toneladas. Y por último en el año 2021 la producción fue de 480 mil toneladas. Por lo cual se puede apreciar que a pesar de la pandemia COVID 19, el total producido fue poco afectado. Es importante que no se produzcan cambios climáticos bruscos o estrés hídrico, como a principios de 2020, que aumentó la perniciosa plaga de Erwinia. Con la finalidad de seguir creciendo en términos de producción.

2.2.5 Asociaciones de productores del Valle del Chira

2.2.5.1 Ubicación

La región de Piura se ubica al norte del Perú y es el segundo departamento más poblado del país, puesto que representa un 6,3% del total de la población.

La región de Piura es atravesada por el río Chira, en cuyo valle se halla la ciudad de Sullana, capital de la provincia del mismo nombre. En una región cálida, semiárida, pero con un río con una importante corriente, se crea un valle de gran fertilidad para la producción agrícola. (Vargas, 2011, p.16).

De acuerdo al Instituto Geográfico Nacional, la región de Sullana, está localizada en la zona media y a su vez al norte del departamento de Piura, entre las coordenadas geográficas 80°13'19" y 80°56'13" de longitud Oeste y 4°4'15" y 5°14'86" de latitud Sur.



Figura 2. Mapa de la provincia de Sullana.

Fuente: Instituto Geográfico Nacional

La capital de la provincia de Sullana lleva el mismo nombre. Se ubica en la margen izquierda del río Chira y es la segunda localidad más destacada de la provincia. Esta se localiza en el extremo izquierdo del río Chira a $04^{\circ}53'18''$ de latitud Sur y a $80^{\circ}41'07''$ de longitud Oeste.

Tabla 4

Población de Piura por provincias y según sexo. (Censo 2017)

Población, según sexo					
Año 2017					
Provincia	Masculino	%	Femenino	%	Total
Piura	393 592	49.2%	405 729	50.8%	799 321
Ayabaca	60 308	50.6%	58 979	49.4%	119 287
Huancabamba	54 927	49.3%	56 574	50.7%	111 501
Morropón	81 178	50.1%	80 849	49.9%	162 027
Paita	64 299	49.5%	65 593	50.5%	129 892
Sullana	152 709	49.0%	158 745	51.0%	311 454
Talara	72 423	50.2%	71 727	49.8%	144 150
Sechura	39 414	49.8%	39 763	50.2%	79 177
TOTAL	918 850	49.5%	937 959	50.5%	1856 809

Fuente: INEI-Censo 2017

Elaboración: Luna Consultores

Según el último Censo del año 2017 realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática; Sullana tiene una población Masculina de 152, 709 lo cual

representa el 49.0%, y una población femenina de 158,745 lo cual representa el 51.0%. El total de población es 311,454. La actividad económica agrícola es la actividad principal de sustento económico.

En el Valle del Chira es donde se encuentra la mayor concentración de áreas de producción de banano orgánico para la exportación, de la región de Piura y del Perú. La región se distribuye en 8 distritos como: Bellavista, Sullana, Marcavelica, Ignacio Escudero, Lancones, Querecotillo, Miguel Checa y Salitral.

2.2.5.2 Características agroecológicas del valle de la chira

Las tierras de Sullana son ideales para la producción del banano orgánico debido al ambiente cálido y húmedo, asimismo no existe la Sigatoka Negra, un tipo de epidemia que daña a la planta en diferentes lugares del planeta. Lo que facilita la producción con técnicas biológicas. El banano se produce en el Valle de Chira desde hace más de 30 años. Sin embargo, la conversión al cultivo de banano orgánico no comenzó hasta finales de la década de 1990.

Así mismo; su clima se ajusta perfectamente a los requerimientos agroecológicos para el cultivo, debido a que; su clima es sub árido, tropical cálido, con una temperatura promedio anual de 24°C, con precipitaciones irregulares en los meses de verano, con una humedad relativa de 75% en promedio anual; las horas de luz del valle van desde 6,18 horas diarias hasta 8,16 horas. (Ojeda, 2012, p.10).

Considerando que la capacidad de inserción de las raíces del banano es muy débil, es necesario que el suelo sea rico en materia orgánica, fértiles y con un buen drenaje interno. Por esta razón, el suelo del valle es apto para el desarrollo del cultivo ya que se caracteriza por ser bastante profundo, presentan textura franco arcilloso arenoso y franco arcilloso.

Tabla 5
Altitud de los distritos sullaneros productores de banano orgánico.

Provincia	Distrito	Altitud (msnm)
Sullana	Querecotillo	54
	Sullana	64
	Marcavelica	53
	Miguel Checa	45
	Ignacio Escudero	39
	Salitral	52
	Bellavista	58

Fuente: INEI Elaboración: Propia

2.2.5.3 Cooperativas Agrarias de Bananeros orgánicos de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira.

- **Cooperativa Agraria de Bananeros orgánicos de Huangalá:**

Es una organización de agricultores fundada el 19 de julio del 2008 como Asociación, y que realizó la transformación a cooperativa por escritura pública el 10 de junio del 2015. Fue inscrita en los registros públicos de Sullana el 02 de julio del mismo año con ficha N.º 11036395, con RUC N.º 20525804632.

Se encuentra ubicada en el margen izquierdo del río Chira en la localidad del centro poblado Huangala, Provincia Sullana, Departamento Piura.

Cuenta con las siguientes certificaciones:

- Certificaciones Orgánicas JASS,USDA-NOP, EU. RTPO
- Certificación Global G.A.P.
- Con agencia certificadora CONTROL UNION PERU
- Certificado FAIRTRADE FLO ID 27593

- **Cooperativa Agraria de Pueblo Nuevo:**

Fue fundada el día 19 de julio de año 2008. Fueron 63 Productores que suscriben el acta de fundación. Se comenzó a procesar fruta el 3 de

Diciembre del año 2008 solo brindando servicios de cosecha y empaque.

Recién el 23 de septiembre del año 2009 fueron emitidos los certificados orgánicos a nombre de la asociación y desde esa fecha hacia adelante se empezó vendiendo caja empacada para los mercados de EE.UU y Europa.

En la actualidad, vende caja empacada (FOB) de 18.14 kg para los mercados de EE.UU, Europa.

Cuenta con las siguientes certificaciones:

- Certificación Orgánica
- Certificación Global G.A.P
- Certificación FAIRTRADE

- **Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos de Huayquiquira**

Fue fundada el 17 de octubre del 2008, con RUC N° 20525795897. Y dirección legal; Car. Villa Huangala Km.26.6(Costado del centro de acopio de Dole).

Cuenta con certificación Orgánica, Global G.A.P y FAIRTRADE.

Tabla 6

Datos de números de productores y hectáreas de las Cooperativas Huangala, Pueblo Nuevo y Huayquiquira

	Cooperativa Huangalá	Cooperativa Pueblo Nuevo	Cooperativa Huayquiquira
Número de Productores	234 productores	164 productores	165 productores
Número de hectáreas	140.09	84.28	98.09

Elaboración: Propia

2.2.5.4 Características de los productores

La edad media de los agricultores es de 50 años y la mayoría son varones. Por general, las mujeres no ocupan puestos directivos en las asociaciones. En cuanto a la carga familiar, observamos que en intermedio cuidan de dos parientes dependientes (esposa y / o hijos menores).

Tabla 7

Edad promedio de los productores de banano

Hasta 30 años	Entre 31 a 50 años	Entre 51 y 70 años	Más de 70 años
%	%	%	%
6	26	45	23

Fuente: Junta de Usuarios del Alto Piura

Elaboración: Propia

Respecto al nivel educativo, existe un porcentaje del 41% de agricultores que tienen nivel primario, otro 29% con nivel secundaria y 17% superior.

Hay un grupo de 13% pobladores que no tienen formación. Se puede observar que en estas asociaciones con Comercio Justo la tasa de educación superior está por encima de la media (30%). (Farlie, 2008, p.33)

Tabla 8

Grado de instrucción promedio de los productores de banano.

Nivel	%
Primaria	41%
Secundaria	29%
Superior	17%
Sin instrucción	13%

Fuente: Economía y Sociedad 69, CIES, 2008

Elaboración: Propia

Con respecto a la expansión del área, se puede observar que las asociaciones que operan con Comercio Justo están mejor organizadas y tienen más hectáreas por productor, y tienen mayor avance en la cadena productiva.

2.2.5.5 Desarrollo Organizativo

Las asociaciones de productores del Valle de Chira comenzaron cada vez más a comercializar sus productos de manera más directa, aunque conviven con diferentes niveles de desarrollo organizativo.

En este territorio podemos hallar diversas organizaciones de micro productores que en promedio poseen terrenos de hasta tres hectáreas y que están vinculados indirectamente a la actividad exportadora a través de la cadena del banano orgánico. La exportación está a cargo de instituciones vinculadas con empresas extranjeras.

Abarca diferentes resultados para los agricultores al aprovechar oportunidades y negociar limitaciones. Una gran parte de estos agricultores se abren paso al comercio internacional de mercado orgánico como consecuencia de las malas condiciones del mercado local.

En la actualidad hay ausencia de redes de apoyo por parte del estado que deja al agricultor como única opción, establecer redes con las empresas, que no siempre resulta beneficioso. En diversas circunstancias, las estrategias de conversión se inician por parte de los cultivadores de este fruto, lo cual conlleva a deficiencias considerables frente a aquellos que tienen una cantidad superior de conexiones de apoyo.

En consecuencia, los productores con el propósito de lograr mayores beneficios y sobre todo tener mayor poder de negociación, se han ido organizando a través de asociaciones, y estas a su vez han conformado organizaciones de mayor nivel.

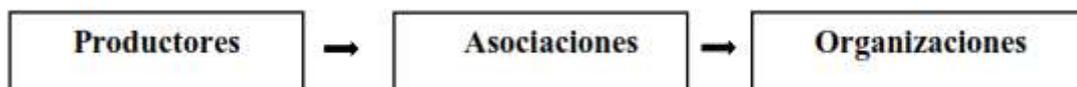


Figura 3. Desarrollo organizativo

Productores

Los productores contratan mano de obra para las labores agrícolas, siendo el agua suministrada por la junta de usuarios de riego del lugar.

Los pequeños productores producían para su propio consumo y supervivencia. Las formas asociativas les han permitido sobrepasar sus límites y avanzar en la cadena de producción agrícola orgánica. Actualmente, se logra visualizar una amplia red de asociaciones de productores, que en muchos casos están ligados de manera directa a la exportación de alta categoría.

Asociaciones

La asociatividad es un paso que permite el progreso de los productores, además de poseer grandes ventajas como la negociación de forma colectiva con las empresas, poder enfrentar costos mayores, como también exigencias para acceder al Comercio Justo.

La asociación obtiene la certificación orgánica, brinda asistencia técnica, compra en conjunto insumos, otorga préstamos sin intereses, otorga las garantías necesarias para una vía de financiamiento y asume tareas de cosecha y empaque. Todas estas actividades se financian con la prima de Comercio Justo. (Fairlie, 2008, p.35)

En los últimos años, las asociaciones y redes de asociaciones de productores han podido diversificar su participación en el proceso productivo y aumentar su poder de negociación con las empresas exportadoras. Lo que provocó una importante actividad

en la economía que transformó el medio de estas asociaciones, y ha permitido un desarrollo rural exitoso.

Según la tabla N°9, los determinantes de la asociatividad, en orden de importancia, son: la capacidad de vender al exterior, tener mayor poder de negociación, poder acumular un mayor volumen de producción para la exportación, reducir costos, utilizar los sistemas internos de gestión y cumplimiento de la certificación (Bayona, Litano y Zapata, 2011).

Tabla 9

Factores determinantes de la asociatividad

Orden de Importancia	Factores
Primer Factor	Poder vender al exterior
Segundo Factor	Mayor poder de negociación
Tercer Factor	Mayor acumulación de volumen
Cuarto Factor	Reducción de costos
Quinto Factor	Manejo de sistemas de certificación

Fuente: Bayona, B.; Litano, W.; Zapata, E. (2011)

Organizaciones

Existen otras dos organizaciones delegadas en la región, la Central Piurana del Banano Orgánica (CEPIBO) y la Red de Pequeños Productores de Banano Orgánico de Comercio de Feria (REPEBAN).

CEPIBO en el transcurso ha permitido exportar de manera inmediata la producción del plátano de sus asociados. REPEBAN tiene como proyección el mismo objetivo. Sin embargo, por el momento solo hay unos pocos socios que exportan directamente.

Por consiguiente, se concluye que los agricultores tienen un interés económico en conjunto, que es un aspecto esencial que sustenta la organización. Se tiene como objetivo sensibilizar a las autoridades locales y regionales para la inversión en

infraestructura que mejore las condiciones de exportación hacia el mercado internacional.

Los beneficios de fomentar una organización más firme y acción colectiva, permite una cooperación más sólida entre los miembros y la visión de que el beneficio individual es también el beneficio en común de todos.

Tabla 10
Asociaciones de productores de banano orgánico identificadas en la provincia de Sullana.

Nº	ASOCIACIÓN	ABREV.	SECTOR	DISTRITO
1	Asociación de productores de banano orgánico valle del chira	AVACH	Querecotillo	Querecotillo
2	Asociación de pequeños productores orgánicos de Querecotillo	APOQ	Querecotillo	Querecotillo
3	Asociación Comunal de Productores de Banano Orgánico de Querecotillo y Anexo	ACPROBOQUE A	Santa Cruz	Querecotillo
4	Asociación de agricultores orgánicos El Tallán.	AGROTALLAN	Querecotillo	Querecotillo
5	Asociación de productores de Banano Orgánico Unión y Progreso, La Peña, Chalacalá	APBOUPPCH	Querecotillo	Querecotillo
6	Asociación de productores agrarios 17 de setiembre de La Horca	APADISELH	Querecotillo	Querecotillo
7	Asociación de pequeños productores de banano orgánico San Francisco de Asís		Querecotillo	Querecotillo
8	Asociación de pequeños productores de banano orgánico de potreritos		Chocán	Querecotillo
9	Asociación de pequeños productores de banano orgánico de Chocán y potreritos	APPBOCHP	Chocán	Querecotillo
10	Asociación de pequeños productores Bananeros de los predios de La Peña y Chalacalá	APPCHAQ	Chalacalá	Bellavista
11	Asociación de unión de bananeros de Chalacalá baja	UBCHB	Chalacalá	Bellavista
12	Asociación comunal de productores de abonos orgánicos Señor de Chocán	ACOPAO	Querecotillo	Querecotillo
13	Asociación de Bananeros Orgánicos solidarios	BOS	Salitral	Salitral
14	Cooperativa Trasval	COOPT	Salitral	Salitral
15	Asociación de productores bananeros orgánicos de salitral	APBOS	Salitral	Salitral
16	Asociación de pequeños productores de banano orgánico Unidad Cabo Verde	APPBOUCV	Salitral	Salitral
17	Asociación de bananeros orgánicos San Benito de Palermo	ABOSBP	Salitral	Salitral
18	Asociación de pequeños productores de banano orgánico de Montenegro – Valle del chira	APPBOM	Montenegro	Bellavista
19	Asociación de productores de banano orgánico San Agustín – Mallares	APBOSA	Mallares	Marcavelica
20	Grupo emprendedores del Perú	GEP	Mallares	Marcavelica

N°	ASOCIACIÓN	ABREV.	SECTOR	DISTRITO
21	Asociación de pequeños productores de orgánicos agropecuarios, Sector Cieneguillo	APPOASCCM	Cieneguillo	Sullana
22	Asociación de productores de banano orgánico San Antonio de Padúa	CAPEBOSAN	Jibito	Miguel Checa
23	Cooperativa agraria de bananeros Señor de Chocán	APBOSANV	San Vicente	Bellavista
24	Asociación de microproductores de banano orgánico del Alto Chira, Margen Izquierda	AMPBAO	San Vicente	Bellavista
25	Asociación de productores ecológicos Salitral - Morropón		Salitral	Salitral
26	Cooperativa agraria Alto Grande Santa Sofía	COOPAG	Santa Sofía	Ignacio Escudero
27	Cooperativa agraria de pequeños productores de banano orgánico Santa Sofía y anexos	CAPPBOSSA	Santa Sofía	Ignacio Escudero
28	Asociación de pequeños productores de banano orgánico de Cerro Mocho	APROCEM	Ignacio Escudero	Ignacio Escudero
29	Asociación de pequeños productores de banano orgánico	APROBO	Ignacio Escudero	Ignacio Escudero
30	Asociación de campesinos sin tierra de Ignacio Escudero y anexos		Ignacio Escudero	Ignacio Escudero
31	Cooperativa de productores bananeros San Miguel de Tangará y San Fernando		Tangará	Sullana
32	Asociación de ecológicos bananeros unidos	ASECOBAN	Chalacalá Baja	Bellavista
33	Asociación de productores de banano orgánico Chalacalá Baja	APBOCHB	Chalacalá Baja	Bellavista
34	Asociación de microproductores de banano orgánico Sector Huangalá	AMPROBOSH	Huangalá	Bellavista
35	Cooperativa unión de bananeros orgánicos Inmaculada Concepción	UBOIC	Huangalá	Bellavista
36	Cooperativa agraria de Huayquiquira	APPBOHH	Huangalá	Bellavista
37	Cooperativa de productores de banano orgánico Pueblo Nuevo	APBOPNH	Huangalá	Bellavista
38	Cooperativa agraria de bananeros orgánicos de Huangalá	APBOPH	Huangalá	Bellavista
39	Asociación de microproductores de banano orgánico Montenegro	AMBOM	Montenegro	Bellavista
40	Asociación de pequeños productores de banano orgánico San Vicente Piedra Rodada		San Vicente	Bellavista
41	Empresa exportadora de fruta orgánica de Montenegro		Montenegro	Bellavista
42	Agroindustrias JR & KA SAC		Cieneguillo	Sullana
43	Asociación de productores Valle del Chira	APOVCH	Santa Elena	Querecotillo

Fuente: Dirección Regional de Agricultura Piura
Elaboración: Propia

2.2.5.6 Desarrollo del empleo en el sector

La siembra del banano es muy intensiva en mano de obra en cada una de las diversas etapas de proceso productivo, así como en la etapa de cosecha y post cosecha.

Esto debido a la gran exigencia del cuidado que debe tener el banano, que demanda la presencia constante de personal en la plantación.

Se calcula que cada hectárea de banano en la zona de exposición genera cerca de 270 jornales al año. El costo de jornal en el sector bananero de la zona de estudio está en promedio en 30 soles, un poco por encima del costo promedio para otros cultivos, que puede estar entre 25 y 28 soles (Tabla 11). Esto se manifiesta en parte por la actividad del mercado del banano, especialmente del banano para exportación; y porque los trabajadores que participan en las diferentes etapas del proceso productivo y de procesamiento para la venta requieren de cierto nivel de especialización. De esta forma, los salarios de los trabajadores cuya producción está orientada al Comercio Justo están por encima del promedio.

Tabla 11
Costo de jornal promedio en el sector bananero y otros sectores

Costo de Jornal por día	Promedio Soles
Sector Bananero	S/ 30
Otros sectores	S/25- S/28

Fuente: Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA, 2019)

Elaboración: Propia

En el caso del banano para exportación, en la etapa de post cosecha se requiere personal especializado para las diferentes labores orientadas a acondicionar la fruta para el comercio, aquí se requiere personal para trabajos de desmane, lavado, fumigación para purificar corona y limpieza final, colocar plastidol, etiquetar, empacar, pesar y estibar. Por lo general, quienes llevan a cabo este tipo de actividades son personal contratado por las cooperativas, que ya acceden a un ingreso que se ajusta al sueldo mínimo vital y reciben sus beneficios sociales de acuerdo a ley.

Según el Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA, 2019);

El cultivo del banano tiene mucho impacto positivo en la zona de estudio, pues además de la mano de obra generada directamente en el proceso productivo y de comercialización, dinamiza otras actividades vinculadas como servicios de transporte de personas y de carga, negocios de insumos equipos e implementos agrícolas, entidades financieras, entre otros (p.40).

Un importante causante que ha promovido el desarrollo del empleo en el sector es la estabilidad en los ingresos, ya que las asociaciones de productores que contratan mano de obra observan un menor cambio de precio en el caso de la producción con Comercio Justo. Este precio garantiza al productor un menor grado de incertidumbre y le permite poder planificar mejor la demanda del trabajo. Por tanto, la actividad comercial justo contribuye a fortalecer la estabilidad de los ingresos y la estabilidad del empleo.

Desde otro punto de vista, reactivar la economía nacional y la generación de una actividad novedosa económica, permitió crear la utilización de nuevos trabajos direccionado al sector juvenil. De igual manera, se observa un mejoramiento en las coyunturas de recursos financieros en todas las viviendas que tienen más de una hectárea de este fruto, la cual permite formar empleos financieros para las labores agrícolas en sus terrenos. En este contexto se ha reducido en cierta manera los eventos migratorios eventuales y constantes las cuales eran habituales. En referencia a las oportunidades de empleo de las organizaciones analizadas, se debe reconocer el mejoramiento de las condiciones laborales en contraste a otras organizaciones o empresas con actividades semejantes. (Aponte, 2010, p.21)

Además de los puestos de trabajo creados directamente por la actividad, existen asociaciones que abren oportunidades para los familiares de los miembros, en

particular apoyando la creación de microempresas. Como la Asociación de Productores de Micro banano Orgánico del Alto del Chira, margen izquierda (AMPBAO).

A través de la prestación del Comercio Justo, AMPBAO fomenta la instauración de microempresas. El soporte básico está respaldado con una contribución esencial para generar de manera sencilla y accesible una actividad que a continuación se ejemplifica:

- En el poblado de San Vicente un total de 20 ciudadanos (incluyendo 10 mujeres) reciben apoyo para la preparación de fertilizante natural. Se instituye con el fin que se pueda proveer la empresa a Ampbao y sus asociados.
- En la localidad de Chalacalá, Ampbao facilitó que un conjunto de 27 jóvenes, dentro de este grupo hubo 18 mujeres, que elaboren diapers que se utilizan en los campos para proteger las manillas de banano en el campo.
- En el caso del caserío de Huangalá, Ampbao formuló un diseño de estudio para beneficiarse del producto bananero y producir chifles o enlatados. Esta propuesta propiciará las contrataciones de 28 jóvenes, del cual el 50% es representado por mujeres.

Se puede observar que se están desarrollando prácticas laborales sostenibles en el mercado laboral rural de esta región. Este modelo se está instalando actualmente en la costa peruana. Es sostenible ya que no solo trae mejores condiciones de trabajo, sino que también es reproducible en el resto del país, en la Sierra y la Selva.

2.2.5.7 Mejora de calidad de vida de los productores

Los productores poseen intereses que van más allá de lo económico. De manera indirecta, también juegan un papel solidario con su comunidad ayudándoles a mejorar la educación y la salud y a llevarlos a un nivel de desarrollo social. Esto asegura a las asociaciones una mayor permanencia y, además de propósitos innovadores, también consolida su legitimidad. En este sentido, se proyecta ir a un segundo nivel, donde el

agricultor, no solo pueda atender sus requerimientos básicos, sino también las necesidades detalladas anteriormente.

Las asociaciones más avanzadas han llevado a cabo una cartera de actividades que exigen más de su deber principal, abarcando temas educativos, salud y otras necesidades básicas. Con el fin de cubrir aquellas brechas con el gobierno estatal.

La familia de los productores (incluyendo a los que tienen dos hijos en la escuela) con manejo de tecnología de punta y de una superficie de por lo menos una hectárea, logran incrementar su categoría de vida de manera sostenible. Estos modelos de producción garantizan la adquisición de insumos como los abonos naturales (que pueden ser adquiridos fuera de las fincas), para asegurar la productividad estable a un tiempo extendido, también permite impulsar mejoras educativas y condiciones sanitarias para los diferentes hogares. (Aponte, 2010)

La estabilidad de los precios garantizada por la organización, ofrece a los productores la fiabilidad y confianza en la planificación de sus egresos, inclusive de como adquirir financiamiento para la mejora de la construcción de sus domicilios. Asimismo, los negocios o actividades no agrícolas complementarios a la economía familiar favorecen a los productores y les permiten garantizar el ingreso de sus hijos a la educación.

En general, se ha fomentado una mejoría en las situaciones de vida de los miembros, entre las cuales se destaca, elevar los salarios, estandarizar la ejecución del trabajo, incrementar el porcentaje de contratos a largo plazo, elevar el número de sindicatos, acabar con el trabajo infantil u obligado y la capacitación profesional. Esto es posible gracias a las condiciones comerciales que se han desarrollado con el respaldo del Comercio Justo y el progreso empresarial en ampliación de las exportaciones de este fruto orgánico.

2.2.6 Producción de banano orgánico en el Valle del Chira

2.2.6.1 Claves del modelo de producción del banano orgánico

Si bien el escenario económico internacional y nacional explican el crecimiento de exportaciones agrarias para nuestro país, existe en el caso del banano orgánico incorporar más aspectos como: a) la asociación y los modelos de negocio que se han desarrollado, b) la incorporación como mercado de destino el mercado del Comercio Justo (CJ). (Vargas, 2011, p.21)

En el Valle de Chira, principal zona de producción y exportación de banano orgánico, se han desarrollado modelos organizacionales de negocios que han evolucionado / mejorado con el tiempo para beneficio de los productores y sus organizaciones. Estos cambios impulsados principalmente por el CJ y por la voluntad y decisión de los productores de ganar espacio en la cadena de valor. (Aponte, 2010, p.7)

Los pequeños productores del banano orgánico del Valle de Chira se han establecido en asociaciones. A su vez, estas asociaciones han formado organizaciones de nivel superior. Esta estructura de modelo surge de la exigencia de poder tener el control de partes de la cadena productiva.

En 2001, la exportación de banano orgánico en el Valle de Chira fue desarrollada por dos empresas: Dole y Biocosta, las cuales no solo se dedicaron a la comercialización del producto, sino también a la cosecha y empaque de la fruta. Sin embargo, el desarrollo de las asociaciones de productores les permitió involucrarse más en la cadena de producción, por ejemplo, al comenzar a brindar el servicio de empaque a estas empresas.

Las asociaciones han logrado acceder a las ventajas del Comercio Justo y también cuentan con diversos soportes técnicos productivos y financiamiento. Ya que hubiera

sido inalcanzable para los productores individuales obtener la certificación de Comercio Justo; pero mediante la asociatividad han podido acceder a ella.

“Como consecuencia del fortalecimiento de las organizaciones, las empresas empezaron a pagar el servicio de empaque a las organizaciones que cuentan con la logística y equipamiento necesario” (Vargas, 2011). Estos cambios favorables se dieron gracias al Comercio Justo y por la voluntad y decisión de las organizaciones de productores.

En este ámbito se han creado 3 modelos de organización empresarial, basados en la capacidad de las organizaciones de productores (OP) para comercializar al mercado su producción con intermediarios locales o internacionales o vender de forma directa.

Tabla 12
Modelos asociativos y empresariales en el Valle del Chira

TIPOS	DESCRIPCIÓN
OP QUE EXPORTAN DIRECTAMENTE	Cepibo exporta banano desde el 2008. Sin embargo, algunas de sus bases venden a empresas. Regula el precio del banano de exportación en el valle.
OP QUE VENDEN AL MERCADO INTERNACIONAL Y A EMPRESAS EN EL VALLE	La mayor parte de su volumen se vende a empresas exportadoras del valle. Estos son algunos OP asociadas con Repeban que comercializa parte de sus bananos a empresas como Biocosta, Hualtaco, Dole. Las OP son APPBOSA, APOQ, BOS, VALLE DEL CHIRA.
OP QUE VENDEN SOLO A EMPRESAS EN EL VALLE	Aquí se ubican las OP constituidas por la empresa Dole y algunas que comercializan con Biocosta y Pronatur.

Fuente: tomado de Aponte 2010:8.

Puede apreciarse hasta 3 modelos asociativos u empresariales en el valle:

- OP que solo venden a compañías del valle; un modelo en el que los productores y las organizaciones son solo proveedores de frutas y no tienen mayor injerencia en las decisiones o información sobre precios y mercados. (Dole, Biocosta, Pronatur).

- OP que venden al mercado internacional y a empresas del valle; En este modelo, los productores son apreciados como socios de un negocio, aunque igualmente las empresas tienen el control del negocio. (Grupo Hualtaco).
- OP que exportan directamente; se desarrolla con el objetivo de adquirir mayor control en la cadena, por lo que los agricultores tendrán una participación frecuente y decisión de los diversos niveles. (caso Cepibo).

El Comercio Justo ha desempeñado un rol sustancial en el desarrollo de estos modelos.

El modelo asociativo de organizaciones de pequeños productores que puedan encargarse de manera directa la exportación de este fruto orgánico, es novedoso en esta región.

Cepibo, como central de bananeros, ofrece un servicio certificado y comercialización para sus bases, esto abrió camino para la exportación de banano por las organizaciones. Estos modelos, se perfeccionaron en base de experiencias exitosas de exportación de pequeños productores en la región de Piura y su hincapié para impulsar mejores precios para este fruto. (Aponte, 2010, p.7)

2.2.6.2 Proceso productivo de banano orgánico para exportación

La cosecha del banano orgánico se orienta básicamente a la exportación internacional, donde se imponen altas exigencias de calidad y presentación del producto, incluido su tamaño.

Las frutas que no cumplen con los estándares requeridos son desechadas y devueltas a los productores para que puedan ser vendidas en el mercado nacional (Sullana, Piura y Lima) y / o para consumo personal. El descarte puede llegar a un

promedio de 19 cajas por mes por hectárea, dependiendo del cuidado y las técnicas de cultivo utilizadas por el productor. (Fairlie, 2008, p.35)

A continuación, y como información general, las actividades se describen brevemente según el diagrama de flujo del proceso productivo:

- **Preparación de terreno:** La preparación del terreno es una labor esencial para el establecimiento y desarrollo del cultivo del banano. Establece el logro de una alta productividad durante largos períodos de tiempo.
- . Antes de la preparación del terreno, se debe realizar: Extracción de muestras para los análisis de suelos (Físico, químico) y excavación de calicatas para estudiar los perfiles del suelo. (Ojeda, 2012, p.18)

Pasos:

- Aplicar un riego de machaco.
 - Dejar de orear el terreno, hasta que el tractor pueda entrar sin dificultad al campo.
 - Si el terreno que se va a preparar tiene problemas de compactación, utilizar un arado de cincel.
 - De no tener disponible el arado de cincel, utilice un arado de discos.
 - En casos extremos de compactación, utilice el implemento “Subsolador”.
 - Después de la aradura, pasar una grada de discos. Así mismo usarla para los suelos de textura liviana.
- **Siembra:** La ubicación precisa de la semilla es una técnica muy poco ejecutada. Por ello es necesario identificar el punto donde tienden a emerger las yemas, solo se alinea en un lado. La orientación de las yemas debe ser preferentemente en dirección a las calles para que cuando aparezcan los racimos, se vean ordenadas y de cara al sol. Además, las semillas deben

clasificarse por tamaño al sembrar. Se debe aportar una cantidad suficiente de humedad y nutrientes durante la fase de instalación para lograr una buena conformación de mata, que será la base productiva de nuestra plantación.

(Torres, 2012, p.21)

Esta práctica permite, en el futuro, un manejo adecuado del deshije, aplicación de la fertilización, cosecha, y la obtención de una mejor calidad de la fruta.

- **Labores culturales:** Para un adecuado manejo de la plantación del banano se deben seguir las siguientes operaciones:
 - Riego; el objetivo es reponer artificialmente el agua perdida en el suelo, mediante lo cual se consigue una nivelación y puede ser absorbida por las raíces del plátano. La frecuencia de los riegos varía con las estaciones: en verano se debe aplicar cada 15 días, y en invierno cada 20 días.
 - Control de Malezas; el propósito es eliminar la competencia entre las malezas y la planta del banano, por luz solar, el agua y los nutrientes. Así mismo eliminar plagas y enfermedades. El periodo crítico se da entre los 3 a 4 meses de edad del cultivo y los daños producidos en este periodo afectan gravemente su rendimiento.
 - Deshermane y deshije en plantaciones nuevas; tiene como propósito al replantar, elija la planta madre o el brote más fuerte del arbusto. Se lleva a cabo dos meses y medio o tres meses después de la instalación de la plantación, eliminando los más débiles para favorecer el desarrollo de otros.
 - Deshije en plantaciones establecidas; Ojeda (2012) afirma que:

La finalidad es mantener la densidad adecuada de plantas por unidad de superficie y conseguir una buena distribución de plantas, para que todas las plantas aprovechen la luz solar. Así mismo establecer una secuencia apropiada de crecimiento de la madre e hijuelo, asegurando una producción permanente. (p.46)

- Deshoje; El objetivo es mantener un ambiente sano dentro de la plantación y proteger la calidad del racimo al disminuir el porcentaje de manos descartadas por las cicatrices provocadas por el roce de las hojas. Así mismo, favorecer la libre circulación del viento y entrada de luz solar (Ojeda, 2012, p.49).
- Desvió de hijos, resulta ser una praxis muy elemental, cuya intención es evitar las cicatrices en el racimo provocadas por el crecimiento del hijo. Esto se debe realizar cuando el fruto está tierno y cuando se vea que pueden afectar al racimo.
- Deschante o desvaine; el objetivo es erradicar las vainas del pseudotallo que se marchitan al final de su ciclo de vida. De esa manera, no se conviertan en hospedero de insectos, tales como la cochinilla. Esto debe realizarse cada vez que se hace el deshije.
- Apuntalado; Su objetivo es evitar la caída de las plantas durante el periodo de desarrollo y fructificación de la planta. Consiste en agregar sujetadores para evitar que las plantas se caigan, ya sea por la acción del viento, raíces pobres, daños mecánicos o por el peso del mismo racimo. (Ojeda, 2012, p.53)

- Limpieza de matas; Su objetivo es eliminar hospederos de plagas del banano. Consiste en limpiar la planta y retirar la parte descompuesta del “caballo” y eliminar rebrotes.
- **Cosecha:** Los plátanos se recolectan verdes con un nivel fisiológico óptimo de madurez. En el Valle de Chira, los rendimientos oscilan entre 25 y 35 toneladas por hectárea y año. Como potencial productivo de una plantación bien fertilizada y adecuadamente cuidada, un promedio de 60 tm por ha. (Torres, 2012, p.55)

Para esto es muy importante conocer los tres siguientes puntos:

- Edad de la fruta; Debe hacerse 12 semanas después de que emerja la inflorescencia, ya que durante el verano pueden florecer en el rango de 10 a 11 semanas y en la estación como el invierno puede llegar a las 14 semanas. La edad de la fruta es un cofactor muy importante ya que le da la seguridad al cultivador que llegará a su destino final con una maduración suficiente para que el comercializador lo conserve como una fruta verde durante varios días.
- Calibrado de la fruta; este cofactor admite recolectar el racimo en un estado de madurez adecuado. Se utiliza un dispositivo de medición fijo para su medida del espesor o grosor debe alcanzar un valor mínimo de 39 y la longitud un valor mínimo de 8 pulgadas (20 cm). pero, esto dependerá de la orden de corte que establece el importador y los requerimientos del mercado.
- Corte del racimo; Los operarios deben ser conscientes de la importancia de este trabajo, que afecta tanto a la calidad de la fruta como al beneficio económico para el productor. Se debe tener especial cuidado

para garantizar que los racimos y sus frutos no sean maltratados, ya que pierden excelencia y limitan sus opciones de comercialización y precios. (Torres, 2012, p.56)

Ahora existen nuevas técnicas para cortar la fruta, incluido el sistema de recolección con escalera, el tipo cosmos (tecle), la escalera italiana y otros.

- **Empaque:** Se siguen las siguientes operaciones para garantizar un óptimo empaquetamiento:
 - Etiquetado; se colocan sellos que identifican la marca comercial con la cual se vende el fruto y de acuerdo a la certificación solicitada. Se colocan manualmente 2 sellos en cada clúster que están en los platos.
 - Fumigación de corona; el propósito es evitar la pudrición de coronas y la preservación del producto durante su vida comercial. El fungicida orgánico que se utiliza es el producto certificado BC 1000. La solución de fungicida más agua, se emplea con bomba manual dirigiendo la boquilla hacia la corona de los racimos, a una distancia media de 5-10 cm de alto.
 - Armado y pegado de cajas; consiste en armar las unidades de cartón: tapas y bases. Se aplica un pegante y se prensa.
 - Embalado de fruta; el objetivo es facilitar el envío de la fruta y evitar que se ocasionen lesiones, cuando se manipule la caja de cartón. Se basa en acomodar los clústeres de manera precisa dentro de la caja, sin que se puedan maltratar unos a otros ni por acción del cartón o cartulina. Esta labor exige mucho cuidado en la protección de la calidad de fruta. Se

embala siguiendo un patrón de empaque y con ayuda de “radios”.

(Ojeda, 2012, p.100).

Estos cajones de cartón utilizadas deben cumplir con los consiguientes elementos característicos:

- Número de clúster por cajas de 18,14 kg: Entre 18 a 20 clúster (manos) conformado por 3, 4,5 y 6 dedos.
- Empaque: Cajas de cartón diseñadas para banano para peso neto estándar de 18.14 kg. También hay cajas diseñadas para otros pesos.
- Pesado de caja; La intención es respetar el peso requerido por el consumidor. El peso bruto de la caja debe ser de 20 kilos: 18.140 kilos de fruta (en mercado de destino) + 0.500 kilos de fruta (por deshidratación en trayecto) + 1.360 kilos de tara de cajas.
- Cerrado de caja; si se usan bolsas cerradas por un extremo, sin orificios, hay que sacarles el aire con una bomba aspiradora de pie. Esto es para prevenir el desarrollo de bacterias. Inmediatamente después de extraer el aire, se cierra la bolsa con una liga gruesa. El aspirado y ligado de la bolsa plástica, constituye el empaque denominado BANAVAC. (Ojeda, 2012, p.102)
- Identificación, el objetivo es identificar el origen de la fruta. Cada agricultor bananero tiene un número de código que va impreso en la tapa de la caja. El código 24174903, corresponde a: 24 es la semana de cosecha, 17 es el día del corte y 4903 es el código del productor.

- **Paletizado:** A continuación, las operaciones que se deben seguir:

- Traslado de fruta al centro de paletizado; el objetivo es transportar la fruta desde los centros de empaque al local del paletizado, en forma muy

cuidadosa, para asegurar buena calidad, obtenida antes de la cosecha.

Toda la fruta empacada se envía el mismo día. Se trasladan las cajas de cartón, colocadas ordenadamente en camiones chicos.

- Control de calidad; el objetivo es asegurar la condición de la fruta que se va a embarcar en el contenedor y evitar su rechazo por los compradores o clientes. El jefe de control de calidad, verifica los requisitos de atributos de la fruta, en el cual se muestrea el 10% al azar. Los requisitos son: Calibre, pH, Tamaño, Temperatura, Madurez, Estropeo, Defectos sanitarios, presencia de plagas.

En esta operación puede haber descartes de lotes que no reúnen los requisitos. Aquí se efectúa la puntuación de calidad de la fruta para cada productor o cuadrilla.

- Paletizado y cierre del contenedor; El objetivo es facilitar el transporte, carga y descarga, y que se mantenga la calidad de la fruta. Se forman 20 pallets, con 54 cajas cada uno, 1080 cajas por contenedor. Para esto se emplean esquinas de plástico para asegurar las cajas en los pallets, también se utilizan clips metálicos para sujetar los flejes de los pallets El pallet es identificado con 8 etiquetas de control de pallet y en el pallet 19 se coloca el termógrafo. Finalmente se realiza el procedimiento de cierre de contenedor que finaliza con la colocación del precinto de aduanas.

- **Exportación:** La fruta del banano viaja en contenedores refrigerados a una temperatura de entre 13° y 15° C a tal punto que se conserva verde y fresca como lo exigen los consumidores de Estados Unidos y Europa, principales mercados. (Ojeda, 2012, p.105). Algunos contenedores tienen un sistema de

atmósfera controlada, estas atmósferas retrasan la maduración y reducen las tasas de respiración y de producción de etileno.

De la producción total, el porcentaje de banano de exportación varía entre 65.0% a 80%, siendo el óptimo un rendimiento no menor al 90%, que se logra en parcelas bien asistidas no solo durante la producción de campo sino también durante el tratamiento postcosecha.

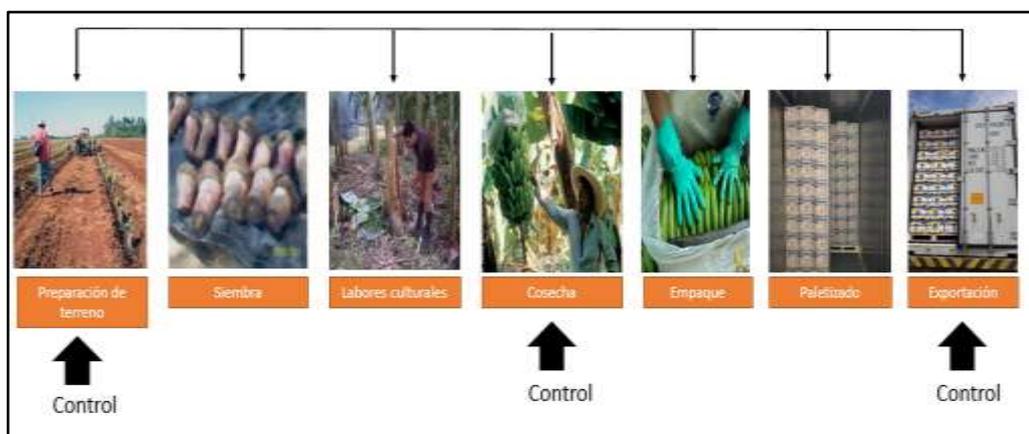


Figura 4. Proceso productivo de banano orgánico para exportación.
Fuente: Comercio Justo, GRUPO HUALTACO SAC.

2.2.6.3 Épocas de producción

Dadas las condiciones agroclimáticas de nuestra región, se puede sembrar en cualquier época del año, excepto durante la época de lluvias. Asimismo, teniendo en cuenta la demanda de fruta en los mercados objetivo, la siembra se puede realizar con una cosecha anual planificada.

La temporada de cosecha de banano orgánico se realiza todo el año, pero la mayor producción se concentra entre los meses de enero y abril.

Caracterización de la Oferta de Banano Orgánico	Meses del Año											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Volumen de producción	Alta			Baja				Moderada				
Número de cajas procesadas por racimo cosechado	1,9 cajas			1,6 cajas				1,5 cajas				

■ Meses de alta producción
■ Meses de baja producción
■ Meses de moderada producción

Figura 5. Épocas de producción de banano orgánico.

Fuente: Programa Nacional de Banano Orgánico –MINAG

2.2.6.4 Áreas cultivadas

Según las estadísticas, el área cultivada del Perú era de 3,030 hectáreas en 2005, lo cual creció de manera constante a lo largo de los años. En 2013, se logró una mayor superficie de 6,193 hectáreas con el surgimiento de nuevas asociaciones y empresas productoras de banano orgánico, provenientes de la provincia de Sullana.

Dado que Piura es la región productora y exportadora más importante de banano orgánico, a continuación, se muestra el desarrollo de las áreas de cultivo de banano orgánico de 2018 al 2021.

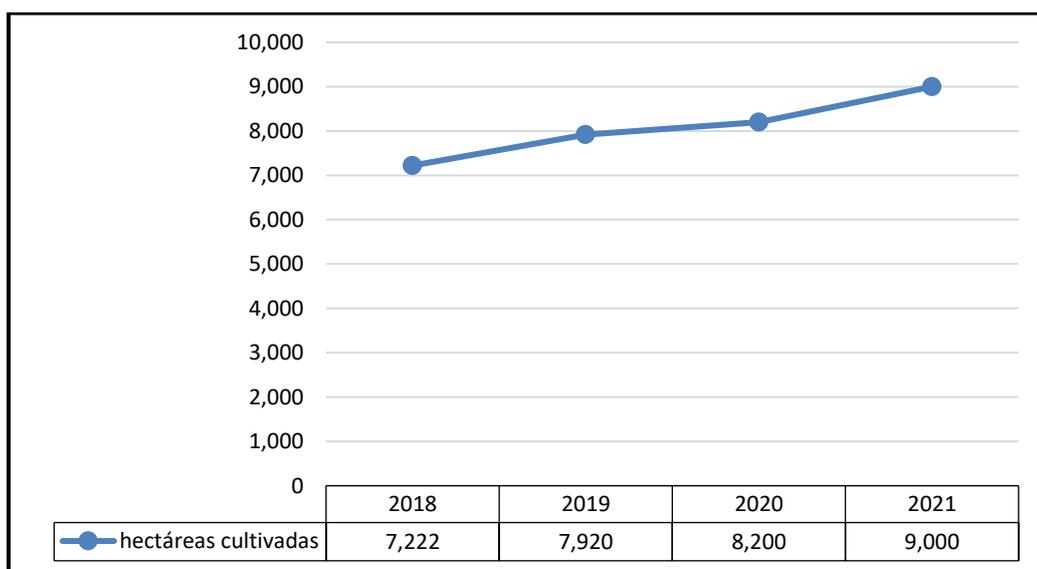


Figura 6. Evolución de áreas cultivadas de banano orgánico en Piura.

Fuente: Sistema Integrado de Estadística Agraria del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (SIEA -MIDAGRI)

Según la Dirección Regional de Agricultura de Piura, en 2018 la región de Piura contaba con 7, 222 hectáreas de banano orgánico que pertenecen a asociaciones. En primer lugar, se encuentra la provincia de Sullana con 78%, seguida de Morropón con 13,9%, Paita con 4,1% y Piura con 4,0%.



Figura 7. Áreas cultivadas de banano orgánico en asociaciones piuranas (2018)

Fuente: Dirección Regional de Agricultura-Piura

El departamento de Piura cuenta actualmente con más de 9 mil hectáreas de banano orgánico, se han destacado mejoras en el cuidado del producto y se utiliza la biotecnología para cultivar in vitro plantas, rizomas y ventosas.

2.2.6.5 Mejora en el Proceso Productivo

Para proseguir con el crecimiento de las exportaciones de banano orgánico es importante promover la capacitación técnica, el uso y la aplicación de nuevas tecnologías en los procesos productivos, así como también mejoras de equipamiento y distribución en el área de empaque. Lo cual, se vería reflejado en el desarrollo económico de la región.

A continuación, algunos casos donde se ve reflejado la mejora de este proceso en aplicación de tecnología y capacitaciones técnicas.

- **Aplicación de tecnología**

- **Cultivo in vitro:**

“El cultivo in vitro (vitroplantas) Es un procedimiento biotecnológico realizada en un ambiente controlado que protege el tejido vegetal del

ataque de microorganismos y evita que el fruto contraiga o propague enfermedades, proceso utilizado para incrementar en cada racimo para lograr la producción” (Sandoval, 2019).

Una caja de exportación pesa máximo 18.14 kilos, en años precedentes era posible llenar estos recipientes con dos o tres racimos de banano, es decir, el provecho máximo del producto era de 0,5 a 0,6. Gracias a esta tecnología in vitro, cada manojó de banano ahora tiene un rendimiento de 1.3, por lo que se pueden llenar una caja y media de exportación.

- **Riego por inundación optimizado:**

Se está investigando sobre un mejor sistema de riego con apoyo de Concytec y el Banco mundial para mejorar la producción de banano orgánico, lo que beneficiaría enormemente a los productores.

Se están realizando mejoras en el cultivo de banano orgánico. El 80% de producción de banano orgánico en la región de Piura corresponde al valle de Chira en el que se ubica el proyecto de inversión.

Esta iniciativa analiza las variables que afectan al avance productivo y evalúa el impacto del uso beneficioso del agua sobre las propiedades últimas del banano y su rendimiento productivo.

En esta etapa del experimento, se fabricaron diminutos reservorios en las parcelas para acumular el agua. También se colocaron sensores en el suelo para monitorear parámetros como la humedad, y dependiendo de los requerimientos hídricos de las plantas, permitirán liberar la cantidad y regularidad del agua requeridas de estos reservorios para lograr un crecimiento saludable de las plantas.

La investigadora principal del proyecto, Vegas (2020) refiere:

Piura se encuentra en el desierto más grande del Perú y el agua es un recurso escaso. Los agricultores que se han comprometido a cultivar bananos orgánicos reciben los recursos hídricos de la junta de usuarios sin una frecuencia fija. Cuando reciben agua, aprovechan la oportunidad y riegan sus plantas tanto como sea posible, inundándolas porque no saben cuándo volver a regar. Pasados unos días, esta agua se agota y el suelo pasa a una situación opuesta de falta de humedad. Ambos extremos afectan la calidad de los plátanos. Por tanto, hay periodos de exceso de agua en las plantaciones que, además de desperdiciar agua, también pueden producir plagas y hongos y, por otro lado, periodos de escasez de agua, que provocan estrés en las plantas.

En consecuencia, esta manera de riego aprovecha de una mejor forma el recurso hídrico contribuyendo a mejorar la calidad del cultivo.

- **Capacitación técnica**

Es bastante alta y permanente la demanda de conocimientos técnicos sobre el correcto cultivo y manejo de una plantación de banano orgánico; A esto se suma la necesidad de un método técnico uniforme y el intercambio de experiencias locales.

El instituto Nacional de Innovación agraria (INIA), ha venido desarrollando en el campo de la indagación, la formación y la transferencia de tecnología en el campo del banano ecológico durante los últimos años, trabajando en el margen de la Estación Experimental Agraria El Chira – Piura, con la cooperación de productores y de la Cooperación Técnica Internacional y Nacional.

Con este panorama de posibilidades, el INIA ha programado el curso virtual con el nombre; “Manejo integral del cultivo de banano orgánico”. Con el objetivo de intercambiar información tecnológica a nivel nacional y así contribuir al desarrollo de la agricultura en nuestro país.

Tabla 13

Nivel de ingresos brutos y netos para los productores más vulnerables en USD/año

Tamaño(ha)	Nivel tecnológico bajo			Nivel tecnológico medio-alto		
	Ingreso bruto	Gastos	Ingreso neto	Ingreso bruto	Gastos	Ingreso Neto
Hasta 0,5 ha	2250	698	1552	3450	1356	2094
Hasta 1 ha	4500	1397	3103	6900	2712	4188

Fuente: Ministerio de Agricultura y riego- Agroideas

Elaboración: propia

Como se puede apreciar, los gastos de mantener una hectárea con nivel tecnológico bajo es de 1397 USD por año, comparado a 2712 USD por año al mantener una ha con nivel tecnológico medio – alto. Si bien es cierto el gasto es aproximadamente 50% más. Esto se ve reflejado en un mayor ingreso tanto bruto como Neto. Reflejando un ingreso neto de 3103 USD anual por ha con nivel tecnológico bajo, y 4,188 USD anual por ha con nivel tecnológico medio- alto.

Debido a esto, es necesario la aplicación de nueva tecnología que nos permita mejores técnicas de siembra y un adecuado mantenimiento de la plantación, y la inversión en capacitaciones técnicas para los productores con la finalidad de mejorar sus rendimientos de racimas por planta. Lo cual nos llevará a un mayor rendimiento anual.

2.2.7 Costos de producción

Los costos de producción son asumidos por el productor, los rubros más importantes son los que corresponden a los insumos y a la mano de obra. Los insumos más importantes son los abonos y otros fertilizantes orgánicos permitidos (guano de isla, sulphomag, compost y sulfato de potasio). Por tanto, el aumento de

los costes de fertilizantes y nutrientes es la principal aprehensión de los productores. Estos cuatro suministros interpretan el 36.44% del total de costos para un productor en un año. Por este motivo, las empresas asociadas están realizando esfuerzos necesarios para reducir los costos de los fertilizantes a través de compras conjuntas. A su vez, los costes laborales constituyen el 41,26% del coste total. (Fairlie, 2008, p.34)

El costo de producir bananos orgánicos tiene un costo mucho mayor. Sin embargo, estos costos se compensan con precios más altos en los mercados de exportación. Por lo tanto, es obvio que el ingreso neto anual de los productores de banano orgánico es un 50% más alto que el de los productores de banano convencional.

Sobre el financiamiento de los costos de producción, hay un sector importante (58%) de productores que tienen vía disponible al crédito privado. Estos préstamos fueron garantizados por la Caja Municipal de Sullana (42%) o de algunos bancos comerciales de la ciudad de Sullana (8%). (Fairlie, 2008)

Tabla 14
Costo de producción de una hectárea de banano orgánico

Cultivo:	Banano orgánico	Nivel tecnológico:	Medio	Tipo de cambio	S/ 3.25
Variedad:	Cavendish Valery			Jornal	S/30.00
N° de plantas/Ha:	1550				
Sistema de siembra:	Hilera				
Rubros	Unidad	Cantidad por ha	Precio Unit. Soles	Costo/Ha (S/)	%
LCOSTOS DIRECTOS					
1.Maquinaria				670.0	3.44%

Subsolador	Hora	2.0	175.0	350.0	
Gradeo	Hora	2.0	160.0	320.0	
2. Siembra				2700.0	13.86%
Limpieza de canal y deshierbo	Jornal	17.0	30.0	510.0	
Marcado, estacado y hollado	Jornal	23.0	30.0	690.0	
Limpieza, desinfección hijuelos	Jornal	9.0	30.0	270.0	
Abonamiento en hoyos	Jornal	5.0	30.0	150.0	
Siembra y resiembra de hijuelos	Jornal	20.0	30.0	600.00	
Compost de fondo	Bolsa	40.0	12.0	480.0	
3.Hijuelos				2,325.0	11.93%
Hijuelos	Unid.	1,550.0	1.5	2,325.0	
4.Fertilizantes				7,100.0	36.44%
Guano de Isla	Bolsa	70.0	50.0	3,500.0	
Sulpomag	Bolsa	10.0	80.0	800.0	
Compost	Bolsa	140.0	10.0	1,400.0	
Sulfato de potasio	Bolsa	10.0	140.0	1,400.0	
5.Labores culturales				5,820	29.86%
Compostaje y abonamiento	Jornal	46.0	30.0	1380.0	
Deshierbo	Jornal	36.0	30.0	1080.0	
Deshoje, Deshante y Deshije	Jornal	40.0	30.0	1200.0	
Destalle y apuntalamiento	Jornal	18.0	30.0	540.0	
Protección, otras labores (racimo)	Jornal	30.0	30.0	900.0	
Riegos	Jornal	24.0	30.0	720.0	
6.Herramientas y Accesorios Agrícolas				556.0	2.85%
Escalera	Unidad	1.0	100.0	100.0	
Lampa	Unidad	1.0	50.0	50.0	
Machete	Unidad	2.0	18.0	36.0	
Daipas y puntales	Ha	1.0	370.0	370.0	
7.Canon de Agua				315.0	1.62%
Tarifa de agua	M3	30,000.0	0.0	315.0	
8.Otros				0.0	0.0%
COSTO TOTAL DIRECTOS				19,486.0	100.00%
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN DE UNA HECTAREA (SOLES)				19,486.0	
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN DE UNA HECTAREA (DOLARES)				\$5,995.7	

**No están considerados los costos financieros, por la heterogeneidad de tasas de interés que cobran las entidades crediticias del sector.*

Fuente: (Ojeda, 2012)

2.2.8 Costos de cosecha y logística

Pocos agricultores tienen instalaciones para el proceso de envasado de frutas. Por esta razón, la mayoría de los costos del proceso de cosecha y empaque son asumidos y financiados por los exportadores y ellos emplean personal especializado para la cosecha y posterior a ella.

Además de los equipos de empaque, las empresas exportadoras costean la compra de equipos de cosecha e insumos, que se importan principalmente de Ecuador.

(MINAG, 2003)

Tabla 15

Estimación de los costos de cosecha y logística para exportar una caja de bananos orgánicos desde Piura.

Concepto	Soles	Part. %	Dólares
Costos relacionados al uso de agua en las empacadoras	1,3	11,8	0,4
Costo de utilización de agua durante el proceso post-cosecha	1,2	10,6	0,3
Limpieza de empacadoras y guardianía de materiales de embarque	0,1	1,2	0,0
Proceso de post- cosecha	1,8	15,9	0,5
Traslado de materiales de embarque un día antes del proceso	0,1	0,9	0,0
Depreciación del equipo para el procesamiento de cajas	0,1	1,0	0,0
Mano de obra para el procesamiento de cajas	1,2	10,5	0,3
Inspector de calidad en la empacadora	0,4	3,5	0,1
Materiales de embarque	5,8	52,3	1,7
Funguicida para la prevención de la pudrición de la corona	0,0	0,3	0,0
Etiquetas colocadas a los clúster	0,1	0,9	0,0
Caja de cartón para empacar la fruta	5,1	46,0	1,5
Pegamento para pegar las cajas de cartón	0,1	0,6	0,0
Funda plástica para colocar la fruta en la caja de cartón	0,5	4,4	0,1
Código de identificación de la procedencia de la fruta	0,0	0,1	0,0
Control de calidad y manipulación de carga	1,2	10,7	0,4
Movilización de las cajas para el centro de acopio	0,1	1,1	0,0
Manipulación de las cajas en los centros de acopio	0,2	1,5	0,1
Pallet de madera para enviar la fruta en los contenedores	0,6	4,9	0,2
Esquineros de plástico para inmovilizar las cajas en los pallets	0,2	1,9	0,1
Zunchos de plástico para inmovilizar las cajas en los pallets	0,0	0,4	0,0
Grapas metálicas para sujetar los zunchos de los pallets	0,0	0,2	0,0
Termógrafo colocado en el interior de cada contenedor	0,1	0,7	0,0
Costos administrativos	1,0	9,3	0,3
Total	11,1	100,0	3,2

Fuente: Programa Nacional de Banano Orgánico -MINAG

2.2.9 Dimensiones del Crecimiento de la Producción

Se considera en base al libro *la gestión de la productividad* las siguientes dimensiones: Mejora en el Proceso Productivo, Gestión de Recursos, Mecanismos de Promoción. Los cuales son factores esenciales de nuestra primera variable; el Crecimiento de la Producción.

- **Mejora en el Proceso Productivo**

Una Mejora en el proceso productivo es toda acción destinada a mejorar la manera en que se está desarrollando la producción de un producto. Estas optimizaciones se reflejan en los indicadores del proceso.

- **Gestión de recursos**

Es implementar eficientemente los recursos de una organización cuando sea necesario. Estos recursos pueden incluir recursos financieros, humanos, los recursos de la producción o tecnología de la información. “Dado que todas las instituciones combinan dos subsistemas, el técnico y el humano, esos subsistemas deben estar equilibrados y coordinados para funcionar con eficacia.” (Prokopenko, 1989, p.221).

- **Mecanismos de Promoción**

Es muy apropiado crear marcos legales, económicos, sociales y políticos que ayuden a mejorar la productividad. Es realmente importante crear Mecanismos de Promoción para incentivar y promover la producción del cultivo orgánico.

Este mecanismo permite integrar los esfuerzos nacionales y proporcionar apoyo a las instituciones involucradas en la promoción agrícola.

(Prokopenko, 1989, p.271).

2.2.10 Consolidación de la Exportación

Sobre la segunda variable del presente estudio, Consolidación de la Exportación, los siguientes fundamentos teóricos sirven de justificación para el desarrollo del marco teórico que se propone.

Las exportaciones son las comercializaciones, intercambio o la dotación de bienes y servicios por parte de residentes a no residentes; es una redistribución de posesión entre residentes de países distintos. (INEGI, 2011).

Es un término de comercio exterior que hace referencia a la salida de bienes o servicios con destino al exterior para que puedan ser consumidos fuera del territorio nacional. (Artículo 60 Ley General de Aduanas aprobado mediante Decreto Legislativo No. 1053; Artículo 33 de la Ley del IGV aprobado mediante Decreto Supremo No. 055-99-EF).

Las exportaciones son un cofactor importante para el fomento económico sostenible. Por ello es un componente del producto bruto interno (PBI); el aumento de las exportaciones conduce a un aumento del PBI, es decir, implica crecimiento económico. (Galindo y Viridiana, 2015)

La Consolidación de la Exportación implica mantener el esfuerzo en el tiempo y de no basarlo todo en la moderación de los costos. Es lograr posicionarse en el mercado internacional con una presencia reflejada en volumen y calidad del producto exportado. (Kotler, 2007)

2.2.11 Importancia de la Consolidación de la Exportación

La importancia de las exportaciones radica en sus efectos sobre el crecimiento económico, la productividad y el empleo en el país respectivo. (Galindo y Viridiana, 2015, p.2).

De igual forma, como sostienen Rodríguez y Venegas (2010):

El estudio de las exportaciones es trascendental por sus efectos a corto y largo plazo en la economía. Debido a esto, un aumento o reducción a corto plazo de las exportaciones puede afectar a la balanza comercial; siempre que a largo plazo puede afectar la elevación o la desaceleración de la economía en general.

Consolidarnos como país exportador, genera aumentar nuestra oferta exportable ante el incremento de consumo demandado de los clientes. Nos ayuda hacer más

competitivos en el mercado internacional, ya que tenemos mayor prestigio en cuanto a la calidad ofrecida. Y no menos importante, ganar mayor experiencia en el mercado, ya que se conocen las preferencias del consumidor y de los países a donde van destinados nuestras exportaciones.

2.2.12 Aspectos Generales de la Consolidación de la Exportación

2.2.12.1 Historia de exportación del banano orgánico en Perú

Hasta fines del siglo XX, el Perú solo producía bananos convencionales que se destinaban al consumo interno, y se ejecutaron eventuales exportaciones en cantidades muy pequeñas porque era inviable competir con grandes proveedores transnacionales como Chiquita, Fresh Del Monte, Dole Food Company y Fyffes, con sede en Ecuador, Colombia o Centroamérica, que exportaban hacia Europa, teniendo grandes economías de escala (producción, transporte, mercadeo y comercialización) proveían banano convencional a buenos precios y en buena calidad, cubriendo el mercado mundial, a lo que se sumaron algunos países bananeros ACP (África, Caribe y Pacífico) ex colonias de países europeos, que recibieron un trato más favorable que los países latinoamericanos en su transición al primer mercado para el consumo de banano, en el viejo continente (MINAGRI, 2018)

En nuestro país, la producción orgánica para la exportación solo se remonta significativamente a inicios del siglo XXI.

Vargas (2011) afirma que: En el año 2000, la exportación de banano orgánico no alcanzó las 1,000 toneladas; este volumen dio un salto muy grande en los años siguientes, alcanzando primero las 8.000 toneladas en 2001, luego superando las 19,000 toneladas en 2002, para alcanzar un promedio de 200,000 toneladas en el año

2017. El incremento ha sido exponencial, superando el 9,000 por ciento en los primeros diez años de este siglo.

El Banco Central de Reserva del Perú (BCR) señala que las exportaciones de este banano aumentaron de \$ 26 millones en 2007 a \$ 166 millones en 2018, con una tasa de una elevación anual del 18%.

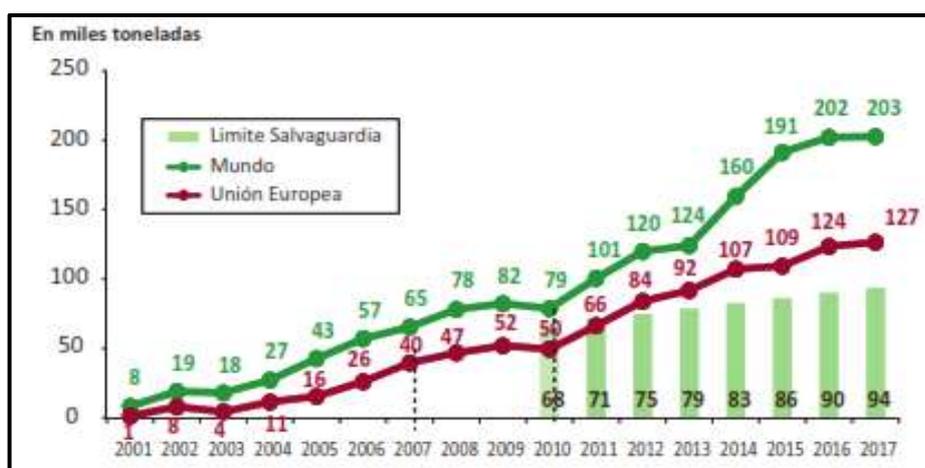


Figura 8. Ciclo de evolución de las exportaciones de banano al mundo y a la Unión Europea.

Fuente: MINAGRI, 2018

En la figura 8, se puede observar el ciclo de evolución de las exportaciones de banano al mundo y a la Unión Europea. La etapa introductoria de la actividad exportadora se inició entre el año 2000 y 2005. Se inicio exportando siete contenedores en el año 2000. Y en años posteriores esto se incrementó de 1 a 2 contenedores por semana. También se ve reflejado un crecimiento acelerado entre los años 2006 y 2015. Ya que en el año 2006 ya se estaban exportando 20 contenedores diarios.

Además, en el año 2007 hay un dinamismo progresivo gracias a una mayor apertura al mercado Europeo y al incremento de nuestras exportaciones. En el 2010 se implementó el programa de reducción arancelaria lo cual permitió que se amplié dicho comportamiento creciente. Y sea constante en los siguientes años debido al marco de

un acuerdo de libre comercio suscrito con la Unión Europea que causa mayor profundidad a favor del Perú, el cual se encuentra vigente.

En este ciclo vemos reflejado que se llegó alcanzar una etapa de madurez en la exportación de banano a partir del año 2016, lo cual se sigue dando hasta la actualidad. Debido a que hemos mantenido un volumen constante no menor a 200 mil toneladas. Lo cual se ha ido incrementando progresivamente gracias a una mayor solidez en el mercado internacional.

2.2.12.2 Principales mercados de destino de la exportación orgánica

El mercado mundial de productos orgánicos está presentando una demanda en subida, mercado en el que el Perú es concurrente gracias a sus ventajas competitivas y comparativas.

En referencia al comercio del banano orgánico, que es lo que Perú exporta al 100%, todavía tiene un nivel limitado de diversidad de sus mercados, por lo que la UE y cinco mercados son los que absorben el 100% de nuestras exportaciones.

Entre los mercados de destino más importantes por su destacada intervención tenemos a la Unión Europea y Estados Unidos, estos dos mega mercados en conjunto que simboliza un promedio del 93% del total colocado por Perú a todos los países.

Tabla 16

Perú: Exportaciones de banano a principales Países (FOB Millones de USD)

IMPORTADORES	2017	2018	2019	2021
Países Bajos	53.261	58.930	45.309	43.211
Estados Unidos	44.459	45.600	27.554	32.297
Alemania	20.823	18.552	9.261	5.705
Panamá	(-)	6.297	23.752	24.352
Bélgica	7.664	7.437	15.927	12.413
Finlandia	7.105	6.751	4.037	1.471
República de Corea	6.752	10.749	9.458	9.041
Japón	3.439	4.488	4.234	5.221
Italia	2.091	2.737	2.955	6.751
Reino Unido	1.572	3.033	3.705	3.200

Canadá	1.238	(-)	(-)	0,604
Total FOB	148.404	164.574	146.192	144.204

Fuente: Sistema Integrado de Estadística Agraria del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (SIEA -MIDAGRI)

Los principales mercados para la producción orgánica son; Países Bajos, Estados Unidos, Alemania, Panamá y Bélgica. Y otros países no menos importantes como; Finlandia, República de Corea, Japón, Italia, Reino Unido y Canadá.

En el año 2017, se puede apreciar que los principales países importadores fueron Países Bajos con 53.261 millones de USD, Estados Unidos con 44.459 millones de USD, y Alemania con 20.823 millones de USD.

El volumen de exportación en el 2018 tuvo un crecimiento significativo sumando en los tres países de mayor importancia (Países Bajos, Estados Unidos y Alemania) un total de 123.082 millones de USD. Así mismo, República de Corea generó 10.749 millones de USD. Siendo el cuarto país con mayor importancia para ese año.

En el año 2019, se aprecia un volumen menor de exportación, sumando Países Bajos, Estados Unidos y Alemania un total de 82.124 millones de FOB. Sin embargo, en otros mercados se aumentó la exportación, como es el caso de Panamá con 23.752 millones de USD y Bélgica con 15.927 millones de USD.

En el año 2020, por motivos de la pandemia COVID 19, no se encuentran datos estadísticos en el sistema integrado de estadística agraria del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. Según informe de Sunat se exportó un total de 148,425 millones de USD durante el 2020.

Por último, en el año 2021, se observa que los países importadores con mayor importancia siguen siendo; Países Bajos con 43.211 millones de USD y Estados Unidos de 32.297 millones de USD. Y Panamá se consolidó en dicho año como el tercer país importador en importancia con 24.352 millones de USD.

2.2.12.3 Acuerdos comerciales existentes

- **Acuerdo Perú – AELC**

El tratado de libre comercio (TLC) entre Perú y los estados de la Asociación Europea de Libre Comercio. Se firmó el 2 de junio de 2010 en Reykjavic y el 1 de julio de 2010 en Lima. Entró en vigor el 1 de julio de 2011 con Suiza y Liechtenstein, el 1 de octubre de 2011 con Islandia y el 1 de julio de 2011. Julio de 2012 con Noruega. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2017)

La finalidad era acordar el otorgamiento de preferencias arancelarias y reducir las barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios. Además, se firmaron acuerdos agrícolas bilaterales con Islandia, Noruega y Suiza, que entraron en vigencia al mismo tiempo que el TLC.

El convenio permitió a Perú exportar a Suiza 92 subpartidas liberadas de aranceles (22% del sector agrícola considerado por European Free Trade Association), 474 subpartidas a Noruega (49% del sector agrícola) y 788 subpartidas a Islandia (69% del sector agrícola). Entre los principales productos agrícolas peruanos que tienen acceso a estos mercados sin pagar aranceles se encuentran espárragos, cebolla, ajo, pimiento, aceitunas, alcachofas, aguacate, mango, mandarinas, plátanos, quinua, kiwicha, entre otros, muchos de los cuales tenían tarifas de más del 30% antes de la entrada en vigor del TLC. (ANDINA, 2008)

- **Tratado de Libre Comercio entre Perú y la Unión Europea**

El tratado de libre comercio con la Unión Europea (UE), concluyo las negociaciones en el 2010 y el 1° de marzo de 2013 se dio por iniciado toda la etapa de firma, ratificación y entrada en vigencia. Sin embargo, el descenso arancelario se aplica desde 2010, ya que se acordó que las promesas de reducción se contabilizarían a partir de la fecha de conclusión de las negociaciones. Teniendo esto en cuenta, en el 2010 la UE

introdujo un arancel especial de 145 euros por tonelada para las importaciones de banano procedentes de Perú, que se reduciría gradualmente como parte de un programa de desgravación arancelaria hasta que se consolide a 75 euros durante un período de diez años.

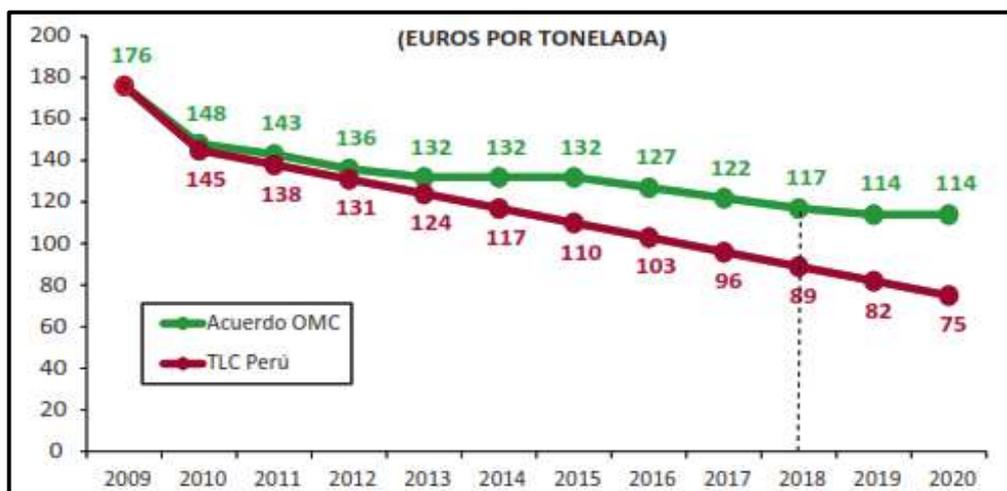


Figura 9. Programa de reducción arancelaria aplicada por la UE a sus importaciones de banano.

Fuente: Texto acuerdo comercial Perú-UE; Texto acuerdo de Ginebra sobre comercio de banano-OMC

Como se puede observar en la figura N°9 de desgravación arancelaria, en el año 2019, las exportaciones de banano ingresaron a la Unión Europea a un costo de 114 euros la tonelada si provenían de Ecuador o México, con los que aún no se ha concluido un pacto comercial como el suscrito con Perú; Por el contrario, si provenía de Perú, solo se abonó un arancel de 82 euros por tonelada como derecho de entrada.

A partir del 2020 hacia adelante los países sujetos al acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC) consolidaron sus aranceles a 114 euros, mientras que Perú pagó un arancel de 75 euros por tonelada. Sin embargo, el acuerdo prevé la posibilidad de determinar si este procedimiento es efectivo y verificable y si es apropiado reducir el trato aduanero a favor de las exportaciones peruanas.

La Unión Europea, para limitar el fuerte aumento de sus importaciones en el marco del acuerdo comercial, introdujo un mecanismo de salvaguardia que consistió en fijar un volumen inicial de 67.500 toneladas para 2010, que se incrementó en 3.750 toneladas año tras año.

Su funcionamiento permite que cuando el volumen de exportaciones del año exceda el volumen establecido como sistema de estabilización, en los siguientes tres meses del año se deba interrumpir la tarifa del arancel preferente que correspondería bajo el TLC, aunque esta situación no lo hará impedir que se siga exportando al mercado europeo durante estos tres meses, pero pagando un arancel superior, el correspondiente al acuerdo de la Organización Mundial del Comercio. (MINAGRI, 2018)

La Unión Europea en varias oportunidades aplico aranceles diferenciados temporales cuando ocurren este tipo de situaciones expuestas anteriormente.

Como resultado de este trato diferenciado por parte de la Unión Europea a favor de Perú, nuestro país se ha convertido en el principal exportador de banano orgánico a la UE.

Asimismo, la Unión Europea ha logrado consolidarse como el principal y más importante mercado para las exportaciones de banano orgánico del Perú.

- **Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ-EE. UU**

El Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú – EE.UU. Se firmó en Washington D.C. el 12 de abril de 2006; y entró en Vigencia el 1 Febrero 2009.

EE.UU. es uno de los principales mercados de destino de exportación de productos Peruanos.

Desde el año 1991, mediante la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA – siglas en inglés) el Perú contaba con preferencias arancelarias unilaterales otorgadas por los EE.UU. para el ingreso de ciertas mercancías, la cual estuvo vigente hasta el 2001.

Desde el 2002, mediante la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la droga (ATPDEA – siglas en inglés) los EE.UU. otorgan nuevamente preferencias arancelarias, las cuales eran renovadas periódicamente, y que estuvieron vigentes hasta diciembre del 2010.

En este contexto, en el año 2004, previos estudios y coordinaciones de los sectores involucrados, se decide iniciar las negociaciones para un tratado de libre comercio, para proporcionar una apertura comercial integral permanente, el cual, brindaría la estabilidad indispensable para el incremento de inversiones en el sector exportador.

A partir de 2009, el APC vigente entre el Perú y los EE.UU. ha empezado ya a permitirnos potenciar el desarrollo económico del Perú a través del comercio, con expectativas de comercio nunca antes experimentadas, teniendo de forma consolidada un acceso perenne a mercados muy grandes. (Domínguez y Ramírez, 2017, p.30).

2.2.12.4 Perfil del consumidor de alimentos orgánicos

La Unión Europea es la zona de mayor consumo absoluto de banano orgánico, entre los países que abarcan más del 50% del mercado se encuentran principalmente Reino Unido, Alemania, Francia e Italia. Otros mercados con gran importancia son EEUU cuyo ritmo de crecimiento ha sido superior al 20% anual y Canadá, en donde el banano es la fruta más popular después de la manzana. Estos mercados en conjunto concentran el 90% de la demanda mundial.

El aumento del consumo en la Unión Europea se debe a que las cadenas de supermercados de Reino Unido realizaron inversiones importantes en la distribución de

alimentos orgánicos. Pese a que los consumidores consideran este producto como un lujo, la demanda excede ampliamente la oferta.

La comercialización de productos orgánicos se realiza a través de los centros comerciales, que están procediendo a introducir sus propias marcas. Además, buscan reducir su margen de beneficio para bajar el precio del producto.

Tabla 17

Perfil del consumidor Europeo

Perfil del consumidor Europeo	Productos demandados	Lugares de compra de productos orgánicos
-Menor de 35 años / Mayor de 60 años -Profesional -Urbano -Ingresos medio/Alto -Hogares Unipersonales -Estudiantes -Familias con niños	Demanda Alta: Café, Banano, Mango, cacao, Soya, Algodón, azúcar, aceite palma, té. Demanda media: Frutas deshidratadas, mora, aguacate, especias, hierbas, miel. Demanda baja: Frutos exóticos, coco, palmito.	-Supermercados -Negocios especializados -Reform shops -Mercados de campesinos -Entregas domiciliarias.

Fuente: FAO (2017)

Elaboración Propia

Tabla 18

Perfil del consumidor Norteamericano

Perfil del consumidor Norteamericano	Factores que influyen en la compra	Frutas demandadas	Lugares de compra de productos orgánicos
-Menor de 30 años/ Mayor de 60 años -Estudiantes -Profesionales -Ingreso Medio/Alto	87% Expectativas sobre el gusto 83% Apariencia en general 57% Valor nutritivo 47% Precio	21% Bananos 17% Manzanas 14% Naranjas 8% Fresas, Uvas y Duraznos.	-Supermercados -Negocios especializados -Entregas domiciliarias

Fuente: FAO (2017)

Elaboración Propia

2.2.13 Exportación de banano orgánico en el Valle del Chira

2.2.13.1 Actores que participan en la cadena del banano del comercio Justo

Fairlie (2008) señala que:

En la cadena productiva del banano orgánico intervienen diversos actores desde la producción hasta el punto en que el producto está en manos del consumidor. En

resumen, se puede decir que en la fase de producción intervienen empresas certificadoras, proveedores de insumos e instituciones de financiación pública, mientras que en la fase de exportación intervienen empresas de transportes marítimos y prestadores de servicios. Antes de la exportación, la producción pasa por el empaque donde participan empresas de la industria del plástico. Tan pronto como se importa el producto, el mayorista de maduración interviene y envía los productos a los supermercados o tiendas naturistas (p. 35).

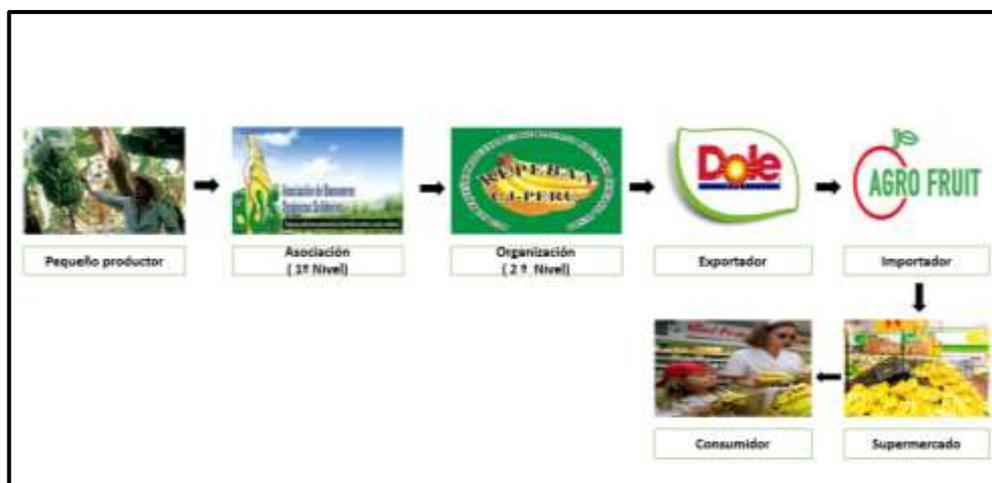


Figura 10. Actores que participan en la cadena del Comercio Justo
Fuente: Comercio Justo-Grupo Hualtaco

El pequeño productor es el actor principal de la cadena de Comercio Justo; el cual debe estar asociado y a su vez pertenecer a una organización de pequeños productores. La organización debe contar con el certificado de “Comercio Justo” otorgado por una entidad autorizada. Organización Internacional de Certificación de Comercio Justo, (FLO en sus siglas en inglés), es la entidad mundial más reconocida para este tipo de certificación.

Si la organización aún no tiene capacidad operativa suficiente debe contratar a una entidad exportadora, quien se encargará de la cosecha, el empaque y la exportación de la fruta. O de lo contrario, ella misma realiza la cosecha y el empaque y solo encarga la

exportación a la entidad exportadora. Si la organización ha obtenido la capacidad suficiente puede realizar todas las funciones anteriores, prescindiendo de la entidad exportadora.

La fruta exportada es vendida siguiendo todas las normas de Comercio Justo a un importador localizado en Europa, Estados Unidos, Japón, etc. El cual, la madura por sí mismo o encarga este servicio a un tercero. Posteriormente, la fruta es vendida a un supermercado que vende directamente a los consumidores. El último “eslabón” de la cadena ni los supermercados ni los consumidores están sujetos a certificación alguna.

2.2.13.2 Evolución de las exportaciones de banano orgánico

Si bien en términos absolutos el principal impulso fue la exportación de materias primas minerales, en términos relativos el más considerable crecimiento se observó en las exportaciones agrícolas, particularmente las no tradicionales (Vargas, 2011)

En 2000 se inició la primera exportación de siete (7) contenedores. En 2001 se exportaron de uno (1) a dos (2) contenedores por semana. Luego veinte (20) diarios. Al principio, “se compraba fruta en el árbol al agricultor”. Ahora las cooperativas están vendiendo a Dole, pero tienen el compromiso de entregar el producto en el puerto de Paita. (IESI, 2016, p. 5)

En 2001 se empezó a exportar banano orgánico a países europeos como Holanda, Bélgica, Gran Bretaña, Francia y España. Las empresas que realizaron las primeras entregas fueron Corporación Peruana de Desarrollo Bananero SAC y Exbanor SAC.

A partir de 2002 se incorporaron nuevos mercados importantes como Alemania, Finlandia, Italia, Portugal, entre otros. Los nuevos exportadores de banano fueron Grupo Hualtaco, Granos Orgánicos Nacionales S.A., Bio Costa, Inkabanana, Organia SAC, Pronatur, entre otros.

De acuerdo al informe Sunat y el análisis del comercio mundial; En años posteriores, el volumen y utilidad de las exportaciones de banano fresco (Cavendish Valery) aumentó de manera sostenida, la mayoría de las cuales fueron destinadas al mercado norteamericano, ya que no cobra aranceles a sus importaciones, de igual forma en menor medida por medidas restrictivas, se exportó al mercado europeo.

Desde 2005, las exportaciones al mercado europeo se han vuelto más traslúcidos, logrando superar en importancia al norteamericano. En 2010, debido a la crisis, disminuyó levemente, especialmente en la Unión Europea; en los años siguientes se recuperan superando los efectos de la crisis. Del 2000 a 2013, aumentaron las exportaciones de banano Cavendish fresco. Así pasamos de la exportación de 8 mil toneladas en 2000 a 124 mil toneladas en 2013, respectivamente de 2 millones de dólares a 89 millones de dólares. (Galantini, 2014, p. 58)

Posteriormente en los años siguientes, las exportaciones tuvieron un considerable crecimiento de USD 145.121 millones FOB en el año 2015 a USD 152.495 millones FOB al año 2016.

En 2017, las exportaciones a Europa representaron el 62% del valor FOB total. Los principales países importadores de banano orgánico fueron; los Países Bajos (USD 53.2 millones), Estados Unidos con (USD 44,4 millones), Alemania (USD 20.8 millones), Bélgica (USD 7.6 millones), Finlandia (USD 7.1 millones) y Reino Unido (USD 1.6 millones). (Castillo y Rodríguez, 2019, p.29)

En el 2021 los principales países importadores fueron; Países Bajos con (USD 43.21 millones); Estados Unidos con (USD 32.29 millones); Panamá con (USD 24.35 millones) y Bélgica con (USD 12.41 millones).

2.2.13.3 Volumen de exportación de banano orgánico

La primera exportación de banano orgánico peruano hacia el exterior fue en 2000 para Estados Unidos con un valor FOB de \$ 0.26 millones, realizada por las empresas EXBANOR SAC y Productos Orgánica de Piura.

Las exportaciones de banano orgánico han tenido un crecimiento promedio en los últimos 10 años de 11.87% en volumen y 14.42% en valor FOB. En el año 2009 las exportaciones alcanzaron su primer pico máximo de envío de fruta al exterior equivalente a 82,510 toneladas y USD 51.32 millones, siendo Países Bajos (54%), Estados Unidos (24%) y Japón (12%) los principales destinos del banano peruano. Sin embargo, al año siguiente se registró un descenso de exportaciones de 3.51% en valor FOB y 4.52% en volumen debido a la reducción de volúmenes de fruta a Países Bajos (-7.27%) y Japón (-22.32%), ambos destinos junto a Estados Unidos (+0.35%) concentraron el 86% de las exportaciones. (Castillo y Rodríguez, 2019, p.24)

Posteriormente, en los años siguientes, las exportaciones aumentaron significativamente. Siendo en el año 2016 de 202,319 toneladas. Así mismo, Japón (2%) fue desplazado al séptimo lugar debido a que surgieron nuevos mercados, entre ellos Alemania (14%), Bélgica (9%), Corea (4%) y Finlandia (4%).

En 2017, el volumen de exportación fue de 202,799 toneladas. En el 2018, las exportaciones de banano orgánico alcanzaron un segundo pico máximo de 230,503 toneladas y para el 2019 se obtuvo en volumen de exportación 216,008 toneladas.

Durante el 2020, se observó un volumen menor de 211,162 toneladas. En comparación al año previo, los envíos de la fruta cayeron 3% en volumen. Ya que la llegada de la pandemia cambio la perspectiva proyectada.

En el 2021, se puede observar que el volumen exportado descendió a 206,339 toneladas. Esto se debe a que hubo reducción de pedidos. Algunos clientes están optando por comprar a otros países debido a factores como la restricción de contenedores, el incremento de costos y la preferencia por fruta más “barata”, con miras a obtener una mayor rentabilidad. Por lo que obliga a las cooperativas a buscar nuevos mercados para hacer frente a la situación actual.

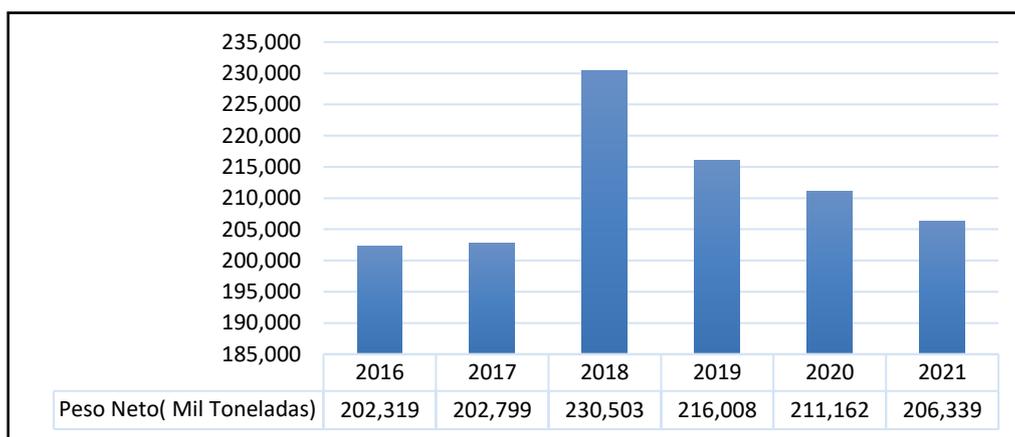


Figura 11. Volumen de exportaciones de banano orgánico peruano

Fuente: Sistema Integrado de Estadística Agraria del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (SIEA-MIDAGRI)

MINAGRI (2014) señala que:

Una de las causas del crecimiento en el volumen de las exportaciones nacionales se encuentra en la rápida expansión del área agrícola de banano en el Valle de Chira debido a la reconversión de los arrozales y al uso de la disponibilidad previa de un sistema de riego colectivo. A esta postura se suman unas condiciones naturales que nos otorgan una mayor competitividad frente a otros proveedores (p. 59).

Para que se logre un constante crecimiento en términos de volumen de exportación sería necesario que se implementen cuatro ejes fundamentales: un contexto legal que dé estabilidad al sector, llevar a cabo proyectos de inversión, seguir avanzando en innovación y fortalecer el vínculo entre el sector público y el privado.

2.2.13.3.1 Volumen de exportación de banano orgánico en la Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos de Huangalá

Según la tabla 19, se observa que la Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos de Huangalá durante el periodo Enero- Diciembre 2021, tuvo exportaciones destinadas a dos países. El primero, Estados Unidos con un total de kilos netos de 2,176,800. A un precio promedio anual FOB de \$ 0.68 kg. Lo cual dio como resultado una suma de FOB USD 1,437,532. El segundo, Bélgica con un total de kilos netos de 1,500,685. A un precio promedio anual FOB de \$ 0.68 Kg. Lo cual dio como resultado una suma de FOB USD 1,061,761. Por lo cual, el total de exportaciones en valor FOB para el periodo 2021 fue de 2,499,294. Dichas exportaciones fueron trabajadas con los siguientes consignatarios: Dole Fresh Fruit Company Y Dole Europa.

Tabla 19

Volumen exportado de banano orgánico por la Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos de Huangalá en el Periodo Enero- Diciembre 2021.

Exportador	Consignatario	País	Suma De FOB US\$	Suma de Kilos Netos
Cooperativa Agraria De Bananeros Orgánicos Huangala	Dole Fresh Fruit Company	United States	1,437,532	2,176,800
20525804632	Dole Europa GMBH	Belgium	1,061,761	1,500,685
Total general			2,499,294	3,677,485

Fuente: Servicios Estadísticos Informativos E.I.R.L (2021)

2.2.13.3.2 Volumen de exportación de banano orgánico en la Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos Huayquiquira

Según la tabla 20, se observa que la Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos Huayquiquira durante el periodo Enero- Diciembre 2021, tuvo exportaciones destinadas a tres países. El primero, Bélgica con un total de kilos netos de 1,665,252. A un precio promedio anual FOB de \$ 0.67 kg. Lo cual dio como resultado una suma de

FOB USD 1,184,544. El segundo, Estados Unidos con un total de kilos netos de 1,674,393. A un precio promedio anual FOB de \$ 0.67 Kg. Lo cual dio como resultado una suma de FOB USD 1,088,966. El tercero, Países Bajos con un total de kilos netos de 39,182. A un precio promedio anual FOB de \$ 0.67 Kg. Lo cual dio como resultado una suma de FOB USD 27,864. Por lo cual, el total de exportaciones en valor FOB para el periodo 2021 fue de 2,301,374. Dichas exportaciones fueron trabajadas con los siguientes consignatarios: Dole Fresh Fruit Company Y Dole Europa.

Tabla 20

Volumen exportado de banano orgánico por la Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos Huayquiquira en el Periodo Enero – Diciembre 2021.

Exportador	Consignatario	País	Suma de FOB US\$	Suma de Kilos Netos
Cooperativa Agraria De Bananeros Orgánicos Huayquiquira	Dole Europa	Belgium	1,184,544	1,665,252
20525795897	Dole Fresh Fruit Company	United States	1,088,966	1,674,393
	Dole Europa	Netherlands	27,864	39,182
Total general			2,301,374	3,378,827

Fuente: Servicios Estadísticos Informativos E.I.R.L (2021)

2.2.13.3 Volumen de exportación de banano orgánico en la Cooperativa

Agraria de Pueblo Nuevo

Según la tabla 21, se observa que la Cooperativa Agraria de Pueblo Nuevo durante el periodo Enero- Diciembre 2021, tuvo exportaciones destinadas a dos países. El primero, Estados Unidos con un total de kilos netos de 1,482,836. A un precio promedio anual FOB de \$ 0.68 kg. Lo cual dio como resultado una suma de FOB USD 975,820. El segundo, Bélgica con un total de kilos netos de 863,971. A un precio promedio anual FOB de \$ 0.68 Kg. Lo cual dio como resultado una suma de FOB USD 613,564. Por lo cual, el total de exportaciones en valor FOB para el periodo 2021 fue

de 1,589,385. Dichas exportaciones fueron trabajadas con los siguientes consignatarios:

Dole Fresh Fruit Company Y Dole Europa.

Tabla 21

Volumen exportado de banano orgánico por la Cooperativa Agraria Pueblo Nuevo en el Periodo Enero-Diciembre 2021.

Exportador	Consignatario	País	Suma de FOB US\$	Suma de Kilos Netos
Cooperativa Agraria Pueblo Nuevo	Dole Fresh Fruit Company	United States	975,820	1,482,836
20525795544	Dole Europa	Belgium	613,564	863,971
Total general			1,589,385	2,346,808

Fuente: Servicios Estadísticos Informativos E.I.R.L (2021)

2.2.14 Análisis FODA

A continuación, se muestran las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee la estructura productiva y comercial del banano orgánico en el Valle de Chira.

Tabla 22

FODA Banano orgánico en el Valle del Chira

FORTALEZAS	DEBILIDADES
- Piura tiene condiciones climáticas favorables y suelos fértiles para el cultivo de banano orgánico	-Productores con bajo poder de negociación frente a los exportadores.
-Cercanía al Puerto de Embarque en Paita.	-Infraestructura deficiente como canales, drenajes y caminos.
-Abastecimiento sostenido durante todo el año debido a las características de la cosecha.	-Los productores no poseen la titularidad de la certificación orgánica de sus unidades productivas.
- Productores organizados en asociaciones.	

<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de hectáreas con certificación orgánica. - Aplicación de tecnología en el procesamiento de la fruta. - Buena calidad de fruta para el mercado externo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Deficiencias en la capacidad de gestión administrativa y de proyectos de Inversión. - Limitados conocimiento en el proceso de exportación directa a nivel de productores. - Elevado porcentaje de descarte de fruta por problemas en la producción y sanitarios. - Solo se comercializa banano como fruta fresca sin valor agregado.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Demanda durante todo el año - Alto poder adquisitivo de los consumidores de productos orgánicos. - Tendencia creciente por el consumo de alimentos sanos e inocuos. - Extensiones de banano convencional para incorporarlos a la producción Orgánica. - Aranceles preferenciales mediante los Tratados de Libre Comercio (TLC) y Alianzas. - Posibilidad de apertura a nuevos mercados externos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento de la oferta mundial de banano orgánico. - Fenómeno del niño más constante. - Presencia de plagas y enfermedades más agresivas. - Cambio climático. - Problemas de bioseguridad en la producción

Fuente: Dirección Regional de Agricultura de Piura

2.2.15 Certificaciones de las asociaciones

Adquirir las certificaciones es un verdadero reto para las organizaciones, ya que es un requisito indispensable para poder incursionar en el comercio internacional, y ser acreditados como productoras de una fruta que reúne los estándares exigidos en el mercado mundial.

Acceder a estas certificaciones resulta costoso, pues no solo hay que asumir el costo de la certificación por medio de una empresa certificadora, sino que además hay que generar las condiciones en los campos de cultivo y en la organización en general y una vez obtenida hay un costo anual de mantenimiento de dicha certificación. Por ello, son pocos los productores organizados que poseen estas certificaciones y para poder vender al mercado internacional tienen que acogerse

bajo el paraguas de alguna organización que tenga sus certificaciones. (CIPCA, 2019, p.44)

2.2.15.1 Certificación Orgánica

La certificación orgánica otorga la garantía que la fruta ha tenido un sistema de producción con insumos naturales o ausencia de insumos químicos que podrían resultar dañinos para la salud; previo a esto, las áreas de producción deben pasar por una fase de conversión antes de la cosecha para ser reconocidas como orgánica. Si el campo de cultivo anteriormente fue usado para la producción bajo el esquema convencional, el periodo de conversión puede tardar entre dos a tres años.

Otro aspecto a tener en cuenta es que se garantiza que este tipo de producto se pueda exportar a los mercados internacionales a los precios vigentes al nivel del sistema de Comercio Justo. Una asociación debe poseer un alto nivel de desarrollo para asumir los costos y gestiones de certificarse y lograr obtener su propio certificado.

Tener la certificación otorga a las asociaciones poder de negociación para vender sus productos (Fairlie, 2008).

2.2.15.2 Comercio Justo (CJ)

La producción orgánica para el Comercio Justo fomenta el trabajo decente en el medio rural, ya que promueve una mayor formalidad y cumplimiento de las normas laborales. Requiere que los grupos de productores asuman grandes responsabilidades, incluido construir relaciones de trabajos estables y justas con sus empleados.

La adhesión al régimen de Comercio Justo, con los términos y condiciones establecidos en el mismo, representa un importante paso adelante para los productores. El comercio justo ha alentado a los productores a continuar construyendo redes

organizativas para avanzar en su propio desarrollo, brindándoles acceso a mayores ingresos y control sobre más partes del proceso de producción y sus ventajas. (Vargas, 2011)

La certificación de Comercio Justo cumple un papel esencial debido a que no solo tiene efectos positivos en el productor y/o trabajador y sus familias, sino que cuenta con mecanismos activos para beneficiar también a la comunidad.

El efecto inmediato de las ventajas del sistema CJ se manifiesta en el acceso al crédito por parte de las asociaciones, que reciben el premio en condiciones más favorables, y la realización de la formación técnica, que se financia con el dinero del premio. Asimismo, existen efectos indirectos relacionados con los beneficios que obtienen los productores cuando sus asociaciones desarrollan poder de negociación con intermediarios, mejoran sus capacidades organizativas, avanzan en la cadena de valor y mejoran el equipamiento productivo y los servicios locales. (Fairlie, 2008)

Tabla 23

Nivel de tecnología de productores dentro y fuera del Comercio Justo.

PRODUCTORES EN CJ	PRODUCTORES FUERA DEL CJ
Oportunidades para disponer de infraestructuras en sus propiedades que les permitan optimizar sus costos y optimizar su nivel de rendimiento.	No tienen posibilidades de acceder a infraestructuras en sus parcelas.
Fácil acceso a insumos como abonos dentro de su organización.	Limitaciones para obtener abonos orgánicos
Capacitación constante en aspectos técnicos del cultivo y post cosecha.	No reciben capacitación. En algunos casos reciben asistencia técnica.

Fuente: Aponte, A. (2010)

2.2.15.3 Prima Fairtrade

Fairtrade proporciona a los productores términos y condiciones más favorables que mejoran sus condiciones de vida y les permiten planificar planes futuros. Por otro lado, esta prima es una forma rentable para que los consumidores reduzcan la pobreza a través de sus compras diarias.

El precio Fairtrade para los bananos orgánicos es más alto que el de los bananos convencionales. Además, Fairtrade ha establecido una prima de \$ 1.00 por caja de banano que pese 18.14 kg, que debe pagarse a las entidades certificadas para la inversión en proyectos sociales, económicos o ambientales en sus comunidades. El importe está destinado a garantizar que los productores puedan cubrir sus costos de producción promedio y sirve como una red de seguridad para los agricultores cuando los mercados globales caen por debajo de un nivel sostenible. (FAO, 2017, p.4)

Este dinero se va a un fondo comunal para que los agricultores lo puedan utilizar para mejoras sociales, económicas y ambientales. Los estándares Fairtrade estipulan cómo deben usar el bono Fairtrade las organizaciones de productores. Por ejemplo, pueden emplearlo para mejorar su infraestructura social, incrementar los rendimientos, brindar capacitación, dar apoyo a la educación y la salud pública, o cubrir gastos administrativos.

2.2.15.4 Global G.A.P.

El estándar Global G.A.P se desarrolló principalmente para garantizar la confianza del consumidor en el método de producción y minimizar el impacto perjudicial de la explotación ambiental. De esa manera, asegura que se ha procedido responsablemente en la salud y cuidando la seguridad de los trabajadores.

La certificación Global G.A.P es de especial relevancia ya que destaca la salubridad de los frutos producidos, especialmente su trazabilidad. No se descuidan los temas ambientales y sociales, y también se menciona el uso de pesticidas y el cumplimiento de las leyes de empleabilidad.

Las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) son especialmente importantes en la industria del banano, para una producción sustentable y minimizar el impacto

ambiental, pero también para poder garantizar que los trabajos de cosecha, como empaque y transporte se realicen en condiciones saludables para ofrecer a los consumidores fruta segura y de alta calidad. Por otro lado, algunas funciones que se desempeñan en este sector presentan altos riesgos laborales que deben ser abordados para lograr una producción bananera eficiente.

Los cuatro pilares de GAP son; Viabilidad económica, sostenibilidad ambiental, aceptación social, seguridad y calidad de los alimentos. Si se ponen en marcha eficientemente pueden limitar riesgos como; suelos inadecuados o contaminados, pésima calidad de la fruta, y deficiente producción.

2.2.16 Participación en ferias internacionales

La importancia de participar en exhibiciones internacionales es poder presentar nuestro producto, sus beneficios y su origen. Al mismo tiempo, te relacionas con las diferentes culturas para conocer sus preferencias, formas de trabajo y hacer contactos que podrían convertirse en importantes clientes para la exportación de banano orgánico peruano.

Según Promperu, las principales ferias de productos orgánicos realizadas en Europa son la Fruit Logistic y la Biofach. Así mismo, la principal feria orientada a productos orgánicos en el mercado norteamericano es Cultivate (ofa). Ya que reúnen a un considerable número de expositores y visitantes vinculados al comercio de productos frescos y a productos orgánicos.

Obviamente, son redes importantes que ofrecen buenas opciones de contacto para la venta comercial del banano orgánico peruano.

2.2.16.1 Fruit Logistic

Es considerada la feria comercial más importante del mundo para el sector hortofrutícola, la cual se celebra cada año en febrero en Berlín, la capital de Alemania,

Europa. En esta exposición se conglomeran a 3.200 expositores y más de 78,000 visitantes profesionales para fortalecer su potencial comercial en el mercado internacional de productos frescos.

Se presentan tanto empresas a nivel mundial, así como pequeños y medianos proveedores de todo el mundo. Porque ofrece grandes oportunidades para entrar en contacto con los principales grupos objetivos a nivel de toma de decisiones.

Perú en el 2019 se hizo presente por décimo séptima vez en Fruit Logistic, Seis productores de dos organizaciones agrarias de Piura y La Libertad llevaron su oferta exportable de Banano orgánico y espárrago. La delegación peruana exhibió sus productos en el “Pabellón Perú” en donde tuvo contacto con empresarios y proveedores de los cinco continentes. Contando así con la oportunidad de informar sobre la excelencia de sus productos y concretar negocios directos de exportación, sin requerir a intermediarios.

Se proyecta que la participación peruana en Berlín género compromisos comerciales hasta por US\$ 230 millones lo cual se materializo en los siguientes doce meses.

2.2.16.2 Biofach

Es la feria más grande de productos orgánicos en el mundo, la cual se viene realizando desde 1990. El comercio de productos orgánicos se congrega en esta feria en Nuremberg, Alemania.

Lo orgánico se destaca por su excelencia y por el uso responsable de los recursos naturales. En la pasada versión presencial BIOFACH/VINANESS 2020 se contó con 3,792 exhibidores, procedentes de 110 países, los cuales ocuparon un área de más de 56,000 m².

La exhibición de la oferta orgánica exportable en esta feria, estimada una de las principales en el sector ecológico en el mundo, abre un abanico de oportunidades para concretar futuros negocios que beneficien directamente a los pequeños y medianos productores agrícolas.

Perú participa en estos eventos desde hace más de 20 años; con la participación de Perú en esta feria permite a pequeños productores de la agricultura familiar obtener redes de contactos con futuros demandantes de Europa, Norteamérica y Asia. Así mismo brinda amplias oportunidades para promover y comercializar sus productos en los principales mercados internacionales.

2.2.16.3 Cultivate (Ofa)

Cultivate es la mayor feria y conferencia de toda la industria de la horticultura. Tiene lugar en Columbus, Estados Unidos. Y se celebra en el Greater Columbus Convention Center.

Cuenta con 650 expositores, 8 Acres de exposiciones y 4 días con expertos de la industria y networking profesional.

2.2.17 Dimensiones de la Consolidación de la Exportación

Dentro del marco teórico que se desarrolla, para analizar a fondo la Consolidación de la Exportación se consideró las siguientes dimensiones: Alianzas estratégicas, Competitividad, Posicionamiento.

- Alianzas estratégicas

Una alianza estratégica conecta facetas específicas del negocio entre dos o más consorcios. En esencia, es una sociedad que incrementa la efectividad de las estrategias competitivas de las empresas involucradas a través del intercambio de tecnologías, habilidades o productos basados en ellas. (Del Prado, 1987).

Las alianzas son una gran parte del juego de la globalización y son fundamentales para ganar con una base global, por ello la forma menos atractiva de ganar a nivel mundial es pensar que se puede solo con todo el mundo. (Welch, 1987).

- **Competitividad**

La habilidad de mantener y aumentar la participación en los mercados internacionales al tiempo que se mejora el nivel de vida de la población. La única forma sólida de lograrlo es mediante una mayor productividad. (Porter, 1990)

La productividad es el factor más importante en el nivel de vida de un país y en el ingreso nacional per cápita a largo plazo. La productividad de los recursos humanos determina las retribuciones y la productividad del capital determina los beneficios que recibe para sus propietarios. (Porter, 1990)

- **Posicionamiento**

El posicionamiento es el lugar que ocupa en la mente del consumidor una marca de un producto o servicio, sus características, la percepción del usuario y las recompensas. (Jack Trout y Al Ries, 1981).

Kotler (2000) Señala: El posicionamiento es el acto de diseñar una oferta e imagen empresarial que pretende ocupar un lugar diferenciado en la memoria del público objetivo.

2.3 Definición de términos básicos

Se presenta inmediatamente un listado con las definiciones referidas a los términos básicos relacionados con las variables y las dimensiones desarrolladas en la presente investigación.

Calidad: (Berry, Bennet, y Brown, 1989) refieren que: La calidad es una cuestión de servicio, lo que significa que el nivel de calidad debe ser una previsión y no una ocurrencia tardía. Según Berry, tiene que ser una mentalidad. Influye en cada paso del

desenvolvimiento de nuevos servicios, nuevas políticas, nuevas tecnificaciones e implantaciones.

(Feigenbaum, 1991) entendió la calidad como un proceso que debe comenzar con el diseño del producto y finalizar sólo cuando se encuentre en manos de un consumidor satisfecho.

Capital Físico: Esta referido a los recursos que son usados para generar valor. Significa que son tangibles y visibles, como maquinaria agrícola, ordenadores, estructuras, edificios, etc.

Capital Humano: Son las capacidades y recursos que posee una persona para ejercer su rol dentro de una empresa, en otras palabras, la parte del valor económico de dicha empresa tomando en cuenta la experiencia del equipo profesional.

Becker (como se citó en Tinoco y Soler, 2011) Alega que el capital humano se ha convertido en el motor del desarrollo organizacional ya que garantiza la implementación de la planificación, la innovación, la gestión y la productividad, aspecto con el que estuvieron principalmente relacionados.

Consolidar: Dar firmeza y solidez a algo. Convertir algo en definitivo y estable. (RAE, 2019).

Crecimiento económico: El incremento económico sostenible del producto en una economía. Por lo general, se mide en términos del aumento del producto interno bruto (PIB) real durante un período de varios años o décadas. (Larraín y Sachs, 2002).

Diversificación: El ingreso de una empresa o unidad de negocio en nuevas áreas de actividad, ya sea a través de procesos internos de desarrollo de negocio o mediante fusiones y adquisiciones, que conlleva cambios en su organización administrativa, sistemas y otros procesos de gestión. (Ramanujam y Varadarajan ,1989).

Eficacia: La capacidad de una organización para lograr objetivos, incluida la eficiencia y los factores ambientales. (Fernández -Ríos y Sánchez, 1997).

Eficiencia: La denominación que determina el desempeño de un sistema o entidad económica para lograr un objetivo específico y minimizar el consumo de bienes (Fernández-Ríos y Sánchez, 1997).

Estrategia: Las estrategias son planes de acción generales que involucran compromisos en términos de prioridades y recursos para llevar a cabo una misión básica. Son modelos de destino que se han diseñado e iniciado para dar a la organización una orientación uniforme. (Koontz y Weihrich 1991)

Exportación: Es el tránsito típico de bienes y servicios de un país para ser utilizados o consumidos en otro país. (RAE, 2019).

Gestión por procesos: Es un ideal sistema de organización empresarial para lograr alta calidad, productividad y excelencia. Sus sorprendentes resultados han ampliado la aplicación de esta concepción de gestión en empresas de organizaciones de todo tipo, independientemente de su envergadura. Es una secuencia de funciones mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada como consecuencia. (UNE-EN ISO 9000:2005).

Insumos: Conjunto de elementos que toman parte en la producción de otros bienes. (RAE, 2019).

Mano de obra: Es la labor física y mental que realiza un técnico para fabricar, conservar o subsanar un bien. Se lleva a cabo en áreas que están directamente relacionadas con la producción de un bien o servicio.

Marca: “Es un nombre, término, símbolo, diseño o combinación de estos elementos que identifica los productos de un vendedor y los distingue de los productos de la competencia”. (Lamb, Hair y McDaniel, 2002).

Mercancía: Karl (1973). Elemento básico de la vida económica en la sociedad capitalista. Cualquier artículo que se ponga en el mercado para ser intercambiado por otros artículos con el fin de venderlo en el mercado.

Nivel de vida: Grado de abundancia o prosperidad alcanzado por una persona, un grupo social o por todos los habitantes de un país o región, principalmente material.

Orgánico: Es un término general para referirse a procesos asociados a la vida o para mencionar a sustancias generadas por procedimientos en que intervienen organismos vivos.

Producción: Es un proceso de modificación en el que determinadas cosas (bienes o servicios) se integran en un proceso en el que pierden su identidad y su forma de ser anterior, mientras que otras cosas, incluidos bienes o bienes, nacen del proceso. Los primeros se denominan factores de producción, los segundos productos. (Frish, 1963).

Productividad del trabajo: Es un aumento de la producción a partir del avance de la capacidad productiva del trabajo sin cambiar el uso de la obra de trabajo.

(Karl ,1980)

Producto: (Stanton, 2007) Una colección de atributos tangibles e intangibles que, además del servicio y reputación del vendedor, incluyen: empaque, color, precio, calidad y marca. Un producto se define como todo aquello que se puede ofrecer en el mercado para su atención, adquisición, consumo, que satisface un deseo o una necesidad. (Kotler, 2007)

Recursos: Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa. (RAE, 2019)

Servicios: La acción o grupo de roles destinados a satisfacer una específica necesidad del cliente, ofreciendo un producto inmaterial y personalizado.

CAPITULO III. HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis y /o supuestos básicos

3.1.1 Hipótesis general

HG: El Crecimiento de la Producción se relaciona significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

3.1.2 Hipótesis específica

HE1: La Mejora en el Proceso productivo se relaciona significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

HE2: La Gestión de Recursos se relaciona significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

HE3: Los Mecanismos de Promoción se relacionan significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

3.2 Variables o Unidades de análisis

Tipo de Variable según su naturaleza: Cuantitativa y Discreta

Cuantitativa, ya que nos da como resultado, un valor expresado en cifras numéricas.

Discreta, porque solo se tomaron en cuenta algunos valores reales. VI. Crecimiento de la Producción – Independiente VD. Consolidación de la Exportación - Dependiente

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES		TÍTULO: El Crecimiento de la Producción y su relación con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura. Alumno: MIREYA GERALDINE QUISPE BERRÍOS CÓDIGO UNESCO: 5304.07 Crecimiento de la Producción 5310.04 Consolidación de la exportación						
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	UNIDAD DE MEDIDA	ESCALA	VALOR FINAL	ITEMS
Variable 1: Crecimiento de la Producción- VI	Identificado como la frecuencia en la que se cosechan los cultivos de una superficie determinada, el aumento de la superficie cultivable y mejoras del rendimiento.	Crecimiento de la producción agrícola a través de aumento de áreas de cultivo, integración de nuevos socios o surgimiento de nuevas asociaciones, y mejorar el rendimiento de producción con las mismas hectáreas.	Mejora en el Proceso Productivo Es toda acción destinada a mejorar la forma en que se está desarrollando la producción de un producto.	Estima que existe un menor costo de producción.		Ordinal		1,2
				Identifica una mejor calidad del banano al momento de la exportación.		Ordinal		3,4
				Reconoce que existe mayor producción al trabajar cumpliendo con los requerimientos orgánicos.		Ordinal		5,6
				Acepta que la asociatividad ha sido un punto clave.		Ordinal		7,8
			Gestión de Recursos Es implementar eficientemente y de manera eficaz los recursos de una organización cuando se necesiten. (Prokopenko, 1989)	Evalúa que la formalización del trabajo ha optimizado los rendimientos.		Ordinal		9,10
				Deduce que a través del manejo adecuado del proceso productivo se obtienen buenos resultados.		Ordinal		11
				Asume que uso racional de los recursos es importante.		Ordinal		12
				Precisas que la estructura productiva es eficiente.		Ordinal		13
			Mecanismos de Promoción El mecanismo puede contribuir a integrar los esfuerzos nacionales y proporcionar apoyo a instituciones que participan en la promoción de la productividad. (Prokopenko, 1989)	Apoya los programas de capacitación que se brindan.		Ordinal		14,15
				Sostiene que fortalecer la demanda internacional genera crecimiento.		Ordinal		16
				Acepta que existe un mayor compromiso de los productores.		Ordinal		17,18
				Considera que las redes de apoyo del estado han contribuido con las asociaciones.		Ordinal		19,20

3.3 Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	UNIDAD DE MEDIDA	ESCALA	VALOR FINAL	ITEMS
Variable 2: Consolidación de la Exportación – VD	Las exportaciones son la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países. (INEGI, 2011)	Es mantener el esfuerzo en el tiempo y de no basarlo todo en la moderación de los costos. (Ruiz y Vera, 2013)	Alianzas estratégicas En esencia, es una sociedad que potencia la efectividad de las estrategias competitivas de las empresas participantes a través del intercambio de tecnologías, habilidades o productos basados en ellas. (Del Prado, 1987)	Sostiene que la mejora de la oferta exportable es muy importante.		Ordinal		1,2
				Considera una mayor rentabilidad para los productores.		Ordinal		3
				Entiende que los acuerdos comerciales favorecen al sector bananero.		Ordinal		4,5
				Acepta que la exportación directa generará mayores beneficios.		Ordinal		6,7
			Competitividad Capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. (Porter, 1990).	Observa que los estándares de calidad ayudan a ser competitivos en el mercado.		Ordinal		8,9
				Promueve aumento de áreas de cultivo orgánico en el sector.		Ordinal		10
				Muestra un mayor volumen de exportación en el sector bananero.		Ordinal		11
				Aplica fomentar la innovación en los procesos productivos.		Ordinal		12
			Posicionamiento Es el acto de diseñar una oferta e imagen empresarial destinada a conseguir ocupar un lugar distinguible en la mente del público	Analiza expandirse a nuevos clientes en otros países.		Ordinal		13,14
				Diferencia un mayor precio exportable en el mercado internacional.		Ordinal		15,16

			objetivo. (Kotler, 2000)	Conoce el perfil del consumidor para lograr posicionarse en dicho mercado.		Ordinal		17,18
				Interesa participar en ferias internacionales para ser reconocidos.		Ordinal		19,20

3.4 Matriz Lógica de Consistencia

TÍTULO: El Crecimiento de la Producción y su relación con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.						
CÓDIGO UNESCO: 5304.07 Crecimiento de la Producción						
5310.04 Consolidación de la exportación						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES – DIMENSIONES – INDICADORES - METODOLOGÍA			
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable I: Crecimiento de la Producción			Diseño Metodológico
¿En qué medida el Crecimiento de la Producción se relaciona con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.?	Determinar en qué medida el Crecimiento de la Producción se relaciona con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.	El Crecimiento de la Producción se relaciona significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.	Dimensiones	Indicadores		
			Mejora en el Proceso Productivo	Menor costo de producción. Mejor calidad del banano. Mayor producción. Asociatividad como punto clave.		
Problemas Específicos	Objetivo Específicos	Hipótesis Específicos	Gestión de Recursos	Formalización del trabajo. Manejo adecuado del proceso productivo. Uso racional de los recursos. Estructura productiva eficiente.		
			Mecanismos de Promoción	Programas de capacitación. Fortalecimiento de la demanda internacional. Mayor compromiso. Redes de apoyo del estado.		
¿En qué medida la Mejora en el Proceso Productivo se relaciona con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.?	Analizar en qué medida la Mejora en el Proceso Productivo se relaciona con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.	La Mejora en el Proceso productivo se relaciona significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.	Variable D: Consolidación de la Exportación			
			Alianzas estratégicas	Mejora de la oferta exportable. Mayor rentabilidad. Acuerdos comerciales. Exportación directa.		
¿En qué medida la Gestión de Recursos se relaciona con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira.	Evaluar en qué medida la Gestión de Recursos se relaciona con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de	La Gestión de Recursos se relaciona significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo,	Competitividad	Estándares de calidad. Aumento de áreas de cultivo orgánico. Mayor volumen de exportación. Innovación en los procesos productivos.		
					Método: Inductivo Analítico	
					Población: 563 Productores	
					Muestra: 34 Productores	

<p>Sullana, Piura.?</p> <p>¿En qué medida los Mecanismos de Promoción se relacionan con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.?</p>	<p>Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.</p> <p>Determinar en qué medida los Mecanismos de Promoción se relacionan con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.</p>	<p>y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.</p> <p>Los Mecanismos de Promoción se relacionan significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.</p>	<p>Posicionamiento</p>	<p>Expandirse a nuevos clientes. Mayor precio exportable. Perfil del consumidor europeo Participación en ferias internacionales</p>	<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Escala: Ordinal</p>
---	--	--	------------------------	---	--

CAPITULO IV. MARCO METODOLÓGICO

4.1 Tipo y método de investigación

4.1.1 Tipo de investigación

Por la calidad y utilidad de la intervención desarrollada cumple con la condición de ser una investigación del tipo cuantitativo. “La metodología cuantitativa suele partir de los fundamentos teóricos aceptados por la comunidad científica, a partir de los cuales se formulan hipótesis sobre las relaciones esperadas entre las variables que forman parte del problema en estudio” (Monje, 2011, p.13). Exhaustiva, porque operativamente se trata de una intervención no experimental; donde se desarrolló una planificada toma de datos necesarios convenientes a la investigación, llamados también datos primarios, por sobre los cuales se controló su medición; siendo el control de las dos variables de interés realizadas en un momento determinado. Estudio Transversal, mediante el cual se analizaron los datos de las variables recopiladas durante un tiempo determinado en una muestra de población o en un subconjunto predeterminado.

4.1.2 Método de investigación.

El método empleado es el inductivo y el analítico. El método inductivo es el razonamiento con el que se supone que el análisis de hechos singulares llega a leyes. Es decir, se parte del análisis de ejemplos concretos, que se desglosan en partes para luego llegar a un resultado. (Maya, 2014, p.15).

4.2 Diseño específico de investigación

Las características que definen el diseño de la investigación lo presentan como un proyecto Descriptivo Correlacional, No Experimental.

La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción precisa de funciones, objetos, procesos y personas. Su objetivo no se limita a la recopilación de datos, sino a predecir e identificar las relaciones que existen entre dos o más variables. Deobold y William (1965)

Es correlacional, en la medida que trata de validar la relación significativa de causa – efecto de las variables Crecimiento de la Producción – V1 Consolidación de la Exportación – V2; y no experimental, porque no se manipulan ni se intervienen sobre las variables de estudio.

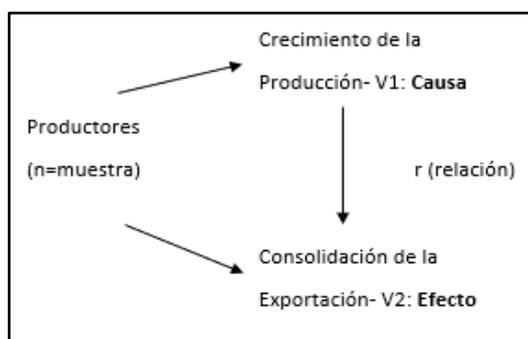


Figura 12. Diseño de la investigación.

4.3 Población, muestra o participante

4.3.1 Población

Es el conjunto de personas u objetos de los que se requiere averiguar datos en una investigación. Está formado por un conjunto de unidades de análisis y limitado en el espacio y tiempo. “El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros”. (Pineda, De Alvarado y De Canales, 1994, p.108)

El universo de estudio, también conocido como la población, está conformado por todos los productores que pertenecen a las cooperativas de productores de Huangalá,

Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura. Lo cual está conformado por; 563 productores.

4.3.2 Muestra

Una muestra es un subconjunto de casos o individuos de una población. El análisis de una muestra aleatoria permite sacar conclusiones, extrapolar o generalizar conclusiones sobre la población objetiva con un alto grado de certeza. (Dieterich, 1996)

La muestra es probabilística autoponderada de los productores que pertenecen a las cooperativas de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

Es probabilística porque las unidades de muestreo son seleccionadas mediante métodos aleatorios y permite efectuar inferencias a la población sobre la base de la Teoría de Probabilidades.

Es autoponderada porque la probabilidad de selección es la misma para cada una de las unidades últimas de selección.

4.3.2.1 Determinación del tamaño de la muestra.

Tomando en cuenta la teoría del muestreo, el tamaño de la muestra se determinó en función de los antecedentes respecto al número de productores exportadores.

Para determinar el tamaño de la muestra estimamos:

$$p = 0.976$$

Considerando un error del 5%,

Un coeficiente de confianza del 95 %,

Se obtiene $n = 36$ productores

La fórmula empleada para determinar el tamaño de la muestra proveniente de una población infinita es la siguiente:

$$n_0 = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Donde:

$Z = 1.96$, es el percentil de la distribución normal estándar correspondiente a un intervalo central del 95%,

$p = 0.976$,

$e = 0.05$, es el error que podemos permitir en estimar la verdadera proporción de exportadores.

Obteniéndose una muestra de tamaño $n_0 = 36$ productores.

Afijando proporcionalmente al tamaño de la población

A partir de la ecuación:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

se determina un tamaño de muestra de 34 productores:

4.4 Técnicas e instrumentos de recogida de datos

En correspondencia con las características de la investigación planteada, según el enfoque de la investigación a desarrollar, se toma a la encuesta como la técnica a implementarse y los cuestionarios como su instrumento de validación de datos.

4.4.1 Técnicas

La técnica cuantitativa usada por su habitualidad para la recolección de datos fue el de la encuesta, cuya finalidad es obtener información, para el caso mediante

preguntas escritas, a ser desarrolladas por la población muestral comprendida. La indagación se considera en primera instancia como una técnica de recolección de datos a través del interrogatorio de sujetos cuya finalidad es acceder sistemáticamente medidas sobre las nociones que se derivan de un problema de investigación previamente construida. (López y Fachelli, 2015, p.8)

4.4.2 Instrumentos.

El instrumento que utilizamos para la recogida de los datos fue un cuestionario. Hueso y Cascant (2012) indican que: Por medio de los cuestionarios, las preguntas son en su mayoría sin opción a que el cuestionado tenga a lugar la posibilidad de que se exprese con sus propias palabras, más solo marcando sus respuestas entre opciones de ellas limitadas, a elegir; lo que por una suerte de codificación facilita la comparación y el análisis de los datos tomados, los mismos que pueden ser tanto de carácter objetivo como subjetivo.

4.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Las Técnicas de procesamiento y análisis de datos se desarrollaron con los datos obtenidos a razón de los instrumentos aplicados con la población de productores, tomada en cuenta para efectos de validar las hipótesis planteadas sobre las variables. Crecimiento de la Producción – VI y Consolidación de Exportación – VD, se enmarca dentro de campo de la estadística descriptiva.

Los resultados obtenidos se procesaron en el programa estadístico SPSS el cual ayudo a mostrar los resultados de los productores entrevistados y nos arrojó la data en gráficos para su explicación y demostración.

4.6 Procedimiento para la ejecución del estudio

Para la ejecución del estudio se realizaron los siguientes pasos:

1. Presentación de plan de tesis según esquema de grados y títulos.
2. Elaboración de investigación
3. Revisión de información complementaria
4. Asesoría con el docente experto
5. Revisión de instrumentos
6. Aplicación de instrumentos
7. Procesamiento de datos
8. Análisis de resultados
9. Lectura del asesor
10. Recomendación del asesor
11. Presentación de investigación
12. Recomendación de observadores
13. Sustentación de la investigación
14. Entrega final de investigación.

CAPITULO V. RESULTADOS Y DISCUSION

5.1 Presentación y análisis de los resultados

5.1.1 Validación de instrumentos

- A. Cuestionario de recogida de datos para la variable Crecimiento de la Producción, herramienta que se aplicó a los productores. Para obtener su opinión sobre los indicadores para cada una de las dimensiones de la variable de estudio. El cuestionario tiene la distribución siguiente: Está constituido por 20 ítems de tipo politómico de escala ordinal con 5 respuestas.
- B. Cuestionario de recogida de datos para la variable Consolidación de la Exportación, instrumento que se aplicó a los productores para obtener su opinión sobre los indicadores de cada una de las dimensiones de la variable de estudio. El cuestionario tiene la distribución siguiente: Está constituido por 20 ítems de tipo politómico de escala ordinal con 5 respuestas.

5.1.2 Análisis de validez de los instrumentos

La validez de estos instrumentos hace referencia al nivel en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir. Para este estudio, la idoneidad de contenido se determinó mediante juicios de expertos con el promedio de los resultados de los expertos al 88%. Por lo tanto, los instrumentos son válidos.

Tabla 24

Expertos	Crecimiento de la Producción	Consolidación de la Exportación
José Orlando Imán Girón	100%	100%
Andy Cruz Imán Girón	75 %	75%
Claudio Girón Aguilar	90%	90%

Validez de contenido por juicio de expertos

Fuente: Elaboración propia

5.1.3 Análisis de confiabilidad

El criterio de confiabilidad para las variables Crecimiento de la Producción y Consolidación de la Exportación, se midió con el coeficiente alfa de Cronbach porque exhibió respuestas politómicas, requirió una aplicación única del mecanismo de medición y dio valores entre cero y uno. Por confiabilidad entendemos el grado de consistencia del cuestionario al medir las variables que mide. El instrumento es fidedigno si el coeficiente es igual o mayor que 0,60. Su fórmula determina el grado de consistencia y precisión; la escala de valores que determinan la confiabilidad viene dada por los siguientes valores:

Tabla 25
Criterios de confiabilidad según Thorndike

Valores	Niveles de confiabilidad
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

Fuente: Thorndike, R. L. (1989). Psicometría aplicada. México: Limusa

La fórmula del estadístico de confiabilidad alfa de Cronbach:

- K:** El número de ítems
- $\sum S_i^2$: Sumatoria de Varianzas de los Ítems
- s^2 : Varianza de la suma de los Ítems
- Coeficiente de Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

A través de la aplicación del Software estadístico SPSS V 25.0 se obtuvo la confiabilidad de los instrumentos con la fórmula de Alfa de Cronbach aplicado a las dos primeras variables de estudio.

a) Confiabilidad de las variables

Se aplicó a una muestra piloto de 10 productores obteniendo el siguiente resultado de confiabilidad con la aplicación del programa SPSS versión 25.

Tabla 26
Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	10	100.0
	Excluidos ^a	0	.0
	Total	10	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 27
Estadísticos de fiabilidad

Variable	Alfa de Cronbach	Número de elementos(ítems)
Crecimiento de la producción	0,836	20
Consolidación de la exportación	0,883	20

Fuente: elaboración propia

Interpretación:

El historial obtenido del coeficiente Alfa de Cronbach es igual a 0.836 y 0.883, por lo que estas medias son confiables porque son mayores o iguales a 0.60. Por tanto, tiene una alta veracidad en estos datos.

5.1.4 Tratamiento estadístico e interpretación de tablas y gráficos

A continuación, se muestran los resultados obtenidos durante la investigación, buscando establecer la relación entre las variables Crecimiento de la Producción y Consolidación de la Exportación. Para esto se realizaron 2 cuestionarios correspondientes a cada variable estudiada a 34 productores pertenecientes a las siguientes asociaciones; Cooperativa Agraria de bananeros orgánicos de Huangalá, Cooperativa Agraria de Pueblo Nuevo y Cooperativa Agraria de bananeros orgánicos Huayquiquira. De los cuales se obtuvieron resultados que se presentarán en el transcurso del presente capítulo.

Análisis de Frecuencia

El análisis de frecuencia de las frecuencias de respuesta de los productores al aplicarse los mecanismos de investigación.

Se tabuló, gráfico y luego se interpretó, tal como se muestra en las siguientes figuras.

Variable 1: Crecimiento de la Producción

Tabla 28

Frecuencia Porcentual Total de la Variable Crecimiento de la Producción

Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	1%
POCO	3%
REGULAR	11%
MUCHO	48%
SIEMPRE	37%

Fuente: Elaboración propia

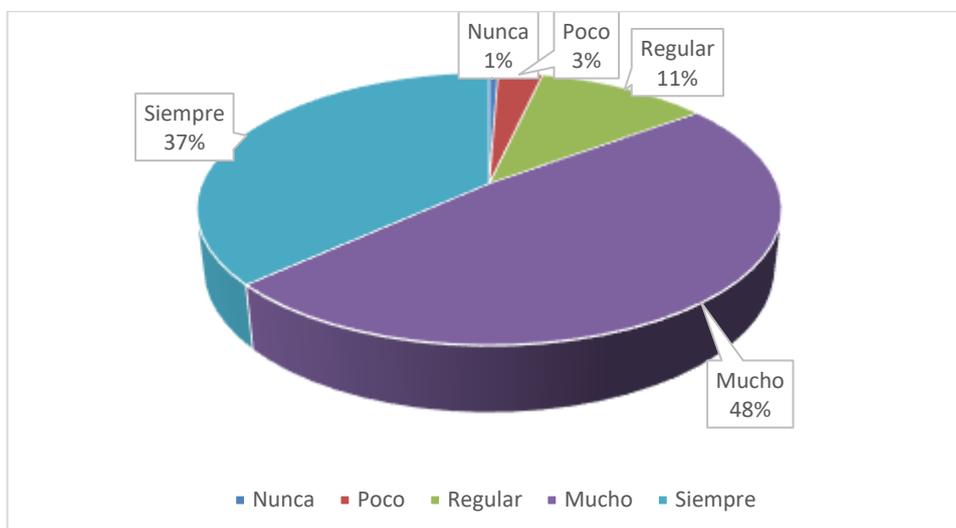


Figura 13. Frecuencia Porcentual Total de la Variable Crecimiento de la Producción

Descripción:

En la Tabla 28 y Figura 13 se puede observar que el 48% de los productores respondieron mucho, es decir la mayoría, el 37% respondió siempre y el 11% respondió regularmente, solo el 3% respondió poco, por lo que la variable crecimiento de la producción tiene un buen nivel de aceptación.

Interpretación:

Estos datos demuestran que un total de 85% productores están de acuerdo que tanto la Mejora en el Proceso Productivo, la Gestión de Recursos y los Mecanismos de

Promoción ayudaron grandemente a crecer términos de producción. Es decir, es favorable aplicar nueva tecnología en los procesos ya que mejora la calidad exportable y por consiguiente se genera menos descarte y mayor producción obtenida. En Gestión de Recursos, se acepta que a través de un manejo adecuado del proceso productivo se obtienen buenos resultados. En Mecanismos de Promoción, se reconoce que a través de los programas de capacitación se mejoran técnicas que contribuyen a mejorar la calidad del cultivo.

Por otro lado, un mínimo de 3% de productores lo considera con poca aceptación, ya que para poder mejorar el proceso productivo se necesita invertir en nuevas tecnologías y muchas veces no cuentan con los recursos necesarios, ni la ayuda financiera para poder invertir.

Tabla 29
Frecuencia Porcentual de la Dimensión Mejora en el Proceso Productivo

Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	0%
POCO	0%
REGULAR	13%
MUCHO	49%
SIEMPRE	38%

Fuente: Elaboración propia

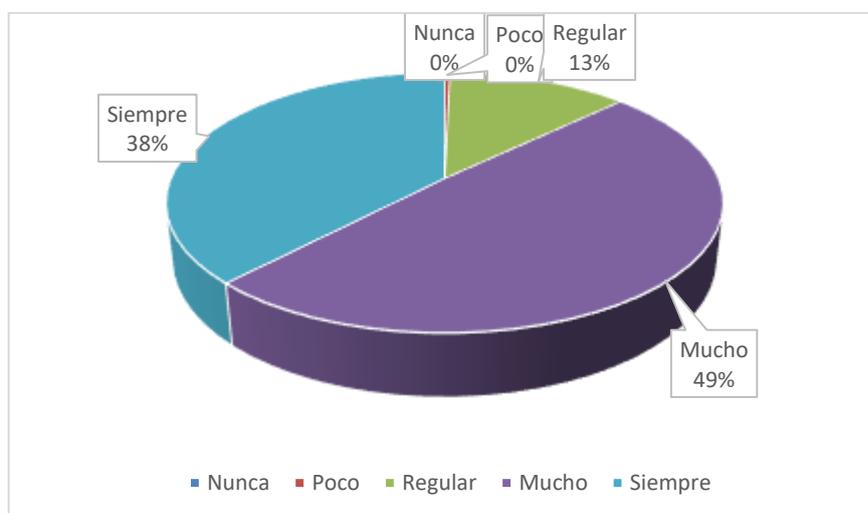


Figura 14. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Mejora en el Proceso Productivo

Descripción:

En la Tabla 29 y Figura 14 se puede observar que el 49% de productores respondieron mucho, es decir la mayoría, 38% a Siempre y 13% a Regular, por lo que la dimensión Mejora en el Proceso Productivo de la variable crecimiento de la producción es bien aceptada.

Interpretación:

Estos datos demuestran que un total de 87% productores están de acuerdo que la Mejora en el Proceso Productivo es un factor importante del crecimiento de la producción ya que gracias a esto se puede aminorar los costos de producción, genera una mejor calidad de banano al momento de la exportación y una mayor producción al trabajar cumpliendo con los requerimientos orgánicos.

Tabla 30
Frecuencia Porcentual de la Dimensión Gestión de Recursos

Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	0%
POCO	2%
REGULAR	7%
MUCHO	42%
SIEMPRE	49%

Fuente: Elaboración propia

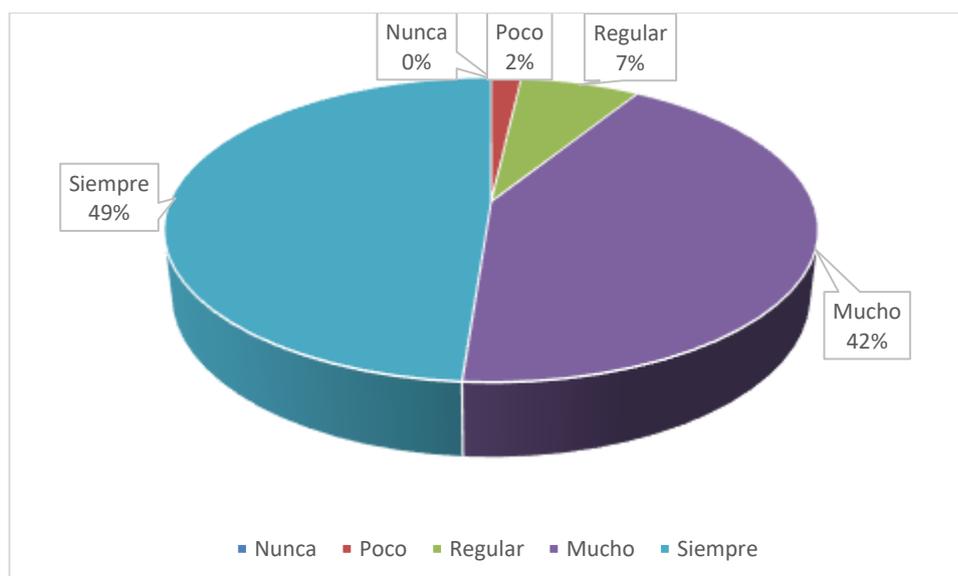


Figura 15. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Gestión de Recursos

Descripción:

En la tabla 30 y figura 15, se observa que el 49% de los productores respondieron Siempre que es la mayoría, un 42% respondieron Mucho y un 7% respondieron Regular, sólo un 2% respondieron Poco, por lo que la dimensión Gestión de Recursos de la variable crecimiento de la producción tiene buena aceptación favorable.

Interpretación:

Se demuestra a través de los datos que un total de 91% productores están de acuerdo que es favorable la Gestión de Recursos en el crecimiento de la producción. Ya que el uso racional de los recursos es sumamente importante para generar crecimiento, y la estructura productiva es más eficiente.

Tabla 31

Frecuencia Porcentual de la Dimensión Mecanismos de Promoción

Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	1%
POCO	7%
REGULAR	13%
MUCHO	52%
SIEMPRE	27%

Fuente: Elaboración propia

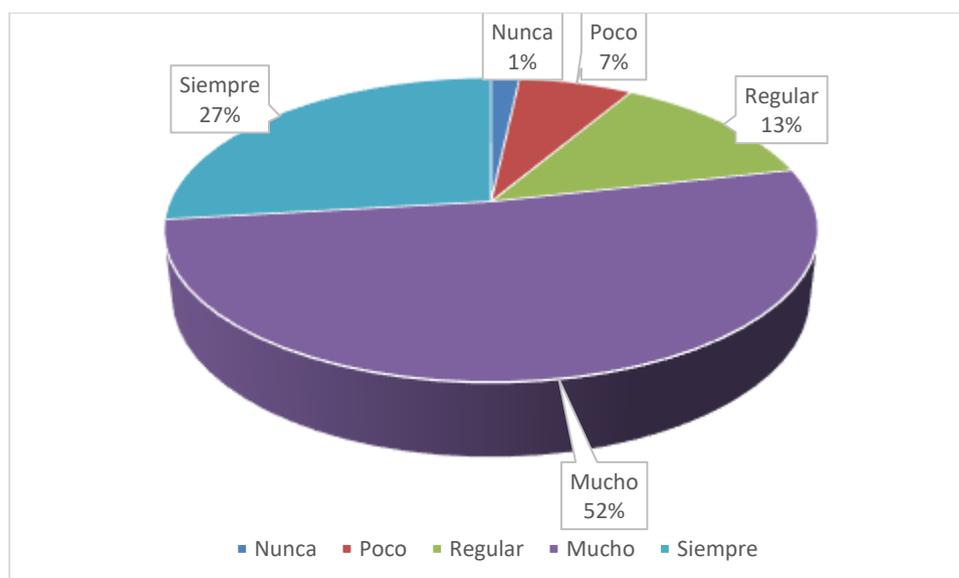


Figura 16. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Mecanismos de Promoción

Descripción:

En la tabla 31 y figura 16 vemos que el 52% de productores respondieron Mucho, que es la mayoría, 27% respondió Siempre y 13% respondió Regular, solo 7% respondió Poco, por lo que la dimensión Mecanismos de Promoción de la variable crecimiento de la producción tiene una buena aceptación favorable.

Interpretación:

Estos datos demuestran que un total de 79% de productores están de acuerdo que los Mecanismos de Promoción favorecen el crecimiento de la producción. Puesto que los programas de capacitación ayudan a mejorar el nivel técnico de los trabajadores, y los programas para promover el cultivo orgánico, generan mayor compromiso en los productores en cumplir con los requisitos que demanda el consumidor. Por otro lado, un mínimo de 7% de productores lo considera con poca aceptación, ya que las asociaciones ubicadas al margen izquierdo del valle del chira manifiestan que no han recibido apoyo del estado.

VARIABLE 2: Consolidación de la Exportación

Tabla 32
Frecuencia Porcentual Total de la Variable Consolidación de la Exportación

Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	0%
POCO	2%
REGULAR	11%
MUCHO	44%
SIEMPRE	43%

Fuente: Elaboración propia

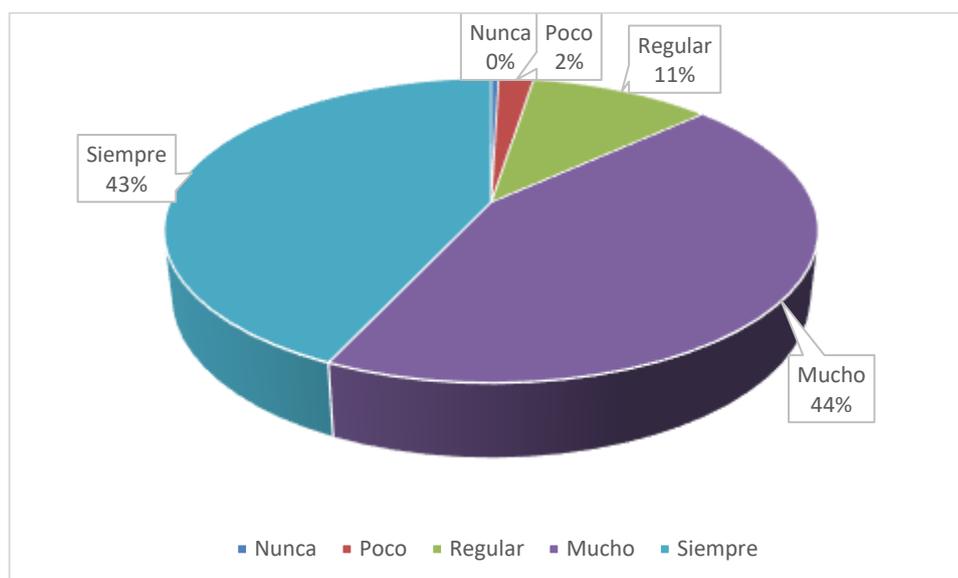


Figura 17. Frecuencia Porcentual Total de la Variable Consolidación de la Exportación

Descripción:

En la Tabla 32 y Figura 17 se puede ver que el 44% de los productores respondió mucho, es decir la mayoría, el 43% respondió siempre y el 11% respondió regularmente, solo el 2% respondió poco, por lo que la variable Consolidación de la Exportación es bien aceptada.

Interpretación:

Estos datos demuestran que un total de 87% de productores están de acuerdo que tanto las alianzas estratégicas, competitividad y posicionamiento ayudaron

grandemente a crecer en términos de exportación. Es decir, las alianzas estratégicas han favorecido al sector bananero a mejorar la oferta exportable. En competitividad, se acepta que cumplir con los estándares de calidad nos ayuda a ser competitivos en el mercado internacional. En posicionamiento, se reconoce que el lograr un buen nivel nos ayuda a consolidarnos en dicho mercado. Por otro lado, un mínimo de 2% de productores lo considera con poca aceptación, debido a que la mayoría de asociaciones aún no han logrado la exportación directa sin la participación de empresas exportadoras intermediarias.

Tabla 33
Frecuencia Porcentual de la Dimensión Alianzas Estratégicas

Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	0%
POCO	0%
REGULAR	12%
MUCHO	57%
SIEMPRE	31%

Fuente: Elaboración propia

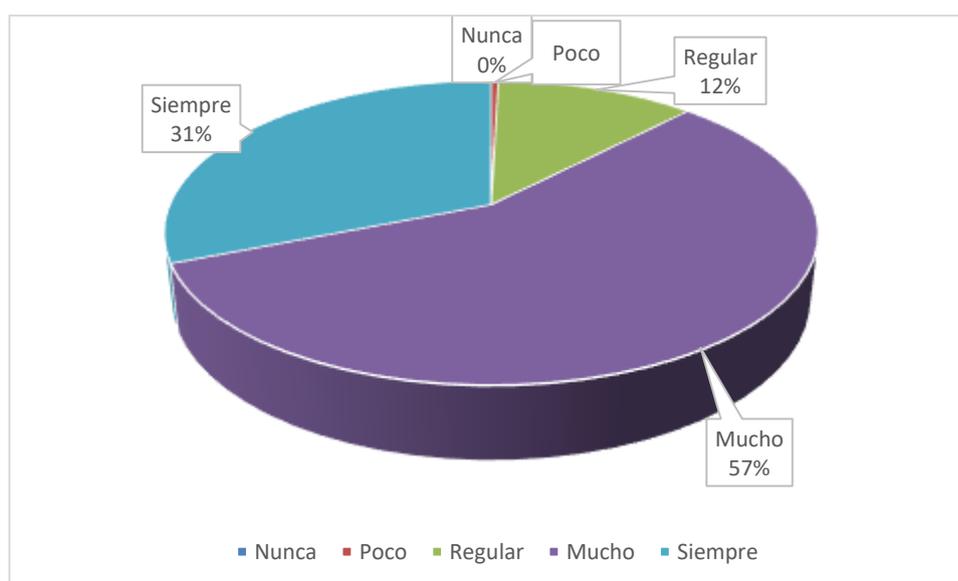


Figura 18. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Alianzas Estratégicas

Descripción:

En la tabla 33 y figura 18 vemos que el 57% de los productores respondió Mucho, que es la mayoría, el 31% respondió Siempre y el 12% respondió Regular, el 0% respondió Poco o Nunca, por lo que la dimensión de alianzas estratégicas de la variable Consolidación de Exportación tiene una buena aceptación favorable.

Interpretación:

Estos datos demuestran que un total de 88% de productores están de acuerdo que las alianzas estratégicas favorecen a la Consolidación de Exportación. Puesto que los acuerdos comerciales nos brindan preferencias arancelarias que nos ayuda a obtener una mayor rentabilidad en el comercio del banano.

Tabla 34
Frecuencia Porcentual de la Dimensión Competitividad

Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	0%
POCO	3%
REGULAR	13%
MUCHO	35%
SIEMPRE	49%

Fuente: Elaboración propia

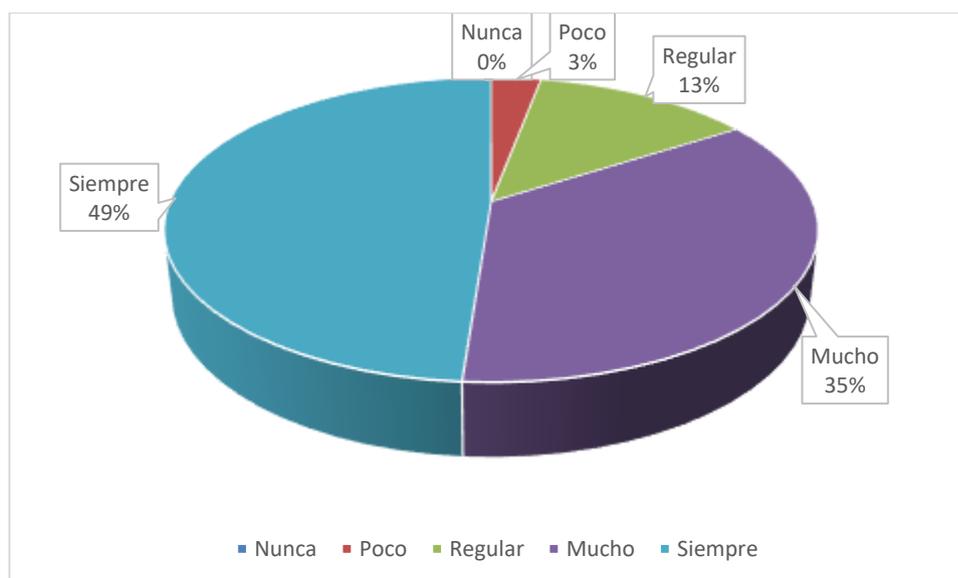


Figura 19. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Competitividad

Descripción:

En la tabla 34 y en la figura 19 se observa que el 49% de los productores respondieron Siempre que es mayoría, 35% respondió Mucho y 13% respondió Regular, solo 3% respondió Poco, por lo que la dimensión de competitividad de la variable Consolidación de la Exportación tiene una favorable aceptación.

Interpretación:

Se demuestra a través de los datos que un total de 84% productores están de acuerdo que es favorable la competitividad en la Consolidación de la Exportación. Debido a que promueve el aumento de áreas de cultivo orgánico en el sector, generando que haya un mayor volumen de exportación. Por otro lado, un mínimo de 3% de productores lo considera con poca aceptación, puesto que para mantenerse competitivos implica una innovación constante, sin embargo, en la mayoría de los casos no se cuenta con los recursos necesarios ni ayuda del estado.

Tabla 35
Frecuencia Porcentual de la Dimensión Posicionamiento

Frecuencia	Porcentaje
------------	------------

NUNCA	1%
POCO	3%
REGULAR	8%
MUCHO	38%
SIEMPRE	50%

Fuente: Elaboración propia



Figura 20. Frecuencia Porcentual de la Dimensión Posicionamiento

Descripción:

En la tabla 35 y en la figura 20 se observa que el 50% de productores respondieron siempre que es mayoría, 38% respondió mucho y 8% respondió regularmente, solo 3% respondió poco, por lo que la dimensión posicionamiento de la variable de Consolidación de la Exportación tiene buena aceptación favorable.

Interpretación:

Estos datos demuestran que un total de 88% de productores están de acuerdo que posicionarse en el mercado favorece a la Consolidación de la Exportación. Puesto a que se gana mayor reconocimiento como país exportador, y se puede lograr la expansión a nuevos clientes. Por otro lado, un mínimo de 3% de productores lo considera con poca aceptación, puesto que se necesita de mayor inversión y programas del estado que ayuden promocionando internacionalmente a este producto orgánico.

5.1.5 Pruebas de normalidad

Antes de realizar la prueba de hipótesis se determinó si hay una distribución normal de los datos (estadística paramétrica) o una libre distribución (estadística no paramétrica). Para tal efecto utilizaremos la prueba de normalidad de Shapiro- Wilk ($n < 50$), haciendo uso del software estadístico SPSS 25.

Tabla 36
Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Crecimiento de la Producción	,235	34	,000	,877	34	,001
Mejora en el Proceso Productivo	,212	34	,000	,882	34	,002
Gestión de Recursos	,285	34	,000	,839	34	,000
Mecanismos de Promoción	,132	34	,140	,937	34	,049
Consolidación de la Exportación	,165	34	,020	,904	34	,006

a. Corrección de significación de Lilliefors

H_0 : Los datos de las variables de estudio provienen una distribución normal

(paramétrico)

H_1 : Los datos de las variables de estudio no provienen de una distribución normal (no

paramétrico)

H_0 , si y solo si: sig (P-value) > 0,05

H_1 , si y solo si: sig (P-value) \leq 0,05

En cuanto a la variable de Crecimiento de la Producción, el valor estadístico relacionado con la prueba arroja un valor de 0.877 con una muestra de 34, el valor de significancia es igual a 0.001, dado que este valor es menor a 0.05, se concluye que existen razones suficientes para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, deduciendo que los datos no provienen de una distribución normal.

En cuanto a la variable de Consolidación de la Exportación, el valor estadístico para la prueba indica un valor 0,904 y una muestra de 34, el valor de significancia es igual 0,006, ya que este valor es menor que 0.05 se puede deducir que existen razones suficientes para rechazar la hipótesis nula, y aceptar la hipótesis alternativa, concluyendo que los datos no provienen de una distribución normal.

Conclusiones de la prueba de normalidad

Las variables tienen distribuciones asimétricas. Por lo tanto, para realizar la prueba de hipótesis correlacional, se debe utilizar el estadístico Rho no paramétrico de Spearman (porque tiene variables categóricas ordinales).

5.1.6 Prueba de hipótesis general

a) Hipótesis General

H_g: $\rho \neq 0$: El Crecimiento de la Producción se relaciona significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

b) Hipótesis Nula

H₀: $\rho = 0$: El Crecimiento de la Producción no se relaciona significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

c) Nivel de Confianza

95%

d) Nivel de Significancia

$$\alpha=0.05 = 5\% \quad \alpha/2=0,025$$

e) Elección estadística

Por ser variables con respuesta politómica y no tener normalidad de datos, se estima elegir el estadístico R de Spearman no paramétrico.

El valor de coeficiente de correlación r de Spearman determina una relación lineal entre las variables.

Donde:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D_i^2}{N^3 - N}$$

D_i : Diferencia entre el i-ésimo par de rangos = $R(X_i) - R(Y_i)$

$R(X_i)$: es el rango del i-ésimo dato X

$R(Y_i)$: es el rango del i-ésimo dato Y

N: es el número de parejas de rangos

Para ello, se aplica la prueba de hipótesis de parámetro ρ (rho).

Al igual que con cualquier prueba de hipótesis, la hipótesis nula H_0 establece que no hay relación; es decir que el coeficiente de correlación ρ es igual a 0. Si bien la hipótesis alternativa H_a sugiere que existe una relación significativa, ρ debe ser diferente de 0.

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_a: \rho \neq 0$$

Decisión estadística:

De acuerdo al resultado del procesamiento obtenido con el SPSS 25:

Tabla. 37

Correlaciones del Crecimiento de la Producción y la Consolidación de la Exportación

		Crecimiento de la Producción	Consolidación de exportación
Rho de Spearman	Crecimiento de la Producción	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,559**
		N	,001
			34
			34

Consolidación de la Exportación	Coeficiente de correlación	,559**	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	.
	N	34	34

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

Interpretación:

La Tabla 37 muestra una correlación directa moderada que muestra un coeficiente de Spearman de 0,559. Para comprobar la hipótesis se realiza el análisis de p-value o sig. Asintóticamente (ambos lados) = 0,001, que es menor que 0,05, por lo que se refuta la hipótesis nula y por tanto se acepta la hipótesis general Hg.

Conclusión:

Se concluye en el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis General.

5.1.7 Prueba de las hipótesis específicas

Prueba de la hipótesis específica H₁:

a) Hipótesis específica

H₁: La Mejora en el Proceso Productivo se relaciona significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

b) Hipótesis nula

H₀: La Mejora en el Proceso Productivo no se relaciona significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

c) Nivel de Confianza

95%

d) Nivel de Significancia $\alpha=0.05 = 5\% \alpha/2=0,025$ **e) Elección estadística**

Por ser variables con respuesta politómica y no tener normalidad de datos, se estima que debe elegirse el estadístico R de Spearman no paramétrico.

El valor de coeficiente de correlación r de Spearman determina una relación lineal entre las variables.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D_i^2}{N^3 - N}$$

Donde:

D_i : Diferencia entre el i-ésimo par de rangos = $R(X_i) - R(Y_i)$

$R(X_i)$: es el rango del i-ésimo dato X

$R(Y_i)$: es el rango del i-ésimo dato Y

N: es el número de parejas de rangos

Para ello, se aplica la prueba de hipótesis de parámetro ρ (rho).

Como en toda prueba de hipótesis, la hipótesis nula H_0 establece que no existe una relación, es decir, que el coeficiente de correlación ρ es igual a 0. Mientras que la hipótesis alterna H_a propone que sí existe una relación significativa, por lo que ρ debe ser diferente a 0.

$H_0: \rho = 0$

$H_a: \rho \neq 0$

Decisión estadística:

De acuerdo al resultado del procesamiento obtenido con el SPSS 25:

Tabla 38
Correlaciones de la Mejora en el Proceso Productivo y la Consolidación de la Exportación

			Mejora en el Proceso Productivo	Consolidación de Exportación
Rho de Spearman	Mejora en el Proceso Productivo	Coefficiente de correlación	1,000	,466**
		Sig. (bilateral)	.	,006
		N	34	34
	Consolidación de la Exportación	Coefficiente de correlación	,466**	1,000
		Sig. (bilateral)	,006	.
		N	34	34

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

Interpretación:

La Tabla 38 muestra una correlación directa moderada que da un coeficiente de Spearman de 0,466. Se realiza para comparar la hipótesis el análisis de p valor o sig. Asintótica (bilateral) = 0,006, que es menor que 0,05, por lo que se refuta la hipótesis nula y por tanto se acepta la hipótesis específica H1.

Conclusión:

Se concluye en la negación de la hipótesis nula H_0 y la aceptación de la hipótesis específica H_1 .

Prueba de la hipótesis específica H2:

a) Hipótesis específica

H2: La Gestión de Recursos se relaciona significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

b) Hipótesis nula:

H0: La Gestión de Recursos no se relaciona significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las

cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

c) Nivel de Confianza

95%

d) Nivel de Significancia

$\alpha=0.05 = 5\%$ $\alpha/2=0,025$

e) Elección estadística

Por ser variables con respuesta politómica y no tener normalidad de datos, se estima elegir al estadístico no paramétrico R de Spearman.

El valor de coeficiente de correlación r de Spearman determina una relación lineal entre las variables.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D_i^2}{N^3 - N}$$

Donde:

D_i : Diferencia entre el i-ésimo par de rangos = $R(X_i) - R(Y_i)$

$R(X_i)$: es el rango del i-ésimo dato X

$R(Y_i)$: es el rango del i-ésimo dato Y

N: es el número de parejas de rangos

Para ello, se aplica la prueba de hipótesis de parámetro ρ (rho).

Como en toda prueba de hipótesis, la hipótesis nula H_0 establece que no existe una relación, es decir, que el coeficiente de correlación ρ es igual a 0. Mientras que la hipótesis alterna H_a propone que sí existe una relación significativa, por lo que ρ debe ser diferente a 0.

$H_0: \rho = 0$

$H_a: \rho \neq 0$

Decisión estadística:

De acuerdo al resultado del procesamiento obtenido con el SPSS 25:

Tabla. 39

Correlaciones de la Gestión de Recursos y la Consolidación de la Exportación

			Gestión de Recursos	Consolidación de Exportación
Rho de Spearman	Gestión de Recursos	Coefficiente de correlación	1,000	,211
		Sig. (bilateral)	.	,231
		N	34	34
	Consolidación de la Exportación	Coefficiente de correlación	,211	1,000
		Sig. (bilateral)	,231	.
		N	34	34

Interpretación:

En la tabla 39 puede visualizarse una baja correlación directa con respecto al coeficiente de Spearman igual a 0,211. Para el contraste de hipótesis se realiza el análisis de p-value o sig. Asintóticamente (ambos lados) = 0.231 que es mayor que 0.05, por lo que se refuta la hipótesis específica H₂. Y por tanto se acepta la hipótesis nula H₀.

Conclusión:

Se concluye en la aceptación de la hipótesis nula H₀ y la negación de la hipótesis específica H₂.

Prueba de la hipótesis específica H₃:

a) Hipótesis específica

H₃: Los Mecanismos de Promoción se relacionan significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

b) Hipótesis nula

H₀: Los Mecanismos de Promoción no se relacionan significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

c) Nivel de Confianza

95%

d) Nivel de Significancia

$\alpha=0.05 = 5\%$ $\alpha/2=0,025$

e) Elección estadística

Dado que son variables de respuesta politómica y no tienen normalidad de datos, se analiza elegir el estadístico R de Spearman no paramétrico.

La importancia del coeficiente de correlación de Spearman r determina una relación lineal entre las variables.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D_i^2}{N^3 - N}$$

Donde:

D_i: Diferencia entre el i-ésimo par de rangos = R(X_i)-R(Y_i)

R(X_i): es el rango del i-ésimo dato X

R(Y_i): es el rango del i-ésimo dato Y

N: es el número de parejas de rangos

Para ello, se aplica la prueba de hipótesis de parámetro ρ (rho).

Como ocurre con todas las pruebas de hipótesis, la hipótesis nula H₀ dictamina que no hay conexión; es decir, que el coeficiente de correlación ρ es igual a 0. Si bien la hipótesis alternativa H_a sugiere que existe una correlación significativa, ρ debe ser diferente a 0.

H₀: $\rho = 0$

H_a: $\rho \neq 0$

Decisión estadística:

De acuerdo al resultado del procesamiento obtenido con el SPSS 25:

Tabla. 40

Correlaciones de los Mecanismos de Promoción y la Consolidación de la Exportación

			Mecanismos de Promoción	Consolidación de la Exportación
Rho de Spearman	Mecanismos de Promoción	Coefficiente de correlación	1,000	,575**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	34	34
	Consolidación de la Exportación	Coefficiente de correlación	,575**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	34	34

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

Interpretación:

Puede observarse que en tabla 40 una moderada correlación directa que arroja el coeficiente de Spearman igual a 0,575. Para la confrontación de la hipótesis se realiza el análisis de p valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0,000 que es menor que 0,05, por lo que se acepta la hipótesis H_3 y por consiguiente se refuta la H_0 .

Conclusión:

Se concluye en la negación de la hipótesis nula H_0 y la aceptación de la hipótesis específica H_3 .

5.2 Discusión de resultados

A continuación, se muestra una comparación sintetizada de los resultados de cada hipótesis y se menciona su compatibilidad o discordancia.

Examinando que existe una correlación moderada entre las variables que se desprenden del análisis de las figuras y los resultados obtenidos, reflejando una relación directa entre las dos variables. De la misma forma, el uso del estadístico “ r_s ” no paramétrico de Spearman y la prueba de hipótesis del parámetro rho arrojó

resultados propicios para rechazar la gran mayoría de hipótesis nulas siendo las variables de tipo ordinal.

En la prueba de hipótesis general, se observa una correlación moderada en la Tabla 37, lo que arroja un coeficiente de Spearman de 0.559. Para comparar la hipótesis se realizó el análisis de p-value o sig. Asintóticamente (ambos lados) = 0.001 que es menor que 0.05, por lo que se refuta la hipótesis nula y por lo tanto se acepta el Hg de la hipótesis general. Por lo tanto, se acepta que el Crecimiento de la Producción se relaciona significativamente con la consolidación de la exportación del banano orgánico. Se acepta que al manejar eficientemente el proceso de la producción se ve reflejado en un mayor volumen de producción y por consiguiente en mayor volumen de exportación. Mediante esta hipótesis aprobada también se reconoce que la asociatividad de los productores ha permitido un mayor nivel organizativo lo cual ha contribuido a consolidar la exportación de este producto en el mercado internacional.

Como lo demuestra la prueba de hipótesis H_1 se puede observar en la tabla 38 una moderada correlación que arroja el coeficiente de Spearman igual a 0,466. Para probar la hipótesis, se realizó un análisis del valor p o sig. Asintóticamente (ambos lados) = 0,006, que es menor que 0,05, por lo que se refuta la hipótesis nula y por tanto se acepta la hipótesis H_1 . Por lo tanto, se acepta que la Mejora en el Proceso Productivo tiene una relación significativa con la Consolidación de la Exportación de banano orgánico. A medida que se han realizado mejoras en el proceso productivo. Se ha contribuido en obtener una mejor calidad del producto, así como un mayor compromiso de los productores en seguir innovando para que esto repercuta en la exportación.

En la prueba de hipótesis específica H_2 puede apreciarse que en la tabla 39 tiene una correlación baja, lo que da un coeficiente de Spearman igual a 0,211. Para verificar

la hipótesis se desarrolló el análisis de p valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0,231 que es mayor que 0,05, por lo que se refuta la hipótesis específica H₂ y por consiguiente se acepta la hipótesis nula H₀. Por lo tanto, la Gestión de Recursos no se relaciona significativamente con la Consolidación de la Exportación. Pese a que se ha logrado mejorar la gestión de los recursos como capital, trabajo, y aplicar mejoras técnicas. En su mayoría no se ha logrado la exportación directa, lo cual genera que el productor tenga poco poder de negociación. Debido a que las exportaciones se siguen manejando mediante empresas exportadoras que se han posicionado en el valle.

En la prueba de la hipótesis específica H₃, podemos ver en la tabla 40 una correlación moderada que produce el coeficiente de Spearman igual a 0.575. Para contrarrestar la hipótesis se realizó el análisis del valor p o sig. Asintótico (Bilateral) = 0.000 que es menor que 0.05, por lo que se refuta la hipótesis nula y por lo tanto se acepta la hipótesis H₃.

Por lo tanto, se acepta que los Mecanismos de Promoción se relacionan significativamente con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico. Se reconoce que los programas de capacitación son necesarios para mejorar los criterios técnicos, y mejorar la calidad del cultivo. Para contribuir a consolidar la exportación es importante que el estado brinde mayor apoyo a los productores mediante programas que promuevan el crecimiento.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

A. Se determinó la relación del Crecimiento de la Producción con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura. Como lo demuestra la prueba de hipótesis general (valor p o sig Asintótico (bilateral) = 0,001 que es menor que 0,05) y las cifras mostradas. Una circunstancia importante de consolidarnos en el mercado internacional, se explica por el Crecimiento de la Producción. La producción del banano produjo que centenares de familias de la región puedan elevar su economía, pudiendo así adquirir mayores recursos para invertir en la conversión de más hectáreas de banano orgánico. Esto ha permitido crecer en volumen de exportación. Gracias a las exportaciones se ha logrado un nivel de desarrollo local en salud, educación y generación de más empleo.

B. Se determinó la relación de la Mejora en el Proceso Productivo con la

- Consolidación de la Exportación del banano orgánico en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura. Como lo demuestra la prueba de hipótesis H1 (valor p o sig. Asintótico (ambos lados) = 0.006, que es menor que 0.05) y las figuras mostradas. Manejar eficientemente los procesos productivos, es otro factor importante para mejorar posiciones como país exportador. Ya que permite brindar un producto con mejor calidad al consumidor.
- C. Se determinó que la Gestión de Recursos no se relaciona con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura. Tal como lo evidencia la prueba de hipótesis H₂ (p valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0,231 que es mayor que 0,05) y las figuras mostradas. Pese a que se están gestionando los recursos de una manera adecuada, no se ha logrado avanzar en la cadena productiva hasta la exportación directa. Eso genera a que los productores cuenten con poco poder de negociación lo cual les causa limitaciones al momento de exportar.
- D. Se determinó la relación de los Mecanismos de Promoción con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura. Tal como lo evidencia la prueba de hipótesis H₃ (p valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0,000 que es menor que 0,05) y las figuras mostradas. La mayoría de productores de esta fruta destaca la importancia de que se generen programas del estado y de las empresas exportadoras para que se pueda incentivar e incrementar el cultivo orgánico a través de mayores hectáreas. Por ello, es primordial que los gobiernos locales y regionales impulsen iniciativas que promuevan la exportación.

Esto se podría reflejar en un mayor potencial si hubiera una actitud más proactiva del estado peruano.

6.2 Recomendaciones

- A. Se recomienda que se brinde en mayor medida programas de reconversión productiva para promover la conversión de más hectáreas de banano convencional a orgánico. Y poder cumplir con la demanda existente del mercado internacional. Por otro lado, y no menos importante, se sugiere que se brinden programas de salud y educación para mejorar la calidad de vida de las familias de la región. Ya que esto permitirá un mayor compromiso de los productores y generará lealtad en seguir creciendo como asociación.
- B. Es necesario seguir implementando mejoras en los procesos productivos con el fin de ofrecer un producto con altos estándares de calidad que nos permita fortalecer nuestra demanda internacional, y seguir creciendo en términos de volumen de exportación. Así mismo, se debe seguir avanzando en innovación para lograr reducir costos de producción e incrementar la productividad.
- C. Se recomienda fortalecer la cadena productiva, ya que es un factor importante para alcanzar la exportación directa y para que los productores tengan mayor poder de negociación al momento de exportar.
- D. Se recomienda que los gobiernos locales y regionales impulsen iniciativas a través de un programa que permita promover la exportación y la diversificación a nuevos mercados. Con el fin de lograr un mayor posicionamiento como país exportador.

REFERENCIAS

- Andina. (2008). *Principales exportaciones agrícolas ingresarán libres de aranceles a Europa del norte*. Recuperado de <http://www.andina.com.pe/>
- Aponte, A. (2010). *Síntesis del estudio de impacto del comercio justo en dos organizaciones de productores de banano del Valle del Chira*. Piura, Perú.
- Bayona, B.; Litano, W.; Zapata, E. (2011) *Los Determinantes de la producción exportable del banano orgánico en el Valle del Chira*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Piura, Perú.
- Bernard, A., & Jensen, B. (1999). *Exporting and productivity*. Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Berry, L., Bennet, D., Brown, C. (1989). *Calidad del servicio*. Madrid, España: Díaz de santos.
- Burbano, J. (2005). *Presupuesto, enfoque de gestión, planeación y control de recursos*. Colombia. McGraw Hill.
- Carro, R. y González, D. (2015) *Productividad y competitividad*. Administración de las operaciones, Volumen 2, p.1-18.
- Castillo, F., & Rodríguez, W. (2019). *Análisis y propuesta de mejora de la cadena de suministro de banano orgánico de las provincias de Morropón y Sullana* (Tesis de pregrado). Universidad de Piura, Perú.
- Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (2019). *Diagnóstico provincial de las condiciones que enfrenta la producción de banano orgánico en el alto piura*. Recuperado de:
<http://www.cipca.org.pe/sites/default/files/documents/files/Diagsector%20bananero.pdf>

- Córdova, C. (2016). *Estudio de pre-factibilidad de un programa de certificación de banano orgánico para exportar a Alemania en productores de la provincia de Los ríos - Ecuador: 2015*. (Tesis de Maestría). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Correa, J. (2018). *Plan de negocios de exportación de banano orgánico clase A-2 dirigido a Portugal*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Piura, Perú.
- Décker, M.; Dayanara, V. (2016) *Análisis de la factibilidad de la exportación directa de banano orgánico hacia Alemania*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador.
- Del Prado, L. (1987). *Alianzas estratégicas*. Boletín de lecturas sociales y económicas, N°13pp. (68-87).
- Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer. (1965). *Manual de técnica de la investigación educacional*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Dieterich, H. (1996). *Nueva Guía para la Investigación Científica*. Ciudad de México: Editorial Planeta Mexicana.
- Dominguez, Guísela.; Ramírez Casas, Rosário. (2017). *Oportunidades que permitieron el desarrollo de las exportaciones del Banano Orgánico Peruano en el Mercado de los EEUU en los años 2012-2016*. (Tesis de Pregrado) Universidad Peruana de ciencias aplicadas. Lima, Perú.
- Fairlie, A. (2008). Asociaciones de pequeños productores y exportaciones de banano orgánico en el valle del Chira. *Economía y sociedad*, 69, 31-39.
- FAO. (2017). *Estándares de comercio justo para Bananos*. Recuperado de <http://www.fao.org/>
- FAO. (2017). *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Recuperado de <http://www.fao.org/documents/card/en/c/b1f6603d-4ae9-445f-b583-cd381f788d58>

- Feigenbaum, Armand V. (1991). V. *Total Quality Control*, 3ª Ed. New York: McGraw-Hill.
- Fernández-Ríos, M. y Sánchez, J., (1997) *Eficacia Organizacional*. Madrid.
- Fonseca, P.; Parra, M.; Parco, C. (2018) *Banafruits: Análisis De Producción De Banano Orgánico Como Oportunidad De Negocio*. (Tesis de Pregrado). Universidad del Rosario. Bogotá, Colombia.
- Galantini, M. L. (2014). *Tendencias de la producción y el comercio del banano en el mercado internacional y nacional*. Lima, Perú.
- Galindo, Mariana y Viridiana Ríos (2015) “*Productividad*” en *Serie de Estudios Económicos*, Vol. 1, Agosto 2015. México DF: México ¿cómo vamos?
- Hueso, A. y Cascant, M. (2012). *Metodología y técnicas cuantitativas de Investigación*. Valencia, España: Editorial Universidad Politécnica de Valencia.
- IESI. (2016). *IESI Instituto de Estudios Sindicales*. Recuperado de <https://www.iesiperu.org.pe/documentos/publicaciones/Banano1.pdf>
- INEGI. (2011). *SCNM: Sistema de Cuentas Nacionales de México: Metodología*. México: INEGI.
- Jack Welch, CEO de General Electric. Discurso en Harvard Business School, Octubre 28 de 1987.
- Koontz y Weihrich (1991). *Administración una perspectiva global*. New York: McGraw Hill.
- Kotler P. (2000). *Dirección de Marketing, Edición del Milenio*. España: Prentice Hall.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2007). *Marketing*. España: Pearson.
- Ladines, G. (2012). *Comercio Justo*. Grupo Hualtaco S.A.C. Piura, Perú.
- Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl (2002). *Marketing*. Sexta edición. International Thomson Editores S.A. p.301

- Larraín, F., Sachs, J. (2002). *Macroeconomía en la economía global*. 2° ed. Buenos Aires, Argentina: Pearson Education.
- López, R y Fachelli, S. (2015). *Metodología De La Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona, España: Creative commons.
- Marx, Karl (1973). *El capital*, Tomo I, La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.
- Marx, Karl (1980). *El Capital*. Tomo I/Vol.2, Cap. XV. España, Argentina: Editores Siglo XXI.
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. Distrito federal, México.
- MINAG-DGPA. (2003). *Programa Nacional de Banano Orgánico*. Ministerio de Agricultura. Lima.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2005). *La cadena del banano en Colombia. Una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005*. Recuperado de http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/5874/1/2005112143835_caracterizacion_banano.pdf
- Ministerio de Agricultura y Riego (2014). *El banano peruano “Producto estrella de exportación”*. Recuperado de <https://www.minagri.gob.pe>
- Ministerio de Agricultura y Riego (2018). *Situación comercial del banano orgánico en el mercado europeo*. Recuperado de <https://www.minagri.gob.pe>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). *Manual del Régimen de Origen: Acuerdo de Libre Comercio Perú - Asociación Europea de Libre Comercio*. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/>
- Monje, C.A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Neiva, Colombia.
- Ojeda, C.E. (2012). *Manual del Manejo de Banano orgánico en Piura*. Piura, Perú.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Desarrollo (2017).

Producción de Banano orgánico en el Perú. Recuperado de <http://www.fao.org/>

Pineda, B., De Alvarado, E., De Canales, F. (1994). *Metodología de la investigación, manual para el desarrollo de personal de salud*. Segunda edición. Washington.

Porter, M. *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press. 1990.

Posada, C (2019). *Exportación de banano orgánico crecería hasta 5% en el 2020, según la CCL. Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/>

Project Management for Development Organizations, PM4DEV. (2009). *Gestión del Cronograma del Proyecto*. Recuperado de <http://www.gestionsocial.org/archivos/00000831/PM4DEV.2.pdf>

Prokopenko.J (1989). *La gestión de la productividad*. Ginebra, Suiza: Publicación de la OIT (Oficina Internacional del trabajo).

Ragnar, Frish. (1963). " *Las leyes técnicas y económicas de la producción*". Barcelona, sagitario.

Ramanujan, V. y P. Varadarajan (1989). *Research on corporate diversification: A síntesis*. Strategic Management Journal 10 (6): 523-551.

Ramon.J (2010) *Análisis Del Impacto Socio Económico Causado En La Provincia De El Oro Por La Producción Y Exportación Del Banano Orgánico A La Unión Europea, En El Período 2003-2007* (Tesis de Pregrado). Universidad Técnica Particular De Loja. Loja, Ecuador.

Real Academia Española. (2019). *Diccionario de la lengua española*. Madrid, España.

Real Academia Española. Recuperado de <http://dle.rae.es/?w=diccionario>.

Ries, A. & Trout J. (1981). *Positioning: The Battle for your Mind*. New York: McGraw-Hill.

- Rimache, M. (Ed) (2008) “*Cultivo de Plátano y Banano*”. Empresa Editora MACRO-Marzo.p.14.
- Ríos, R. (2015). *Estrategias y herramientas para el desarrollo Socio organizacional de pequeños y medianos productores agrarios en las regiones de Piura, San Martín y tumbes*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Agraria, La molina, Lima.
- Rodríguez, D., Venegas, F. (2010). *Efectos de las exportaciones en el crecimiento económico de México: Un análisis de cointegración, 1929-2009*. EconoQuantum, 7(2), 55-71.
- Ruiz, M., Vera, R. (2013). *Exportaciones no tradicionales 2000-2012, una historia de crecimiento, apertura y diversificación*. Moneda, p. 33-36.
- Ruiz, V. (2020). Alertan que producción del banano orgánico caería un 10% este 2020. *La Republica*. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/2020/12/17/alertan-que-produccion-del-banano-organico-caera-un-10-este-2020-atmp/?ref=lre>
- Sandoval, V. (21 de marzo de 2019). Perú: Producción de banano orgánico ha logrado crecimiento económico. *El productor*. Recuperado de <https://elproductor.com/>
- Servicios Estadísticos Informativos E.I.R.L (2021). *Exportaciones del Perú de banano orgánico periodo 2021*. Perú.
- Sistema Integrado de Estadística Agraria-SIEA (2022). *Estadísticas de Agro exportaciones*. Recuperado de: https://siea.midagri.gob.pe/portal/siea_bi/index.html
- Sistema Integrado de Estadística Agraria-SIEA (2022). *Informe del perfil productivo y regional*. Recuperado de: https://siea.midagri.gob.pe/portal/siea_bi/index.html
- Soto, M. (Ed.). (2008). *Banano técnicas de producción, manejo, postcosecha y comercialización*. Costa Rica: Litografía e imprenta LIL.
- Stanton, W., Etzel, M., Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing*. México: McGraw-Hill.

- Thirlwall, A. (2002). *The Nature of Economic Growth. An Alternative Framework for Understanding the Performance of Nations*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing
- Thorndike, R. L. (1989). *Psicometría aplicada*. México: Limusa
- Tinoco Bernal, C.E. y Soler Mantilla, S.M. (2011). *Aspectos generales del concepto “capital humano”* *Criterio Libre*. 9 (14), 203-226.
- Torres, S. (2012). *Guía práctica para el manejo de banano orgánico en el valle del chira*. Piura, Perú.
- TOTVS LATAM. (2022). *Productividad agrícola: factores que influyen y cómo optimizar*. Recuperado de <https://es.totvs.com/blog/gestion-agricola/productividad-agricola-factores-que-influyen-y-como-optimizar/>
- Vargas, A. (2018). *Comercialización de banano orgánico en el contexto del tratado de libre comercio con la unión europea*. (Tesis de Pregrado). Universidad técnica de Machala, Ecuador.
- Vargas, J.C (2011). *Banano orgánico, Producción para Comercio Justo, Pequeños Productores y la Agenda del Trabajo Digno: Una Experiencia Exitosa en el valle del río Chira*. Piura, Perú. Programa Laboral de Desarrollo (PLADES).
- Vegas, S. (26 de julio de 2020). Investigación peruana para mejorar producción de banano orgánico beneficiaría a 8,500 agricultores. *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/>
- Welsch, G.; Hilton, R.; Gordon, P. y Rivera, C. (2005) *Presupuestos, planificación y control*. México. Pearson Educación.
- Yamamoto, M. (2015) *Estructura Productiva-Económica, Comercial, Competitividad Y Marketing Del Banano Orgánico De Piura Durante El Periodo 2000 – 2013*. (Tesis de Maestría) Universidad Nacional Agraria la molina, Perú.

APÉNDICE A: Cuestionarios de investigación



Instrumento de evaluación 01

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

Escuela de Administración de Negocios Globales

El Crecimiento de la Producción y su relación con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (*Musa paradisiaca*) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

Cuestionario

Crecimiento de la Producción

Asociación			Género	F	M
Edad (años)	Hasta 30 años	Entre 31 a 50 años	Entre 51 a 70 años	Más de 70 años	
Nombre			Fecha		

Estimado productor, el siguiente cuestionario tiene como objetivo determinar la relación del Crecimiento de la Producción y la Consolidación de la Exportación. Para contestar reflexiona sobre tus conocimientos, métodos y experiencias. No hay respuestas correctas e incorrectas ya que la respuesta adecuada es el juicio sincero de lo que haces y piensas; por tal motivo te pedimos contestar todas y cada uno de las preguntas de manera clara y con la mayor sinceridad.

Instrucciones

Marca una "X" en la casilla correspondiente según la opción que mejor responda a tu opinión de acuerdo a la siguiente escala:

Nunca (N) 1	Poco (P) 2	Regular ® 3	Mucho (M) 4	Siempre (S) 5
----------------	---------------	----------------	----------------	------------------

Para resolver este cuestionario te sugerimos, leer cada pregunta y pensar en la manera en cómo te identificas ante una determinada situación.

Muchas gracias por tu valiosa colaboración.

Variable: Crecimiento de la Producción – V1
Dimensiones: Mejora en el Proceso Productivo - Gestión de Recursos – Mecanismos de Promoción

Mejora en el Proceso Productivo						
Ítems	Preguntas	Nunca	Poco	Regular	Mucho	Siempre
1	¿Estimas que la Mejora en el Proceso Productivo ha llevado a un menor costo de producción?					
2	¿Consideras que tener gente capacitada abarata los costos de producción?					
3	¿Sostienes que la aplicación de tecnología genera una mejor calidad del banano?					
4	¿Identificas que la capacitación técnica a los productores influye en una mejor calidad del producto?					
5	¿Reconoces que al trabajar cumpliendo con los requerimientos orgánicos por el país importador se genera mayor producción?					
6	¿Observas que hay una mayor producción debido al interés creciente de los productores agrarios de instalar nuevas áreas de este cultivo?					
7	¿Los productores con la asociatividad han obtenido mayores beneficios?					
8	¿Aceptas que la asociatividad posee amplias ventajas como mayor poder de negociación?					
Gestión de Recursos						
Ítems	Preguntas	Nunca	Poco	Regular	Mucho	Siempre
9	¿Calificas que la formalización del trabajo ha optimizado los rendimientos de producción?					

10	¿Evalúas que la formalización de trabajo ha conllevado a un mejor desarrollo económico en la región?					
11	¿Aceptas que un eficiente proceso productivo te genera mayores ingresos?					
12	¿Asumes que al gestionar eficientemente el uso racional de los recursos obtienes mayor producción?					
13	¿Piensas que aún falta fortalecer la estructura productiva?					
Mecanismos de Promoción						
Ítems	Preguntas	Nunca	Poco	Regular	Mucho	Siempre
14	¿Apoyas los programas de capacitación que brindan las empresas exportadoras?					
15	¿Los productores sienten que se brindan buenos programas de capacitación?					
16	¿A través de los Mecanismos de Promoción se puede lograr cumplir con la demanda internacional?					
17	¿Aceptas que existe un mayor compromiso de los productores en la conversión de banano convencional a orgánico?					
18	¿Los productores sienten mayor compromiso en seguir creciendo en número de hectáreas de cultivo orgánico?					
19	¿Consideras que las redes de apoyo del estado han contribuido y ayudado a las asociaciones de tu sector?					
20	¿Te han ayudado de gran manera las redes de apoyo del estado a fortalecer la demanda internacional?					



Instrumento de evaluación 02
UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

Escuela de Administración de Negocios Globales

El Crecimiento de la Producción y su relación con la Consolidación de la Exportación del banano orgánico (Musa paradisiaca) en las cooperativas de productores de Huangalá, Pueblo Nuevo, y Huayquiquira ubicadas en el Valle del Chira. Sullana, Piura.

Cuestionario

Consolidación de la Exportación

Asociación			Género	F	M
Edad (años)	Hasta 30 años	Entre 31 a 50 años	Entre 51 a 70 años	Más de 70 años	
Nombre			Fecha		

Estimado productor, el siguiente cuestionario tiene como objetivo determinar la relación del Crecimiento de la Producción y la Consolidación de la Exportación. Para contestar reflexiona sobre tus conocimientos, métodos y experiencias. No hay respuestas correctas e incorrectas ya que la respuesta adecuada es el juicio sincero de lo que haces y piensas; por tal motivo te pedimos contestar todas y cada uno de las preguntas de manera clara y con la mayor sinceridad.

Instrucciones

Marca una "X" en la casilla correspondiente según la opción que mejor responda a tu opinión de acuerdo a la siguiente escala:

Nunca (N) 1	Poco (P) 2	Regular (R) 3	Mucho (M) 4	Siempre (S) 5
----------------	---------------	------------------	----------------	------------------

Para resolver este cuestionario te sugerimos, leer cada pregunta y pensar en la manera en cómo te identificas ante una determinada situación.

Muchas gracias por tu valiosa colaboración.

Variable: **Consolidación de la Exportación – V2**

Dimensiones: **Alianzas estratégicas – Competitividad - Posicionamiento**

Alianzas estratégicas						
Ítem	Preguntas	Nunca	Poco	Regular	Mucho	Siempre
1	¿Sostienes que gracias a las Alianzas estratégicas mejoro la oferta exportable?					
2	¿Piensas que a mayor oferta exportable nos consolidaremos en el mercado internacional?					
3	¿Consideras que los productores obtienen mayor rentabilidad gracias a las Alianzas estratégicas?					
4	¿Entiendes que el sector bananero se ha favorecido con los acuerdos comerciales firmados?					
5	¿Observas una mayor consolidación en el mercado gracias a los acuerdos comerciales?					
6	¿Aceptas que la exportación directa generará mayores beneficios a los productores?					
7	¿Los productores al lograr la exportación directa tendrán mayor poder de negociación?					
Competitividad						
Ítem	Preguntas	Nunca	Poco	Regular	Mucho	Siempre
8	¿Observas que cumplir con los estándares de calidad ayuda a ser competitivos en el mercado?					
9	¿Los productores que cumplen con estándares de calidad tienen mayor rendimiento?					
10	¿Los productores han					

	aumentado sus áreas de cultivo orgánico para poder aumentar su competencia en el mercado internacional?					
11	¿Debido al crecimiento competitivo en los últimos años hay un mayor volumen de exportación?					
12	¿Las asociaciones fomentan la innovación mejorando continuamente en sus procesos?					
Posicionamiento						
Ítem	Preguntas	Nunca	Poco	Regular	Mucho	Siempre
13	¿Analiza expandirse a nuevos clientes en otros países para posicionarnos como uno de los principales proveedores?					
14	¿Es relevante expandirnos a nuevos clientes para lograr aumentar las exportaciones?					
15	¿Se diferencia un mayor precio exportable al ganar posicionamiento en el mercado internacional?					
16	¿Al incrementar el precio exportable ha conllevado a un crecimiento económico en la región?					
17	¿Conocer el perfil de los consumidores nos ayudó a posicionarnos en dicho mercado?					
18	¿El productor se interesa en conocer el perfil de los consumidores para poder ofrecer un mejor producto?					
19	¿Te interesa poder participar en ferias internacionales para lograr mayor reconocimiento?					
20	¿Participar en ferias internacionales te ayuda a consolidarte en el mercado?					

APÉNDICE B: Testimonio Fotográfico

En este anexo se han incluido fotografías tomadas en la visita a la planta empacadora Limón chico perteneciente a la Cooperativa Agraria de bananeros orgánicos de Huangala. En el cual se lleva a cabo el proceso de empaque para su posterior exportación al mercado europeo. Esta visita se llevó a cabo el 31 de marzo del 2021, en la cual se encontraba trabajando la cuadrilla 5.



Figura 1. Racimo de Banano en donde se puede apreciar el cuello de monja; Protector a base de espuma de polietileno e impermeable. El cual protege a la fruta de daños por látex y estropeos.



Figura 2. Planta empacadora Limón chico de la cooperativa agraria de bananeros orgánicos de Huangalá



Figura 3. Racimo listo para cosechar. El cortador procede a realizar el cortado del racimo.



Figura 4. El arrumador recibe el racimo de Banano y procede a transportarlo hasta la planta de empaquetamiento.



Figura 5. Se procede a colgar los racimos para comenzar con el primer paso en la planta empacadora; la clasificación del banano que cumple con los estándares requeridos para el mercado internacional.



Figura 6. El banano seleccionado es colocado en la tina de Lavado.



Figura 7. El pesador procede a retirar el banano de la tina de lavado para colocar en pequeñas bandejas que serán transportadas para empezar el etiquetado.



Figura 8. Lavado para sacar el látex, el cual contiene agua con cloro a 1.5 por cada litro de agua.



Figura 9. Se procede con la colocación del plastidol en la parte superior de cada mano de Banano.



Figura 10. Etiquetado del producto



Figura 11. El embalador hace el respectivo embalaje de acuerdo al tipo de caja.



Figura 12. Se procede a verificar el peso de la caja. Peso aproximado de 18.14 kilogramos por caja.



Figura 13. Se procede a terminar de embalar.



Figura 14. Se procede a terminar de sellar la caja.



Figura 15. Armado de caja de exportación. Tipo de caja: Orange pack bolsa.



Figura 16. Una vez terminado el empaquetamiento. La caja de Banano es llevada al camión para prepaletizar. Posteriormente este camión se irá al centro de acopio.



Figura 17. Se procede a descargar las cajas pre paletizadas al centro de acopio.



Figura 18. Se procede a terminar el paletizado.



Figura 19. Pallet listo y cajas con sus respectivos etiquetados y códigos correspondientes a cada productor.



Figura 20. Etiquetado con respectiva información de cantidad de cajas y códigos de la planta y productor.



Figura 21. Finalmente, el pallet es transportado al contenedor.



Figura 22. Container llenado y listo para ser transportado al puerto de Paita. Destino puerto de Amberes, Bélgica.



Figura 23. Foto de la tesista junto con el Presidente de la Cooperativa Agraria de bananeros orgánicos de Huangalá. José Orlando Imán Girón.



Figura 24. Foto en la parcela de banano orgánico junto con los arrumadores; encargados de transportar el banano cosechado a la planta de empaquetamiento.



Figura 25. Esteban Viera: Inspector interno de la Cooperativa Agraria de bananeros orgánicos de Huangalá.



Figura 26. Foto tomada en el Centro de Acopio de Huangalá.

APÉNDICE C: Entrevistas a dirigentes

En este anexo se incluyen 2 entrevistas realizadas por la tesista a dirigentes pertenecientes a la Cooperativa agraria de bananeros orgánicos de Huangala en Sullana. Gracias a estas entrevistas se logró entender y analizar la realidad existente del sector bananero. Así mismo, ayudo a profundizar la investigación. Las personas entrevistadas fueron: José Orlando Imán Girón (Presidente); Andy Cruz Imán Girón (Encargado de Logística). Se llevó a cabo de manera presencial.

Entrevista 1:

Nombre: José Orlando Imán Girón

Cargo: Presidente

Asociación: Cooperativa Agraria de bananeros orgánicos de Huangala.

Preguntas:

1. ¿Qué mejoras se han realizado en el proceso de la producción para mejorar la oferta exportable?

Respuesta: Cada año se van haciendo mejoras en el proceso de producción para lograr un mejor cuidado de la fruta. Con una mejor producción se tiene una mejor calidad del producto y este tiene más acogida. El producto peruano tiene mucha preferencia en el mercado europeo gracias a su calidad. El clima de nuestra región nos ayuda grandemente.

2. ¿En qué medida el Crecimiento de la Producción se relaciona con la Consolidación de la Exportación?

Respuesta: La acogida que ha tenido el banano orgánico se debe a las buenas prácticas agrícolas. Es todo un proceso, un trabajo muy minucioso pero que se ha ido mejorando con el tiempo. Llevar un buen control del producto repercute a nivel internacional. La fruta del valle del Chira es de buena calidad.

3. ¿Tienen apoyo por parte del estado en financiamientos?

Respuesta: No hemos tenido apoyo del estado y es necesario.

4. ¿Participan en el sistema del Comercio Justo?

Respuesta: Sí, eso nos beneficia con la prima Fairtrade. La cual nos ofrece \$ 1.00 dólar por cada caja. Es un bono que ayuda a mejorar la plantación. Este ingreso lo tenemos en cuenta en el POA (Plan operativo anual) para ayudar al medio ambiente y a la comunidad.

5. ¿Qué beneficios obtienen al participar del Comercio Justo?

Respuesta: Ha beneficiado mucho a la comunidad. Antes no se contaba con buenas carreteras y puentes. También nos ayudó en poder mejorar nuestros centros de empaque.

6. ¿Cuentan con la certificación orgánica? ¿Qué problemas o limitaciones tuvieron para obtenerla?

Respuesta: Sí, la certificación orgánica la hemos obtenido gracias a las buenas prácticas agrícolas. Aproximadamente en 1 mes se obtiene el certificado y luego se renueva anual.

7. ¿A qué se debe que las exportaciones de banano orgánico crecieron significativamente?

Respuesta: Debido a mejoras que se han realizado. Gracias a la exportación el precio del banano subió significativamente, lo cual ayudado al productor.

8. ¿Qué limitaciones deberían ser resueltas para que esta experiencia exportadora pueda multiplicarse?

Respuesta: El gobierno debe dar más facilidades con los impuestos. Ha subido el sueldo al trabajador y eso afecta al productor ya que se encarece la mano de obra.

9. ¿Cuáles son los principales países a los que se exporta?

Respuesta: Alemania, Holanda, Bélgica y EE.UU.

10. ¿Cuánto es la cantidad producida actualmente?

Respuesta: 288,000 cajas anuales.

11. ¿Qué cantidad se está exportando? ¿Es mayor o menor a otros años?

Respuesta: Se ha mantenido el volumen exportable.

Entrevista 2:

Nombre: Andy Cruz Imán Girón

Cargo: Encargado de Logística

Asociación: Cooperativa Agraria de bananeros orgánicos de Huangala.

Preguntas:

1. ¿Qué mejoras se han realizado en el proceso de la producción para mejorar la oferta exportable?

Respuesta: Se han mejorado las empacadoras. La empresa DOLE solicita que cada empacadora tenga tinajas fijas. También se han implementado nuevas herramientas.

2. ¿En qué medida el Crecimiento de la Producción se relaciona con la Consolidación de la Exportación?

Respuesta: Por el crecimiento de hectáreas, mientras más hectáreas hay existe mayor producción y la cooperativa crece mucho más.

3. ¿Tienen apoyo por parte del estado en financiamientos?

Respuesta: No hay apoyo por parte del estado

4. ¿Participan en el sistema del Comercio Justo?

Respuesta: Sí, eso nos beneficia con la prima Fairtrade.

5. ¿Qué beneficios obtienen al participar del Comercio Justo?

Respuesta: Hay beneficios para el productor por el bono que recibe de la prima Fairtrade, para el trabajador y la comunidad.

6. ¿Cuentan con la certificación orgánica? ¿Qué problemas o limitaciones tuvieron para obtenerla?

Respuesta: Sí, contamos con la certificación orgánica. Dolé, la empresa intermediaria nos brindó el certificado. No hubo ningún problema.

7. ¿A qué se debe que las exportaciones de banano orgánico crecieron significativamente?

Respuesta: Ha crecido porque anteriormente no se tenía la misma plantación. La mayor parte de las personas optaron por sembrar banano orgánico y eso generó mayor producción.

8. ¿Qué limitaciones deberían ser resueltas para que esta experiencia exportadora pueda multiplicarse?

Respuesta: Nos gustaría exportar directo para así poder crecer con las exportaciones y para el crecimiento de la cooperativa. Es difícil lograr la exportación directa. Sin embargo, estamos trabajando con un operador logístico para que nos apoye en lograr el objetivo.

9. ¿Cuáles son los principales países a los que se exporta?

Respuesta: En Europa (Alemania, Holanda y Bélgica). En EE. UU. (San Diego y Wilmington).

10. ¿Cuánto es la cantidad producida actualmente?

Respuesta: Un aproximado de 4,000 a 6,000 cajas semanales.

11. ¿Qué cantidad se está exportando? ¿Es mayor o menor a otros años?

Respuesta: En el año 2020, se redujo la exportación por el tema del agua. Este año 2021 se está empezando a superar.

A continuación, se muestran las evidencias de las mismas firmadas por los entrevistados.

ENTREVISTA	
TITULO DE TESIS: CRECIMIENTO PRODUCTIVO Y CONSOLIDACION DE EXPORTACION DE LA BANANA ORGANICA EN LAS ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DEL VALLE DEL CHIRA DE SULLANA EN EUROPA.	
NOMBRE DEL ENTREVISTADO: JOSE ORLANDO IMAN GIRON	
CARGO: PRESIDENTE COOPERATIVA AGRARIA BANANEROS ORGANICOS HUAN GACA.	
ASOCIACION:	
1.	¿QUE MEJORAS SE HAN REALIZADO EN EL PROCESO PRODUCTIVO PARA MEJORAR LA OFERTA EXPORTABLE?
2.	¿EN QUE MEDIDA EL CRECIMIENTO PRODUCTIVO INFLUYE EN LA CONSOLIDACION DE LA EXPORTACION?
3.	¿TIENEN APOYO POR PARTE DEL ESTADO EN FINANCIAMIENTOS?
4.	¿PARTICIPAN EN EL SISTEMA DE COMERCIO JUSTO?
5.	¿QUE BENEFICIOS OBTIENEN AL PARTICIPAR DEL COMERCIO JUSTO?
6.	¿CUENTAN CON LA CERTIFICACION ORGANICA? ¿QUE PROBLEMAS O LIMITACIONES TUVIERON PARA OBTENERLA?
7.	¿A QUE SE DEBE QUE LAS EXPORTACIONES DE BANANO ORGANICO CRECIERON SIGNIFICATIVAMENTE?
8.	¿QUE LIMITACIONES DEBERIAN SER RESUELTAS PARA QUE ESTA EXPERIENCIA EXPORTADORA PUEDA MULTIPLICARSE?
9.	¿PRINCIPALES PAISES A LOS QUE SE EXPORTA?
10.	¿CUANTO ES LA CANTIDAD PRODUCIDA ACTUALMENTE?
11.	¿QUE CANTIDAD SE ESTA EXPORTANDO? ¿ES MAYOR O MENOR A OTROS AÑOS?
<p>COOPERATIVA AGRARIA DE BANANEROS ORGANICOS HUAN GACA (CUC 282399433)</p> <p> JOSE Orlandolman Giron PRESIDENTE</p> <p>_____ FIRMA DEL ENTREVISTADO</p>	

ENTREVISTA

TITULO DE TESIS: CRECIMIENTO PRODUCTIVO Y CONSOLIDACION DE EXPORTACION DE LA BANANA ORGANICA EN LAS ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DEL VALLE DEL CHIRA DE SULLANA EN EUROPA.

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: ANDY CRUZ IMAN GIRON

CARGO: ASISTENTE DE LOGISTICA

ASOCIACION: COOPERATIVA DE BANANO ORGANICO DE MANGAZA.

1. ¿QUE MEJORAS SE HAN REALIZADO EN EL PROCESO PRODUCTIVO PARA MEJORAR LA OFERTA EXPORTABLE?
2. ¿EN QUE MEDIDA EL CRECIMIENTO PRODUCTIVO INFLUYE EN LA CONSOLIDACION DE LA EXPORTACION?
3. ¿TIENEN APOYO POR PARTE DEL ESTADO EN FINANCIAMIENTOS?
4. ¿PARTICIPAN EN EL SISTEMA DE COMERCIO JUSTO?
5. ¿QUE BENEFICIOS OBTIENEN AL PARTICIPAR DEL COMERCIO JUSTO?
6. ¿CUENTAN CON LA CERTIFICACION ORGANICA? ¿QUE PROBLEMAS O LIMITACIONES TUVIERON PARA OBTENERLA?
7. ¿A QUE SE DEBE QUE LAS EXPORTACIONES DE BANANO ORGANICO CRECIERON SIGNIFICATIVAMENTE?
8. ¿QUE LIMITACIONES DEBERIAN SER RESUELTAS PARA QUE ESTA EXPERIENCIA EXPORTADORA PUEDA MULTIPLICARSE?
9. ¿PRINCIPALES PAISES A LOS QUE SE EXPORTA?
10. ¿CUANTO ES LA CANTIDAD PRODUCIDA ACTUALMENTE?
11. ¿QUE CANTIDAD SE ESTA EXPORTANDO? ¿ES MAYOR O MENOR A OTROS AÑOS?



FIRMA DEL ENTREVISTADO