



Estudio de la cadena productiva de la agroexportación y relaciones laborales hacia el mercado noruego

Análisis de las empresas agroexportadoras de Ica, La Libertad, Lambayeque, Piura y Arequipa



Elaborado por:
Guido Maggi
Evelyn Pretel

Contenido

INTRODUCCIÓN	3
Capítulo I: Situación Comercial en el Perú	5
1.1. Exportaciones nacionales, 2010 – 2014	5
Análisis de las exportaciones anuales en su conjunto	5
1.2. Principales productos exportados	6
Principales productos exportados a nivel nacional.....	6
1.3. Intercambio comercial Perú – Noruega.....	8
Exportación de principales productos	10
Principales productos agrarios exportados a Noruega.....	11
Principales empresas agroexportadoras	12
CAPÍTULO II: El sector agrario en el Perú	14
2.1. Antecedentes del sector	14
2.2. Marco normativo – legal	15
2.3. Cadena productiva de la agricultura peruana	16
CAPÍTULO III: Análisis de las empresas agroexportadoras	20
3.1. Caracterización de las regiones analizadas	20
3.1.1. Ica	22
3.1.2. La Libertad	24
3.1.3. Lambayeque	27
3.1.4. Piura	30
3.1.5. Arequipa.....	33
3.2. Análisis de las empresas agroexportadoras	35
3.2.1. Ica	35
3.2.2. La Libertad	47
3.2.3. Piura	59
3.2.4. Lambayeque	72
3.2.5. Arequipa.....	83
3.3. Noruega como mercado de destino	93
CAPÍTULO IV: Certificaciones de las empresas agroexportadoras	97
4.1. La importancia de las certificaciones y su clasificación	98
4.2. Comparación de principales certificaciones.....	100

4.3. Certificaciones de las empresas agroexportadoras	108
CAPÍTULO V: Acciones de responsabilidad social de las empresas	111
5.1. Acciones de RSE en las empresas agroexportadoras	111
5.2. Análisis de las acciones de RSE.....	117
CONCLUSIONES	120
BIBLIOGRAFÍA.....	122

INTRODUCCIÓN

El sector agroexportador peruano ha crecido de forma acelerada en los últimos 15 años y se ha consolidado como uno de los sectores económicos con mayor crecimiento a nivel nacional. Este crecimiento se debe al esfuerzo de empresas privadas por aprovechar los climas y suelos favorables que tiene nuestro país, así como las políticas impulsadas para incrementar su inversión. La ventaja geográfica nacional permite que ciertos productos se cosechen durante todo el año, dando muestra de las grandes ventajas comparativas que tiene el país en el sector frente a grandes potencias mundiales. Así lo muestra el crecimiento que han tenido las agroexportaciones en la última década, las cuales oscilan entre el 18 y 20% anual, en el que resaltan las exportaciones de productos no tradicionales como el espárrago, las alcachofas, los mangos y las paltas.

El continente europeo ha sido uno de los mercados destino más sobresaliente para este tipo de productos, ya que concentra el 34% de las exportaciones nacionales no tradicionales. En este grupo se encuentra Noruega que, si bien no pertenece a la Unión Europea, es uno de los países con mayor desarrollo en dicho continente y muestra una tendencia positiva en la importación de productos agrícolas peruanos. En ese sentido, el presente estudio tiene como objetivo identificar a las principales empresas agroexportadoras del Perú, ubicadas en Lambayeque, La Libertad, Arequipa, Ica y Piura, conocer su cadena productiva – comercial y reconocer tanto el potencial exportador a Noruega, como las condiciones laborales en las que se encuentran los trabajadores; para lo cual se ha clasificado el estudio en cinco capítulos.

En el primer capítulo se dará a conocer la situación comercial del Perú durante el periodo 2010-2015, en el que se mostrará el nivel de exportación nacional, así como los principales productos exportados al mundo y específicamente a Noruega, enfocándose en el sector agrario tradicional y no tradicional. Asimismo, se determinará el intercambio comercial que se ha mantenido con este país, ya que es el destino con mayor tendencia al consumo de productos agrícolas que no son producidos en su territorio.

En el segundo capítulo se detallará la evolución que ha tenido el sector agrario en el Perú, los antecedentes históricos de este sector, los aspectos que los caracterizan y el marco normativo – legal bajo el cual se rige. Por el objetivo del estudio, es necesario conocer la cadena productiva genérica que se considera para los productos agrícolas nacionales.

En este tercer capítulo, se caracterizará a las regiones analizadas y esta se ampliará a las empresas agroexportadoras que se ubican en su territorio. En las regiones se hará un breve diagnóstico de su situación comercial y la participación del sector agrícola en su economía. Posteriormente, se

presentará a las empresas más importantes del sector agrario que se dedican a la exportación. Se detallarán, además, los productos agrícolas más exportados y su nivel de ventas.

Con respecto a las buenas prácticas agrícolas, estas serán presentadas en el cuarto capítulo, enfocado en la importancia que tienen las certificaciones en el mercado internacional. Así también, se clasificarán por tipo y se contrastarán entre las empresas agroexportadoras analizadas.

Finalmente, en el quinto capítulo se detallarán las acciones de Responsabilidad Social Empresarial consideradas dentro de cada empresa agroexportadora estudiada y que relacionan directa o indirectamente a los trabajadores, comunidad y medio ambiente. Además, se mostrará un análisis de cada una de estas acciones y de los efectos que están generando en su entorno.

La metodología utilizada en este estudio se basa en el uso de fuentes primarias y secundarias. La información primaria utilizada fueron entrevistas y focus group realizados a los representantes de los gobiernos regionales, trabajadores de las empresas agroexportadoras y miembros de organismos de certificación. Por su parte, la información secundaria se obtuvo a través de la recopilación de estudios sobre: situación productiva, comercial y de calidad de las empresas peruanas en sus respectivas páginas. Así también se utilizó información brindada por el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAG), Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), Adex Data Trade y el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX).

Capítulo I: Situación Comercial en el Perú

En la última década, las empresas nacionales han mejorado sus sistemas de tecnificación productiva, mejorando su competitividad e incrementando sus ingresos, los cuales se han traducido en un crecimiento de sus ventas en el exterior. De esta manera, la economía nacional ha podido sostenerse en un clima de inestabilidad y recesión mundial vivida por la crisis en Estados Unidos y Europa, mostrándose como un país fuerte y preparado tal como lo indica el BID¹; por ello, es necesario analizar las exportaciones en los últimos 5 años, después de la crisis que afectó a todos los países, para identificar el resultado de las mismas en la economía nacional.

1.1. Exportaciones nacionales, 2010 – 2014

Análisis de las exportaciones anuales en su conjunto

El Perú es principalmente exportador de materias primas; por ello, se aprecia en el Cuadro N° 01 que en los últimos 5 años se han exportado mayor cantidad de productos en el sector tradicional, el cual llegó a triplicar el valor de los no tradicionales entre los años 2010 y 2012, y duplicarlo en los últimos dos años (2013 y 2014). Por otro lado, los sub sectores más dinámicos en los últimos 5 años son el de minería (sector tradicional) y agropecuario y agroindustrias (sector no tradicional). Este último, registró más de 4,2 millones de dólares en ventas, siendo el valor más alto alcanzado en el periodo de análisis. Asimismo, los sub sectores con menor exportación en el 2014 han sido el de agro para el sector tradicional (858 millones de dólares) y el de maderas para el no tradicional (171 millones de dólares).

¹ Banco Interamericano de Desarrollo, a través de Fidel Jaramillo, su representante en Perú.

Cuadro N° 1
PERÚ: EXPORTACIONES NACIONALES, POR SECTORES, 2010 – 14
(Millones de dólares)

Sector	2010	2011	2012	2013	2014
Total	35 828,8	46 349,7	46 225,5	42 579,4	38 636,4
Sector tradicional	28 090,7	36 152,9	35 011,9	31 484,5	26 904,8
Agro tradicional	974,2	1 683,8	1 092,3	785,5	858,2
Pesca tradicional	1 884,2	2 108,9	2 311,7	1 711,7	1 733,4
Petróleo y gas natural	3 329,9	4 860,6	5 192,1	5 497,3	4 721,5
Minería tradicional	21 902,4	27 499,7	26 415,7	23 490,1	19 591,7
Sector no tradicional	7 738,0	10 196,7	11 213,6	11 094,9	11 731,6
Agropecuario y agroindustria	2 203,0	2 834,8	3 084,5	3 445,4	4 237,2
Textil	387,9	481,1	574,2	552,9	619,0
Prendas de vestir	1 173,3	1 508,5	1 603,0	1 375,7	1 186,8
Pesca	650,3	1 051,2	1 015,8	1 030,0	1 155,9
Metal mecánico	400,3	487,4	555,4	550,9	598,2
Químico	1 224,5	1 652,6	1 630,1	1 515,0	1 520,1
Siderúrgico y metalúrgico	877,2	1 051,0	1 217,4	1 218,8	1 060,0
Minería no metálica	251,2	491,3	721,8	721,4	665,3
Maderas	172,1	169,2	166,3	160,2	171,9
Varios	398,2	469,6	645,2	524,4	518,1

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

1.2. Principales productos exportados

Principales productos exportados a nivel nacional

El sector minero es el que mayores ventas ha tenido durante el periodo 2010 – 2014; sin embargo, productos como el oro y el cobre han sufrido una caída en el último año de 30% y 9,7%, respectivamente. Por su parte, en el sector del petróleo y gas natural se encuentran principalmente los derivados del petróleo, que concentraron el 72,8% de las exportaciones petroleras en último año, seguido por las exportaciones del gas natural y el petróleo crudo (16,7% y 10,5% respectivamente). Para el sector agrario, el principal producto exportado ha sido el café, representando casi el 90% del total de exportaciones agro tradicionales, ubicando al Perú como uno de los principales productores y exportadores de café en América y el mundo.

Cuadro N° 2
PERÚ: EXPORTACIONES NACIONALES, POR SECTORES TRADICIONALES, SEGÚN PRINCIPALES PRODUCTOS, 2010 – 14
(Millones de dólares)

Sector tradicional	2010	2011	2012	2013	2014
Total	24 212,7	30 741,4	29 802,9	27 092,7	23 006,5
Agro tradicional					
Café	888,7	1 593,4	1 023,6	699,1	748,2
Azúcar	64,7	47,6	40,9	53,6	67,0
Pesca tradicional					
Harina de pescado	1 610,0	1 776,2	1 770,0	1 369,3	1 338,1
Petróleo y gas natural					
Petróleo crudo	505,1	574,2	578,6	537,9	496,3
Derivados del petróleo	2 541,3	3 002,9	3 282,9	3 587,5	3 438,8
Gas natural	283,5	1 283,5	1 330,6	1 371,8	786,4
Minería tradicional					
Oro	7 744,6	10 233,0	9 701,6	8 239,2	5 767,5
Cobre	8 878,7	10 708,1	10 722,4	9 820,4	8 863,8
Zinc	1 696,1	1 522,5	1 352,3	1 413,9	1 500,4

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En lo que concierne al sector no tradicional, como ya se ha mencionado, las mayores exportaciones fueron las del agropecuario y agroindustrias. En este grupo los principales productos exportados han sido las hortalizas, cuya exportación se incrementó en 37,3% en el 2014, pasando de 887 millones en el año 2010 a 1114,1 millones de dólares en el último año. En cuanto a las frutas, representaron el 26.8% de las exportaciones en el 2010 y, cuatro años después, 38,3%, teniendo una importante demanda principalmente de la Unión Europea.

En el caso de las prendas de vestir, los principales productos exportados han sido las prendas de punto y tejido plano; en el sector químico, los principales productos fueron el plástico y caucho y sus manufacturas; y en el sector pesquero el principal producto exportado fue el molusco. Cabe señalar que todos estos productos han presentado tasas de crecimiento positivas, lo cual respalda lo dicho anteriormente: las exportaciones del sector no tradicional se encuentran en crecimiento y ello debido a la inversión privada, facilidades del gobierno para promocionar los productos nacionales y permitir su acceso al mercado internacional.

Cuadro N° 3
PERÚ: EXPORTACIONES NACIONALES, POR SECTORES NO TRADICIONALES, SEGÚN PRINCIPALES PRODUCTOS, 2010 – 2014
(Millones de dólares)

Sector no tradicional	2010	2011	2012	2013	2014
Total	4 417,9	5 905,2	6 265,0	6 247,0	6 906,3
Agropecuario y agroindustrias					
Hortalizas	887,5	1 039,1	1 060,4	1 092,3	1 114,1
Frutas	589,6	883,0	964,2	1 176,2	1 622,7
Otros productos de la industria alimentaria	331,5	434,5	457,0	481,2	622,8
Textil					
Hilados	120,8	144,6	148,0	158,5	168,6
Tejidos	137,9	196,3	303,2	265,3	289,9
Prendas de vestir					
Prendar de vestir de punto	1 072,0	1 362,7	1 433,0	1 257,3	1 096,1
Prendas de vestir de tejido plano	101,3	145,8	170,0	118,4	90,7
Pescado					
Pescado	181,8	330,0	358,2	281,3	281,7
Moluscos	375,2	587,6	498,1	575,3	661,3
Metal mecánico					
Aparatos mecánicos, sus partes y sus piezas	201,3	213,0	247,4	221,0	288,1
Químico					
Plástico y caucho y sus manufacturas	419,0	568,6	625,5	620,2	670,3

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

1.3. Intercambio comercial Perú – Noruega

En el marco del intercambio de productos entre Perú y Noruega, el lugar que ocupa este último como destino de las exportaciones peruanas es el puesto N° 36 en el año 2014, principalmente por la venta de minerales.

Geográficamente, Noruega se encuentra situado al norte de Europa, limitando con Suecia, Finlandia y Rusia. Actualmente ocupa el puesto N° 1 a nivel mundial en el Índice de Desarrollo Humano y es considerado uno de los países más ricos del mundo, solo superado por Qatar, con una renta por persona de 97 363.10 dólares².

Noruega es parte del Acuerdo Europeo de Libre Comercio (EFTA por sus siglas en inglés), el cual fue creado como alternativa para los países que prefirieron no ingresar a la Unión Europea. En ese

² Información obtenida en Datos PIB per cápita del Banco Mundial.

sentido, Perú mantiene un TLC con el EFTA, el cual fue firmado en el 2010, pero – para las relaciones comerciales con Noruega– entró en vigencia en el 2012.

La superficie de este país es aproximadamente la cuarta parte del territorio peruano y su población es aproximadamente 6 veces menor. En cuanto a la cantidad de tierras destinadas a la agricultura, el 3,2% del territorio noruego es destinado para el consumo interno y la importación de este tipo de productos solo se realiza cuando no se satisface la demanda interna; en ese sentido, la balanza comercial es, generalmente, excedentaria.

En cuanto a las importaciones, Noruega importa productos de alta intensidad tecnológica; sus principales proveedores son Suecia, Alemania, China, Reino Unido, Estados Unidos, Dinamarca y Países Bajos. Noruega, siendo un país nórdico, importa productos agrícolas cuya producción no es viable en su territorio, así también es un país muy abierto al comercio internacional, ya que representó más del 65% de su PBI en el periodo 2011 – 2013.

Este país exporta tradicionalmente productos de alta intensidad energética y sus principales socios comerciales son los países de la Unión Europea. Así también, Noruega es el tercer mayor exportador de petróleo del mundo, el mayor proveedor de gas natural para los países de Europa Occidental y el mayor exportador mundial de pescado³. En términos globales, Noruega se sitúa entre los 30 mayores exportadores a nivel mundial.

Cuadro N° 4
BALANZA COMERCIAL PERÚ – NORUEGA
(Millones de dólares)

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015 a/
Exportaciones Totales	33,2	30,0	63,2	42,2	102,3	31,6
Importaciones Totales	11,7	10,4	12,4	21,5	20,0	9,2
Balanza Comercial	21,5	19,5	50,8	20,7	82,3	22,4

a/ Noviembre del 2015.

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

El Cuadro N° 4 muestra la balanza comercial de Perú con Noruega, el cual ha presentado dos momentos importantes: 2012 y 2014, años en los que se presentó superávit con cifras que registraron 51 y 82 millones de dólares, respectivamente; los cuales podrían explicarse por la firma del AFTA, que en el 2012 fue aprobado por Noruega y que brindó mayores facilidades para el intercambio comercial entre ambos países. Los demás años registraron valores inferiores, situación

³ Información obtenida de Santander Trade.

que podría repetirse en el 2015 debido a la reducción de los valores exportados e importados de Noruega.

En el 2014 Perú exportó por un valor de 102 millones de dólares, 142% más que el año anterior e importó por un valor de 20 millones de dólares. Así también, como se observa en el Cuadro N° 5, las exportaciones tradicionales fueron principalmente representadas por la pesca (subsector de grasas y aceite de pescado), la cual representó ventas de 19 millones de dólares; mientras que para el sector no tradicional, el subsector textil fue el más importante con 16 millones. Por su parte, el sub sector agrario no tradicional es el segundo más importante en Noruega, el cual ha tenido un crecimiento aproximado de 1 millón de dólares cada año; sin embargo, sus valores aún son reducidos en comparación con el sub sector textil, el cual muestra un crecimiento de 16% en el último año.

Cuadro N° 5
EXPORTACIONES PERUANAS HACIA NORUEGA
(Miles de dólares)

Sector	2010	2011	2012	2013	2014
Total	33 180,0	29 953,9	63 202,6	42 203,0	102 260,6
Total Tradicional	23 214,3	20 252,0	48 412,3	23 508,8	81 078,6
Agro Tradicional	4 117,2	2 145,2	1 769,4	1 365,7	995,4
Pesca Tradicional	19 097,1	15 345,6	46 642,9	22 143,1	19 394,7
Minería Tradicional	-	2 761,2	-	-	60 688,5
Total no Tradicional	9 965,7	9 701,9	14 790,3	18 694,2	21 182,0
Agropecuario y Agroindustrias	719,6	1 003,2	2 117,9	2 909,4	3 581,7
Textil	5 631,5	6 296,1	10 490,7	14 019,3	15 799,7
Prendas de Vestir	1 593,6	741,6	633,8	766,0	675,8
Pesca	1 000,0	617,5	555,6	384,4	420,1
Metal - Mecánico	3,2	7,8	31,1	51,9	67,6
Químico	819,9	898,9	845,6	149,4	334,8
Siderúrgico y Metalúrgico	0,1	-	-	3,1	-
Minería no Metálica	6,8	3,3	1,6	5,0	11,2
Maderas	0,5	0,2	-	262,5	131,4
Varios	190,6	133,2	114,0	143,3	159,8

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Exportación de principales productos

Cuando el análisis se realiza en el periodo 2010 – 2014, los productos que mayores ventas tuvieron corresponden al sector minería, principalmente por oro y cobre, mientras que los productos agrarios

como el café, las uvas y espárragos se ven relegados, aunque estos dos últimos productos han tenido un crecimiento promedio de 37% anual. Cuadro N° 6

PERÚ: EXPORTACIONES NACIONALES A NORUEGA, SEGÚN PRINCIPALES PRODUCTOS, 2010 – 14
(Miles de dólares)

Nº	Descripción Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014
	Total	33 180,0	29 953,9	63 202,6	42 203,0	102 260,6
1	Minerales de cobre y sus concentrados	-	-	-	-	60 688,5
2	Grasas y aceites de pescado	17 549,1	15 345,6	46 642,9	22 018,9	19 394,7
3	Hilados de lana	2 185,4	1 624,2	3 261,9	4 079,5	6 242,7
4	Los demás hilados de lana	1 532,0	2 099,4	3 907,8	5 258,4	3 894,7
5	Hilados de pelo fino	1 242,2	1 382,0	1 919,7	2 588,8	3 755,0
6	Uvas frescas	-	-	1 101,2	1 491,3	2 054,7
7	Demas café sin descafeinar, sin tostar	4 117,2	2 145,2	1 769,4	1 326,5	995,4
8	Hilados de lana peinada	115,3	147,5	234,2	671,5	866,7
9	Hilados de algodón	47,8	49,0	312,4	207,8	422,2
10	Mandarinas	25,5	25,7	0,0	43,7	421,2
11	Demás hortalizas	54,7	87,3	97,7	207,7	380,0
12	Boyas y flotadores	770,1	894,0	832,5	139,0	334,4
13	Mandarina tangelo	214,7	232,6	322,0	410,7	286,5
14	Truchas	-	-	386,1	111,4	195,4
15	Filetes congelados de truchas	-	-	125,0	161,6	190,0
16	Demás hilados de lino	-	-	-	-	143,0
17	Las demás maderas perfiladas	-	-	-	262,3	131,3
18	Espárragos frescos o refrigerados	231,9	187,4	310,9	360,9	128,3
19	Suéteres de lana o pelo fino	144,2	64,1	51,0	82,9	115,2
20	Mango	131,2	183,0	128,5	276,1	114,4

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Principales productos agrarios exportados a Noruega

Entre los principales productos exportados en el año 2014 correspondientes al sector agrario se encuentran el café y las frutas, las cuales tienen ventas de 1 y 3 millones de dólares, respectivamente.

Como se mencionó, este sector es el segundo más importante de exportaciones a Noruega, representados por dos principales productos: las uvas y el café. El primer producto empezó a tomar relevancia a partir del 2012, con un crecimiento promedio de 36%, alcanzando más de 2 millones de dólares en el último año y representando el 44,9% de las ventas del sector. Por su parte, el café ha

sido un producto exportado por excelencia, sin embargo, en el periodo 2010 – 2014 ha tenido una caída significativa de -25%.

Cuadro N° 7
PERÚ: EXPORTACIONES NACIONALES A NORUEGA, SEGÚN PRINCIPALES PRODUCTOS AGRARIOS,
2014
(Miles de dólares)

Descripción Arancelaria	Valor FOB	Porcentaje
Total	4 577,1	100,0%
Uvas Frescas	2 054,7	44,9%
Demás café sin descafeinar	995,4	21,7%
Mandarinas	421,2	9,2%
Demás hortalizas y frutas en vinagre	380,0	8,3%
Mandarina fresca o seca	286,5	6,3%
Espárragos, frescos o refrigerados	128,3	2,8%
Mango sin cocer o cocido	114,4	2,5%
Otros	196,5	4,3%

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

El Cuadro N° 7 muestra el valor de las exportaciones en el 2014, en el cual se observa que las uvas representaron cerca del 45% del total, cifra importante puesto que este producto empezó a exportarse desde el 2012. El resto de productos de este grupo también ha presentado crecimiento, pero son las mandarinas y hortalizas las que han presentado un crecimiento superior al 66%, proyectándose como los productos con mayor demanda en los próximos años.

Principales empresas agroexportadoras

Las empresas agroexportadoras peruanas con mayores ventas a Noruega son las que se encuentran ubicadas en la región Ica, según el ranking del año 2014 en el que Agrokasa representó el 31% del total de ventas por su exportación de uvas, la cual ha tenido un crecimiento importante desde el 2012. Así también, Agrícola Don Ricardo ingresó al mercado noruego el último año, con 625 mil dólares en ventas del mismo producto.

Se observa en el Cuadro N° 8 que en el periodo de análisis, solo 17 empresas agrícolas exportaron en el 2014, entre las que se encuentran las 6 empresas más importantes de Ica, La Libertad y Lambayeque. El resto de empresas se dedican a la exportación, principalmente de hortalizas.

Cuadro N° 8
PERÚ: PRINCIPALES EMPRESAS AGROEXPORTADORAS CON DESTINO NORUEGA, 2010 – 14
(Valor FOB en dólares)

RUC	Razón Social	2010	2011	2012	2013	2014
20325117835	Sociedad Agrícola Drokasa S.A.	-	-	927,5	1 119,8	1 429,4
20427377475	Rainforest Trading S.A.C.	449,2	1 846,2	1 769,4	1 107,3	795,3
20293718220	Agrícola Don Ricardo S.A.C.	-	-	173,7	371,5	625,3
20451899881	Procesadora Laran S.A.C.	85,8	114,4	180,8	287,0	539,7
20104420282	Agroindustrias Aib S.A.	-	-	-	175,7	242,9
20541443933	Cooperativa Agroecologico Café & Cacao De Origen	-	-	-	-	189,0
20106651087	Coexa	154,5	143,9	141,3	167,3	172,1
20419184111	Ecoandino S.A.C.	45,2	55,6	52,5	118,9	146,5
20504004415	Gandules Inc S.A.C.	54,7	105,5	97,7	32,0	141,9
20297939131	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	169,8	112,7	291,2	360,9	128,3
20504065121	Vinculos Agricolas E.I.R.L.	-	-	-	-	67,3
20340584237	Camposol S.A.	131,7	74,6	19,6	-	37,2
20373860736	Sociedad Agrícola Viru S.A.	-	-	68,3	-	37,2
20486021773	Empresa Agraria Cafetalera Chanchamayo Highland Coffee S.A.C.	-	-	-	39,2	11,0
20513896540	Frontera Sur S.A.C.	-	-	-	-	9,0
20494956331	Fool's Gold Terroir S.R.L.	-	-	-	-	4,6
20515314262	Aida Peru E.I.R.L.	-	-	-	-	0,2
20505519206	Inversiones Grand S.A.C.	15,2	-	-	-	-
20500985322	Machu Picchu Foods S.A.C.	-	114,0	-	-	-

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

CAPÍTULO II: El sector agrario en el Perú

2.1. Antecedentes del sector

El contexto histórico del sector agrario en el Perú se remonta al año 1969 con la Ley de Reforma Agraria, la cual generó serios problemas jurídicos y económicos a los propietarios de tierras en el país, ya que se establecieron restricciones para su adjudicación, las cuales limitaban tamaño, hipoteca y el mercado de arriendos, finalmente esta ley culminaría en 1976. Sin embargo, tras el cambio de gobierno en el año 1990, se inició un proceso de reformas que cambiarían la situación del sector. Una de estas decisiones fue el ingreso de grandes inversionistas al sector, lo que ocasionó que más de dos millones de pequeños productores se vean afectados debido a la búsqueda de un actor “diferente”, con facilidades de producción y exportación a gran escala, ya que los agricultores nacionales estaban estigmatizados como precarios, de limitada producción e ineficientes por lo que necesitaban mejorar su situación.

En 1995 se promulga la Ley 26505, llamada Ley de Tierras, que garantiza el acceso de cualquier individuo a la propiedad de las tierras y brinda la facilidad a las empresas mineras de explotar los recursos del subsuelo de tierras con propietarios. Dos años después se estatizaron las tierras que dejaban de ser cultivadas y se inicia la subasta de lotes de la irrigación Chavimochic, las cuales iniciaron el despegue de los productos no tradicionales en el Perú y que estuvieron acompañados, en paralelo, por el crecimiento del sector minero. Finalmente, en el 2000 se promulga la Ley de Promoción Agraria (Ley N° 27360) la cual favorece la concentración de tierras que mejorarían e incrementarían la inversión en el sector; además significó la apertura de nuevos mercados de destino para los productos agrícolas, lo que también se denominó “boom agroexportador”, que ha devenido el crecimiento de los productos no tradicionales que continúan proyectándose como la de mayor crecimiento en el sector agrario.

Al 2014, el sector agropecuario representa el 5.3% del PBI nacional⁴ con 24 814 millones de soles a precios del 2007 y ocupando al 26% de la PEA a nivel nacional, siendo la segunda mayor fuerza laboral en el país (solo superada por servicios).

En general, la balanza comercial del sector es positiva, es decir, se exporta más de lo que se importa y hay una clara preferencia del mercado internacional por los productos nativos, debido a la riqueza geográfica y climática del país que le permite producir durante todo el año.

⁴ Según información estadística anual del BCRP.

2.2. Marco normativo – legal

En el sector agrario, diversas son las normas que se han establecido para regularlo. Actualmente, la normativa que se rige es la Ley de Promoción del Sector Agrario (Ley N° 27360), la cual entró en vigencia el 31 de octubre del 2000.

Esta ley y su reglamento son aplicables a las empresas agrícolas y su vigencia ha sido ampliada hasta el 31 de diciembre del 2021 por la Ley N° 28810. Las medidas de esta ley son temporales, carecen de participación y monitoreo, además deterioran la condición laboral de los trabajadores, tal como se observa en el Cuadro N° 9.

Cuadro N° 9
COMPARACIÓN DE LOS REGIMENES LABORALES ACTUALES

Características	Régimen común	Régimen Agrario
Rasgos generales	Régimen general aplicado a trabajadores nuevos que ingresan a planilla.	Régimen especial aplicado a personas naturales o jurídicas que desarrollan actividades agrícolas.
Jornada de trabajo	Jornada de 8 horas diarias o 48 horas semanales.	Jornada acumulativa, en caso se requieran más horas, estas deberán ser pagadas.
Remuneración	Remuneración no inferior a la RMV. Al 2015, S/. 750.00.	Remuneración no inferior a la RMV, incluye CTS y gratificaciones. Al 2015, S/. 29.26.
Vacaciones	Remunerado, 30 días calendario por año trabajado.	Remunerado, 15 días calendario por año trabajado.
Gratificaciones	Una remuneración mensual completa en dos momentos: julio y diciembre.	Incluidas en la remuneración diaria.
CTS	Equivale a un dozavo de la remuneración computable por cada mes de servicio, cada semestre.	Incluido en la remuneración diaria.
Indemnización por despido arbitrario	Por cada año laborado se pagan 45 días hasta un tope de 360 días.	Por cada año laborado se pagan quince días hasta un tope de 180 días.
Seguro de salud	Aporte del empleador 9%	Aporte del empleador 4%
Sistema pensionario	El trabajador decide su régimen pensionario: ONP o AFP	El trabajador decide su régimen pensionario: ONP o AFP

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Los beneficios establecidos en el Cuadro N° 9 muestran la clara diferencia entre uno y otro régimen, justificadas por el Tribunal Constitucional, el cual establece que “... *dadas las especiales características del sector agrario y de su mercado laboral le correspondía un tratamiento normativo diferenciado*”. En este caso, la situación laboral del sector se caracteriza por la temporalidad, estacionalidad, informalidad y mayor número de trabajadores obreros lo que, según la

norma, justificarían un trato especial. Sin embargo, las condiciones en las que trabajan los agricultores aunado a un trato diferenciado negativo, motivan la exigencia de su modificación o derogación.

Si bien esta Ley ha sido prorrogada hasta el 2021, no hay un ente regulador que verifique el cumplimiento de sus normas, pese a que la OIT ha señalado que cualquier decisión política que implique la condición laboral debe ser monitoreada para alcanzar un empleo justo y de calidad. Sin embargo, 2 de cada 3 contrataciones corresponden a la tipología de sujeto a modalidad superando ampliamente el promedio de toda la economía. Estos trabajadores se encuentran laborando en empresas con más de 500 trabajadores, lo que significa que pertenecen a grandes unidades productivas.

En términos generales, la Ley establece diferencias en ingresos y condiciones laborales que vulneran la salud ocupacional del trabajador, el cual se caracteriza por amplias jornadas laborales y remuneración precaria, así como contratos que terminan cada cierto periodo de tiempo, según la demanda.

2.3. Cadena productiva de la agricultura peruana

En el presente capítulo se analizará la cadena productiva en el ámbito nacional, que permitirá conocer y descubrir las diversas etapas en las que se desarrolla un producto agrícola peruano; y por empresa seleccionada, con el fin de conocer en qué etapa de la cadena se encuentran y las actividades que realizan.

El concepto de cadena productiva implica establecer un criterio ordenado y lógico de las diversas etapas por las que atraviesa un bien, desde la fase productiva en el campo hasta su transformación y consumo. Este enfoque permite ver la totalidad de la cadena agroindustrial, desde la provisión de insumos a las unidades productivas, hasta la transformación y mercadeo del producto, pasando por el manejo post-cosecha y el procesamiento industrial. Esta cadena se ve complementada con las actividades desarrolladas por los servicios de apoyo (Estado, universidades, ONG) y las organizaciones empresariales⁵.

En el Perú, el término de Cadena Productiva es definido como el *“sistema que agrupa a los actores económicos interrelacionados por el mercado y que participan articuladamente en actividades que generan valor, alrededor de un bien o servicio, en las fases de provisión de insumos, producción,*

⁵ UCSS: “Condiciones laborales y cadena productiva en la agroexportación en la provincia de Virú, región La Libertad”, 2014.

*conservación, transformación, industrialización comercialización y el consumo final en los mercados internos y externos*⁶.

Para el sector agrario, esta cadena se basa principalmente en la producción, procesamiento o transformación y comercialización, tal como se observa en la Imagen N° 1. Este modelo genérico es el que se desarrolla para el Perú, ya que se aplica tanto para productos de consumo nacional como del exterior e involucra a proveedores, procesadores, mayoristas y minoristas en toda la cadena.

Imagen N° 1
CADENA PRODUCTIVA GENÉRICA DEL SECTOR AGRARIO



Fuente: Imagen elaborada en base al documento “Condiciones laborales y cadena productiva en la agroexportación en la provincia de Virú – La Libertad”

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En la imagen se aprecian tres momentos: la producción agrícola, el tratamiento post cosecha y la comercialización, que se definen como:

- **PRODUCCION AGRICOLA:** Actividad humana que consiste en la siembra y cosecha para obtener la materia prima. Esta actividad puede ser realizada en los fundos de la empresa o comprada a asociaciones de productores.
Para la realización de esta actividad no se necesita un grupo especializado, por ello, la gran masa trabajadora de las empresas se encuentra aquí.
- **TRATAMIENTO POST COSECHA:** Principal actividad realizada por las empresas agroindustriales en la que se usa una variedad de sistemas tecnificados, con el fin de reducir pérdidas, controlar la calidad, garantizar condiciones de higiene y conservación. En esta fase las empresas pueden desarrollar tres tipos de planta:
 - o **Empaque:** Que consiste en brindar una envoltura que permitirá contener, envolver y proteger el producto fresco.

⁶ Artículo 2º Ley 28846 – Ley para el Fortalecimiento de las Cadenas Productivas y Conglomerados.

- Congelado o conservación: Área en la que se congela la materia prima para preservar su calidad y textura original, así como su proceso de enlatado en trozos, pedazos o mitades.
- Deshidratados: Proceso en el que los productos quedan libres de líquidos, a través de condiciones controladas como temperatura, humedad, velocidad y circulación del aire. No todas las empresas tienen una planta o área designada para este tipo de productos.
- **COMERCIALIZACIÓN:** Puesta en venta de los productos mediante el uso de las vías de distribución tanto para el mercado nacional e internacional. Las empresas agroexportadoras nacionales lo realizan principalmente a través de la vía aérea y marítima. Además, sus principales compradores son supermercados reconocidos a nivel mundial.

Las empresas agroindustriales peruanas difieren, en algunos casos, en el nivel de desarrollo, por lo que se ven obligadas a establecer acuerdos con otras empresas para cubrir todos los eslabones de la cadena. Del mismo modo, pueden presentarse el caso de empresas que están en capacidad de asumir todas las actividades que generen valor, desarrollando un “encadenamiento”. Este concepto también se denomina “integración vertical” y consiste en que una empresa tiene el control de todo el proceso productivo, desde la adquisición de los insumos, hasta la comercialización del producto.

En ese sentido, las empresas pueden optar por una integración vertical *hacia adelante* – inversión que las empresas productoras están dispuestas a realizar para obtener el producto final – o *hacia atrás* – inversión o cooperación de las empresas transformadoras con las productoras.

Integrar una organización de manera vertical lleva a asumir:

- Control de las actividades a lo largo de la cadena (creación de subsidiarias o asunción de actividades, si hay capacidad financiera).
- Acuerdos de cooperación con otras empresas para realizar las demás actividades

Desde esta perspectiva, la cadena productiva del sector agrario se entiende, según Chavarría et al (2002), como “una concatenación de procesos donde intervienen diferentes actores, quienes propician una serie de relaciones y ejecutan una serie de acciones, las cuales permiten realizar una actividad agrícola específica en un espacio territorial determinado”.

Por esta razón, las empresas agroexportadoras identifican una serie de actores que colaboren a lo largo de la cadena de valor, algunos a través de la compra de los insumos necesarios para la siembra y cosecha y otros a través de la tercerización de algunas actividades. En ese sentido, estas acciones dependerán del nivel de inversión, conocimiento del mercado, propensión al riesgo, entre otras. De esta manera, algunas de las empresas analizadas tienen previa experiencia en la actividad agrícola

nacional, mientras que otras provienen de inversiones internacionales. Por ello, para identificar a estas empresas, en el Capítulo III se analizará brevemente la situación comercial del sector en el país, a través del desenvolvimiento regional.

CAPÍTULO III: Análisis de las empresas agroexportadoras

Las regiones del Perú presentan características diferenciadas según actividad principal. En ese sentido, el sector agrícola tradicional ha empezado a tomar mayor relevancia en los últimos años, debido a la ejecución de tres proyectos de irrigación que permiten incrementar la superficie de las tierras dedicadas a la agroexportación. Estos proyectos son:

- **Olmos (Lambayeque)**, que permitirá dotar de agua a 38 500 hectáreas a través del trasvase de las aguas del río Huancabamba de la vertiente del Atlántico a la vertiente del Pacífico a través de un túnel trasandino.
- **Majes-Siguas (Arequipa)**, que busca el desarrollo regional a través de la regulación y derivación de recursos hídricos para su uso racional en la irrigación de hasta 60 500 hectáreas de tierras nuevas en las Pampas de Majes y Siguan, así como el aprovechamiento hidroeléctrico del uso no consuntivo del agua. A la fecha, se ha concluido con el afianzamiento hídrico e irrigación de las Pampas de Siguan.
- **Chavimochic (La Libertad)**, a través del cual se incorporarán 63 mil hectáreas de tierras nuevas y mejorará el riego de otras 48 mil hectáreas de la región. Actualmente se han terminado las dos primeras etapas del proyecto, la cual dio como resultado 18 mil hectáreas nuevas y el mejoramiento del riego de 29 mil hectáreas.

3.1. Caracterización de las regiones analizadas

En el Capítulo I se reconoció que la exportación nacional se centra, principalmente, en el sector tradicional, representado por minería y petróleo. Caso contrario ocurre para el sector agrario, en la que los productos no tradicionales son los que mayor representatividad han tenido en el año 2014.

Analizando por regiones: Ica, La Libertad, Piura, Lambayeque y Arequipa son las más importantes, pues concentran el 67,8% del total de agroexportaciones a nivel nacional. Estas regiones poseen mayores ventas al exterior, principalmente el sector no tradicional (agropecuario y agroindustrias), en comparación con los productos tradicionales en el que el sector más importante es la minería.

Cuadro N° 10
EXPORTACIONES PERUANAS POR REGIÓN DE PROCEDENCIA Y SECTOR, 2014
(Millones de dólares FOB)

SECTOR	AREQUIPA	ICA	LA LIBERTAD	LAMBAYEQUE	PIURA	TOTAL REGIONES	TOTAL NACIONAL
Total	3 056,6	4 341,0	2 695,5	434,5	2 962,5	13 490,1	38 181,1
Sector tradicional	2 513,5	3 205,4	1 969,3	152,8	1 304,1	9 145,1	26 531,8
Agro tradicional	4,9	1,3	64,3	146,6	73,3	290,4	839,5
Pesca tradicional	70,0	142,8	132,8	0,1	123,0	468,7	1 726,5
Petróleo y gas natural	0,6	1 615,0	0,1	-	1 106,1	2 721,8	4 718,0
Minería tradicional	2 438,0	1 446,3	1 772,1	6,1	1,7	5 664,2	19 247,8
Sector no tradicional	543,1	1 135,6	726,2	281,7	1 658,4	4 345,0	11 649,3
Agropecuario y agroindustria	129,8	885,3	648,7	275,0	567,1	2 505,9	4 212,6
Textil	148,7	2,4	1,7	0,6	18,1	171,5	616,5
Prendas de vestir	36,0	110,8	0,2	1,5	-	148,5	1 179,3
Pesca	10,8	66,0	0,6	0,8	675,1	753,3	1 151,2
Metal mecánico	5,1	5,1	0,2	0,6	16,8	27,8	584,0
Químico	65,8	1,7	39,0	3,1	50,5	160,1	1 509,8
Siderúrgico y metalúrgico	106,2	32,9	0,5	-	0,7	140,3	1 049,9
Minería no metálica	31,1	13,2	23,4	0,1	328,8	396,6	662,2
Maderas	-	-	1,0	-	-	1,0	170,5
Varios	9,6	18,2	10,9	-	1,3	40,0	513,3

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

De esta manera, por la mayor representatividad de las exportaciones, la inversión de entidades públicas y privadas, así como el crecimiento que han tenido en la última década, se analizarán a las regiones de Ica, La Libertad, Piura, Lambayeque y Arequipa, tal como se observa en el Cuadro N° 10.

Estas regiones han demostrado su importancia en el sector agrícola, ya que representan ventas importantes en frutas, legumbres y hortalizas; por lo que es necesario conocer sus principales productos, empresas y mercados.

3.1.1. Ica



Datos al año 2014

Población: 787170 habitantes

Área total: 21327.83 km²

Puesto 2 en el ranking de exportaciones peruanas por región de procedencia.

Exportaciones agrícolas representan el 11,37% del total nacional.

Puesto 2 en el ranking de principales exportaciones del sector agrario.

Principales destinos de exportación: Estados Unidos, China, Brasil, Japón y Colombia.

Principales destinos de agroexportación: Estados Unidos, Países Bajos, Reino Unido, Hong Kong y China.

El departamento de Ica se encuentra ubicado en la costa peruana, abarcando una superficie de 21 328 km² (1,7% del territorio nacional). Limita por el norte con Lima, por el este con Huancavelica y Ayacucho, con Arequipa por el sur y al oeste con el Océano Pacífico.

Ica se encuentra constituido por 5 provincias y 43 distritos, siendo su capital la ciudad de Ica. Se caracteriza por estar formada por planicies o llanuras costeñas como las Pampas de Lancha y Villacurí.

Actividad productiva

La actividad agrícola y agroindustrial es muy importante en la región, posee 117 mil hectáreas de tierras aptas para la siembra, lo que constituye una de las principales fuentes laborales y de ingresos económicos de Ica. Los tipos de riegos se diferencian según el destino: el riego es por inundación o gravedad (productos de consumo local) o riego tecnificado (productos de exportación). Por el lado agrícola, destacan cultivos de exportación y agroindustria como el espárrago, uva, palta, cebolla cabeza amarilla, cítricos (mandarina, naranja, tangelo y limón), páprika, tomate, alcachofa y algodón, así como otros de consumo interno como camote, maíz amarillo duro, papa, pallar y zapallo⁷.

Analizando las exportaciones, los productos tradicionales son los que mayores ingresos generan para la región, sin embargo, en el año 2014 tuvo una caída del -23,8%, la más baja de los últimos

⁷ Información obtenida de la Caracterización del departamento de Ica realizada por el BCRP.

cinco años. Por su parte, el sector no tradicional es la que ha mantenido un crecimiento constante. En el 2014 sus ventas se vieron reducidas, pero mantuvo un crecimiento promedio de 17.1% y más de 4 417,5 millones de dólares en ventas.

Cuadro N° 11
ICA: EXPORTACIONES POR SECTOR, 2010 – 2014
(Millones de dólares FOB)

Sector	2010	2011	2012	2013	2014
Total	3 856,1	4 467,0	3 961,5	5 276,4	4 417,5
Sector tradicional	3 240,2	3 749,7	3 196,8	4 290,7	3 271,4
Agro tradicional	0,6	2,4	1,7	0,9	1,3
Pesca tradicional	230,7	355,6	213,2	197,6	145,2
Petróleo y gas natural	1 125,1	1 275,2	1 287,7	1 731,7	1 615,0
Minería tradicional	1 883,7	2 116,5	1 694,2	2 360,6	1 509,9
Sector no tradicional	615,9	717,3	764,7	985,7	1 146,1
Agropecuario y agroindustria	470,9	598,9	646,1	798,2	893,5
Textil	5,2	5,3	4,1	4,9	3,3
Prendas de vestir	70,9	40,1	39,4	87,7	111,2
Pesca	31,7	37,6	45,2	54,3	65,9
Metal mecánico	4,8	1,2	3,2	2,1	5,1
Químico	1,1	0,4	0,4	0,6	1,7
Siderúrgico y metalúrgico	11,5	9,1	5,4	16,5	34,1
Minería no metálica	6,6	10,0	3,6	4,8	13,2
Maderas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Varios	13,1	14,8	17,4	16,5	18,2

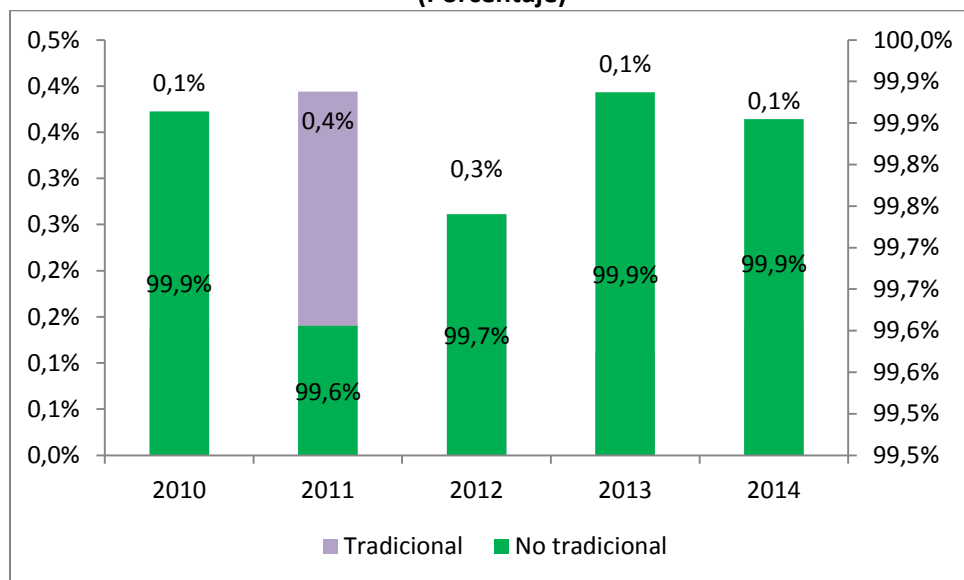
Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Si se observa solo el sector agrario, el Gráfico N° 1 muestra que el sector tradicional posee menores cuotas de aportación en comparación con el sector no tradicional. En ese sentido, en los últimos 15 años, la región ha exportado de manera discontinua algodón, caña de azúcar y café sin descafeinar con valores inferiores a los 2 millones de dólares.

Por su parte, la actividad del sector no tradicional es muy importante, ya que constituye una de las principales fuentes laborales y de ingresos económicos a la región, a través de la exportación de productos como uvas, espárragos, paltas, cebollas y mandarinas que le permiten identificar a la región como la más importante en cuanto a la exportación de productos agrícolas no tradicionales.

Gráfico N° 1
ICA: EXPORTACIÓN AGRARIA POR SUB SECTORES, 2010 – 2014
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Como se observa en el Gráfico N° 1, los productos no tradicionales representan casi la totalidad de las exportaciones. Entre los principales productos se encuentran las uvas y los espárragos, que en los últimos diez años han representado, en promedio, 55% de las exportaciones de la región.

Las empresas más importantes dedicadas a la exportación de estos productos son: Complejo Agroindustrial Beta, Sociedad Agrícola Drokasa, Procesadora Laran, Agrícola Don Ricardo y Natucultura que, en el último año, vendieron por más de 240 millones de dólares.

3.1.2. La Libertad

El departamento de La Libertad se encuentra ubicado en la costa nor occidental del territorio nacional, abarca una superficie de 25,569.67 km² (2.7% del territorio peruano), correspondiendo el 80% a superficie andina. Limita por el Norte con Lambayeque, por el Sur con Ancash, por el Este con Huánuco, San Martín, Amazonas y Cajamarca; y al Oeste con el Océano Pacífico.

La Libertad está constituida por 12 provincias y 83 distritos, siendo su capital la ciudad de Trujillo, conocida como "La Ciudad de la Eterna Primavera" por su agradable clima, el cual es semitropical.



Datos al año 2014

Población: 1859640 habitantes

Área total: 25499,9 km²

Puesto 7 en el ranking de exportaciones peruanas por región de procedencia.

Exportaciones agrícolas representan el *7,06%* del total nacional.

Puesto 3 en el ranking de principales exportaciones del sector agrario.

Principales destinos de exportación: Suiza, Canadá, Estados Unidos y Reino Unido.

Principales *destinos de agroexportación:* Estados Unidos, Ecuador, España, Países Bajos y Francia.

Actividad productiva

En cuanto a la actividad agrícola, los principales valles de la región son Jequetepeque, Moche, Chao, Chicama y Virú; valles que han permitido el desarrollo agrícola y, por lo tanto, el desarrollo de centros urbanos. Asimismo, la conectividad ha mejorado conforme la infraestructura vial se ha desarrollado, lo cual se asocia a la inversión realizada en la última década en pro del sector agrícola, que ha permitido ubicar a la región como un eje de desarrollo agroindustrial que exporta productos con alta demanda, y ha generado ventajas comparativas que le aseguran el posicionamiento en los mercados externos. Productos como la palta y el espárrago son los más importantes, ya que el primero se vende en una estación en la que el principal productor mundial, México, no produce; mientras que el segundo se puede sembrar de diversos tipos y durante todo el año, que permiten ubicar al Perú como un principal competidor.

En el ámbito exportador, la exportación de productos no tradicionales aumentó los ingresos generados por la región, con un crecimiento favorable en el año 2014 del 33,4%, que significó una acelerada mejoría, ya que en el 2013 los ingresos cayeron en -7,2%. Por su parte, el sector tradicional ha tenido su segunda baja consecutiva, pasando de 2 320 a 2 063 millones de dólares (Cuadro N° 12).

Cuadro N° 12
LA LIBERTAD: EXPORTACIONES POR SECTOR, 2010 – 14
(Millones de dólares FOB)

Sector	2010	2011	2012	2013	2014
Total	2 285,8	2 581,1	2 951,2	2 867,1	2 793,3
Sector tradicional	1 851,8	2 001,5	2 361,3	2 319,8	2 063,2
Agro tradicional	48,3	36,0	34,6	42,2	64,8
Pesca tradicional	99,9	25,9	195,6	85,5	134,0
Petróleo y gas natural	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Minería tradicional	1 703,6	1 939,7	2 131,1	2 192,0	1 864,4
Sector no tradicional	434,0	579,6	589,9	547,3	730,1
Agropecuario y agroindustria	371,8	506,8	461,0	452,6	652,3
Textil	6,0	1,2	2,7	0,8	1,7
Prendas de vestir	0,1	0,4	0,3	0,2	0,2
Pesca	0,5	1,4	0,5	1,1	0,6
Metal mecánico	0,3	1,3	0,5	1,6	0,2
Químico	28,8	31,0	32,7	35,5	39,0
Siderúrgico y metalúrgico	0,1	0,2	66,4	31,5	0,5
Minería no metálica	12,3	19,0	14,9	14,8	23,4
Maderas	2,7	2,9	0,9	0,7	1,0
Varios	11,4	15,5	9,9	8,6	11,0

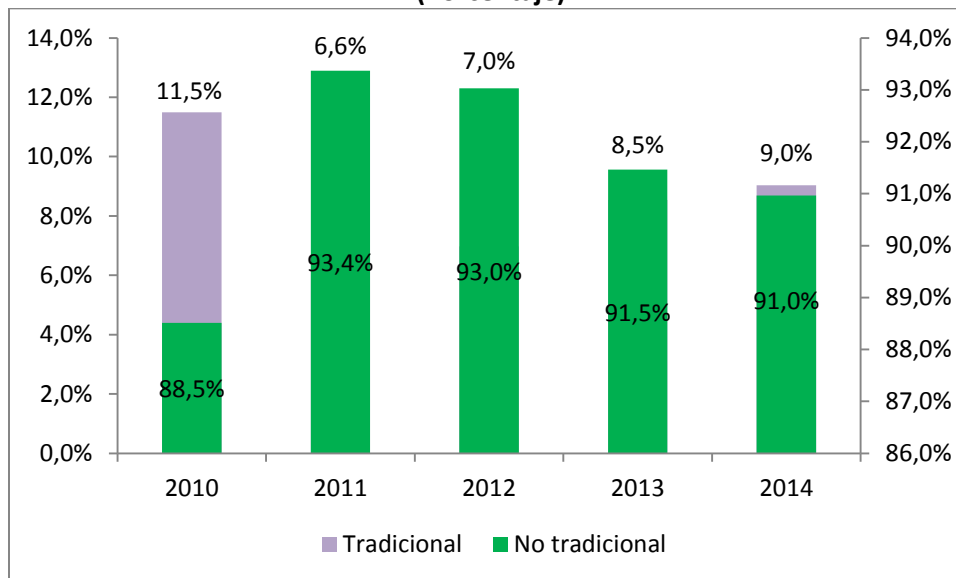
Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Analizando solo el sector agrario, se observa en el Grafico N° 2 que el sector tradicional posee menores cuotas de aportación en comparación con el sector no tradicional. En este sector, la actividad agrícola y agroindustrial es muy importante, ya que constituye una de las principales fuentes laborales y de ingresos económicos a la región. En la actualidad, la región es una de las más importantes en la exportación de productos agrícolas, ello favorecido por el Proyecto Especial Chavimochic, que permite que se cultiven zonas desérticas con el direccionamiento de ríos mediante grandes canales y ramas de estos. A esto se le suma el uso de tecnologías de riego, como el riego por goteo y el control satelital.

Por otro lado, los productos más exportados de la región son los espárragos, las paltas, las alcachofas, la caña de azúcar, los arándanos y pimiento piquillo, que concentraron en el periodo 2010 – 2014 cerca del 67% del total de las ventas.

Gráfico N° 2
LA LIBERTAD: EXPORTACIÓN AGRARIA POR SUB SECTORES, 2010 – 2014
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Así también, en el departamento hay un gran número de empresas dedicadas a la agroexportación, entre las más importantes se encuentran: Camposol S.A, Sociedad Agrícola Virú y Danper Trujillo S.A.C. que representaron 385 millones de dólares en el 2014. Otras empresas importantes son: Vitapro S.A., Alicorp S.A.A, Tal S.A., Cartavio y Green Perú S.A.

3.1.3. Lambayeque



Datos al año 2014

Población: 1260650 habitantes

Área total: 14231,3 km²

Puesto 13 en el ranking de exportaciones peruanas por región de procedencia.

Exportaciones agrícolas representan el *1,14%* del total nacional.

Puesto 5 en el ranking de principales exportaciones del sector agrario.

Principales destinos de exportación: Estados Unidos, Alemania, Países Bajos, Ecuador y Reino Unido.

Principales *destinos de agroexportación:* Estados Unidos, Alemania, Países Bajos, Ecuador y Reino Unido.

El departamento de Lambayeque se encuentra ubicado en la costa nor-occidental del territorio nacional, abarca una superficie de 14,249.30 km² (1.1% del territorio nacional). Limita por el norte con Piura, por el sur con La Libertad, al este con Cajamarca; y al oeste con el Océano Pacífico.

Lambayeque está constituida por 3 provincias y 38 distritos, siendo su capital la ciudad de Chiclayo. Se caracteriza por tener un relieve poco accidentado pues se ubica en la llanura costera. En este departamento se combinan las zonas desérticas, valles y bosques secos. En cuanto al clima es semitropical, con una temperatura promedio de 22,5°C con alta humedad atmosférica y escasas precipitaciones en la costa sur.

Actividad productiva

La actividad agrícola es la más importante en la región, por ser uno de los mayores productores de arroz y azúcar del país y concentrar más del 90% del total de ingresos por sus exportaciones.

Además, su industria también se encuentra muy ligada a la producción agrícola, por ello se ha desarrollado el proyecto Olmos, cuyo fin es mejorar y abastecer de agua a las hectáreas de las zonas agrícolas para la producción de sus cultivos históricamente sembrados: arroz, maíz amarillo y caña de azúcar.

Cuadro N° 13
LAMBAYEQUE: EXPORTACIONES POR SECTOR, 2010 – 14
(Millones de dólares FOB)

Sector	2010	2011	2012	2013	2014
Total	326,7	435,8	335,3	295,7	435,1
Sector tradicional	179,3	254,9	181,3	96,1	152,8
Agro tradicional	177,9	254,9	181,3	96,1	146,6
Pesca tradicional	-	-	-	-	0,1
Minería tradicional	1,4	-	-	0,1	6,1
Sector no tradicional	146,4	180,9	154,0	199,7	282,3
Agropecuaria y agroindustria	141,9	174,7	150,4	193,6	275,5
Textil	0,0	0,2	0,0	0,6	0,6
Prendas de vestir	0,2	0,1	0,2	0,2	1,5
Pesca	0,2	1,5	0,5	1,3	0,7
Metal mecánico	0,2	0,1	0,1	0,6	0,6
Químico	3,7	3,9	2,5	3,3	3,1
Siderúrgico y metalúrgico	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0
Minería no metálica	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
Maderas	0,0	0,0	-	-	0,0
Varios	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0

Fuente: Adex Data Trade

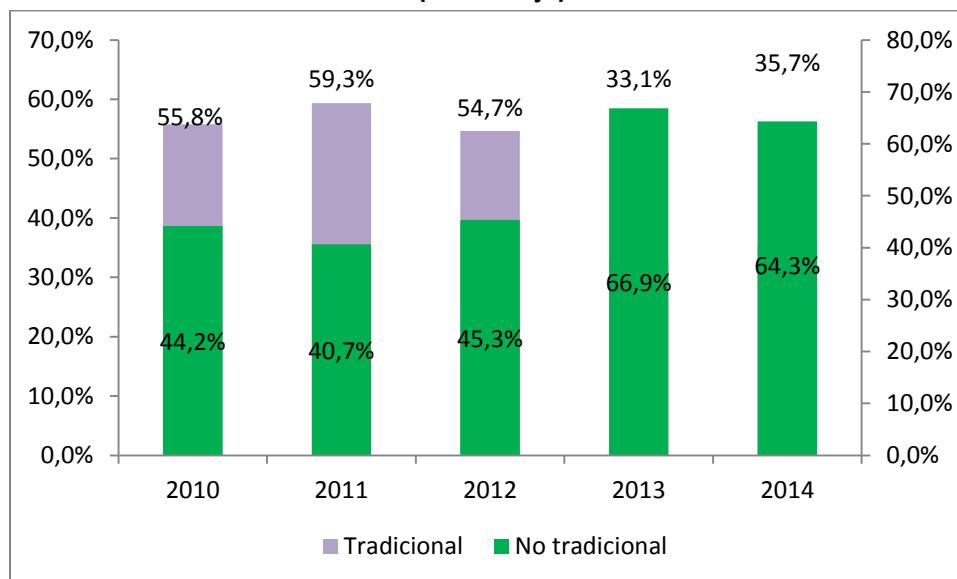
Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En el ámbito exportador, los productos tradicionales significaron mayores ingresos para la región, con un crecimiento favorable en el año 2014 del 59,2%. Sin embargo, en sus dos anteriores periodos tuvo caídas de -47,1% y -28,9% respectivamente, lo que destaca la positiva recuperación de la exportación de caña de azúcar y sus derivados.

Por otro lado, el sector no tradicional creció 41,3% en el 2014, doce por ciento más que el año precedente. Además, en los últimos cinco años ha tenido un crecimiento promedio de 6,4% y 19,9%, respectivamente por sector, y más de 435 millones de dólares recaudados por las exportaciones de esta región, de las cuales destacan: espárragos, paltas, alcachofas, arándanos, pimienta piquillo y uvas.

Analizando solo el sector agrario se observa, en el Grafico N° 3, que el sector tradicional ha ido reduciendo sus cuotas de aportación en los últimos años, pasando del 55,8% en el 2010 a 35,7% en el 2014; caso contrario ocurre con el sector no tradicional, en el que se observa un crecimiento promedio de 52%.

Gráfico N° 3
LAMBAYEQUE: EXPORTACIÓN AGRARIA POR SUB SECTORES, 2010 – 2014
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

El principal cultivo destinado a la exportación corresponde al café que concentra el 46% del total de exportaciones, seguido en menor porcentaje por los productos no tradicionales como las uvas, aguacates y hortalizas con el 22%.

En la región se ubican las empresas más importantes en cuanto a exportaciones, entre ellas están: Perales Huancaruna, Gandules Inc, Vínculos Agrícolas, Agroindustrias AIB S.A que concentraron

en el 2014 más de 240 millones de dólares en ventas. Le siguen de cerca: Agribands Purina, Agrícola Cerro Pietro y Quicornac.

3.1.4. Piura



Datos al 2014

Población: 1844129 habitantes

Área total: 35892,49 km²

Puesto 5 en el ranking de exportaciones peruanas por región de procedencia (2014).

Exportaciones agrícolas representan el 7,76% del total nacional.

Puesto 4 en el ranking de principales exportaciones del sector agrario (2014).

Principales destinos de exportación: Estados Unidos, China, Países Bajos, Panamá y Brasil.

Principales destinos de agroexportación: Estados Unidos, Países Bajos, Alemania, Reino Unido y Canadá.

El departamento de Piura se encuentra ubicado en la costa norte del territorio peruano con una superficie de 35,892.49 km² (2.8% del territorio nacional). Limita por el Norte con Tumbes y Ecuador; por el Este con Cajamarca, por el Sur con Lambayeque y por el Oeste con el Océano Pacífico.

Piura está constituida por 8 provincias, 64 distritos y 2,632 centros poblados, siendo su capital la ciudad de Piura. Se caracteriza por poseer cordillera Andina, selva alta, bosque seco ecuatorial, valles tropicales, desiertos (al sur) y recibe corrientes marinas tanto frías como calientes durante todo el año.

En cuanto al clima es tropical seco, con una temperatura promedio de 24°C con pocas precipitaciones pluviales lo que la convierte en una Región con ecosistemas frágiles por aridez.

Actividad productiva

La actividad agrícola es importante en la región, los cultivos más importantes son el algodón pima, arroz, limón, mango, plátano, maíz amarillo, caña de azúcar. Se han recuperado áreas instaladas de arroz, algodón, maíz amiláceo, mango, limón y plátano. Las actividades agro industriales ubicadas

en las zonas costeras son el procesamiento de limón, mango y espárragos, destacando la presencia de empresas dedicadas a la obtención de aceite de la pepa de algodón y de hilados.

Asimismo, Piura es una de las regiones con mayor infraestructura de riego en el país, al disponer de una capacidad de almacenamiento de agua de más de 760 millones de metros cúbicos en sus dos represas principales (Poechos y San Lorenzo).

En el ámbito exportador, la exportación de productos no tradicionales es la que mayores ingresos genera para la región, con un crecimiento del 5,1% en el año 2014. Sin embargo, este valor es el más bajo de los últimos años.

Por otro lado, el sector tradicional creció 2,3% en el 2014, pese a que en el año anterior sus ventas también se vieron reducidas con una caída de -2.7%.

Cuadro N° 14
PIURA: EXPORTACIONES POR SECTOR, 2010 – 14
(Millones de dólares FOB)

Sector	2010	2011	2012	2013	2014
Total	1 778,7	2 406,7	2 767,8	2 860,2	2 970,3
Sector tradicional	1 103,3	1 258,4	1 310,8	1 275,3	1 304,0
Agro tradicional	9,7	29,5	19,1	13,9	73,3
Pesca tradicional	167,0	183,0	227,8	112,6	122,9
Petróleo y gas natural	922,6	1 043,0	1 061,1	1 114,0	1 106,1
Minería tradicional	4,0	2,9	2,8	34,7	1,7
Sector no tradicional	675,4	1 148,3	1 457,0	1 584,9	1 666,3
Agropecuario y agroindustria	242,7	322,1	405,1	489,7	568,7
Textil	12,4	11,5	15,3	19,9	18,1
Prendas de vestir	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pesca	335,7	540,8	519,2	557,9	678,9
Metal mecánico	2,9	4,0	6,3	12,8	18,9
Químico	17,2	22,7	67,7	81,8	50,7
Siderúrgico y metalúrgico	3,2	0,3	0,9	0,3	0,7
Minería no metálica	60,7	245,4	442,1	421,8	328,9
Maderas	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Varios	0,5	1,4	0,5	0,6	1,4

Fuente: Adex Data Trade

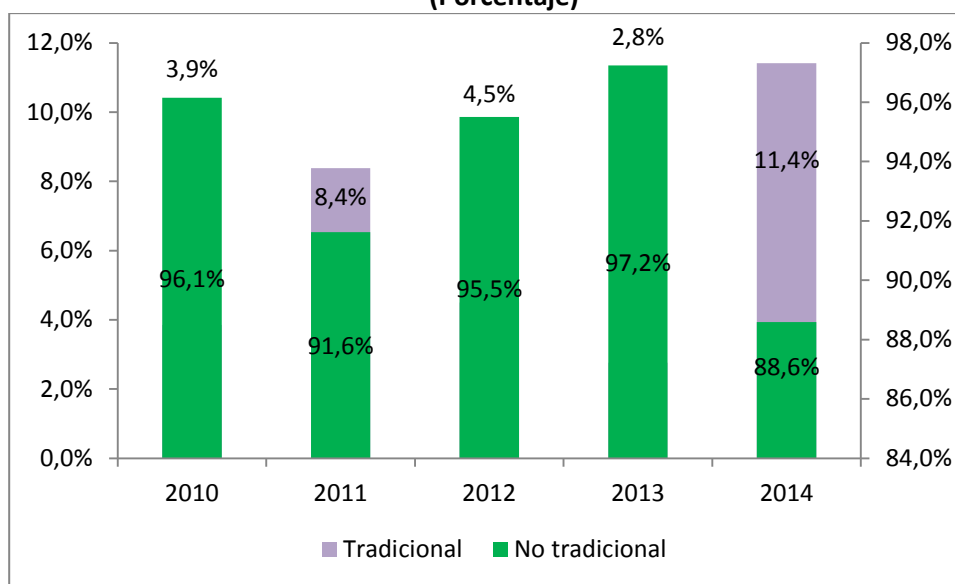
Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Analizando solo el sector agrario, se observa en el Gráfico N° 4 que el sector tradicional posee menores cuotas de aportación en comparación con el sector no tradicional. En este sector, la actividad agrícola y agroindustrial es muy importante, a través del cultivo de donde destacan los

mangos, bananas, espárragos frescos, paltas y uvas. Estos productos concentran los mayores porcentajes, muchos de los cuales son destinados a la exportación y que, en el último año, produjeron más de 241 millones de dólares.

En cuanto al sector tradicional, los principales productos son el café sin tostar y la caña de azúcar que, en el año 2014, concentraron más de 71 millones de dólares.

Gráfico N° 4
PIURA: EXPORTACIÓN AGRARIA POR SUB SECTORES, 2010 – 14
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Los productos agrícolas con mayor demanda en el extranjero son las uvas, mangos y plátanos que representan el 65.7% de las exportaciones comprendidas entre el año 2010 y 2014. Por su parte, las empresas con mayor número de ventas producto de la agroexportación son: Sociedad Agrícola Rapel, Camposol, Ecosac Agrícola, El Pedregal, Agrícola Saturno y Sunshine Export con 226 millones de dólares en el 2014.

3.1.5. Arequipa



Datos al año 2014

Población: 1287,205 habitantes

Área total: 63345,39 km²

Puesto 4 en el ranking de exportaciones peruanas por región de procedencia (2014). Exportaciones agrícolas representan el **8,01%** del total nacional.

Puesto 8 en el ranking de principales exportaciones del sector agrario (2014).

Principales destinos de exportación: Canadá, Japón, China, España, E.E.U.U e India.

Principales *destinos de agroexportación:* Estados Unidos, España, Francia y Bélgica.

El departamento de Arequipa se encuentra ubicado en el sur oeste del territorio peruano, abarca una superficie de 63 345.39 km² (4.9% del territorio nacional). Limita por el Norte con Ayacucho, Apurímac y Cuzco, por el Sur con el Océano Pacífico, al Este con Puno y Moquegua y al Oeste con Ica.

Arequipa está constituida por 8 provincias y 109 distritos. Se caracteriza por la geodiversidad que manifiesta en los diversos pisos altitudinales, con características climáticas distintas que influyen en los tipos y variedad de productos que se obtiene como cultivos de arroz, trigo, menestras, maíz, etc. En cuanto al clima en la costa es variado, cálido con unas temperaturas entre 19 ° C a 29 ° C con lloviznas menudas.

Actividad productiva

En el sector minero, el departamento de Arequipa es la región que más destaca por influenciar fuertemente en el sector tradicional con productos como el cobre refinado, oro, concentrado de cobre, plata refinada, hierro lodos, zinc, metales menores, plomo y entre otros. La minería es la principal actividad económica, lo cual equivale a 79.9% de lo exportado por la región.

Por su parte, el sector pesca reportó una mejora en cuanto al año anterior, la cual estuvo asociada a la pesca de consumo humano directo, en la línea de recursos frescos.

En el sector agrícola, el departamento de Arequipa es muy desarrollado. Sus tierras son muy productivas principalmente en el valle del río Chili, pero su agricultura se centra en la sierra. A

diferencia de las otras regiones, Arequipa tiene periodos de cosecha que varían según la zona; en la costa realiza hasta dos campañas por año; mientras que en las zonas andinas principalmente entre agosto y mayo, debido a la estacionalidad de las lluvias.

A nivel nacional Arequipa es el primero en la producción de cebolla y tercero en arroz, trigo, frijol y otros productos. El potencial hídrico de los ríos que desembocan en el Océano Pacífico es aprovechado para las irrigaciones en zonas áridas.

En el ámbito exportador, los productos no tradicionales han crecido continuamente, a excepción del último año en el que se presentó una caída de -11, %, siendo la más baja de los últimos cinco años. Por otro lado, el sector tradicional ha presentado una desaceleración desde el 2012, motivado principalmente por la caída de las exportaciones minerales.

Cuadro N° 15
AREQUIPA: EXPORTACIONES POR SECTOR, 2010 – 14
(Millones de dólares FOB)

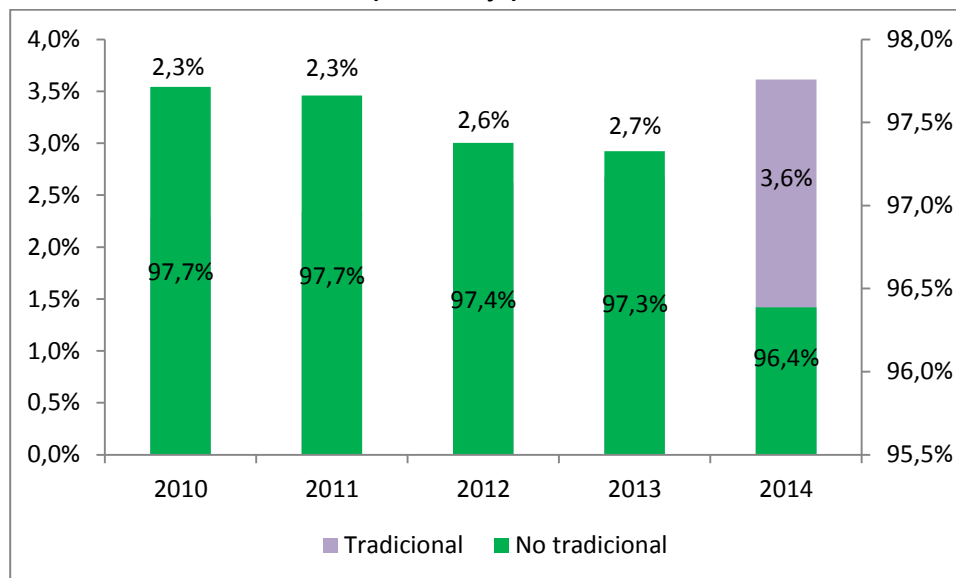
Sector	2010	2011	2012	2013	2014
Total	3 538,1	4 536,0	3 788,7	3 719,3	3 077,1
Sector tradicional	3 167,0	4 087,3	3 335,9	3 097,6	2 523,5
Agro tradicional	2,3	2,9	3,1	3,2	4,9
Pesca tradicional	52,6	97,2	76,4	29,1	70,3
Petróleo y gas natural	0,0	0,0	0,0	0,1	0,6
Minería tradicional	3 112,1	3 987,3	3 256,4	3 065,1	2 447,7
Sector no tradicional	371,1	448,7	452,8	621,7	553,6
Agropecuaria y agroindustria	97,9	121,3	116,5	116,5	130,9
Textil	91,0	107,9	99,6	113,0	148,9
Prendas de vestir	29,5	36,4	32,4	32,9	36,0
Pesca	4,7	7,0	7,7	10,3	10,9
Metal mecánico	13,2	7,2	8,4	5,1	9,6
Químico	62,7	71,8	72,9	69,0	66,0
Siderúrgico y metalúrgico	53,5	72,4	77,8	240,7	110,5
Minería no metálica	10,2	14,6	29,3	27,0	31,2
Maderas	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0
Varios	8,2	10,1	8,1	7,1	9,7

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

El sector agrario en la región concentra a un gran número de trabajadores (más de 100 mil) y su actividad productiva le ha permitido ocupar el puesto 8 a nivel nacional, posición que podría mejorar con el Proyecto Majes. Actualmente el riego se realiza por gravedad y sistemas de goteo, un grupo menor lo hace beneficiado por las lluvias. En cuanto a los aportes según sub sectores, el no tradicional es el más importante, con 97% de los ingresos producto de las exportaciones agrarias, principalmente por la producción de alcachofas, uvas, algas, cebollas y quinua.

Gráfico N° 5
AREQUIPA: EXPORTACIÓN AGRARIA POR SUB SECTORES, 2010 – 14
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Arequipa concentra alrededor de 50 empresas agrícolas, entre las que destacaron Pampa Baja, Globe Seaweed, Danper Arequipa, Alsur y El Bosque en el periodo 2010 – 2014, con más de 58 millones de dólares en ventas el último año.

3.2. Análisis de las empresas agroexportadoras

Como se ha hecho mención, estas regiones son parte del grupo con mayor presencia e importancia en el sector agroexportador, por lo cual, las empresas más importantes que las conforman serán analizadas en el siguiente apartado, en el cual se detallarán las principales características socioeconómicas de cada una de ellas.

3.2.1. Ica

A) SOCIEDAD AGRÍCOLA DROKASA

La empresa se dedica al cultivo, procesamiento y comercialización de productos agrícolas. Inició sus operaciones en 1996, como parte de la diversificación de la Corporación Drokasa (creada en 1951) conformada por un grupo familiar peruano.

Su fundamento se basa en “All what we ship, we grow and pack” que significa que desarrolla toda la cadena de suministro en una filosofía de producción 24/7 (24 horas al día, 7 días a la semana, 12 meses al año).

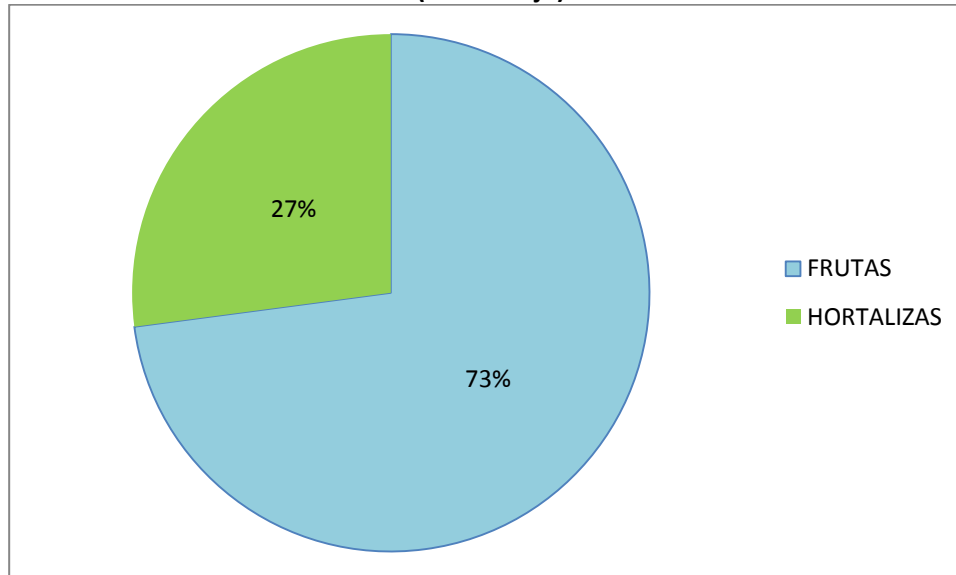
La empresa cuenta con 3 fundos:

- a. Santa Rita, ubicado en Ica y que tiene 163 hectáreas plantadas de uva. Cuenta, además, con una planta empacadora del mismo producto.
- b. La Catalina, ubicado en Ica y que tiene 569 hectáreas plantadas de espárrago, 280 de uva y 26 de palto. Posee 3 empacadoras destinadas para los productos mencionados.
- c. Las Mercedes, ubicado en Barranca, al norte de Lima, tiene 162 hectáreas plantadas de espárragos y 1194 hectáreas de paltos. Además posee la planta empacadora para estos productos en el mismo lugar.

Relaciones comerciales

Al año 2014, Agrokasa realizó ventas por un monto de 77,5 millones de dólares, principalmente por exportaciones de frutas, las cuales representaron más del 70% de sus ventas.

Gráfico N° 6
AGROKASA: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

El mismo año, la empresa ocupó el puesto 67 del “Ranking de las 500 exportadoras a nivel nacional” elaborado por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT, la cual agrupó a empresas de todos los sectores que habían tenido un comportamiento económico

favorable. Las ventas en el 2014 fueron, principalmente, de uvas frescas en todas sus presentaciones, las cuales concentraron el 38,4% del total.

Cuadro N° 16
AGROKASA: PRINCIPALES EXPORTACIONES, 2014
(Miles de dólares FOB)

Nº	Descripción Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014
	Total	38 775,6	48 316,6	43 948,5	52 901,2	49 318,3
1	Uvas Frescas	20 333,1	25 673,5	26 772,0	26 794,4	29 804,6
2	Espárragos, frescos o refrigerados	17 466,6	17 840,9	17 088,9	25 007,9	19 513,7
3	Paltas frescas o Secas	976,0	4 802,2	87,7	911,2	-

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Por su parte, entre los principales destinos de sus exportaciones se encuentran: Estados Unidos, Países Bajos y Reino Unido que, en su conjunto, concentran más del 70% de sus exportaciones, mientras que el resto de países tiene una participación menor al 6% cada una, como se observa en el cuadro N° 17.

Cuadro N° 17
AGROKASA: PRINCIPALES DESTINOS, 2010 - 14
(Miles de dólares FOB)

Nº	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación
	Total	38 775,6	48 316,6	43 948,5	52 901,2	49 318,3	-6,8%
1	Reino Unido	8 789,9	10 305,7	10 417,8	21 448,8	13 622,6	-36,5%
2	Estados Unidos	12 853,5	17 022,9	9 674,6	8 244,4	10 789,8	30,9%
3	Países Bajos	4 584,2	7 820,1	8 836,3	7 841,4	6 420,3	-18,1%
4	Canadá	2 206,7	2 702,2	1 906,9	1 707,5	3 261,8	91,0%
5	Hong Kong	2 490,1	2 835,9	2 816,5	2 557,7	3 115,4	21,8%
6	Japón	1 214,3	832,6	2 025,4	1 432,6	1 533,2	7,0%
7	Noruega	-	-	927,5	1 119,8	1 429,4	27,6%
8	Australia	849,9	1 070,1	989,7	1 126,2	1 412,8	25,4%
9	España	886,2	1 109,2	1 167,9	1 753,3	1 056,7	-39,7%
10	Irlanda	-	-	70,9	465,8	796,0	70,9%
11	China	103,6	-	58,0	856,0	751,1	-12,2%
12	México	883,9	1 006,7	476,5	679,7	702,7	3,4%
13	Suecia	-	-	36,8	495,3	568,8	14,8%
14	Corea del Sur	61,7	88,9	78,1	438,0	492,5	12,4%
15	Indonesia	361,0	586,0	727,2	302,1	462,3	53,0%
16	Italia	207,4	219,5	140,8	34,2	461,5	1247,7%
17	Singapur	53,7	45,8	133,5	209,8	447,5	113,3%
18	Nueva Zelanda	-	-	137,2	214,4	383,9	79,0%
19	Rusia	176,0	50,4	259,9	137,5	332,0	141,4%

20 Taiwán	187,4	72,4	147,7	177,7	264,4	48,8%
21 Otros países	2 619,3	2 363,8	2 723,3	1 384,5	771,0	-44,3%

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Como se observa en el Cuadro N° 17, la empresa ha tenido una disminución de sus ventas en comparación al 2013, debido a que sus principales compradores como Reino Unido y Países Bajos han realizado compras por valores reducidos en -36,5% y -18,1%, respectivamente; mientras que Estados Unidos (también principal comprador) ha comprado 30,9% más que el año precedente.

Se observa una importancia significativa de las compras realizadas por Singapur, Rusia e Italia el último año, resaltando el crecimiento de Italia que pasó de 34 243 dólares a 461 514 dólares (1247,7% más que en el 2013), lo que significa la mayor recuperación en los últimos cinco años.

Situación Laboral

La empresa cuenta, a setiembre del 2015, con 5268 trabajadores, de los cuales 5171 se encuentran bajo relación de subordinación, sujetos a régimen laboral; mientras que el 97 restante ejerce trabajos de manera individual para la empresa. Por otro lado, la empresa muestra una clara presencia femenina, con el 70% de participación laboral en los fundos La Catalina y Santa Rita, ubicados en Ica.

Cuadro N° 18
AGROKASA: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	5 004	33	5 037
2014-11	5 781	25	5 806
2014-12	5 160	30	5 190
2015-01	4 619	20	4 639
2015-02	1 902	15	1 917
2015-03	1 980	22	2 002
2015-04	2 085	14	2 099
2015-05	2 950	36	2 986
2015-06	3 903	21	3 924
2015-07	4 399	25	4 424
2015-08	4 678	26	4 704
2015-09	5 171	27	5 198

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En los meses de febrero a mayo del año 2015, como se observa en el Cuadro N° 18, las contrataciones se redujeron en más de la mitad del número de trabajadores, siendo los últimos

cuatro meses del año los de mayores contrataciones. Esta variación se debe al calendario agrícola, ya que la uva tiene periodos de cosecha que van desde octubre hasta enero; los espárragos de abril a enero y las paltas de abril a setiembre, razón por la que en los primeros meses del año la fuerza laboral es reducida.

Así también, hay un aproximado de 200 trabajadores con contrato indeterminado⁸; mientras que el resto cuenta con contrato temporal. Este tipo de contrato se divide en:

- Los contratados por 11 meses, quienes después tienen que asumir un descanso de 35 días para volver a ser contratados.
- Los contratados por 3, 4 o 5 meses, sólo por campaña.

En cuanto a la organización sindical, la empresa tiene un sindicato afiliado a la CGTP: Sindicato de Trabajadores de la empresa agroexportadora Sociedad Agrícola Drokasa S.A., el cual se encuentra ubicado en el fundo La Catalina y cuenta con 92 afiliados (1.9% de trabajadores), todos del sexo masculino y que, a su vez, tienen un contrato indefinido. En ese sentido, la tasa de sindicalización en la empresa es aún reducida, pero se mantiene en el promedio del sector.

B) AGRÍCOLA CHAPI S.A.

La empresa inicia sus operaciones en 1997 y se encarga de toda la cadena de sus productos: espárragos, uvas, paltas y flores. Cuenta con el Fundo San Rafael en Casma, Ancash; Doña Julia en Lambayeque y otros tres fundos ubicados en Ica:

- Don Ernesto: Ubicado en el distrito de Santiago, Pampa de los Castillos. Cuenta con 87 lotes de 6 hectáreas cada uno. Fundo dedicado a la producción de palta y espárragos.
- Doña Julia: Ubicado en la ciudad de Ica. Cuenta con 30 lotes de 6 hectáreas cada una, se dedican a la producción de uva. También cuenta con una empacadora (una de las más nuevas) que se encarga del empaque de la uva, palta y granada.
- Alesves: Ubicado en el distrito de Salas – Guadalupe, Pampa de Villacurí. Cuenta con 150 hectáreas, de las cuales 60 están cultivadas y se dedican a la producción de quinua.

En Ica también se encuentra una planta empacadora: Santo Domingo, la cual se dedica exclusivamente al empaque del espárrago.

Las acciones de la empresa parten desde la producción en sus fundos, a través de la siembra y cosecha del producto por sus trabajadores, además, algunos productos son comprados a los agricultores de la zona, principalmente para satisfacer la demanda de la empresa. Posteriormente,

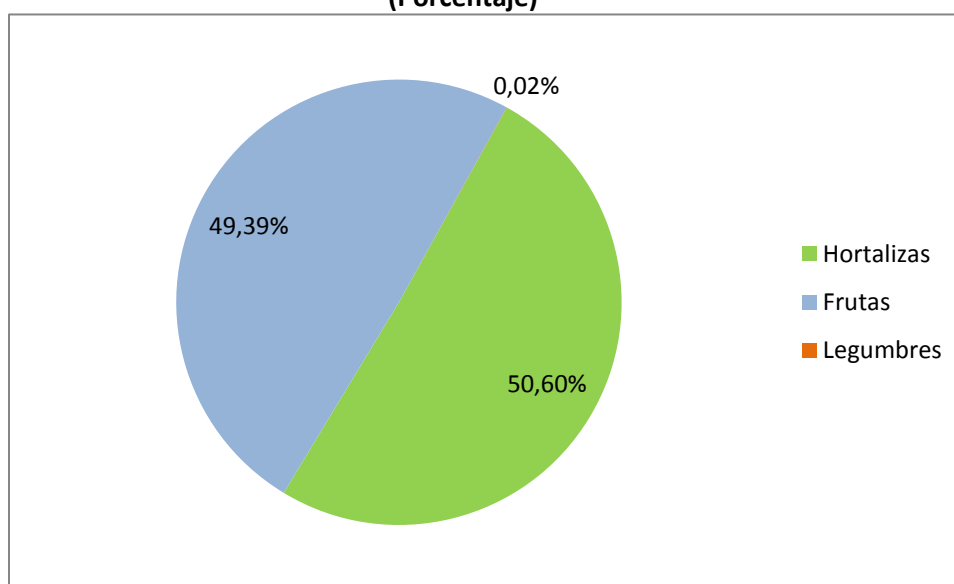
⁸ Información obtenida de “Condiciones laborales y cadena de valor en la agroindustria de exportación en la región Ica: caso de Sociedad Agrícola Drokasa, Agrícola Chapi y Agrícola Don Ricardo”.

estos productos son llevados a la planta de empaque o transformación para pasar por todo el proceso que requiere antes de ser exportado.

Relaciones comerciales

En el año 2014, Agrícola Chapi reportó ventas de USD 23 917 034.96, principalmente en hortalizas y frutas, tal como lo indica el gráfico N° 7. Los productos que resaltan son los espárragos para las hortalizas y las uvas para las frutas, mientras que las legumbres fueron representadas por las arvejas.

Gráfico N° 7
AGRICOLA CHAPI: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Si bien la empresa no se encuentra entre las primeras agroexportadoras del sector, el Ranking elaborado por SUNAT en el año 2014 la colocó en el puesto 170 de 500 empresas exportadoras con más de 23,9 millones de dólares. Sus ventas fueron principalmente de espárragos, uvas y paltas que juntas concentran el 99,5% de exportaciones (Cuadro N° 19).

Cuadro N° 19
AGRICOLA CHAPI: PRINCIPALES EXPORTACIONES, 2014
(Dólares FOB)

Nº	Descripción Arancelaria	2014
	TOTAL	23 917 035
1	Espárragos frescos o refrigerados	11 811 847
2	Uvas frescas	7 595 647
3	Paltas frescas	4 405 125

4	Demás frutas frescas	100 681
5	Arvejas frescas o refrigeradas	3 720
6	Caquis frescos	15

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

A su vez, el principal destino de las exportaciones fue Estados Unidos con el 44,25%, seguido por Países Bajos (16,9%) y España (9,15%).

Cuadro N° 20
AGRICOLA CHAPI: PRINCIPALES DESTINOS, 2010 – 14
(Miles de dólares FOB)

Nº	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación
	Total	9 617,5	13 106,7	15 955,7	24 377,6	19 271,3	-20,9%
1	Estados Unidos	6 089,2	5 524,4	5 758,4	10 943,6	7 927,6	-27,6%
2	Países Bajos	1 577,1	2 512,5	3 175,9	3 848,5	3 750,3	-2,6%
3	España	427,7	1 077,9	1 300,6	2 965,6	1 719,0	-42,0%
4	Hong Kong	136,8	228,3	-	965,4	1 583,7	64,1%
5	Australia	108,7	1 374,4	1 463,2	1 173,3	1 168,5	-0,4%
6	Reino Unido	63,7	600,1	1 648,5	1 971,1	482,0	-75,5%
7	Chile	44,8	151,7	122,7	-	454,5	-
8	China	207,7	399,6	121,0	383,7	429,8	12,0%
9	Indonesia	-	-	-	713,6	379,8	-46,8%
10	Canadá	154,5	113,6	367,6	176,8	242,8	37,3%
11	Alemania	-	87,2	-	9,1	235,4	2487,2%
12	Taiwán (Formosa)	-	36,9	43,0	208,4	202,4	-2,9%
13	Tailandia	-	-	53,2	136,2	182,0	33,6%
14	Francia	160,9	116,4	249,9	57,6	167,4	190,5%
15	Italia	18,4	62,6	-	119,1	113,8	-4,4%
16	Emiratos Árabes Unidos	-	-	-	49,5	73,5	48,5%
17	Argentina	30,5	10,7	18,2	3,0	40,7	1257,3%
18	Singapur	6,9	56,3	170,4	94,0	38,5	-59,0%
19	Irlanda (Eire)	-	-	-	-	29,7	-
20	Costa Rica	-	-	110,8	2,0	22,1	1008,1%
21	Otros países	590,9	754,0	1 352,2	557,0	27,8	-95,0%

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

El cuadro N° 20 muestra la caída de las ventas de la empresa en comparación con el año 2013, motivada por la reducción de las importaciones de Estados Unidos, España y Reino Unido. Sin embargo, se observa también que países como Costa Rica, Argentina y Alemania han realizado

compras que superan el 1000% en comparación con el año anterior, resaltando la participación de Alemania, a quien se le empezó a vender desde el año 2013 y ha crecido en un año 2487,2%.

Situación laboral

La empresa cuenta, a setiembre del 2015, con 1950 trabajadores contratados bajo un régimen laboral, mientras que otro 11 lo hacen bajo un contrato como independientes, sumando un total 1961 trabajadores.

El Cuadro N° 21 muestra que la empresa contrató un mayor número de trabajadores entre los meses de octubre del 2014 a enero del año 2015, debido a la mayor cosecha que se realiza en esos meses.

Cuadro N° 21
AGRÍCOLA CHAPI: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	2 151	13	2 164
2014-11	2 526	15	2 541
2014-12	2 241	0	2 241
2015-01	2 235	12	2 247
2015-02	1 553	9	1 562
2015-03	1 349	6	1 355
2015-04	1 169	4	1 173
2015-05	1 212	10	1 222
2015-06	1 285	10	1 295
2015-07	1 300	13	1 313
2015-08	1 229	8	1 237
2015-09	1 950	11	1 961

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae –
Observatorio para el Desarrollo Territorial

Los trabajadores de cultivo y cosecha generalmente tienen contrato temporal, el cual es renovado para los trabajadores antiguos 2 veces al año bajo el Régimen Laboral Agrario, mientras que los trabajadores con menor antigüedad solo son contratados por campaña.

La empresa cuenta con un Sindicato afiliado a la CGTP, el Sindicato Unitario de Trabajadores de la Empresa Agrícola Chapi S.A. el cual fue fundado en el 2010 y cuenta con 200 afiliados aproximadamente del Fundo Don Ernesto.

Las condiciones laborales de esta empresa son similares a las del sector en general⁹, ya que los trabajadores tienen contratos temporales e ingresos bajos, así como condiciones desfavorables para la ejecución de sus labores. Tal es así que ellos tienen que traer sus propias prendas para realizar sus trabajos, e incluso sus propias herramientas. Una principal preocupación es el trato que reciben de los caporales, ya que muchos de ellos se aprovechan del puesto que tienen para dar malos tratos a los agricultores.

Finalmente, los trabajadores confirman la presencia de áreas específicas para su aseo y alimentación, importantes para el desarrollo laboral.

C) COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA

La empresa inició funciones en 1995 y actúa desde Piura, Lambayeque e Ica realizando todas las actividades de su cadena: cultivo, empaque y exportación. Estos productos son: espárrago, uva, palta, tangelo y mandarina.

Los fundos que posee son¹⁰:

- Paracas: Ubicado en Pisco. Cuenta con 245 hectáreas distribuidas para tangelo (100 ha.) y espárrago (145 ha.).
- La Castellana y Los Castillos: Ubicado en la ciudad de Ica. Cuentan con 301 hectáreas para cultivo de espárrago.
- San Hilarión: Ubicado en la ciudad de Ica. Cuenta con 50 hectáreas para cultivo de uva en las variedades: flame, superior y Thompson.
- Santa Margarita, San Isidro y Luren: Ubicados en Ica. Cuentan con 870 hectáreas para los cultivos de espárrago y 230 hectáreas para las uvas en la variedad Red Globe.
- El Alto: Ubicado en la ciudad de Ica. Cuenta con 80 hectáreas para cultivo de uva en las variedades superior y flame.
- Santa Luisa, Litardo, Santa Angela e Isla del Diablo: Ubicados en Chincha. Cuenta con 61 hectáreas destinadas al cultivo de mandarina (39 ha.), palto (22 ha.).
- Maguey: Ubicado en Ica, con 150 hectáreas dedicadas al cultivo de mandarinas y paltas.

También posee una empacadora ubicada en Ica destinada a la producción de espárragos (40 toneladas). Como parte de su cadena, la empresa ejecuta todas las acciones desde el cultivo, cosecha y empaque hasta la exportación de productos frescos.

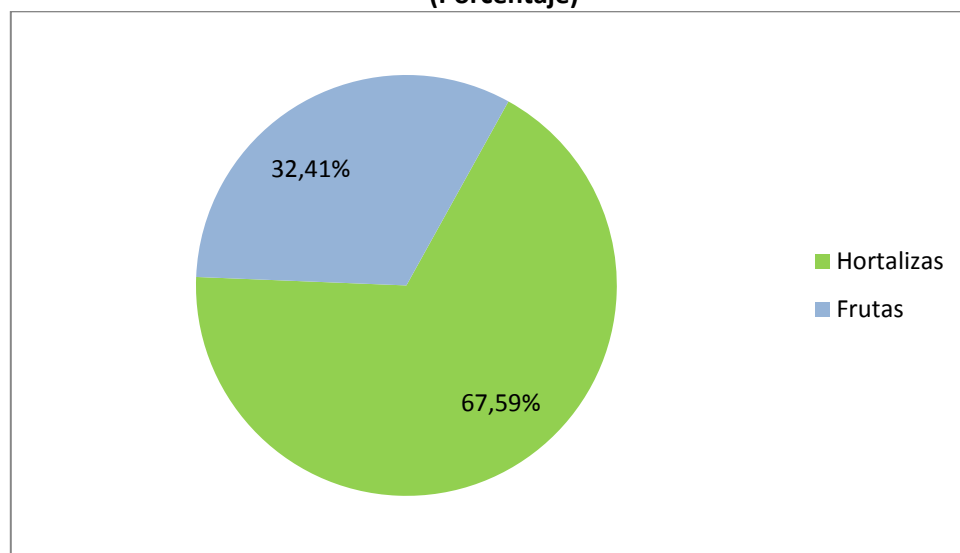
Relaciones comerciales

⁹ Información obtenida en base al cuestionario que llenaron algunos trabajadores de la empresa Agrícola Chapi.

¹⁰ Según proyección institucional publicado en su página web.

Al año 2014, Beta realizó ventas totales de USD 103 170 135.17 como producto de las exportaciones desde todas las regiones del Perú. Sin embargo, los productos exportados directamente desde Ica, alcanzaron un total de USD 86 210 434,18 que representan el 83,5% del total de sus ventas. Los principales productos exportados correspondían a las hortalizas, tal como lo muestra el Gráfico N° 8.

Gráfico N° 8
AGROINDUSTRIAL BETA: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Así también, en el mismo año, Beta ocupó el puesto 57 de las principales empresas exportadoras del Perú, según la SUNAT. Las ventas que tuvieron ese año fueron principalmente representadas por los espárragos y las uvas que concentran el 96,9% de sus ingresos.

Cuadro N° 22
AGROINDUSTRIAL BETA: PRINCIPALES PRODUCTOS
(Dólares FOB)

Nº	Descripción Arancelaria	2014
	Total	103 170 135
1	Espárragos, frescos o refrigerados	65 759 946
2	Uvas frescas	34 241 222
3	Mandarinas frescas o secas	1 135 175
4	Mandarina tangelo frescos o secos	1 007 215
5	Paltas frescas o secas	955 277
6	Espárragos	71 300

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Respecto a los países de destino de las exportaciones, Estados Unidos encabeza la lista con más de 31 millones de dólares, seguido por Reino Unido y Hong Kong que representan el grupo más importante para Beta, ya que concentran el 58,7% de sus exportaciones.

Cuadro N° 23
AGROINDUSTRIAL BETA: PRINCIPALES DESTINOS, 2010 - 14
(Miles de dólares FOB)

Nº	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación %
	Total	42 684,5	49 076,7	73 540,8	83 002,8	86 203,2	3,9%
1	Estados Unidos	14 698,8	17 924,5	19 431,6	32 370,6	28 666,6	-11,4%
2	Hong Kong	4 716,2	4 221,2	15 562,8	6 172,5	12 421,9	101,2%
3	Reino Unido	4 062,3	5 305,5	7 513,0	10 649,1	10 677,1	0,3%
4	España	5 048,7	6 504,7	8 545,5	9 348,1	9 361,9	0,1%
5	China	3 181,3	5 184,4	4 925,7	4 777,5	5 874,2	23,0%
6	Países Bajos	889,3	1 511,8	3 729,6	5 890,2	5 556,8	-5,7%
7	Francia	568,6	676,1	709,4	1 211,6	1 718,0	41,8%
8	Australia	642,8	1 072,1	1 220,5	1 343,1	1 549,5	15,4%
9	Brasil	257,8	296,7	378,2	709,7	1 321,3	86,2%
10	Japón	643,6	1 375,0	1 269,7	1 911,1	1 191,0	-37,7%
11	Italia	367,1	277,0	660,5	1 180,1	1 142,7	-3,2%
12	Indonesia	1 895,8	1 618,1	1 060,5	215,9	1 045,3	384,1%
13	Corea (Sur)	221,4	11,7	467,4	461,6	897,2	94,3%
14	Bélgica	308,3	320,2	805,2	1 583,7	619,2	-60,9%
15	Alemania	44,8	68,9	483,8	732,2	609,4	-16,8%
16	Vietnam	356,8	192,4	1 255,0	-	542,6	-
17	Taiwán (Formosa)	1 172,6	44,0	254,0	265,6	527,0	98,4%
18	Tailandia	570,5	723,0	1 964,1	925,2	494,6	-46,5%
19	Dinamarca	200,7	104,6	319,5	468,6	362,6	-22,6%
20	Rusia	381,0	162,4	466,6	1 142,3	359,9	-68,5%
21	Otros países	2 456,2	1 482,3	2 518,1	1 644,1	1 264,3	-23,1%

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

El Cuadro N° 23 muestra el crecimiento constante que ha tenido la empresa en los últimos cinco años, con ventas importantes a Hong Kong e Indonesia, los países con mayores crecimientos el último año. Caso contrario ocurre con Estados Unidos, el cual importó -11,4% en comparación al año 2013 y países como Tailandia, Dinamarca y Rusia.

Situación laboral

A setiembre del 2015, la empresa registró 10948 trabajadores, una de las cifras más altas de los últimos doce meses. El cuadro N° 24 muestra que hay un número considerable de trabajadores durante todo el año, pero desde agosto hasta enero del año siguiente, este número de contratados se incrementa, ello responde al calendario agrícola de la empresa que concentra un mayor número de cosecha de productos y sus variedades entre esos meses.

Los productos se pueden dividir en tres etapas:

- Las que se producen en los meses de octubre a enero del año siguiente, como las uvas, arándanos y frambuesa.
- Las que se producen de febrero a julio, como las palta, mandarinas y tangelos.
- Las que se producen todo el año, como el espárrago.

Cuadro N° 24
AGROINDUSTRIAL BETA: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	9 279	49	9 328
2014-11	9 723	58	9 781
2014-12	10 160	57	10 217
2015-01	9 852	36	9 888
2015-02	9 022	40	9 062
2015-03	9 101	46	9 147
2015-04	8 492	42	8 534
2015-05	7 962	35	7 997
2015-06	6 965	36	7 001
2015-07	8 093	53	8 146
2015-08	10 592	36	10 628
2015-09	10 907	41	10 948

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

El tipo de contrato se rige bajo la Ley 27360. La empresa no cuenta con sindicato afiliado a la CGTP, por lo cual no existe una entidad o grupo que defienda los derechos de los trabajadores. En el año 2013 se presentaron algunos problemas en el trabajo referidos a la seguridad y salud, ya que

Irededor de 120 trabajadores resultaron intoxicados por no contar con las medidas de seguridad necesarias para realizar esa labor¹¹.

3.2.2. La Libertad

Las empresas más importantes de la región, según su nivel de ventas en el sector agroexportador son:

A) CAMPOSOL

Camposol es la empresa líder en el sector agroexportador, principalmente por la exportación de espárragos blancos. Además, es miembro del grupo D&C (Dyer – Coriat), que desarrolla actividades en el sector construcción, inmobiliario y la Langostinera Marinazul. Actualmente el presidente ejecutivo es Samuel Dyer Corlat.

CAMPOSOL S.A. Inició sus operaciones en 1997, con la adquisición de tierras en el norte del Perú (departamento de La Libertad), producto de la primera subasta pública realizada por el Estado en la irrigación Chavimochic, donde se ofreció inicialmente 12,580 hectáreas localizadas en los valles del Chao y Virú. Actualmente la cantidad de hectáreas sobrepasa los 25 mil.

La empresa está compuesta por seis plantas de procesamiento (tres de conserva, dos de productos frescos y una de productos congelados). Asimismo, es propietaria de una empresa empacadora de frutas (mangos, uvas, etc.). Sus operaciones se ubican en los departamentos de La Libertad, Piura y Tumbes; además cuenta con oficinas administrativas en la ciudad de Lima.

Debido a sus diversas operaciones, los productos se producen en 14 fundos divididos según las zonas, de la siguiente manera:

- Tumbes: Producción de camarones.
- Piura: Producción de mangos, pimientos y uvas.
- Chao: Producción de paltas, espárragos y arándanos.

La cadena de valor de Camposol está compuesta por todas las etapas, pero internamente se han clasificado como:

- Actividades en campo, donde se inician los procesos para una buena cosecha.
- Actividades en planta, que van desde el acopio de los productos del campo hasta la obtención del producto terminado.
- Comercialización, que implica la exportación y venta de los productos.

¹¹ Información obtenida de La República en <http://larepublica.pe/18-12-2013/lambayeque-trabajadores-sufren-intoxicacion-masiva-en-jayanca>

Desde sus inicios, la empresa se ha encargado de toda la cadena. En La Libertad y Piura con la siembra; las instalaciones de envasado en La Libertad, Piura y Tumbes con la producción de camarones.

El modelo de integración es vertical, el cual le permite tener el control de todas las fases de la cadena. Además, mantiene alianzas con otros productores para procesar y comercializar sus productos, asegurando la misma calidad y estándares. Finalmente, la empresa cuenta con oficinas comerciales en Holanda y Estados Unidos.

Relaciones comerciales

Camposol se dedica principalmente a la exportación de productos agrícolas no tradicionales en tres categorías: frescos (61%), en conserva (29%) y congelados (10%).

Los productos ofrecidos por Camposol se ven influenciados por la estacionalidad y son vendidos en tres presentaciones: frescos, congelados y en conserva. El Cuadro N° 25 muestra los principales destinos de los productos de Camposol.

Cuadro N° 25
CAMPOSOL: CLASIFICACIÓN DE PRODUCTO

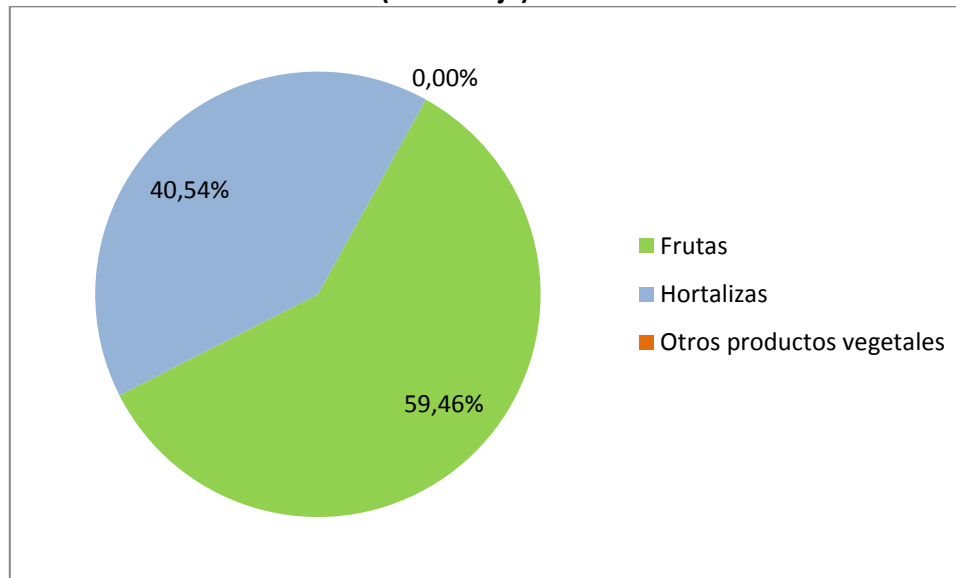
Productos	Tipo de productos	Mercados de destino
Espárragos blancos y verdes	Frescos, congelados y en conserva	EE.UU., España, Alemania y Países Bajos.
Paltas	Fresca y congelada	EE.UU., España, Alemania y Países Bajos.
Mangos	Frescos, congelados y en conserva	EE. UU., Países Bajos y Reino Unido.
Uvas	Frescas	China, EE.UU., Países Bajos, Rusia y Tailandia.
Arándanos	Frescos	EE.UU.
Pimientos	Congelados	España, Alemania y EE.UU.
Alcachofas	Congelados	EE.UU.
Camarones	Congelados	EE.UU.

Fuente: Report Anual 2014 Camposol

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En lo que respecta a los productos originarios de La Libertad, sus ventas en el año 2014 representaron el 72% del total de ventas y estuvieron distribuidos como se muestra en el Grafico N° 9.

Gráfico N° 9
CAMPOSOL: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En el mismo año, la empresa ocupó el puesto 32 en el Ranking de las 500 empresas exportadoras más importantes del país en todos los sectores.

Las ventas de la empresa superaron los 214 millones de dólares; sin embargo, cuando se disgrega por región, La Libertad es la más importante con 156 millones. Sus ventas son principalmente por paltas (USD 65 millones), espárragos (USD 42 millones), arándanos (USD 11 millones) y alcachofas (USD 10 millones).

Entre los principales destinos de los productos de Camposol (La Libertad) se encuentran Estados Unidos, España y Países Bajos con el 72.8% de las exportaciones.

Cuadro N° 26
CAMPOSOL: PRINCIPALES DESTINOS, 2010 - 14
(Dólares FOB)

Nº	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación %
	Total					156	
		86 259,1	106 434,0	64 530,5	62 301,6	223,1	150,8%
1	Estados Unidos	7 006,1	17 340,7	11 975,6	27 618,9	79 336,1	187,3%
2	España	39 636,1	34 526,3	11 413,9	4 314,4	19 093,6	342,6%
3	Países Bajos	20 953,9	19 874,7	13 946,1	13 967,2	15 359,3	10,0%
4	Alemania	6 532,5	11 376,0	9 922,6	-	7 093,0	-
5	Francia	4 263,7	6 020,3	2 709,5	597,3	6 804,1	1039,1%
6	Canadá	1 868,0	5 208,1	3 213,2	4 537,1	5 477,7	20,7%

7	Reino Unido	2 488,2	3 050,3	1 471,0	2 832,6	5 457,5	92,7%
8	Japón	1 039,0	2 598,3	5 649,8	4 158,1	4 842,6	16,5%
9	Bélgica	674,4	1 688,5	933,1	335,3	3 346,7	898,2%
10	Chile	161,2	409,5	448,0	429,8	1 879,6	337,3%
11	Suecia	187,6	822,8	1 185,2	609,8	1 345,4	120,6%
12	Hong Kong	-	55,7	152,5	2 167,7	1 252,8	-42,2%
13	Brasil	74,5	159,6	242,2	244,2	1 143,3	368,2%
14	Tailandia	-	27,3	-	-	1 064,7	-
15	Corea (Sur)	-	142,1	1,6	9,1	766,0	8299,0%
16	Dinamarca	403,5	319,2	89,4	-	590,1	-
17	Italia	94,8	268,9	265,1	-	240,3	-
18	Costa Rica	-	38,3	5,9	92,2	219,6	138,1%
19	Australia	27,2	130,8	529,9	144,5	179,2	24,0%
20	México	-	76,9	31,6	44,2	138,8	214,3%
21	Otros países	848,4	2 299,8	344,5	199,4	592,7	197,3%

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

El Cuadro N° 26 muestra el mayor crecimiento que ha tenido la empresa en los últimos cinco años, con 150,8% de ventas superiores en comparación con el 2013. Además todos sus destinos han presentado mayores ventas, destacando el importante incremento de Francia y Corea del Sur.

Situación laboral

La empresa Camposol agrupa, a setiembre del 2015, a 13598 trabajadores, pero es a partir de octubre que incrementa considerablemente este número, llegando a alcanzar cerca de 18 mil trabajadores, de los cuales, un 25% es representado por mujeres.

Cuadro N° 27
CAMPOSOL: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	17606	31	17637
2014-11	17938	52	17990
2014-12	16834	65	16899
2015-01	17728	61	17789
2015-02	12815	32	12847
2015-03	11822	45	11867
2015-04	11195	38	11233
2015-05	10773	30	10803

2015-06	10889	27	10916
2015-07	12766	45	12811
2015-08	13543	31	13574
2015-09	13570	28	13598

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Esta variación en las contrataciones se debe a los meses de cosecha, ya que según el calendario agrícola, de agosto a diciembre hay una mayor contratación para la cosecha de los productos como: espárragos verdes y blancos, pimiento, alcachofas y arándanos.

Por su parte, Camposol tiene un sindicato afiliado al CGTP, el Sindicato de Trabajadores de la Empresa Camposol S.A., y dos sindicatos creados por la empresa: de planta y de campo. En ese sentido¹², la empresa brinda las herramientas y prendas necesarias para realizar sus actividades, sin embargo, estas no están en buen estado, lo que dificulta la correcta ejecución de sus labores. Adicionalmente, se ha reconocido discriminación por parte de los supervisores (o caporales) contra los trabajadores de campo debido a su condición en la empresa. Por otro lado, los trabajadores reconocen una mejoría en el trato que perciben de la empresa a través de mayores oportunidades y mejoras en las condiciones laborales, pero esta podría mejorar a través de las conversaciones entre empresa y sindicato.

B) DANPER TRUJILLO

Una de las empresas más representativas del sector es Danper, la cual inició sus operaciones en febrero del 1994 en Trujillo. Su creación se basa en un joint venture de capitales daneses y peruanos. Actualmente su director ejecutivo (y fundador) es Jorge Aranguri.

Danper cuenta con dos fundos propios: Muchik y Compositán que suman 2500 hectáreas, adicionalmente la empresa realiza cultivos a través de terceros con 4000 hectáreas aproximadamente.

La empresa posee tres plantas de procesamiento de conservas (espárrago, pimiento y alcachofa) ubicadas en La Libertad. Asimismo, es propietaria de una empacadora de espárrago fresco en la misma región y una planta de productos congelados (túnel IQF). Cuenta también con una planta envasadora de conservas en Arequipa.

¹² Información obtenida del Focus Group realizado a representantes sindicales de la empresa Camposol S.A.

Sin embargo, no todos los productos de Danper son ofrecidos a mercado internacional, ya que su variedad de productos orgánicos y “ready to eat” los venden en el mercado local a través de las marcas Casa Verde Gourmet y Río Santa.

Danper no solo exporta espárragos sino también mangos, alcachofas, uvas y pimientos y otros frutos, sean frescos congelados o en conserva, sus envíos llegan a los cinco continentes con más de cien mil empleados y campos en el norte y sur del Perú que les permita abastecer a esos mercados los doce meses del año. La cadena productiva de la empresa parte desde la cosecha, la cual, para mantener fresco el producto, debe ser trasladada a la planta de procesamiento en un tiempo sincronizado para que este no pierda la frescura. Luego son clasificadas e inmediatamente pasan a la etapa de empaclado (primero en cajas, luego en conservas), luego es trasladado listo para la exportación. En este punto, destaca la rapidez de llevar este producto al mercado porque si no pierde su calidad y no se cumple con los calendarios de entrega.

Relaciones comerciales

Danper posee un abanico de productos que satisfacen la demanda en los 5 continentes, sus productos se han clasificado en:

- Hortalizas finas (espárragos, pimientos y alcachofas)
- Frutas (mangos, uvas, aguaymanto, palta, arándanos y papayas)
- Súper granos (quinua, chía y amaranto)
- Gourmet (pestos, salsas, bruschettas, grillados, vinagretas, ensaladas, mermeladas y tapenades)
- Ready toe at (quinua y quinotto)
- Orgánico (quinua, chía, kiwicha, papaya andina, cacao, maca y granadilla)

De los grupos mencionados, los dos últimos fueron creados con el fin de posicionarse en el mercado nacional a través de la venta en las cadenas de supermercados.

El Cuadro N° 28 muestra los principales destinos de los productos de Danper. Adicional a esta lista se encuentran los productos de la categoría Read to eat y orgánicos que se ofrecen para el mercado nacional.

Cuadro N° 28
DANPER TRUJILLO: CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

Tipo de productos	Productos	Mercados de destino
Hortalizas	Espárragos, pimientos, alcachofas.	Canadá, EE. UU., México, Colombia, Chile, Brasil, Uruguay, Alemania, Japón, España, Países Bajos, entre otros.

Frutas	Mango, uvas, aguaymanto, palta, arándanos y papayas.	Canadá, EE. UU., Colombia, Chile, Países Bajos, Alemania, Polonia, Rusia, Corea, Bélgica, Costa Rica, entre otros 1/.
Súper granos	Quinua, chía y amaranto	Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Italia y Japón 2/.
Gourmet	Pestos, salsas, bruschettas, grillados, vinagretas, ensaladas, mermeladas y tapenades.	EE. UU., Chile, Brasil, Colombia, Japón y Sudáfrica 3/.

1/ Las papayas andina y criolla se venden, también, en el mercado local.

2/ La quinua se ofrece, también, en el mercado local.

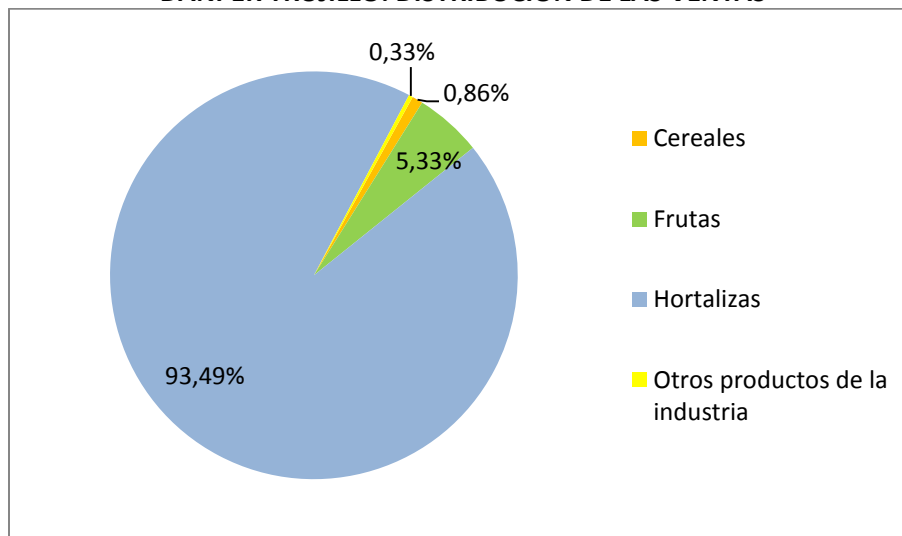
3/ Todos los productos gourmet también son ofrecidos en el Perú.

Fuente: Danper

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Como se ha mencionado, Danper tiene presencia en varias regiones del Perú, pero son los productos originarios de La Libertad, los que mayor participación tienen en la empresa. En el año 2014, las ventas de la región representaron el 96% del total de exportaciones, las cuales estuvieron distribuidas como se muestra en el gráfico N° 10.

Gráfico N° 10
DANPER TRUJILLO: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En el mismo año, la empresa ocupó el puesto 54 en el Ranking de las 500 empresas exportadoras más importantes del país en todos los sectores, según la SUNAT. Sus ventas superaron los 114 millones de dólares. Cuando se disgrega por región, La Libertad es la más importante con 109

millones, con la exportación de espárragos en conserva (134 millones), paltas (98 millones), espárragos frescos (89 millones) y alcachofas (56 millones).

Entre los principales destinos de los productos de Danper (La Libertad) en el 2014 se encuentran Estados Unidos, Ecuador, España y Países Bajos con el 73% de las exportaciones.

Cuadro N° 29
DANPER TRUJILLO: PRINCIPALES DESTINOS, 2010 - 14
(Miles de dólares FOB)

Nº	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación %
	Total	73 370,2	98 227,7	107 200,8	104 917,8	109 855,2	4,7%
1	Estados Unidos	36 769,8	44 451,6	50 895,8	53 311,1	54 174,9	1,6%
2	España	10 338,3	20 264,8	21 215,3	22 300,6	18 409,7	-17,4%
3	Francia	9 522,4	13 890,6	13 732,7	8 232,8	11 593,5	40,8%
4	Países Bajos	4 163,4	5 169,0	5 081,4	5 973,3	7 779,3	30,2%
5	Brasil	1 960,4	2 284,6	2 686,6	2 419,8	2 554,9	5,6%
6	Dinamarca	1 781,5	1 906,9	1 854,0	1 581,5	2 303,3	45,6%
7	Reino Unido	1 242,2	827,1	1 336,6	1 054,3	1 763,6	67,3%
8	Chile	327,4	846,8	1 244,1	1 659,0	1 497,6	-9,7%
9	Colombia	-	25,4	85,5	98,2	1 163,3	1084,8%
10	Alemania	778,1	545,0	411,3	848,9	1 093,7	28,8%
11	Australia	1 331,7	1 211,5	2 181,2	1 281,8	988,6	-22,9%
12	Corea (Sur)	39,3	90,8	150,5	279,1	853,8	205,9%
13	Japón	421,5	1 416,4	2 173,6	1 595,0	707,1	-55,7%
14	Sudáfrica	418,1	747,3	919,0	705,7	600,8	-14,9%
15	Canadá	1 744,7	1 720,2	1 753,8	1 088,1	469,6	-56,8%
16	Puerto Rico	-	-	-	-	451,7	-
17	México	198,6	179,7	259,6	633,5	420,8	-33,6%
18	Hong Kong	16,3	6,0	-	68,7	394,5	474,4%
19	Taiwán (Formosa)	9,0	10,3	-	42,4	367,0	765,5%
20	Bélgica	277,0	272,3	145,0	241,2	242,9	0,7%
21	Otros países	2 030,5	2 361,5	1 074,9	1 502,9	2 024,7	34,7%

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

La empresa tuvo un ligero crecimiento en el último año (4,7%) y sus principales destinos como Estados Unidos, España, Francia y Países Bajos se mantuvieron como los primeros destinos de exportación de la empresa, a excepción de Francia que compró -17,4% menos que el año anterior.

Resalta el crecimiento de las ventas a Hong Kong, Taiwán y Colombia, destinos relativamente nuevos y que crecieron 474,4%, 765,5% y 1084,8% en el 2014, proyectándose como destinos importantes de los productos de la empresa.

Situación laboral

La empresa Danper Trujillo agrupa, a setiembre del 2015, a 11677 trabajadores, mostrando una recuperación en comparación a los últimos 4 meses. El Cuadro N° 30 muestra que los meses de setiembre a abril son los de mayor contratación, pero es a partir de octubre que incrementa considerablemente este número, llegando a alcanzar más de 11 mil trabajadores.

Cuadro N° 30
DANPER TRUJILLO: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	11 070	20	11 090
2014-11	11 140	22	11 162
2014-12	11 217	19	11 236
2015-01	11 189	26	11 215
2015-02	11 555	16	11 571
2015-03	11 716	18	11 734
2015-04	11 243	19	11 262
2015-05	9 399	22	9 421
2015-06	8 085	20	8 105
2015-07	8 734	19	8 753
2015-08	9 570	20	9 590
2015-09	11 651	26	11 677

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Esta variación se debe al calendario agrícola de los productos como el pimiento, cuya cosecha va de noviembre a abril del siguiente año, quinua de julio a marzo y frutas y espárragos durante todo el año. En la actualidad, Danper no cuenta con un sindicato constituido; sin embargo, la empresa menciona que cuentan con los “Clubes” de trabajadores formados por representantes elegidos por el personal operario de cada planta o área, que hacen la labor de sindicato ya que velan por la seguridad y bienestar de los trabajadores.

C) GREEN PERU

Green Perú es una empresa fundada en 1999 y desde el 2012, el grupo español Cidacos adquiere todas las acciones de la empresa. El mencionado grupo se inclinó por una empresa relativamente joven, pese a que mantenía acuerdos de suministro con Danper Trujillo. Actualmente el director de Green Perú es Julio Arconada Gonzáles.

Con la compra de Green Perú, Grupo El Cidacos garantiza el control de toda la cadena, desde la siembra de los productos en sus hectáreas ubicadas en el sector Chavimochic, Salaverry, hasta sus plantas de conserva y envasado que, posteriormente, le permitirán exportar sus productos. La empresa se encarga del cultivo y la conservación de espárragos blanco y verde, así como de pimiento y paltos. Green está compuesta por 3700 hectáreas de cultivo, una planta de envasado de producto fresco y una planta de producción de vegetales en conserva.

Los productos ofrecidos por Green Perú se ven influenciados por la estacionalidad y son vendidos como: frescos y en conserva. El Cuadro N° 31 muestra los principales destinos de los productos de Camposol.

**Cuadro N° 31
GREEN PERU: CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS**

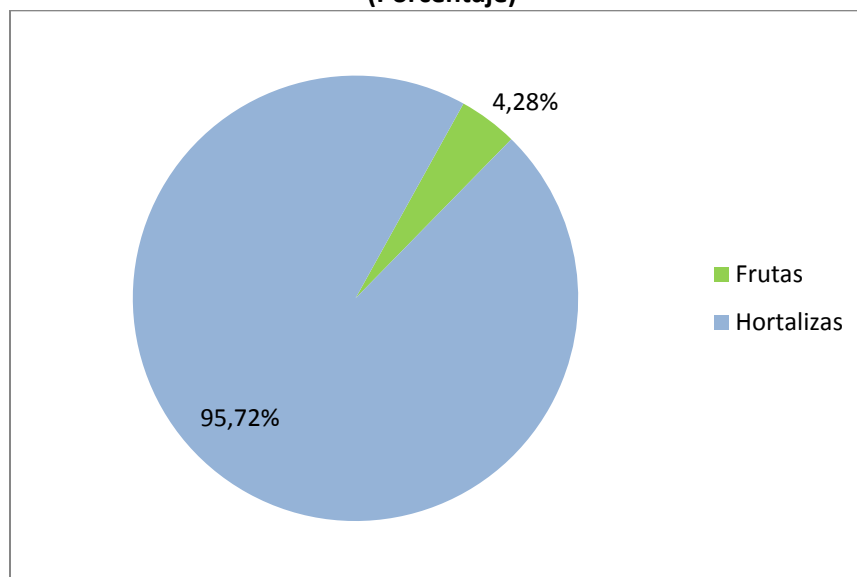
Productos	Tipo de productos	Mercados de destino
Espárragos	Frescos y en conserva	Alemania, España, Australia, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón, Países Bajos, Suiza
Alcachofa	En conserva	España, Estados Unidos
Paltas	Frescas	España, Estados Unidos, Países Bajos
Pimiento	En conserva	España, Estados Unidos

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Las ventas de Green Perú en el año 2014 estuvieron representados principalmente por las hortalizas (95,7%) a través de su principal producto: los espárragos, el cual es exportado a los países de la Unión Europea y Estados Unidos. Las frutas representaron el 4.3% de sus exportaciones, según se muestra en el gráfico N° 11.

Gráfico N° 11
GREEN PERU: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Así también, en el mismo año, la empresa ocupó el puesto 154 en el Ranking de las 500 empresas exportadoras más importantes del país, elaborado cada año por la SUNAT. Las ventas de la empresa superaron los 27 millones de dólares, principalmente por la venta de espárragos frescos y en conserva (USD 24 millones) y paltas (USD 1,1 millones).

Entre los principales destinos de las exportaciones de Green Perú, en el último año, se encuentran: España, Alemania, Países Bajos, Estados Unidos e Italia.

Cuadro N° 32
GREEN PERU: PRINCIPALES DESTINOS, 2010 – 14
(Miles de dólares FOB)

Nº	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación %
	Total	14 486,5	20 125,6	18 998,4	22 425,5	27 063,9	20,7%
1	España	4 411,7	8 082,4	6 731,6	17 450,3	19 958,9	14,4%
2	Alemania	57,2	282,9	600,0	918,0	3 657,9	298,5%
3	Países Bajos	4 383,6	4 298,7	4 333,1	1 142,4	1 705,4	49,3%
4	Estados Unidos	2 054,3	2 946,5	3 269,7	709,4	725,7	2,3%
5	Italia	602,7	627,8	844,1	694,6	544,6	-21,6%
6	Francia	1 995,9	2 820,7	1 965,1	850,1	203,9	-76,0%
7	Australia	39,9	147,8	112,5	92,8	114,5	23,4%
8	Japón	636,4	400,5	286,1	159,6	71,9	-55,0%

9	Sudáfrica	97,4	-	-	-	43,5	-
10	Suiza	44,8	72,2	67,2	-	37,7	-
11	Tailandia	-	-	-	-	-	-
12	Suecia	-	-	-	-	-	-
13	Panamá	-	-	32,5	-	-	-
14	Reino Unido	-	27,3	227,7	364,9	-	-
15	Andorra	-	-	-	-	-	-
16	Argentina	2,2	5,3	8,8	-	-	-
17	Líbano	-	131,7	33,1	-	-	-
18	México	9,7	13,2	-	-	-	-
19	Guatemala	3,8	1,8	-	-	-	-
20	Hong Kong	-	0,2	-	-	-	-
21	Otros Países	147,0	266,6	487,0	43,4	-	-

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

La empresa vendió 20,7% más que el año anterior, crecimiento impulsado por las ventas realizadas a Alemania, la cual creció 298,5% en el último año, pasando de 918 mil a más de 3,6 millones de dólares. Caso contrario ocurrió con Italia, Francia y Japón cuyas ventas se disminuyeron en 21,6%, 76% y 55% respectivamente.

Situación laboral

La empresa Green Perú agrupa, a setiembre del 2015, a 1767 trabajadores, cifra que se mantiene en un margen similar durante todo el año. En comparación con las demás empresas de la región, Green Perú representa la cuota más baja de contratación laboral en la región.

Cuadro N° 33
GREEN PERU: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	1640	8	1648
2014-11	1643	6	1649
2014-12	1580	12	1592
2015-01	1487	4	1491
2015-02	1407	7	1414
2015-03	1495	7	1502
2015-04	1921	5	1926
2015-05	1760	5	1765
2015-06	1690	3	1693

2015-07	1603	2	1605
2015-08	1626	2	1628
2015-09	1759	8	1767

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

3.2.3. Piura

A) EL PEDREGAL

El Pedregal S.A. es una empresa agroexportadora de Piura que inició en el año 2008, desde esa fecha se encarga de abastecer a más de 30 países del mundo. La empresa se dedica a la producción, empaque y exportación de los productos más representativos de la zona.

Está compuesta por dos plantas de cultivo:

- . Fundo Terela que se encuentra en el distrito de Castilla – Piura y producen únicamente uva.
- . Fundo El Pedregal que se encuentra en los Aquijes –Ica, dedicada a la producción de uvas, mandarinas y paltas.

La empresa ha ido implementando procesos de mejora continua que parten desde el primer eslabón de la cadena en la producción hasta la exportación a supermercados internacionales:

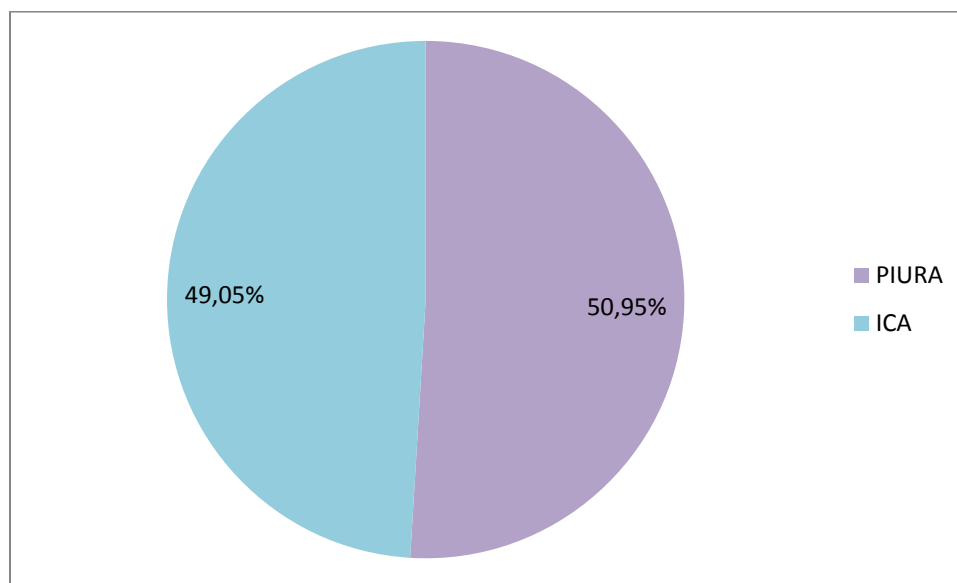
- Manejo del cultivo, a través de la poda, manejo de canopia, manejo de fruta y cosecha)
- Planta de empaque, aquí se verifican todas las condiciones que debe poseer la uva de mesa para su exportación: uniformes en su naturaleza y limpias de cualquier tipo de contaminación.

El Pedregal S.A es unas de las principales empresas exportadoras de uvas frescas que alcanzó en el último año el valor 60 millones de dólares, convirtiendo a Estados Unidos y a los Países Bajos en los principales demandantes de sus productos.

Relaciones comerciales

Como se mencionó, la empresa posee dos plantas en las zonas con mayor riqueza geográfica para la producción de frutas: Piura e Ica. Desde sus inicios la empresa solo se dedicó a la exportación de uvas, pero desde el año 2010 empezó a exportar paltas y en el 2014, mandarinas. En ese sentido, tanto Ica como Piura tienen una participación similar en cuanto a exportaciones, destacando ligeramente Piura (Ver Cuadro N° 12).

Gráfico N° 12
EL PEDREGAL: PARTICIPACIÓN DE LAS REGIONES
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Si se analiza solo la producción de Piura, se observa que se ha dedicado a la producción de uvas con destino a Países Bajos, Estados Unidos y Canadá, entre las más importantes. Su precio por caja va desde los 11 a 37 dólares.

Por otro lado, sus exportaciones del año 2014 estuvieron principalmente concentradas en Estados Unidos, con más de 13 millones de dólares, seguido por Países Bajos con más de 7 millones de dólares. Sin embargo, entre ambos países, este último es quien más ha crecido, ya que realizó compras 34.6% más que en el 2013 (Cuadro N° 34).

Cuadro N° 34
EL PEDREGAL: PRINCIPALES DESTINOS, 2010 – 14
(Miles de dólares FOB)

Nº	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación
	Total	16 134,5	20 423,9	18 641,4	22 820,7	30 991,8	35,8%
1	Estados Unidos	8 167,6	7 867,7	9 321,9	10 332,7	13 142,4	27,2%
2	Países Bajos	1 623,6	4 059,6	4 397,3	5 838,3	7 856,5	34,6%
3	Canadá	448,0	720,7	547,8	2 240,1	3 178,1	41,9%
4	Reino Unido	293,9	544,3	562,0	1 441,9	2 421,4	67,9%
5	Hong Kong	1 145,3	1 840,4	1 547,7	817,1	1 447,9	77,2%
6	Portugal	253,2	485,1	131,1	78,6	716,6	811,8%
7	Italia	141,0	365,3	-	25,5	493,5	1832,9%
8	Rusia	1 553,4	2 846,7	1 688,7	1 381,8	490,8	-64,5%

9	España	754,5	528,0	316,1	551,9	375,8	-31,9%
10	Colombia	-	77,8	41,5	-	372,6	-
11	India	101,4	127,7	57,8	51,7	159,7	208,9%
12	Indonesia	392,2	358,8	-	-	146,1	-
13	Corea (Sur)	-	-	-	-	73,0	-
14	Arabia Saudita Emiratos Arabes	161,7	-	-	-	34,2	-
15	Unidos	-	-	-	-	34,2	-
16	Filipinas	32,0	-	-	-	29,6	-
17	Irlanda (Eire)	-	42,7	29,5	-	19,4	-
18	Finlandia	-	-	-	-	-	-
19	Alemania	-	0,0	-	-	-	-
20	Eslovenia	-	-	-	-	-	-
21	Otros países	1 066,6	559,2	-	61,1	-	-

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

La empresa ha tenido un crecimiento de 35,8% el último año (Cuadro N° 35), motivado por el incremento de las ventas a Estados Unidos, Países Bajos, Canadá, Reino Unido y Hong Kong, principales destinos de los últimos cinco años. Sin embargo, en el 2014, Portugal, Italia e Indonesia han crecido en cifras importantes, proyectándose como principales destinos de los próximos años.

Situación Laboral

La empresa el Pedregal S.A agrupa a setiembre del 2015, a 9327 trabajadores, pero es de agosto a diciembre donde se concentra la mayor cantidad de trabajadores. Sin embargo, en marzo del presente año se observó un incremento tres veces mayor que el mes anterior, debido a que en ese mes se presentó la mayor demanda del año que originó una reducción de las contrataciones en los siguientes meses.

Cuadro N° 35
EL PEDREGAL: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	8 108	30	8 138
2014-11	8 446	25	8 471
2014-12	7 387	35	7 422
2015-01	6 671	16	6 687
2015-02	5 390	9	5 399
2015-03	16 175	20	16 195

2015-04	3 688	17	3 705
2015-05	4 357	29	4 386
2015-06	3 375	17	3 392
2015-07	4 221	19	4 240
2015-08	7 815	19	7 834
2015-09	9 305	22	9 327

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

La empresa no presenta sindicato a la actualidad, sin embargo, esto ocurriría por la prohibición de formar sindicatos en la empresa, tal como ocurre con empresas como Don Ricardo, lo que significaría un atentado contra la libertad sindical, según informó SITAG Perú en el 2012.

B) ECOSAC

La empresa se funda en el 2000 como Eco Acuicola S.A.C. en el caserío de Chapairá con la idea de cultivar langostinos tomando el agua del Río Piura. Dos años después se crea la primera planta de conservas y se da la bienvenida a nuevos mercados internacionales. Asimismo, en el 2013 la empresa decide cambiar su marca de Eco Acuicola S.A.C. a Ecosac para darle un nombre más fresco y que represente el objetivo de la empresa: el respeto por el medio ambiente. La empresa pertenece a la Corporación Costa del Sol y es la más importante (entre Proserla y Bocana) en cuanto a producción.

La planta de Chapairá se ubica a 8km de distancia de la ciudad de Piura y posee 450 hectáreas para la producción de paltas, pimiento morrón y páprika; así como 250 para pimiento piquillo y 500 hectáreas para la acuicultura de langostinos.

Al día de hoy, la empresa se encarga de la producción de pimiento piquillo, morrón, páprika, paltas y uvas.

En la actualidad, Ecosac posee:

- La planta de conservas, la cual cuenta con una capacidad de producción de 120 mil kilogramos por da con una mano de obra de 840 personas.
- La planta empacadora de frutas de aproximadamente 150 mil empaques al día con una mano de obra de 750 personas.
- La planta de procesamiento para congelados de langostino, recientemente inaugurada y se aproxima que dará trabajo a 600 personas.

Como empresa productora, procesadora, empacadora y exportadora participa en todos los eslabones de la cadena, por lo que se garantiza que los cultivos y diversos procesos de cada producto lleguen de manera segura a los mercados que se están abasteciendo.

- Actividad de campo. Es la actividad que se realiza en las diferentes hectáreas de la empresa para obtener un producto. En esta etapa, los trabajadores del campo se encargan de sembrar y cosechar para que, posteriormente, pueda ser trasladada a la planta de procesos.
- Actividad en planta procesadora. Una vez que el producto llega a las instalaciones de la empresa, los trabajadores inician el proceso de descargue y se inicia la transformación del producto. En esta etapa se realiza el control de la productividad del trabajador por hora en sus divisiones de corte, pelado y otros. Además, se aplica un sistema de seguridad alimentaria implantado por ECOSAC, el cual ha conseguido mejorar el control de la producción y asegurarle a sus clientes y al propio consumidor final que los productos que comercializa son 100% seguros y aptos para el consumo humano.
- Comercialización. Esta acción es realizada también por Ecosac y está orientada al abastecimiento del producto al lugar de destino.

Como se ha mencionado, ECOSAC es responsable por la comercialización de las empresas del Grupo Costa del Sol al que pertenece. Las otras empresas son Proserla, ubicada en Chiclayo, que produce uva, mango y aguacate; y La Bocana, ubicada en Tumbes, que produce langostino.

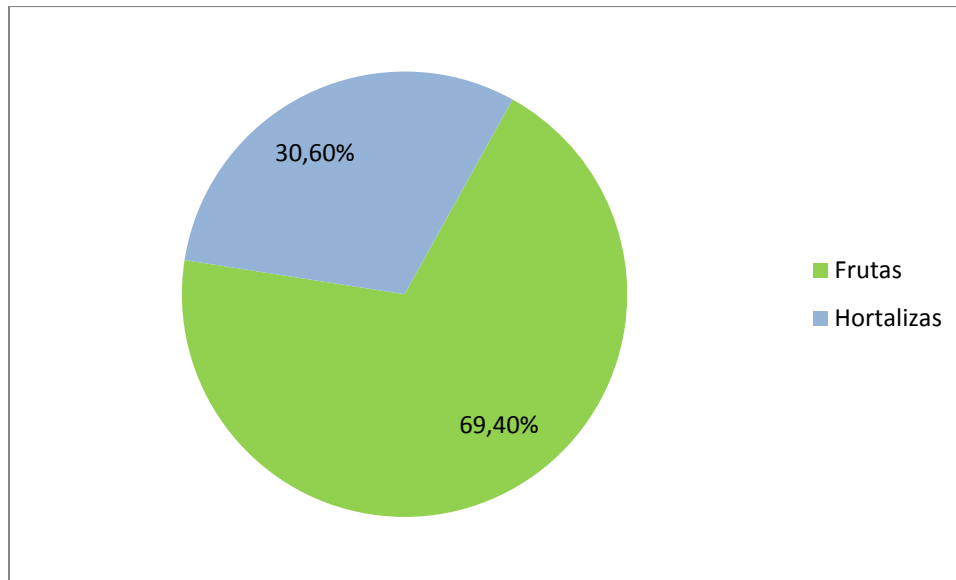
Relaciones comerciales

Los productos ofrecidos por Ecosac se ve influenciados por la estacionalidad y son vendidos en tres presentaciones:

- Fresco: Paltas y uvas
- Conservas: Pimiento piquillo y pimiento morrón
- Congelados: Langostino
- Secos: Páprika

Debido al cambio de la marca por Ecosac, la empresa solo ha exportado un valor de 41,4 millones de dólares en el año 2014, de los cuales han sido representados principalmente por la región Piura que concentra el 96% de todas sus exportaciones. El resto le corresponde a su plantación de Lambayeque donde principalmente produce uvas de mesa. En ese sentido, Piura se caracteriza por dedicarse principalmente a la producción de uvas que, como se observa en el Gráfico N° 13, representa cerca del 70% de su producción con 26.4 millones de dólares. Por su parte, las hortalizas, representadas por el pimiento (morrón, piquillo y seco) se encuentran con el 30.6% de participación y 11.6 millones de dólares.

Gráfico N° 13
ECOSAC: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Por su parte, Ecosac ha realizado sus primeras ventas en el 2014 y estas exportaciones estuvieron concentradas en Estados Unidos, España y Países Bajos, los cuales compran en porcentajes similares (aproximadamente 7 millones de dólares), seguidos por China con 5,2 millones de dólares.

Cuadro N° 36
ECOSAC: PRINCIPALES DESTINOS
(Dólares FOB)

País	2014
Total	38 096 954,5
Estados Unidos	7 697 618,8
España	7 436 709,6
Países Bajos	6 907 988,4
China	5 176 772,7
Tailandia	2 093 985,0
Reino Unido	1 969 561,8
Rusia	1 940 031,0
Hong Kong	1 110 288,5
Canadá	793 746,2
Colombia	704 832,9
Taiwán (Formosa)	590 416,0
Brasil	356 554,7

India	291 049,0
Portugal	283 082,0
Emiratos Arabes Unidos	130 142,0
Puerto Rico	120 597,0
Corea (Sur)	83 915,0
Costa Rica	75 034,0
Ecuador	43 320,0
Singapur	41 230,0
Honduras	40 698,0
Nicaragua	39 678,0
El Salvador	39 225,0
Nueva Zelanda	38 988,0
Qatar	38 304,0
Panamá	30 780,0
Australia	22 407,0

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

A su vez, Eco Acuicola ha continuado realizando ventas al exterior y sus tres principales destinos han sido los mismos que Ecosac: Estados Unidos, España y Países Bajos. Sin embargo, estas ventas fueron inferiores al año anterior, reportando una disminución de entre 80,6% y 91,5%. Esto podría explicarse como una estrategia para que la marca Ecosac se haga más importante, ya que Eco Acuicola estaría cediendo a sus clientes en el exterior para que, paulatinamente reduzca sus exportaciones y su mercado sea atendido únicamente por Ecosac.

Por otro lado, es necesario analizar las ventas de Ecoacuicola, ya que es antecesora de Ecosac, continúa realizando exportaciones y mantiene a sus clientes. En ese sentido, el principal producto que exportó en el 2014 es el langostino con 86,9%, le siguieron las hortalizas y frutas. En cuanto a los destinos de exportación, Estados Unidos y España son los más importantes, como se observa en el Cuadro N° 37.

Cuadro N° 37
ECO ACUICOLA: PRINCIPALES DESTINOS, 2010 – 14
(Miles de dólares FOB)

Nº	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación %
	Total	23 203,9	36 198,7	38 347,2	40 231,2	4 165,8	-89,6%
1	Estados Unidos	4 291,4	6 226,1	9 846,2	10 516,6	2 045,1	-80,6%
2	España	18 550,7	17 172,7	12 034,6	12 596,4	1 130,1	-91,0%
3	Países Bajos	-	5 267,7	5 537,2	5 465,1	466,1	-91,5%
4	Canadá	289,0	322,2	498,5	459,9	153,7	-66,6%
5	Puerto Rico	44,3	112,4	46,3	176,6	130,6	-26,1%
6	Rusia	-	2 418,3	3 172,5	3 091,5	93,7	-97,0%

7	Reino Unido	-	112,9	760,0	1 134,8	84,8	-92,5%
8	China	-	737,2	1 576,5	1 977,0	36,6	-98,1%
9	Costa Rica	-	78,2	86,5	76,5	25,1	-67,2%
10	Dinamarca	-	-	-	-	-	-
11	Ecuador	-	136,7	211,5	246,0	-	-
12	Emiratos Árabes Unidos	-	-	-	120,0	-	-
13	Colombia	-	1 123,2	1 009,4	823,3	-	-
14	Corea (Sur)	-	470,0	537,2	441,1	-	-
15	Guatemala	-	-	69,2	-	-	-
16	Honduras	-	-	38,2	-	-	-
17	Hong Kong	-	554,6	407,7	183,9	-	-
18	India	-	39,8	141,0	169,7	-	-
19	Indonesia	-	200,0	101,0	167,4	-	-
20	Italia	-	113,7	-	-	-	-
21	Otros países	28,4	1 113,0	2 273,7	2 585,4	-	-

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Como se mencionó anteriormente, la empresa ha presentado una reducción significativa de sus ventas debido a la creación de Ecosac que ha asumido la demanda de Eco Acuicola. Pese a ello, la empresa ha mantenido ventas en el 2014, las cuales superan los 4 millones de dólares.

Situación laboral.

ECOSAC es actualmente una de las principales fuentes de trabajo formal en Piura, empleando de manera permanente a aproximadamente 1500 personas entre funcionarios, empleados y operarios fijos.

Por las características estacionales de la producción acuícola, agrícola y agroindustrial, contrata de manera intermitente a aproximadamente 4 500 operarios adicionales, tal como se muestra en el Cuadro N° 38 que muestra el incremento de personal en el último semestre del año.

Cuadro N° 38
ECOSAC: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	6 484	17	6 501
2014-11	6 342	9	6 351
2014-12	5 267	12	5 279

2015-01	4 315	5	4 320
2015-02	2 933	4	2 937
2015-03	2 143	7	2 150
2015-04	2 275	7	2 282
2015-05	2 186	13	2 199
2015-06	4 060	13	4 073
2015-07	5 405	11	5 416
2015-08	6 703	8	6 711
2015-09	8 168	6	8 174

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Esta variación en las contrataciones en los últimos años se debe a que la empresa tuvo una mayor demanda de sus productos, principalmente del pimiento y las uvas, los cuales son cosechados dentro de últimos meses del año. Se observa en el Cuadro N° 39 que, pese a ser el primer año de actividad, hay un número significativo de trabajadores lo que se explica porque los trabajadores de Eco Acuicola SAC pasaron a firmar contrato por Ecosac. Debido a ello, la cantidad de trabajadores que mantiene Eco Acuicola (Cuadro N° 40) se ha reducido considerablemente, aunque sus ventas en el año han sido de más de 4 millones de dólares.

Cuadro N° 39
ECO ACUICOLA: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-11	665	0	10
2014-12	779	0	16
2015-01	1 168	0	8
2015-02	1 534	0	7
2015-03	1 781	0	11
2015-04	1 801	0	9
2015-05	1 576	0	5
2015-06	1 269	0	5
2015-07	905	0	11
2015-08	903	0	7
2015-09	965	0	11
2015-10	998	0	8

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

C) SUNSHINE EXPORT

SUNSHINE EXPORT SAC, es una empresa agroexportadora peruana. Su historia se remonta a 1951, en el que Fernando Wong empieza a sembrar las primeras mandarinas en Huaral, Lima. Debido a esta pequeña experiencia decide fundar Sunshine Export S.A.C. (anteriormente Sunshine E.I.R.L) en 1984 e inicia exportando cítricos, higos, pepinos, granadas, cebollas, melones y, no es hasta 1991 que empieza a exportar mangos, llegando a convertirse en el principal producto de la empresa. Brinda productos de la más alta calidad adaptados a las necesidades del cliente, integrando agricultores en cadenas productivas, promoviendo el desarrollo del recurso humano y la sostenibilidad del ecosistema.

La compañía está conformada por:

- Familia Wong 37.04 %
- Fondo Trasandino Perú 38.08 %
- Seaf Global SME Facility 22.90 %
- SEAF 1.98 %

Sunshine posee una plantación en el Valle San Lorenzo en Piura: Fundo Bora Bora, el cual posee 20 hectáreas dedicadas a la producción de mango Kent. Adicionalmente, la empresa cuenta con tres plantas de procesos:

- Empacadora de frescos, que tiene una capacidad de producción de 300 toneladas por día y que posee certificaciones como: BRC, HACCP, Orgánico y BASC. La empacadora cuenta con calibradoras automáticas para la selección por color y tamaño, así como una línea exclusiva para el lavado, clasificación y empaque de mangos orgánicos que posteriormente serán exportados.
- Congelados, que surgió en sociedad con el Fondo Trasandino. Tiene una capacidad de producción de 32 toneladas por día y posee las certificaciones: HACCP, Orgánico, Kosher y BASC. Además, cuenta con un congelador IQF y dos túneles de congelación.
- Deshidratados, que inició en el año 2010 y actualmente tiene una capacidad de producción de 1 tonelada por día. Posee las mismas certificaciones que la planta de congelados.

Hoy en día SUNSHINE EXPORT S.A.C. exporta más de 15,000 toneladas de mangos frescos, congelados y deshidratados, a diversos mercados como EE.UU, Canadá, Inglaterra, Italia, Francia, España, Países Bajos, Nueva Zelanda, Hong Kong y Japón, convirtiéndose en el mayor exportador de mangos en el Perú con una participación promedio del 15%.

La cadena de valor de SUNSHINE EXPORT está compuesta por todas las etapas, desde el cultivo, procesamiento y empaque hasta la exportación.

- La materia prima de la empresa proviene de los campos propios y de la asociación de pequeños y medianos productores (aproximadamente 450), con quienes se ha trabajado desde hace más de 15 años.
- El procesamiento del producto ocurre tanto en la planta de congelados como deshidratados, en la que participa una mano de obra constante, liderada por el sexo femenino.
- Exportación, principalmente de Paita hacia países de la Unión Europea y Estados Unidos.

Relaciones Comerciales

Sunshine Export; se dedica principalmente a la exportación de productos agrícolas no tradicionales en tres categorías:

- Frescos: mango, palta y uva
- Congelados: mango y palta
- Deshidratados: mango.

Cuadro N° 40
SUNSHINE EXPORT: CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

TIPOS DE PRODUCTOS	PRINCIPALES MERCADOS DE DESTINO
Frescos	Reino Unido, Estados Unidos, Países Bajos y Chile
Congelados	Estados Unidos, Japón y Reino Unido
Deshidratados	Reino Unido

Fuente: Adex Data Trade

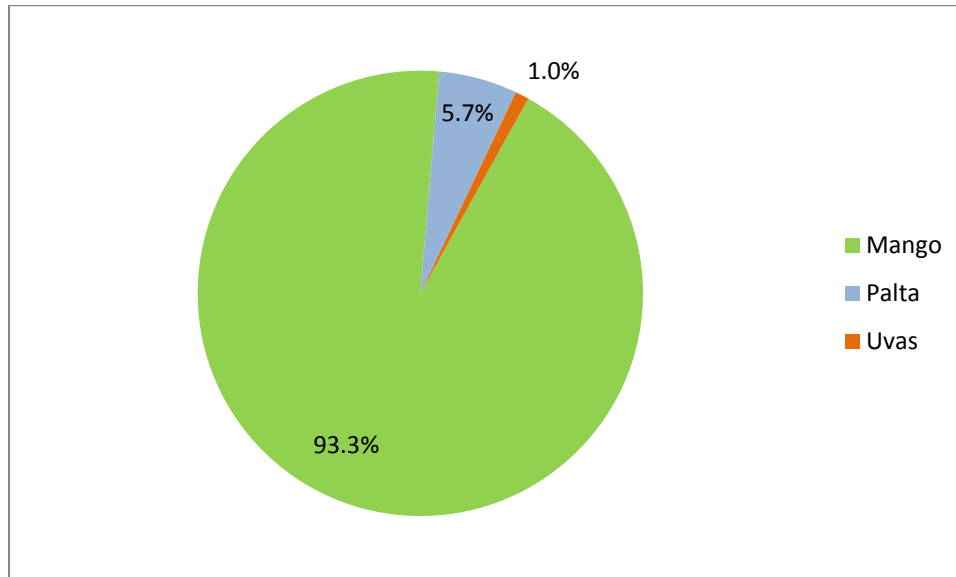
Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En cuanto a las actividades realizadas por la empresa, en el año 2014 realizó ventas por más de 19 millones de dólares, que le permitieron ubicarse entre las principales 500 empresas exportadoras del Perú ubicándose en el puesto 200.

Como se ha mencionado, el principal producto de la empresa es el mango, en todas sus presentaciones, ya que representa el 93% de sus exportaciones totales con más de 17 millones de dólares; seguido por la palta con 5.7%. Las uvas quedan relegadas con 1% debido a que iniciaron su exportación el mismo año con un valor de 190 mil dólares.

Gráfico N° 14

**SUNSHINE EXPORT: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS
(Porcentaje)**



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Analizando a la empresa Sunshine en conjunto, el principal destino de sus exportaciones es Estados Unidos que, en los últimos cinco años, ha comprado en valores superiores a los tradicionales; sin embargo, en el año 2014 presentó una caída del 8% que fue superada por el incremento de las ventas a Japón y Canadá.

**Cuadro N° 41
SUNSHINE EXPORT: PRINCIPALES DESTINOS, 2005 – 2014
(Miles de dólares FOB)**

Nº	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación %
	Total	13 299,0	18 534,4	19 599,1	19 062,8	19 109,3	0,2%
1	Estados Unidos	6 010,3	7 353,8	9 911,1	7 905,2	7 303,5	-7,6%
2	Reino Unido	2 313,4	2 543,2	3 700,7	3 758,0	4 478,7	19,2%
3	Países Bajos	2 552,7	4 474,2	3 413,4	3 357,7	2 683,5	-20,1%
4	Japón	308,9	498,5	180,4	1 187,8	1 938,3	63,2%
5	Chile	74,1	52,4	202,9	923,6	951,0	3,0%
6	Nueva Zelanda	354,7	528,3	495,1	580,5	397,5	-31,5%
7	Canadá	285,7	392,7	381,5	285,7	390,6	36,7%
8	Francia	457,9	448,7	619,7	300,7	294,0	-2,2%
9	Italia	-	-	-	-	207,0	-

10	Bélgica	209,9	108,3	-	-	159,4	-
11	Alemania	199,9	829,8	460,0	596,8	92,9	-84,4%
12	Rusia	-	-	-	-	88,6	-
13	España	459,6	603,7	145,7	138,0	55,2	-60,0%
14	Portugal	-	-	-	-	38,8	-
15	Brasil	-	-	-	-	30,4	-
16	Otros países	71,9	700,6	88,4	28,9	0,0	-100,0%

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

La empresa se ha mantenido en sus ventas en el 2014, destacando las ventas de Estados Unidos, Reino Unido, Países Bajos y Japón. De este grupo, solo dos presentaron reducción de las ventas: Estados Unidos y Países Bajos, los cuales han presentado esta característica desde el 2013. Otra importante caída de las ventas fue hacia España con 55 228 dólares, la más baja en cinco años.

Situación laboral

Sunshine Export S.A.C. es el principal empleador en el Valle de San Lorenzo (Tambogrande - Piura), dando empleo a más de 2,000 trabajadores en el área de embalaje de la empresa, plantas de procesamiento y durante la cosecha.

El Cuadro N° 43 muestra el incremento significativo de personal que tuvo la empresa entre los meses de diciembre a marzo. Ello responde a que el principal producto exportado, el mango, es cosechado en ese período, por lo que la mano de obra es requerida en valores superiores (dos y tres veces más que lo normal). Sin embargo, información publicada de la empresa refiere que brindan trabajo directo a más de 2 mil personas que, si bien es cierto, ello ocurre solo durante un período de tiempo reducido, ya que el promedio de contrataciones está entre 300 y 500 trabajadores al mes, demandando principalmente la mano de obra femenina.

Cuadro N° 42
SUNSHINE EXPORT: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	328	12	340
2014-11	530	13	543
2014-12	1 695	14	1709
2015-01	2 588	11	2599
2015-02	2 098	10	2108
2015-03	968	9	977
2015-04	465	9	474

2015-05	627	8	635
2015-06	649	10	659
2015-07	560	5	565
2015-08	435	8	443
2015-09	364	10	374

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

La empresa no posee sindicato afiliado a la CGTP, sin embargo, el SITAG Perú ha estado coordinando la creación de un Comité Sindical en Tambogrande, la cual buscaba apoyar y defender a los trabajadores de Sunshine y Dominos¹³.

3.2.4. Lambayeque

A) AGROINDUSTRIAS AIB

Agroindustrias AIB es una empresa peruana que nace en 1987 en Chincha con el nombre de Alitec S.A. y se dedica a la elaboración y comercialización de productos alimenticios. Entre sus accionistas (todos peruanos) se encuentran las familias Cilloniz con 25%, Falcone con 50% y Giribaldi con 25%.

En la actualidad cuenta con más de 3000 hectáreas manejadas bajo las normas de Buenas Prácticas Agrícolas. Entre los vegetales y frutas que ofrece están los espárragos, las alcachofas, los pimientos, el piquillo, los jalapeños, los limones, el camu-camu, el maracuyá y los mangos; además tiene modernos sistemas de riego, los cuales están estratégicamente ubicados a través de la costa norte y sur del Perú, lo que les permite aprovechar integralmente las zonas agrícolas más fértiles y la variedad de cultivos que se pueden producir.

La empresa está compuesta por 2 plantas de procesamiento y un campo de cultivo: planta norte en Motupe (Lambayeque), planta sur en Chincha (Ica), campo y puerto en Paita (Piura); además cuenta con oficinas administrativas en la ciudad de Lima.

La cadena de valor de agroindustria está compuesta:

- **Actividad de campo**, donde se dedican en las buenas prácticas de agrícolas de los vegetales y frutas.
- **Producción:** Actividades en planta, que van desde el acopio de los productos del campo hasta la obtención del producto terminado.
- **Industrialización:** Facilita la durabilidad y disponibilidad del producto de una época a otra, sobre todo aquellos que son más perecederos.

¹³ Información brindada por SITAG Perú en el 2012.

- **Comercialización:** Implica a la exportación y ventas de los productos en los cinco continentes.

En ese sentido, la empresa se encarga del proceso y exportación de productos agrícolas en las siguientes líneas de producción: jugos, conservas, congelados y alimentos frescos. Para desarrollar su producción, AIB cuenta con fundos propios y alquilados, tanto en el norte como en el sur del Perú. El modelo de integración es vertical, porque permite tener el control de la todas las fase de la cadena de valor. En la actualidad mantiene alianza con los 5 continentes en la comercialización de sus productos y cuenta con oficinas comerciales en Holanda, Bélgica, Francia, España, Estados Unidos, Canadá, Ecuador, Chile, Sudáfrica, Hong Kong, Australia y Nueva Zelanda, etc.

Relaciones Comerciales

Agroindustrias AIB presenta una línea de productos frescos, conservas, congelados, jugos y derivados, cumpliendo los más altos estándares de calidad. El Cuadro N° 44 muestra los principales destinos de los productos de Agroindustrias AIB.

Cuadro N° 43
AGROINDUSTRIAS AIB: CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

PRODUCTOS	TIPOS DE PRODUCTOS	MERCADOS DE DESTINO
Alcachofa	Congelado, Conserva	EE.UU., España, Francia, Alemania, Países Bajos, Australia, Italia, Japón, Chile
Palta Hass	Congelado, Fresco	Países Bajos, EE.UU., España, Inglaterra, Canadá, Francia, Hong Kong, Japón, Bélgica
Mango	Congelado, jugo y derivados	Países Bajos, EE.UU., Inglaterra, España, Francia, Canadá, Alemania, Japón, Bélgica, Chile
Espárrago	Congelado, Conserva, Fresco	EE.UU., Inglaterra, Países Bajos, España, Japón, Australia, Bélgica, España, Francia, Alemania, Italia
Limón Sutil	Congelado, Conserva, Fresco, Jugo y Derivados	EE.UU., Inglaterra, Países Bajos, Canadá, Chile
Jalapeños	Conserva	EE.UU., Alemania, Inglaterra, España, Países Bajos, Australia, Canadá
Pimiento Piquillo Y Morrón	Conserva	EE.UU., España, Chile, Bélgica, Canadá, Alemania, Países Bajos, Inglaterra
Maracuyá	Conserva, jugo y derivados	Países Bajos, EE.UU., Australia, Chile, España (2012)
Uva	Fresco	EE.UU., Países Bajos, Inglaterra, Hong Kong, España

Granada	Fresco	Países Bajos, EE.UU., Inglaterra, Canadá
Mandarina	Fresco	Inglaterra, EE.UU., Canadá, Países Bajos, Italia (2012)

Fuente: DESENVOLVIMIENTO DEL COMERCIO EXTERIOR AGROEXPORTADOR EN EL PERU PromPerú

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En el mismo año, la empresa ocupó el puesto 97 en el Ranking de las 500 empresas exportadoras más importantes del país en todos los sectores. Cuando se revisan los datos de los mercados de destino, se observa que Estados Unidos sigue siendo el principal destino y Países Bajos es quien más ha comprado los productos en el último año, con un crecimiento de 120% en comparación con el año 2013, tal como se observa en el Cuadro N° 45.

Cuadro N° 44
AGROINDUSTRIAS AIB: PAÍSES DE DESTINO, 2010 – 14
(Miles de dólares FOB)

Nº	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación %
	Total	18 323,9	22 303,5	15 339,3	18 062,7	24 789,0	37,2%
1	Estados Unidos	3 671,8	4 410,0	4 192,1	4 514,3	8 026,5	77,8%
2	Países Bajos	6 100,4	4 835,4	3 685,6	2 461,1	5 414,3	120,0%
3	España	3 357,8	7 532,4	4 119,4	4 974,4	4 846,7	-2,6%
4	Dinamarca	728,5	1 051,4	606,6	1 391,8	1 269,5	-8,8%
5	Reino Unido	1 075,9	1 890,0	730,8	647,5	948,2	46,4%
6	Chile	347,5	443,5	153,1	1 119,6	793,1	-29,2%
7	Alemania	274,7	305,6	65,5	170,3	766,6	350,1%
8	Canadá	438,5	213,7	452,0	521,6	653,6	25,3%
9	Australia	1 094,1	911,2	693,7	1 277,1	511,3	-60,0%
10	Rusia	-	-	-	30,8	453,2	1371,5%
11	Bélgica	-	65,2	161,2	124,2	277,4	123,3%
12	Noruega	-	-	-	175,7	242,9	38,3%
13	República Dominicana	60,0	72,3	-	-	162,9	-
14	Colombia	-	-	-	-	120,2	-
15	Suecia	291,9	114,8	154,8	134,6	74,8	-44,4%
16	Tailandia	-	-	-	98,0	72,8	-25,7%
17	Grecia	-	-	-	-	48,2	-
18	México	-	92,2	59,7	59,1	42,1	-28,7%
19	Francia	-	38,4	-	106,2	38,5	-63,7%
20	Puerto Rico	288,6	67,1	121,9	157,1	15,9	-89,9%
21	Otros países	594,2	260,5	143,0	99,3	10,5	-89,4%

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

La empresa tuvo un crecimiento de sus exportaciones (37,2% superior al 2013), los cuales fueron motivados por las importaciones de sus principales compradores. Así también, el último año Rusia incrementó sus importaciones de los productos de AIB con 1371,5% más que el año anterior, cifra importante tomando en cuenta que las exportaciones a ese país empezaron en el año 2013.

Situación Laboral

La empresa AGROINDUSTRIA AIB S.A agrupa, a setiembre del 2015 a 5 226 trabajadores, pero es a partir de agosto que incrementa considerablemente el número de trabajadores.

Cuadro N° 45
AGROINDUSTRIAS AIB: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	3 941	21	3962
2014-11	3 502	19	3521
2014-12	2 189	21	2210
2015-01	1 898	11	1909
2015-02	1 887	11	1898
2015-03	1 795	19	1814
2015-04	1 950	18	1968
2015-05	2 149	20	2169
2015-06	2 302	22	23024
2015-07	2 144	22	2166
2015-08	3 351	19	3370
2015-09	5 206	20	5226

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Esta variación de contrataciones se debe a los meses de cosecha, el 50% de lo que produce AGROINDUSTRIA AIB S.A se dan en los meses de agosto hasta enero del año siguiente, donde se ve una mayor importancia de los productos como espárragos, alcachofa, pimiento piquillo, pimiento morrón, maracuyá, jalapeños. En cuanto a la presencia sindical, esta no existe.

B) GANDULES INC

GANDULES INC SAC es una corporación formada en el año 2002 con capitales privados y con muchos años de experiencia dedicados al manejo de tierras con fines agrícolas en los valles de Jayanca y San Pedro demostrando de esta manera un profundo compromiso con el desarrollo agroindustrial del Perú.

Gandules Inc. se rige como la empresa líder en el área de cultivo de Chiclayo - Lambayeque contando con 3 mil hectáreas e invirtiendo en nueva tecnología y automatización en sus líneas de producción, siendo ampliamente reconocida por su calidad, confiabilidad y transparencia en la gestión del negocio.

Hoy en día, Gandules Inc. cuenta con el reconocimiento como una de las empresas agroindustriales más importantes del Perú, en su totalidad la integración de sus procesos de producción y la exportación a clientes en más de 40 países.

En la actualidad, la empresa posee 1 planta para productos frescos (uva, pimiento, palta, melón y mango), así como 4 plantas para procesar sus productos:

* Conservas: pimiento morrón, jalapeño, green chili, cherry peppers, gandul.

* Congelados: mango, pimiento, jalapeño y palta.

* Deshidratados: chipotle deshidratado

Por el momento, sus mayores envíos se dirigen a Estados Unidos, la Comunidad Europea, Corea, Taiwán, Noruega, Bélgica y Vietnam.

En la actualidad, GANDULES INC. SAC., es una empresa innovadora dedicada a la siembra, producción, procesamiento, empaque, envasado y comercialización de sus propios productos en una amplia variedad de presentaciones: pimientos, green chili, jalapeños, espárrago, gandul, uva y melones. Sus actividades se dividen en:

- **Actividades de campo**, se dedica al cuidado de sus plantas ya que se encuentra junto a la propiedad del agua de riego de colocación de campos con el fin de asegurar que el producto recién cosechado se procesa en condiciones óptimas.
- **Actividades de planta**, se encarga del acopio del producto del campo hasta la obtención del producto terminado esto gracias a la moderna planta agroindustrial localizada en el valle de Jayanca, la cual ha sido edificada junto a nuestros campos de cultivo con la finalidad de garantizar que los productos recién cosechados se procesen en óptimas condiciones.

- **Comercialización**, implica a la exportación y ventas de los productos con el cumplimiento de estándares nacionales e internacionales para garantizar la inocuidad, calidad y legalidad de sus productos.

La empresa es reconocida en la actualidad tanto en el ámbito nacional como internacional como una de las empresas más importantes en el sector agroindustrial del Perú, que ha sabido integrar totalmente sus operaciones productivas y la exportación de sus productos a clientes en más de 40 países.

Relaciones comerciales

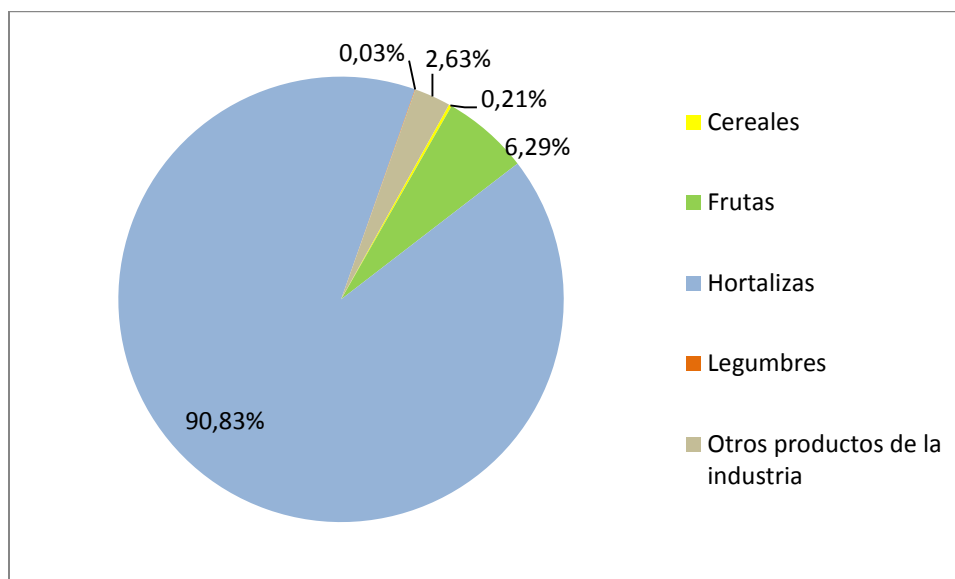
La empresa se dedica principalmente a la exportación de capsicums, pero también a las frutas, aunque en menor medida. Esta acción la realiza en tres presentaciones:

- Frescos: Bell peppers, cherry pepper, green chili, uvas y melón
- Envasados: cherry pepper, green chili, banana pepper, chipotle
- Congelados: peppers, jalapeño, mango
- Conserva: green chili, chipotle, peppers

Gandules ha quedado primero en el ranking exportador de dichos productos y resalta por su constante variación en la producción de los capsicums (pimientos y ajíes). Por otra parte, la empresa también exporta frutas como uvas, mango y melón, pero son las hortalizas las que mayor demanda tienen en el extranjero.

Si se analizan las exportaciones de Gandules, las hortalizas representan el 90.8% de las ventas, seguidas por las frutas (6.3%), como lo muestra la el Gráfico N° 15.

Gráfico N° 15
GANDULES INC: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Al año 2014, la empresa tuvo ventas por 62 millones de dólares, que le permitió ocupar el puesto 81 a nivel nacional en el ranking de las empresas exportadoras. Este resultado se dio gracias a la producción de las 4 zonas donde se encuentra: Ica, Lambayeque, Lima y Piura; de las cuales, Lambayeque representa el 96.8%, siendo la región más importante para la empresa debido a su exportación de ajíes, páprika, frijol, quinua, uva y congelados de jalapeño y pimienta (USD 1 610 771.88).

Cuadro N° 46
GANDULES INC: PRINCIPALES DESTINOS, 2010 – 14
(Miles de dólares FOB)

N�	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación %
	Total	41 253,8	47 212,2	37 156,9	41 554,5	59 318,9	42,7%
1	Estados Unidos	25 490,0	28 034,4	21 648,5	22 778,3	33 325,9	46,3%
2	Alemania	699,5	1 750,3	2 226,4	3 144,5	6 552,8	108,4%
3	Reino Unido	1 343,1	1 713,5	1 895,1	3 055,5	3 183,1	4,2%
4	Países Bajos	2 104,8	2 258,5	2 347,9	4 278,2	3 167,5	-26,0%
5	Puerto Rico	1 894,7	2 065,9	1 385,2	1 677,7	2 130,6	27,0%
6	Canadá	1 341,5	1 651,1	535,4	802,5	2 095,2	161,1%
7	Bélgica	1 462,5	1 491,4	1 714,8	1 473,9	1 853,7	25,8%
8	Australia	1 052,2	2 353,6	1 980,1	1 318,4	1 744,4	32,3%

9	Francia	193,9	189,5	95,6	283,4	750,8	164,9%
10	Suecia	252,8	481,8	530,7	375,2	614,1	63,7%
11	Polonia	-	14,5	34,1	336,2	553,0	64,5%
12	Emiratos Árabes Unidos	199,9	241,1	17,2	211,9	499,7	135,8%
13	Corea (Sur)	7,1	68,9	110,1	116,9	401,9	243,9%
14	España	214,5	456,0	848,6	67,7	394,1	481,9%
15	Dinamarca	126,8	224,5	264,3	164,9	288,6	75,0%
16	Panamá	-	35,5	0,2	122,7	269,4	119,6%
17	Rusia	418,4	261,3	351,8	408,7	201,5	-50,7%
18	Finlandia	111,4	88,7	118,4	110,2	174,8	58,6%
19	Nueva Zelanda	131,5	64,0	53,9	60,3	145,0	140,6%
20	Noruega	54,7	105,5	97,7	16,6	141,9	756,8%
21	Otros países	4 154,4	3 662,2	901,2	750,7	830,9	10,7%

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

La empresa ha mantenido sus ventas a sus principales países de destino, pasando de más de 41,5 millones de dólares en el 2013 a más de 59,3 millones de dólares en el 2014. En el último año sus ventas no han tenido mayor variación, pero el Cuadro N° 47 muestra una ligera disminución de las exportaciones a Países Bajos y Rusia.

Situación laboral

La empresa GANDULES INC brinda un empleo formal que oscila entre 3,500 y 5,000 trabajadores en todas las etapas de la cadena productiva, así también, cuenta con un programa de inserción laboral para discapacitados.

En la actualidad se cuenta con un 70% de personal en los campos propios, 20% personal en planta propia y 10% en proveedores, servicios, transportistas, etc.

Cuadro N° 47
GANDULES INC: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	4 875	29	4 904
2014-11	4 488	22	4 510
2014-12	4 720	29	4 749
2015-01	5 417	9	5 426
2015-02	5 276	16	5 292
2015-03	4 052	18	4 070

2015-04	4 519	18	4 537
2015-05	3 503	16	3 519
2015-06	3 264	21	3 285
2015-07	3 503	24	3 527
2015-08	4 088	19	4 107
2015-09	4 674	21	4 695

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En el Cuadro N° 48 se observa que los meses de enero y febrero cuentan con mayor personal, ello se debe a que en estos meses se realiza la cosecha de las hortalizas con mayor demanda, por lo que requieren mano de obra no especializada. Al igual que muchas empresas del sector, la presencia sindical es nula, por lo que no existe información acerca de los avances en la empresa o de las condiciones laborales de los trabajadores.

C) QUICORNAC

Quicornac es una empresa multinacional de origen suizo – ecuatoriano dedicada a la comercialización de bebidas, jugos, purés y concentrados de frutas tropicales, a nivel nacional y en mercados internacionales presente en más de 32 países en el mundo.

Inicia sus operaciones en Vinces (Ecuador) en 1989 con la producción de jugos y concentrados de maracuyá destinados a la exportación, posteriormente su línea de productos fue ampliándose, así como la mejora de su infraestructura. En el 2008, Quicornac SAC Perú se instala en Olmos, Lambayeque e inicia una campaña para el fomento agrícola de maracuyá.

En la actualidad, la empresa se compone de dos plantas ubicadas en Perú y Ecuador, en esta última se encuentra su oficina principal. Las marcas registradas por Quicornac Perú son: Sufresh, Sunny Go, Sunny, Wally's Famous Burgers, Koko loco, Sunny fresh y Sunbeb.

Las actividades que realiza Quicornac inician con la compra de las frutas a las asociaciones de productores y centros de acopio de la zona y el traslado de estos productos a la planta procesadora en Olmos a través de su flota de autos.

En esta etapa, la empresa se encarga del tratamiento de los productos y subproductos de las frutas en una planta procesadora con tecnología avanzada que le permitirá elaborar los jugos de fruta para el consumo interno y externo.

Relaciones comerciales

Quicornac es una empresa que inició sus operaciones procesadoras en el 2009 y se encarga de la transformación de la maracuyá en todas sus presentaciones. En ese sentido, el Cuadro N° 49 muestra las diferentes presentaciones de la fruta y sus precios aproximados.

Cuadro N° 48
QUICORNAC: INFORMACIÓN DE PRODUCTOS

Tipo de producto	Precio/tonelada 1/	Principales destinos
Concentrados	USD 8000 - 10000	Países Bajos y Estados Unidos
Jugos	USD 1100 – 2800	
Puré	USD 800 - 2000	

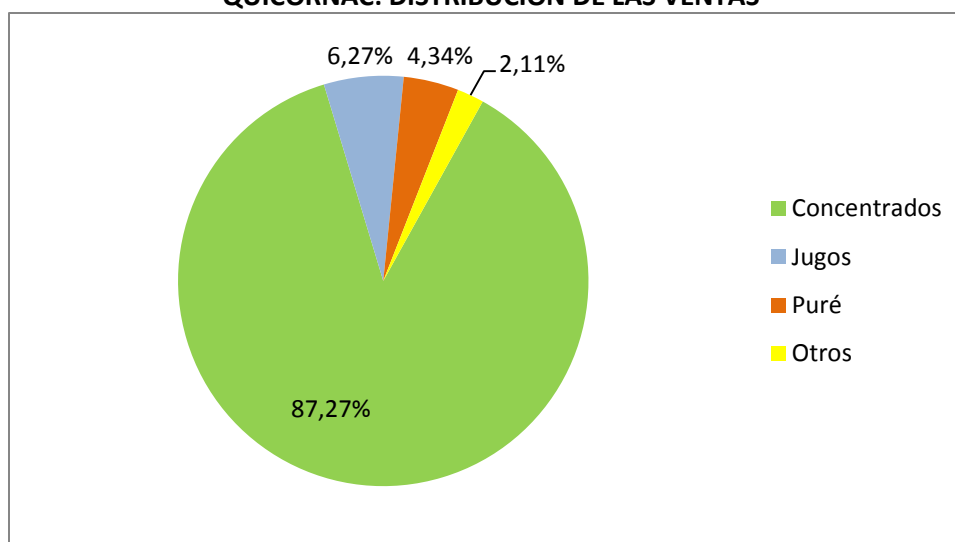
1/ Valores referenciales en base a la información brindada en Aduanas al 2014.

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En base a esta clasificación, el grupo de productos que generaron mayores ingresos en el 2014 corresponden a los concentrados (congelados de maracuyá y mango) con el 87% del total, seguido por los jugos 6.27% y los purés con 4.34%. Con un menor porcentaje se encuentran los otros productos que corresponden a los aromas y representan el 2.11%. En el año 2014, la empresa generó ingresos por ventas al exterior de un total de 17,7 millones de dólares.

Gráfico N° 16
QUICORNAC: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Las exportaciones de la empresa la hicieron ubicarse en el puesto 214 del total de exportaciones a nivel nacional. El principal destino de sus productos es Países Bajos, que concentra el 90,5% de sus exportaciones, generando más de 16 millones de ingresos en el 2014.

Cuadro N° 49
QUICORNAC: PRINCIPALES DESTINOS, 2009 – 14
(Miles de dólares FOB)

Nº	País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Variación %
	Total	3 359,8	12 767,8	12 548,5	8 543,3	14 347,8	17 500,4	22,0%
1	Países Bajos	2 236,3	11 954,8	11 907,9	5 739,8	8 703,4	15 823,0	81,8%
2	Estados Unidos	416,1	621,3	-	1 038,5	1 624,1	968,3	-40,4%
3	Brasil	-	-	640,5	1 490,8	2 422,3	468,0	-80,7%
4	Puerto Rico	589,8	191,7	-	25,3	64,9	121,5	87,2%
5	Canadá	-	-	-	-	213,2	74,8	-64,9%
6	Argentina	-	-	-	-	-	44,8	-
7	Reino Unido	-	-	-	103,4	147,6	-	-
8	Taiwán (Formosa)	77,5	-	-	-	-	-	-
9	Costa Rica	-	-	-	145,5	200,1	-	-
10	Ecuador	-	-	-	-	51,2	-	-
11	España	40,3	-	-	-	-	-	-
12	Filipinas	-	-	-	-	248,8	-	-
13	Panamá	-	-	-	-	672,2	-	-

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En sus 7 años de creación, la empresa ha mantenido los clientes que ahora posee, excepto Canadá que empezó a comprar desde el 2013. Países como Reino Unido, Costa Rica, España, entre otros, han realizado compras discontinuas, siendo el 2013 el último año que importaron los productos de Quicornac.

Situación Laboral

La empresa QUICORNAC agrupa, a septiembre del 2015, a 135 trabajadores en Olmos, quienes realizan actividades en su planta procesadora. La empresa ha mantenido un mínimo de 119 trabajadores, siendo diciembre el mes con menores contrataciones.

En general, a lo largo del año, las contrataciones no sufren grandes variaciones, debido a la presencia de este fruto durante todo el año.

Cuadro N° 50
QUICORNAC: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	115	12	127
2014-11	113	13	126
2014-12	111	8	119
2015-01	123	6	129
2015-02	126	6	132
2015-03	124	6	130
2015-04	120	9	129
2015-05	114	12	126
2015-06	123	7	130
2015-07	127	5	132
2015-08	122	13	135
2015-09	123	12	135

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En cuanto a la presencia sindical, un grupo de trabajadores se ha organizado y ha creado el sindicato en el último semestre del 2014. Por lo que la empresa se ha manifestado de manera negativa y ha optado por la no renovación, despidos injustificados y hostigamientos a sus afiliados¹⁴.

3.2.5. Arequipa

A) PAMPA BAJA

Agrícola Pampa Baja S.A es una empresa agroexportadora peruana, principalmente por la exportación de uvas, palta, mandarina y granada. Además, es miembro del Grupo Layconsa, que desarrolla actividades en el sector inmobiliario, industria gráfica y agrícola. Actualmente el gerente general de la empresa es Juan Paredes. La empresa inició sus operaciones en 1998, empezaron con 100 hectáreas al año. Luego de 10 años desarrollaron las 1,200 hectáreas de Majes, paralelamente implementaron un establo lechero que también fue creciendo. Actualmente cuentan con 2658 hectáreas en Majes y Olmos. Se reconoce su participación como expositores en la Feria Fruit Logística (Alemania), así como en otras ciudades de Hong Kong y EE.UU.

¹⁴ Información brindada por un afiliado del sindicato luego de reconocida la presencia sindical en la empresa.

Cuenta con una planta de empaque y enfriamiento de frutas y una planta de desarrollo lechero. Sus operaciones se ubican en los departamentos de Lambayeque y Arequipa; en este último se encuentran sus oficinas principales.

La cadena de valor de Agrícola Pampa Baja S.A está compuesta por la producción, transporte, comercialización y exportación de productos.

Relaciones comerciales

Agrícola Pampa Baja se dedica únicamente a la agricultura de exportación de hortalizas y frutas, de las que destacan las uvas y paltas. Su producción se ve favorecida por las excelentes condiciones climatológicas que le permiten producir durante todo el año.

Cuadro N° 51
PAMPA BAJA: INFORMACIÓN DE PRODUCTOS

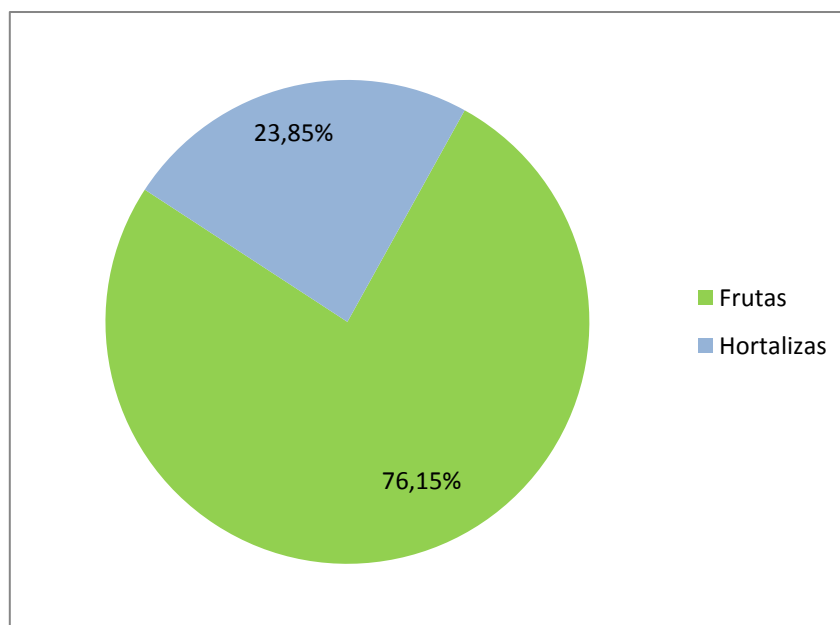
Productos	Tipo de productos	Mercados de destino
Paltas, uvas y granadas.	Frutas	EE.UU., España, Francia, Canadá, China, Países Bajos, Reino Unido y Taiwán.
Cebolla, pimiento y paprika	Hortalizas	EE.UU., España, México y Países Bajos

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En lo que respecta a los proporción de ventas según tipo de productos exportados, en el 2014 las ventas de Pampa Baja estuvieron representadas por las frutas (76.15%) principalmente por la exportación de uvas y paltas. Por su parte, las hortalizas representaron el 23.85% de las exportaciones, por productos como paprika y cebollas.

Gráfico N° 17
PAMPA BAJA: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En el 2014 la empresa ocupó el puesto 195 en el Ranking nacional de las 500 empresas exportadoras más importantes del país, debido a que sus ventas superaron los 19 millones de dólares. Las ventas provenientes de Arequipa representan el 97,6% del total de ventas de la empresa.

Entre los principales destinos de los productos exportados en el 2014 se encuentran los países de la Unión Europea y México. Así también destacan los países asiáticos como Hong Kong, China y Corea del Sur. Los destinos más importantes son Estados Unidos y Países Bajos con 36,3% y 33,3%, respectivamente.

Cuadro N° 52
PAMPA BAJA: PRINCIPALES DESTINOS, 2010 – 14
(Miles de dólares FOB)

Nº	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación %
	Total	5 376,3	6 644,7	9 205,0	17 291,2	19 271,7	11,5%
1	Estados Unidos	289,6	1 606,7	2 690,2	8 188,4	6 989,2	-14,6%
2	Países Bajos	133,5	939,8	1 990,3	4 159,4	6 421,7	54,4%
3	España	4 265,2	3 398,1	2 848,9	3 698,3	2 447,5	-33,8%
4	México	525,9	608,0	833,5	822,0	1 391,1	69,2%

5	Hong Kong	-	-	87,2	-	781,6	-
6	China	-	41,3	50,2	133,4	339,7	154,6 %
7	Corea (Sur)	-	-	46,1	-	328,5	-
8	Canadá	-	-	-	-	247,1	-
9	Reino Unido	-	-	202,5	210,3	105,0	-50,0%
10	Tailandia	-	-	44,0	-	77,5	-
11	Taiwán (Formosa)	-	-	-	35,6	77,5	117,9 %
12	Francia	-	-	43,9	43,9	65,3	48,8%
13	Indonesia	-	-	159,8	-	-	-
14	Panamá	77,5	-	71,6	-	-	-
15	Polonia	-	-	-	-	-	-
16	Puerto Rico	-	8,4	-	-	-	-
17	Chile	-	-	-	-	-	-
18	Colombia	53,6	-	-	-	-	-
19	Bélgica	-	-	2,3	-	-	-
20	Filipinas	-	-	37,6	-	-	-
21	Vietnam	-	-	96,9	-	-	-
22	Rusia	31,0	-	-	-	-	-
23	Singapur	-	42,4	-	-	-	-

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

El Cuadro N° 53 muestra el crecimiento de 11,5% que tuvo la empresa en comparación con el año anterior. Resalta la disminución de las ventas a Estados Unidos y España, y el incremento de las ventas a Países Bajos, México y China, quienes motivaron el crecimiento del último año.

Situación laboral

La empresa Agrícola Pampa Baja agrupa, a setiembre del 2015, a 1841 trabajadores, de los cuales, ninguno se ha asociado a algún sindicato regional o ha iniciado la creación del sindicato de la empresa.

Cuadro N° 53
PAMPA BAJA: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	3 740	21	3 761
2014-11	4 485	17	4 502
2014-12	3 990	22	4 012
2015-01	4 015	11	4 026

2015-02	3 804	19	3 823
2015-03	3 705	16	3 721
2015-04	3 245	10	3 255
2015-05	1 624	13	1 637
2015-06	1 677	16	1 693
2015-07	1 411	10	1 421
2015-08	1 711	12	1 723
2015-09	1 827	14	1 841

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Como se observa en el Cuadro N° 54, la empresa tiene topes de hasta 4500 trabajadores. Esta variación en las contrataciones se debe a los meses de mayor producción de los productos exportados, tanto en la cosecha como en la transformación.

B) EL BOSQUE

El Bosque EIRL es una empresa exportadora de nueces de Brasil. La empresa se inicia en 1992 en la selva sudeste del país y tres años después instala su fábrica en Arequipa convirtiéndose en el único procesador de este producto en el país.

Este producto crece naturalmente en solo tres países: Bolivia, Brasil y Perú; y su principal destino es Estados Unidos debido a la creciente demanda de productos orgánicos.

En el Perú, El Bosque es la principal empresa exportadora de este producto cuyo mayor comprador es Estados Unidos.

La cadena de valor de EL Bosque EIRL está compuesta por las siguientes etapas:

- Recolección
- Almacenamiento
- Procesamiento
- Distribución

Desde sus inicios, la empresa obtiene la castaña amazónica de Madre de Dios, de donde se recolecta el producto. Posteriormente estos son trasladados a Arequipa para su procesamiento.

La distribución de este producto se realiza principalmente a Estados Unidos, donde tiene una cartera de clientes fidelizados debido a las entregas puntuales y la calidad de sus productos. Esta calidad se debe al óptimo procesamiento del producto en su planta de operación, en el que reducen el nivel de aflatoxina¹⁵ de la castaña amazónica a 4ppb como máximo.

¹⁵ Micotoxina producida principalmente por hongos. La FDA de los Estados Unidos la acepta en bajos niveles, ya que es considerado un contaminante inevitable.

De esta manera, la cadena productiva del producto no solo consiste en el proceso de recolección, sino también del traslado, almacenamiento y procesamiento de la castaña. Este producto llega a El Bosque debido a las estrechas relaciones que mantiene la empresa con los recolectores de castañas ubicados en Madre de Dios, quienes les hacen llegar el producto pelado; sin embargo, esta acción es realizada inadecuadamente y sin las medidas sanitarias idóneas, por lo que en este eslabón de la cadena el producto podría verse contaminado con aflatoxinas. Posteriormente, en la etapa de procesamiento la castaña no tiene mayor transformación.

Relaciones comerciales

El Bosque EIRL se dedica principalmente a la exportación de castañas amazónicas peladas, con cáscara o frescas. También a la exportación de otros productos agrarios como maíz, aceitunas, cebollas, frijoles y otras hortalizas; sin embargo, según el reporte de exportación de Adex, estos productos dejaron de exportarse y se dio paso a productos pesqueros como hígados y huevas.

Cuadro N° 54
EL BOSQUE: PRINCIPALES DESTINOS, 2010 – 14
(Miles de dólares FOB)

Nº	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación %
	Total	3 604,0	5 656,2	5 999,2	5 402,4	6 281,2	16,3%
1	Estados Unidos	3 132,8	5 080,7	5 328,2	2 777,2	4 036,4	45,3%
2	Australia	-	-	-	-	1 346,1	-
3	Estonia	-	-	-	-	249,9	-
4	Alemania	133,2	-	-	1 310,1	232,5	-82,3%
5	Países Bajos	-	-	-	-	128,0	-
6	Nueva Zelanda	-	-	-	-	119,9	-
7	Canadá	-	404,7	78,5	302,2	99,0	-67,2%
8	Reino Unido	252,9	61,5	341,1	667,7	69,2	-89,6%
9	Rusia	-	109,3	251,3	345,3	-	-
10	Colombia	-	-	-	-	-	-
11	España	-	-	-	-	-	-
12	Polonia	85,2	-	-	-	-	-
13	Argentina	-	-	-	-	-	-
14	Brasil	-	-	-	-	-	-
15	Hong Kong	-	-	-	-	-	-
16	Israel	-	-	-	-	-	-
17	México	-	-	-	-	-	-

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En cuanto a las ventas de la empresa, en el 2014 exportó del sector agrario únicamente castañas sin cáscara, las cuales representaron el 64,1% de sus exportaciones. El resto correspondió a los derivados de pescado con 35,8%, único producto exportado del sector pesquero.

El Cuadro N° 55 muestra el crecimiento de 16,3% de la empresa, con ventas que superan los 6,2 millones de dólares. Resalta la venta a países como Australia, Estonia, Países Bajos y Nueva Zelanda, que han realizado compras por primera vez a la empresa en el 2014. Por otro lado, Alemania, Canadá y Reino Unido han presentado una reducción de sus importaciones.

Situación laboral

La empresa tiene una cantidad muy reducida de trabajadores, debido a que su principal mano de obra se encuentra en la Amazonia, a quienes les compran el producto. La cantidad que se encuentra contratada corresponde a los trabajadores de la planta en Arequipa y administrativos que se encargan de las actividades complementarias.

Cuadro N° 55
EL BOSQUE: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	24	17	41
2014-11	24	13	37
2014-12	11	12	23
2015-01	14	2	16
2015-02	22	9	31
2015-03	22	13	35
2015-04	22	12	34
2015-05	23	13	36
2015-06	23	15	38
2015-07	23	8	31
2015-08	23	17	40
2015-09	23	13	36

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

C) GREENLAND PERU

GREENLAND PERU S.A.C es una empresa agroexportadora de páprika, ajo, cebolla, maca, espárrago, palta, granada, mandarina, mango y uva.

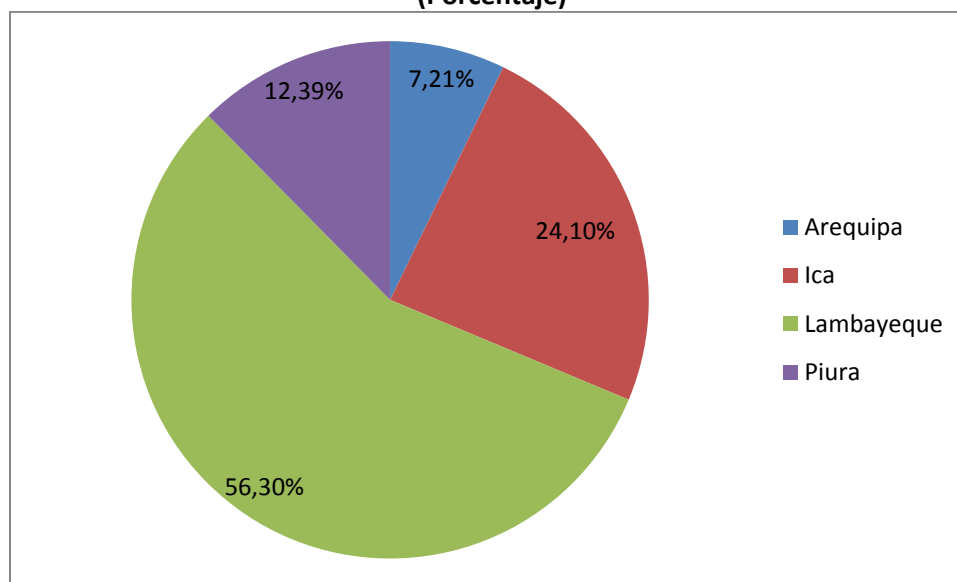
Inició sus operaciones en el año 2005 exportando al mercado mexicano y estadounidense el pimentón pimienta y la cebolla amarilla. La empresa si bien se dedica a la agroexportación, no posee fundos para la siembra de estos productos, sino que cuenta con contratos con productores de Arequipa, Ica, Lambayeque y Piura.

En ese sentido, la empresa se encarga del último eslabón de la cadena, ya que ofrece los productos frescos y, en esa presentación, es ofertado al mercado internacional.

Relaciones comerciales

La empresa, como bien se ha mencionado, se dedica a la exportación de frutas, principalmente de mangos, paltas y uvas. Estos productos tienen su origen en las diferentes ciudades donde se encuentran, es así que se observa que Arequipa no es la principal fuente de ingresos de la empresa, sino que, por el contrario, es la que menor aporte realiza (Ver Gráfico N 18)

Gráfico N 18
GREENLAND: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

El Gráfico N 18 muestra que la región más importante para la empresa es Lambayeque por la exportación de mangos y uvas, con más de 3,5 millones de dólares; seguido por Ica debido a la exportación de paltas y uvas con más de 1.5 millón de dólares.

Arequipa, por su parte, en el último año se ha enfocado en la exportación de uvas. Sin embargo, años anteriores ha exportado mangos y paprika.

Cuadro N 56
GREENLAND: INFORMACIÓN DE PRODUCTOS

Producto	Precio/caja (USD)	Destino
Mangos	2.6 – 4.1	Estados Unidos y Países Bajos.
Paltas	4 - 15	Estados Unidos, Países Bajos y Espana
Uvas	12 - 23	Países Bajos, Canadá, Tailandia y Venezuela
Paprika	No define	Espana y Francia
Cebollas	0.47 – 0.55 (kg)	Espana y Estados Unidos

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En el 2014, la empresa ocupó el puesto 466 en el Ranking de las 500 empresas exportadoras más importantes del país, destacando pese a competir con todos los sectores y tener relativamente pocos años en el mercado. En este año, sus ventas representaron más de 6,2 millones de dólares.

Los 10 años en el mercado le han permitido vender a países como Espana, Estados Unidos, Países Bajos, Chile, México, Hong Kong, Taiwan, entre otros. Sin embargo, en el último año, sus principales compradores fueron Venezuela (que empezó a comprar desde el 2013) y Países Bajos con más de 3.6 millones de dólares, como lo muestra el Cuadro N 58.

Cuadro N 57
GREENLAND: PRINCIPALES DESTINOS, 2010 – 14
(Miles de dólares FOB)

N	País	2010	2011	2012	2013	2014	Variación %
	Total	2 177,4	3 450,2	4 939,7	5 703,3	6 302,4	10,5%
1	Venezuela	-	-	-	645,7	2 447,7	279,1%
2	Países Bajos	347,4	1 024,2	1 121,5	1 865,7	1 270,9	-31,9%
3	Estados Unidos	113,7	764,1	1 099,7	333,7	822,6	146,5%
4	China	-	-	594,3	198,4	311,8	57,2%
5	Tailandia	-	-	821,8	161,1	309,7	92,3%
6	Hong Kong	235,6	-	3,7	34,2	261,0	663,0%
7	Taiwán (Formosa)	-	-	-	111,5	209,4	87,8%
8	Canadá	-	-	44,7	-	191,5	-
9	Espana	1 306,5	1 538,4	822,9	863,7	125,2	-85,5%
10	Colombia	17,5	-	130,9	98,8	102,4	3,6%
11	Singapur	-	-	-	-	84,4	-

12	Rusia	-	-	80,9	352,7	64,0	-81,9%
13	Guadalupe	-	-	-	-	36,8	-
14	Honduras	-	-	-	-	35,3	-
15	Panamá	20,5	81,9	36,9	153,0	29,6	-80,6%
16	Chile	-	-	-	847,1	0,0	-100,0%
17	Bélgica	-	-	29,3	-	-	-
18	Costa Rica	-	12,4	-	29,6	-	-
19	El Salvador	-	-	71,1	-	-	-
20	Filipinas	-	-	41,0	-	-	-
21	Francia	79,7	13,0	-	8,2	-	-
22	India	-	-	-	-	-	-
23	México	-	-	-	-	-	-
24	Nicaragua	-	-	41,0	-	-	-
25	Reino Unido	56,5	16,1	-	-	-	-

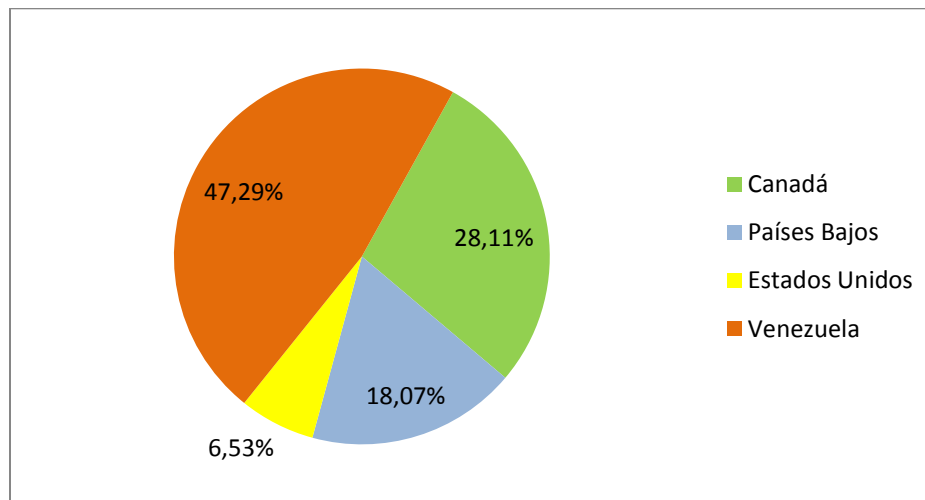
Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

En lo que respecta a las ventas provenientes de Arequipa, Canadá y Venezuela son los más importantes con más de 342 mil dólares en el 2014 en su conjunto.

Se ven relegados con el 24% de las ventas, Países Bajos y Estados Unidos, como se observa en el Gráfico N° 19.

Gráfico N° 19
GREENLAND: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS
(Porcentaje)



Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Situación laboral

Greenland Perú es la empresa analizada con menor número de contrataciones, llegando a alcanzar como máximo 28 trabajadores en los últimos 12 meses. Esta cifra podría deberse a la reducida

actividad que realizan, ya que solo se encargan del último eslabón de la cadena, por lo que sus variaciones no responden al calendario agrícola, sino a la mayor demanda de estos productos en el extranjero.

Cuadro N° 58
GREENLAND: CANTIDAD DE TRABAJADORES

Período	N° de Trabajadores	N° de Prestadores de Servicio	Total
2014-10	9	1	10
2014-11	10	12	22
2014-12	10	13	23
2015-01	10	6	16
2015-02	10	9	19
2015-03	9	6	15
2015-04	10	8	18
2015-05	10	10	20
2015-06	10	7	17
2015-07	10	7	17
2015-08	11	12	23
2015-09	11	17	28

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Debido a la cantidad de trabajadores que se observa en el Cuadro N° 59, la empresa no tiene presencia sindical.

3.3. Noruega como mercado de destino

El Capítulo I describió las características económicas de Noruega, así como sus requerimientos de importación. En ese sentido, la cantidad que este país importa es aún reducida y se centra principalmente en el petróleo. Por ello, los productos agrícolas peruanos son importados cuando la producción en ese país es imposible o limitada, lo que le impide satisfacer su propia demanda.

El Cuadro N° 59 muestra que la región con mayores ventas a Noruega es Ica con más de 2 millones de ventas, seguido por Lambayeque con más de 452 mil dólares. Por su parte, la región La Libertad ha ido disminuyendo paulatinamente sus exportaciones y, hasta noviembre del 2015, no había realizado ningún envío de productos. Por otro lado, Piura presenta ventas discontinuas, pero en lo que va del 2015 ya ha exportado más de 287 mil dólares; caso contrario ocurre con Arequipa, la cual dejó de exportar a este país en el 2008.

Cuando este análisis se desgrega por empresas, se observa en el Cuadro N° 60 que, solo cinco de las 15 empresas analizadas han realizado ventas a Noruega, entre las que destaca Agrokasa, la cual empezó a exportarle a partir del 2012 un único producto: uvas frescas, que tuvo un crecimiento promedio anual de 24%.

Mientras que en Agroindustrial Beta se observa que solo vendió 128 248 dólares en el 2014, es decir, el 0,1% de participación. El producto exportado corresponde a los espárragos frescos o refrigerados, el cual tuvo una caída de -64,5% respecto al año anterior.

Por su parte, Camposol también ha realizado ventas de mango y espárrago, pero este último dejó de venderse en 2013; mientras que los mangos aún generan ventas por más de 37 mil dólares.

A su vez, Danper atendió al mercado noruego en el 2013 por un valor de 73 440 dólares debido a la exportación de mangos. Si se analiza en los últimos diez años, se observa que solo vendió espárragos en conserva en el 2005 por un valor de 29 111 dólares.

Finalmente, Gandules ha realizado ventas a Noruega en los últimos cinco años, las cuales han sido principalmente por hortalizas. La empresa empezó a exportar desde el 2002 diferentes tipos de productos (frijoles, pimiento, quinua, salsas, entre otros), pero en los últimos tres años la demanda de productos se concentró únicamente en hortalizas (pimientos, ajíes, espárragos) y frutas (mangos, uvas).

Cuadro N° 59
PARTICIPACIÓN REGIONAL EN LAS EXPORTACIONES A NORUEGA
(Dólares)

Sigue...

Región	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Total	2 819 555	1 031 466	1 851 589	916 621	1 984 943	2 357 049	1 587 756	1 296 675
Ica	64 037	2 880	-	-	-	-	-	42 028
La Libertad	-	-	-	-	-	550 995	74 279	94 457
Piura	-	-	46 118	-	-	28 240	31 065	-
Lambayeque	1 633 036	462 248	567 926	185 530	468 460	445 522	119 365	185 535
Arequipa	-	-	-	-	-	-	102 934	27 345
Demás regiones	1 122 482	566 338	1 237 545	731 091	1 516 483	1 332 292	1 260 113	947 310

...Continúa

Región	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 a/
Total	1 659 453	2 447 364	4 836 855	3 148 346	3 887 360	4 275 008	4 577 062	4 196 016
Ica	74 476	185 306	406 029	371 029	1 708 107	2 306 602	2 899 524	2 599 200
La Libertad	130 385	-	106 992	74 626	87 891	73 440	74 402	-
Piura	-	-	-	-	-	15 486	-	287 642
Lambayeque	-	353 149	378 311	105 474	97 681	192 236	452 021	528 107
Arequipa	247 722	-	-	-	-	-	-	-
Demás regiones	1 206 870	1 908 909	3 945 523	2 597 217	1 993 681	1 687 244	1 151 115	781 067

a/ Información a setiembre del 2015.

Fuente: ADEX Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae

Cuadro N° 60
EXPORTACIONES DE LAS EMPRESAS CON DESTINO A NORUEGA
(Dólares)

Sigue...

Empresa	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Total	50 995	102 047	124 212	209 859	110 941	356 159
Agrokasa	-	-	-	-	-	-
Agroindustrial Beta	-	-	16 940	79 474	68 267	169 816
Camposol	21 884	74 279	94 457	130 385	10 880	131 677
Danper Trujillo	29 111	-	-	-	-	-
Gandules Inc	-	27 768	12 815	-	31 794	54 666

... Continúa

Empresa	2011	2012	2013	2014	2015 a/
Total	292 836	1 336 028	1 586 168	1 736 806	1 683 591
Agrokasa	-	927 459	1 119 803	1 429 394	1 384 862
Agroindustrial Beta	112 736	291 248	360 883	128 348	231 056
Camposol	74 626	19 636	-	37 202	-
Danper Trujillo	-	-	73 440	-	-
Gandules Inc	105 474	97 686	32 042	141 862	67 673

a/ Información a setiembre del 2015.

Fuente: ADEX Data Trade

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae

CAPÍTULO IV: Certificaciones de las empresas agroexportadoras

A partir de la década de los 70, las personas ya no solo buscan la satisfacción de sus necesidades de alimentación, sino de otra serie de atributos adicionales guiados por motivos subjetivos, ideológicos, ambientales y sociales. Este cambio en el patrón de consumo se ve enfocado principalmente en los ciudadanos de países desarrollados –quienes tienen un nivel de ingreso superior al promedio– que han cambiado la búsqueda de cantidad por calidad de sus alimentos, es así que este concepto debe ser implícito en el producto e ir más allá de las exigencias tradicionales (sabor, color, peso, etc.).

Desde la oferta y producción de alimentos, estos requisitos implican una reorganización de los procesos que deben cumplirse para satisfacer estas exigencias. Es decir, países productores y proveedores de alimentos al mercado internacional, como Perú, deben adecuar estos requisitos no solo para el producto final, sino también para todas las fases de su cadena.

La certificación en el sector agroalimentario es exigida implícitamente por los consumidores, ya que les asegura que los productos que consumen son seguros y han pasado por un proceso de producción inocuo. Esta exigencia genera en la industria la necesidad de adoptar medidas adicionales a las ya exigidas por la normatividad legal que garanticen no solo la seguridad alimentaria del producto sino de otros atributos beneficiosos para el ser humano y medio ambiente. Por esta razón, una empresa debe certificarse y, de esta manera, cumplir con una serie de requisitos que sus clientes consideran como importantes.

Por otro lado, en el marco de las certificaciones, hay otros dos conceptos generalmente relacionados: normalización y acreditación; sin embargo, estos difieren del concepto de certificación, aunque sí se encuentran estrechamente relacionados:

- La *normalización* es la actividad inicial, ya que de ahí parten todas las certificaciones. Consiste en adherir procedimientos o especificaciones de productos a las alineaciones de la empresa, las cuales ofrecen importantes beneficios como mejorar procesos, proteger la salud y el medio ambiente, prevenir los obstáculos del comercio y facilitar la cooperación tecnológica. Uno de los principales entes normalizadores es la Organización Internacional de Normalización (ISO, por sus siglas en inglés), el cual promueve una estandarización internacional de las normas de productos y seguridad para las empresas. En el Perú está representada por el Instituto Nacional de Calidad (INACAL) quien absorbió las funciones del Área de Normalización del Indecopi. Esta entidad se encarga de brindar las normas técnicas aplicables al ámbito peruano que promuevan la calidad, innovación tecnológica y la protección, salud y seguridad de los ciudadanos.

- Mientras que la *acreditación* es el proceso mediante el cual un organismo autorizado garantiza que los organismos de certificación están capacitados para efectuar programas y brindar certificaciones. Los organismos que establecen normas también pueden acreditar a otros organismos o personas. Así como la normalización, el ente encargado en el Perú es el INACAL, pero a través de su Servicio Nacional de Acreditación, quien se encarga de verificar el cumplimiento de los organismos de certificación en la emisión de certificados.

4.1. La importancia de las certificaciones y su clasificación

El concepto de certificación es todavía poco conocido; por ello, la FAO la define como:

“La garantía por escrito dada por una agencia certificadora independiente, que asegura que el proceso de producción o el producto cumple con ciertos requisitos establecidos por diferentes organizaciones o países”.

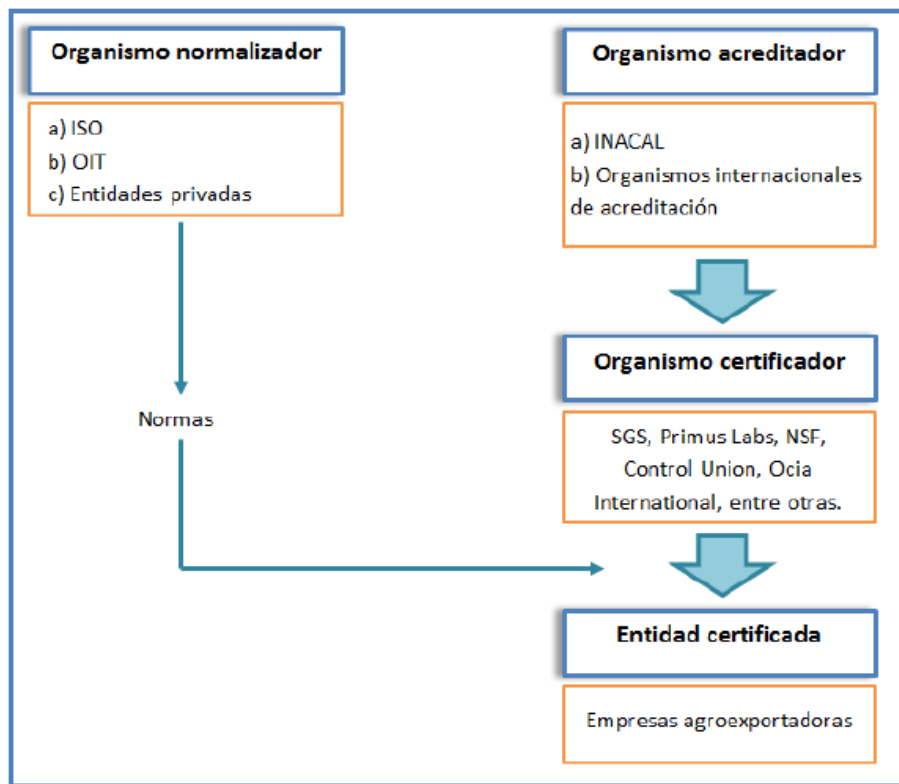
En situaciones en las que el productor y el consumidor no tienen trato directo, la certificación se hace necesaria, ya que permite verificar que el producto ha sido producido como el productor dice haberlo hecho. En ese sentido, la importancia de las certificaciones radica en demostrar que un determinado bien ha sido producido bajo estrictos criterios de producción, lo que le permitirá diferenciarse, así como mejorar las posibilidades de ingreso a mercados y lograr que los productos, en algunos casos, reciban un mejor precio. En la actualidad, son tres requisitos básicos para satisfacer las preferencias del consumidor final:

- Producto libre de químicos
- Cuidado del entorno ambiental
- Seguridad y salud de los productores / trabajadores

Las empresas pueden optar por una amplia gama de certificaciones, pero la decisión de certificarse va unida con el objetivo que desean alcanzar y la inversión que desea realizar.

Como se mencionó anteriormente, los tres conceptos (normalización, acreditación y certificación) están estrechamente relacionados. Por una parte, el organismo normalizador establece las bases a través de la emisión de normas que, posteriormente, una organización (acreditada) puede certificar. El cuadro N° 61 muestra a todos los actores de estos procesos.

Cuadro N° 61. ACTORES DIRECTOS E INDIRECTOS DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN



Fuente: “Certificaciones y relaciones laborales en las empresas agroexportadoras peruanas. Estudio de casos en las regiones de La Libertad e Ica” - ODT
 Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Las certificaciones que pueden obtener las empresas agroexportadoras peruanas responden a las exigencias de los consumidores, en ese sentido, deben enfocarse además de los temas de calidad, en temas sociales y ambientales que han tomado mayor importancia por los consumidores.

De esa manera, la clasificación planteada para el sector agroexportador sería por tipo de certificación: calidad e inocuidad y responsabilidad social. Adicional a ello, se agregará la de exigidas por el retail (cadenas de supermercados), las cuales también incluyen los temas de calidad y responsabilidad social. Esta triple clasificación responde principalmente a las exigencias de los compradores, ya que las primeras son de los consumidores para todos los productos que adquieren; mientras que la última es del cliente – en este caso, el supermercado– hacia la empresa proveedora.

Por esta razón, las empresas peruanas que se dedican a exportar productos alimenticios, necesitan tener y demostrar que cumplen con estas normas y la única manera de hacerlo es a través de un certificado emitido por una organización reconocida internacionalmente. En el Perú hay un gran número de estos organismos tanto de procedencia nacional como internacional – en este caso, con

sede en Perú– las cuales realizan las auditorías respectivas para emitir una constancia, por lo que el proveedor puede elegir entre cualquiera de ellas según el objetivo que desea alcanzar.

4.2. Comparación de principales certificaciones

El intercambio comercial entre países, la estabilidad de la producción y la oportunidad de expandirse han llevado a las empresas a exportar sus productos y a asumir las condiciones de las nuevas tendencias de compra. En ese sentido, las certificaciones juegan un papel importante porque les permite ingresar a otros mercados y percibir mayores ingresos. Acceder a mercados como Estados Unidos o la Unión Europea representa mayor dificultad, no sólo por el tema legal y sanitario, sino también por el patrón de consumo de sus habitantes.

Por esta razón, para el desarrollo de este estudio, se han clasificado en: certificaciones de *calidad*, *responsabilidad social* y *exigidas por el retail* las cuales permiten que las empresas del sector agroexportador peruano se enfoquen en los nuevos mercados y obtengan certificaciones similares.

Certificaciones de calidad e inocuidad

Este tipo de certificaciones están referidas al cumplimiento de estándares de calidad en el proceso productivo, es exigida implícitamente por los consumidores quienes están cada vez más conscientes e interesados en los problemas sociales y el medio ambiente que están involucrados con la producción de los productos agropecuarios que consumen; sin embargo, estas normas también tratan algunos puntos relacionados al trabajador que son importantes de analizar. El cuadro N° 62 muestra algunos criterios laborales que este tipo de certificaciones toma en cuenta. Por ejemplo, la higiene del trabajador, la cual es una norma básica para el sector en el que se encuentran, ya que los trabajadores tienen contacto directo con los productos y necesitan mantener un estándar higiénico que no afecte a la producción. Así como la ropa de protección adecuada, la cual protege al trabajador – de posibles lesiones en el desarrollo de su trabajo– y al producto – para que sea elaborado en óptimas condiciones.

Cuadro N° 62. ASPECTOS LABORALES DE LAS CERTIFICACIONES DE CALIDAD

Característica	Global GAP	BRC	SQF	IFS	GMP	HACCP	KOSHER	ORGANIC	BASC	HALAL	ISO 9001	ISO 14001	OEA	OHSAS 18001
Higiene del trabajador	x	x	x	x	x									
Ropa de protección y vestimenta adecuada	x	x	x	x	x									
Capacitación al personal	x	x	x	x	x	X	x	x	x	X	X	X	X	x
Instalaciones higiénicas adecuadas	x			x	x									
Espacio reservado para la alimentación	x			x										
Medidas de seguridad frente a posibles accidentes	x	x		x	x									
Cuidado de la salud			x		x									
Sistema de gestión											x	x	x	x

Fuente: En base a las diferentes normas publicadas en las páginas web de cada certificación.

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

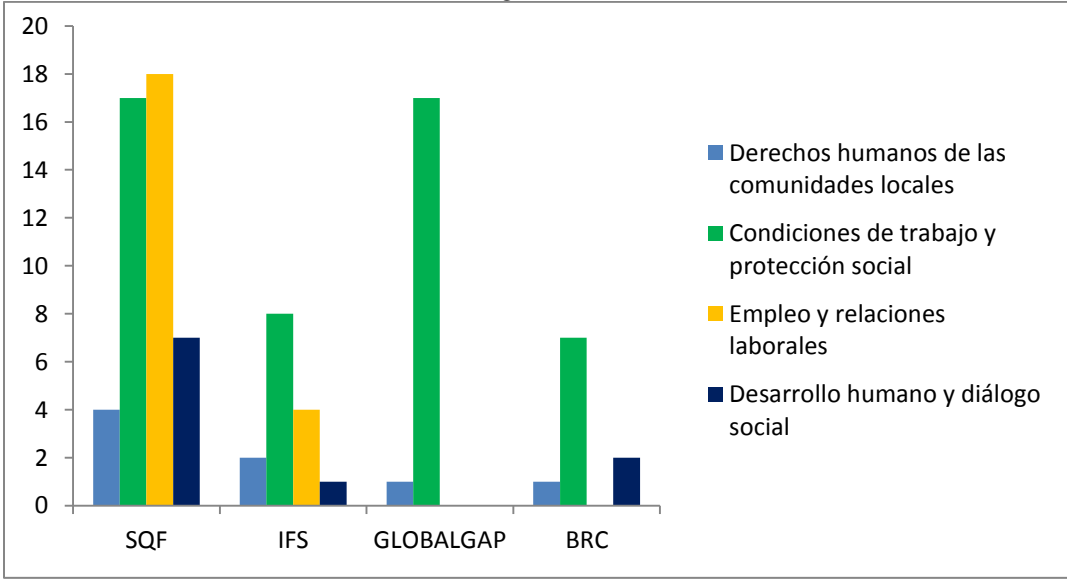
Una característica que todas las certificaciones tienen es la capacitación, la cual es fundamental porque es la única manera de que apliquen el estándar elegido para determinados productos, ya que sin ello los trabajadores no podrían realizar un procedimiento óptimo que dé por resultado un producto de calidad.

Se observa, además, que más de la mitad de estas certificaciones no considera aspectos laborales en sus normas, ello se debe a que su enfoque es con el producto, es decir, el cuidadoso manejo durante su proceso productivo que no genere ningún perjuicio para el consumidor; aunque este no signifique mejoras para las condiciones de trabajo. En el caso de las certificaciones ISO y OHSAS, estos son sistemas de gestión que permiten que la organización implemente o mejore sus procesos para alcanzar sus resultados propuestos; mientras que la OEA es una certificación que mejora su situación competitiva a través de facilidades en el comercio. Por esa razón, solo refieren a la capacitación como de vital aplicación.

Ámbitos sociales considerados por las certificaciones de calidad

En base a las certificaciones más solicitadas, se han elegido a las cuatro principales certificaciones de calidad en el sector y su influencia en temas sociales.

Gráfico N° 20
CERTIFICACIONES DE CALIDAD: CRITERIOS CONSIDERADOS POR LAS NORMAS SEGÚN ENFOQUE SOCIAL



Fuente: StandardsMap
 Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

El Gráfico N° 20 muestra el número de requisitos para cada uno de los estándares desglosados por área de sostenibilidad, en ella que se observa que la certificación Safe Quality Food posee un mayor

número de requisitos en temas sociales, especialmente en empleo y relaciones laborales, lo que significa que tiene una proyección tanto de calidad como de responsabilidad social.

a) Derechos humanos de las comunidades locales

De las 4 certificaciones analizadas, SQF es la que más criterios considera, ya que se preocupa por las prácticas de producción seguras, mejora de las condiciones de vivienda de las comunidades y el principio de género. Este último es importante porque en el sector, el género femenino es el que predomina, pero carece de beneficios necesarios para su desarrollo.

Por otro lado, Global Gap y BRC solo consideran un criterio que es relacionado con un correcto proceso productivo que signifique una alimentación saludable.

b) Condiciones de trabajo y protección social

Las certificaciones Global Gap y SQF consideran 17 criterios entre los que consideran la seguridad en el trabajo (Global Gap como fundamental y SQF como recomendación), botiquín de primeros auxilios, acceso a servicios básicos y condiciones e instalaciones de calidad. En ese sentido, las normas establecen principal cuidado y atención a las condiciones en las que el trabajador se desenvuelve.

c) Empleo y relaciones laborales

Nuevamente, la certificación SQF considera un mayor número de criterios, mientras que Global Gap y BRC no lo hacen, lo que significa que consideraciones como contratos, gestión de recursos humanos, prohibición de retener documentación, licencias por salud y cumplimiento de la normativa laboral vigente no son considerados ni como recomendaciones, lo que es preocupante para una certificación de aceptación internacional y con mayor captación de empresas.

d) Desarrollo humano y diálogo social

Este grupo de criterios son considerados principalmente por SQF y abarcan la libertad sindical, negociación colectiva y la no discriminación en el trabajo (principales criterios de la OIT), así como el monitoreo de la satisfacción de los trabajadores en su centro de labores, los cuales son considerados como recomendación, es decir la norma no exige su cumplimiento; lo que sí ocurre con la formación continua, la cual debe estar documentada para verificar su aplicación.

Certificaciones de responsabilidad social

Las certificaciones relacionadas a la responsabilidad social tienen un enfoque hacia el trabajador, es decir, abarcan más temas relacionados a los trabajadores y sus condiciones laborales. Por esta

razón, la cantidad de criterios que consideran son mayores. El Cuadro N° 63 muestra el resumen de las principales características en temas laborales que deben ser cumplidas por las empresas.

Cuadro N° 63
ASPECTOS LABORALES DE LAS CERTIFICACIONES DE CALIDAD

Característica	BSCI	THE GLOBAL COMPACT	SA 8000	FAIR FOR LIFE
Libertad de Asociación y de Negociación	X	X	X	X
No discriminación	X	X	X	X
Remuneración Justa	X		X	X
Jornada Laboral digna	X			X
Seguridad y salud en el trabajo	X	X		X
No al trabajo infantil	X	X	X	X
Protección para jóvenes trabajadores	X			
No al trabajo precario	X		X	
No al trabajo forzoso	X	X	X	X
Ambiente de trabajo seguro e higiénico		X		X
Protección de la comunidad		X		X
Prohibición de castigos				X
Contrato específico y claro				X
Pago de horas extras	X		X	X

Fuente: En base a las diferentes normas publicadas en las páginas web de cada certificación.

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Las primeras normas: BSCI y The Global Compact no son certificaciones en sí mismas, sino iniciativas privadas, las cuales intentan promover la responsabilidad social a través de la libre adopción de sus criterios; en ese sentido, la iniciativa no regula ni brinda una certificación, ya que solo se basa en el compromiso de dar a conocer los avances de su adhesión, como un fin de publicidad y transparencia. Las demás normas sí pueden certificarse y se enfocan en criterios internacionalmente aceptados para el trabajo a través de la OIT, así como condiciones laborales adecuadas para el ser humano.

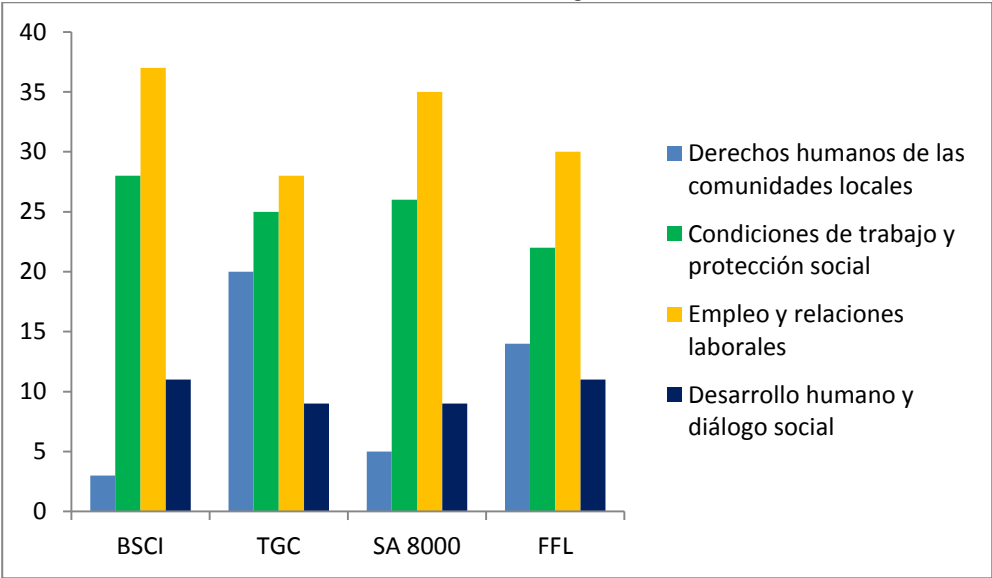
Los criterios considerados en el cuadro N° 61 responden principalmente a la situación precaria que atraviesan los trabajadores del sector. Las acciones que deben tomarse se concentran principalmente en derechos fundamentales, como la no precarización, la libertad de asociación y la seguridad en el trabajo.

La certificación Fair For Life es una de las más completas, ya que a diferencia de las iniciativas consideradas, la norma sí exige su aplicación y el grado de obligación es fundamental, tanto en beneficios sociales como de los trabajadores. En este punto, es necesario mencionar que, a diferencia de las otras normas, es la única que tiene el 75% de criterios de aplicación inmediata lo que significa que las empresas deben cubrir estas características antes del proceso de auditoría para que puedan obtener la certificación, lo que a su vez se traduce en beneficios inmediatos para los trabajadores.

Ámbitos sociales considerados por las certificaciones de responsabilidad social

En base a las certificaciones más solicitadas en el sector agroexportador, se han elegido a las cuatro principales certificaciones y se ha clasificado su influencia según cuatro temas sociales trascendentales.

Gráfico N° 21
CERTIFICACIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL: CRITERIOS CONSIDERADOS POR LAS
NORMAS SEGÚN ENFOQUE SOCIAL



Fuente: StandarsMap
 Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

El Gráfico N° 21 demuestra cómo es que este grupo considera ampliamente temas relacionados a la responsabilidad social, entre las cuales The Global Compact (TGC) considera un mayor número de criterios (82 en total), distribuidos de manera casi uniforme, lo que no ocurre con las demás normas.

a) Derechos humanos de las comunidades locales

El Pacto Mundial (TGC, por sus siglas en inglés) es la que más criterios considera en derechos humanos y promoción de la comunidad. Sin embargo, todos sus criterios solo funcionan como

recomendaciones y no como exigencias. En contrapartida, la iniciativa BSCI considera criterios de fundamental aplicación, aunque da un periodo máximo de 1 año para que sea ejecutado.

Esta clasificación considera derechos fundamentales del ser humano como la salud de los trabajadores, acceso a mejores condiciones de vida y la promoción del desarrollo comunitario, a través de programas sociales o acceso a nuevas oportunidades laborales.

b) Condiciones de trabajo y protección social

Los criterios considerados en este grupo son de uniforme aplicación, ya que para las 4 normas consideradas son importantes, teniendo un promedio de 25 criterios en aspectos como condiciones de trabajo justas, respeto de los derechos en el trabajo, equipos de seguridad necesarios, seguridad y salud en el trabajo, así como ambientes adecuados.

c) Empleo y relaciones laborales

Los criterios considerados en este grupo son los de mayor número y abarcan temas como la abolición al trabajo forzoso, condiciones laborales óptimas, compensaciones, contratos, seguros, políticas de contratación, horas de trabajo y permisos. En su mayoría son considerados fundamentales o de inmediata acción, a excepción del Pacto Mundial que solo son recomendaciones.

d) Desarrollo humano y diálogo social

En este aspecto, consideraciones como la libertad de asociación, capacitación, gestión de las quejas de los trabajadores y políticas de género son aplicadas por todas las normas. La norma SA 8000 es la que considera de acción inmediata su cumplimiento, es decir, debe ser aplicada antes de pasar por el proceso de auditoría; sin embargo, en el sector es una de las normas menos utilizadas.

Certificaciones exigidas por el retail

Los principales clientes de las empresas agroexportadoras peruanas son las cadenas de supermercados de Estados Unidos y la Unión Europea y son precisamente estos clientes quienes han establecido sus propios criterios de aceptación de productos, a través de la certificación de sus normas. Generalmente, estas normas se concentran en temas de calidad y medio ambiente; sin embargo, se han resaltado los aspectos que guardan relación con el trabajador (Cuadro N° 64)

Cuadro N° 64
ASPECTOS LABORALES DE LAS CERTIFICACIONES EXIGIDAS POR EL RETAIL

Característica	Tesco Nurture	FIELD TO FORK	SYSCO
Protección de la salud	x		
Protección de la comunidad	x	x	
Cumplir la Ley laboral			x
Incentivos laborales			x
Beneficios laborales			x

Fuente: En base a las diferentes normas publicadas en las páginas web de cada certificación.
 Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Debido a la naturaleza de estas certificaciones, la información brindada es limitada. Por una parte Tesco, a través de su certificación Nurture, menciona que sus proveedores de frutas y hortalizas deben mantener estrictos criterios en sus prácticas agrícolas, así como el cuidado de la salud del trabajador y del medio ambiente.

Por otro lado, la inglesa Mark and Spencer, a través de Field to Fork, pretende asegurar que los productos que ofrece cumplen con las exigencias de sus consumidores, principalmente en temas de salud, por lo que su enfoque no son las condiciones laborales. Sin embargo, considera aspectos para proteger a la comunidad de posibles daños que puedan ocasionarse en alguna fase de su cadena productiva.

Finalmente, la estadounidense Sysco también ha establecido criterios enfocados en la calidad del producto, pero menciona, como recomendación, las buenas condiciones que los empleadores deben ofrecer a sus trabajadores en el desarrollo de sus actividades.

4.3. Certificaciones de las empresas agroexportadoras

Como se ha mencionado, las empresas agroexportadoras peruanas han tomado mayor importancia en la última década debido a sus ventas al exterior. En ese sentido, el grupo de empresas seleccionadas para este estudio concentraron más de 843 millones de dólares en el 2014, producto de sus envíos a la Unión Europea y Estados Unidos.

**Cuadro N° 65
PRINCIPALES EMPRESAS AGROEXPORTADORAS 2014**

EXPORTADOR	UBICACIÓN	RANKING	TOTAL
CAMPOSOL S.A.	La Libertad	32	210,748.90
DANPER TRUJILLO S.A.C.	La Libertad	54	114,037.95
COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	Ica	57	102,913.77
SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	Ica	67	77,251.13
EL PEDREGAL S.A	Piura	77	64,733.31
GANDULES INC SAC	Lambayeque	81	62,018.28
AGROINDUSTRIAS AIB S.A	Lambayeque	97	47,480.42
ECOSAC AGRICOLA S.A.C.	Piura	111	39,521.35
GREEN PERU S.A	La Libertad	154	27,212.86
AGRICOLA CHAPI S.A.	Ica	170	23,920.53
AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C.	Arequipa	195	19,607.57
SUNSHINE EXPORT S.A.C	Piura	200	19,269.24
QUICORNAC S.A.C.	Lambayeque	214	17,718.00
EL BOSQUE EMPRESA INDIVIDUAL DE R LTDA	Arequipa	315	10,994.21
GREENLAND PERU S.A.C.	Arequipa	466	6,257.67
TOTAL			843,685.18

Fuente: SUNAT – Declaración Aduanera de Mercancía

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

Las cifras del Cuadro N° 63 muestra el nivel en el que se encuentran las empresas del sector en cuanto a sus ventas, lo que les ha permitido ubicarse dentro del ranking de las 500 empresas exportadoras del país. Este crecimiento responde a criterios que han adoptado en el transcurso de los años y que les ha abierto las puertas del mercado internacional.

Las principales certificaciones que poseen responden a criterios de calidad e inocuidad, pero por la naturaleza del sector, se ha desarrollado una serie de iniciativas nacionales como internacionales que defienden los derechos laborales y que son importantes para mejorar sus condiciones de trabajo.

Como se observa en el Cuadro N° 64, las certificaciones más requeridas por las empresas son las referidas a la calidad e inocuidad de los productos. Ello corresponde a que la mayoría son requisitos importantes para ingresar a un mercado nuevo y en constante crecimiento como la Unión Europea,

lo que se puede traducir en un mayor nivel de ventas. Este grupo de certificaciones no solo agrupa a las referidas a calidad sino también a las que cuidan el medio ambiente (como la orgánica) y/o las creencias religiosas (como Halal).

La empresa Camposol es la que mayor número de certificaciones posee, seguido por Ecosac y Agrokasa. Las cuatro primeras certificaciones de calidad son las más importantes y tienen que ver con los procesos de producción, el cual debe seguir un estándar de higiene y manejo adecuado de las herramientas, a excepción de la certificación BASC que está referida solo al comercio libre de amenazas. Una certificación interesante y poco conocida es la de Operador Económico Autorizado (OEA), la cual consiste en un “beneficio” que reciben las empresas que han cumplido con la normativa vigente, un adecuado sistema de registros contables, solvencia financiera y seguridad adecuada.

En cuanto a las certificaciones de responsabilidad social, como se ha mencionado anteriormente, tanto BSCI como el Pacto Mundial son iniciativas privadas que surgen como recomendaciones para las empresas en temas de condiciones de trabajo óptimas. Esta última es a la que se han adherido la mayoría de las empresas y la cual adopta criterios importantes de los Convenios de la OIT, el principal problema de esta iniciativa es que no hay un órgano de control, por lo cual, no hay manera de certificar el cumplimiento de los criterios. Caso contrario ocurre con SA 8000 y For Life, las cuales pasan por un proceso de auditoría que verifica el nivel de aplicación de las normas. Estas tres certificaciones consideran aspectos tanto de los derechos humanos, como de las condiciones laborales y la acción con la sociedad.

Respecto a las certificaciones exigidas por el retail, Camposol, al ser una de las principales empresas proveedoras de las grandes cadenas de supermercados internacionales, debe cumplir con sus estándares de calidad. Adicional a ello, cumple con los estándares de General Mills, Walmart y Loblaws.

De esta manera, las principales empresas agroexportadoras del Perú destinan parte de sus recursos a cumplir con normas que le permitan ingresar a mercados cada vez más competitivos, lo que se traduce en un mayor nivel de ventas.

Cuadro N° 66
CERTIFICACIONES DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS

Certificación	Ica			Lambayeque			La Libertad			Piura			Arequipa	
	Sociedad Agrícola Drokasa	Agrícola Chapi S.A.	Agroindustrial Beta	Gandules	AIB	Quicornac	Camposol	Green Perú	Danper Trujillo	Ecosac	El Pedregal	Sunshine Export	Pampa Baja	Greenland Perú
CALIDAD E INOCUIDAD	Global GAP	X	X	X		X		X	X	X	X	X	X	X
	BASC	X	X	X				X	X	X	X			
	BRC	X		X		X		X	X	X	X	X		
	HACCP	X	X			X	X	X	X		X			
	IFS							X	X					
	GMP	X					X	X						
	KOSHER					X	X	X			X			
	SQF		X	X										
	Organic Certification	X				X						X		
	HALAL						X							
	ISO 9001					X				X	X			
	ISO 14001									X	X			
	OEA										X			
	OHSAS 18001						X			X				
VCS					X	X								
RESPONSABILIDAD SOCIAL	BSCI													
	THE GLOBAL COMPACT	X	X				X							
	SA 8000								X					
EXIGIDAS POR EL RETAIL	FOR LIFE		X											
	Tesco Nurture	X		X			X				X			
	FIELD TO FORK						X			X				
	SYSCO						X							

Fuente: En base a las diferentes normas publicadas en las páginas web de cada certificación.

Elaboración: Universidad Católica Sedes Sapientiae – Observatorio para el Desarrollo Territorial

CAPÍTULO V: Acciones de responsabilidad social de las empresas

Debido a los constantes cambios que afrontan los países, es cada vez más difícil fomentar el progreso en una empresa, por lo que basarse solo en indicadores económicos y financieros no es suficiente. Desde esta perspectiva, las personas empiezan a tomar mayor protagonismo para las organizaciones que, en búsqueda de mejorar la imagen que proyectan, realizan una serie de acciones en beneficio de sus trabajadores, comunidad y medio ambiente.

Es así que el ser humano y su entorno empiezan a ser el factor más importante del éxito de las empresas en el mercado, ya que las acciones que realiza la organización influyen directamente en ellos; es decir, las fronteras de la empresa no se limitan únicamente a su edificación sino al impacto que esta genera en su comunidad y ambiente.

Por esta razón, es necesario conocer de qué manera las empresas agroexportadoras nacionales realizan actividades que benefician a su entorno, ya que con los cambios en las tendencias de compra de los consumidores e inversionistas, la reputación de las empresas y la sostenibilidad de sus productos dependen de estas acciones.

En el presente capítulo se abordarán los temas relacionados a la responsabilidad social realizada por las empresas agroexportadoras peruanas de las regiones seleccionadas, las cuales permitirán identificar el nivel de compromiso que tienen estas empresas con su entorno.

5.1. Acciones de RSE en las empresas agroexportadoras

Las empresas agroexportadoras peruanas realizan una serie de actividades que les permiten mejorar la imagen que proyectan al consumidor final, el cual define la compra de sus productos a través de características implícitas del producto. Por ello, se detallarán las acciones que realizan las empresas más importantes del sector según las regiones en las que se encuentran.

a) Ica

Las empresas seleccionadas de Ica son las más importantes del sector, ya que agrupan un porcentaje importante en valor de ventas (más de 204 millones de dólares en el 2014), además son el grupo de empresas que realizan acciones de responsabilidad social de manera continua, por esa razón, se presentarán las principales acciones mostradas por cada empresa¹⁶.

¹⁶ Información obtenida de reportes, eventos, páginas web y noticias.

- Sociedad Agrícola Drokasa: También conocida como Agrokasa es una de las empresas líderes en la región, sus principales acciones se enfocan en la zona de influencia de sus operaciones. Este apoyo se realiza a través de capacitaciones a los pobladores de la zona, proyectos de sostenibilidad e implementación de programas de ayuda social y educativa como “Matemática para todos”, que consiste en apoyo pedagógico e implementación de una institución educativa de la zona. Participan en los eventos locales organizados por los municipios, colegios e instituciones policiales a través de la entrega de obsequios; además, ha realizado una investigación sobre el impacto de la hora de ingreso de sus trabajadores con los rendimientos en la empresa, que le ha permitido tomar conciencia sobre el horario de ingreso de sus trabajadores y generar una propuesta provechosa para la empresa y el trabajador¹⁷.

- Complejo Agroindustrial Beta: La empresa ha desarrollado, como parte de sus acciones de responsabilidad social, un convenio con la ONG Coprodeli, el Programa Techo Propio y el Fondo Mi vivienda para brindar facilidades de financiamiento a sus trabajadores para la obtención de la casa propia en el Complejo Habitacional Rehoda de Matta, el cual cuenta con centro médico, colegio, vigilancia y otras. Realiza constantemente campañas médicas a los habitantes de su zona de influencia para prevenir enfermedades y brindar medicamentos. En cuanto a las familias de sus trabajadores, realiza la entrega de un kit escolar para todos los hijos que se encuentren cursando estudios en inicial, primaria y secundaria. Así también, enfocándose en los niños, ha ejecutado proyectos de implementación de módulos recreativos en las zonas cercanas a la operación y realiza actividades de recreación entre los trabajadores y sus familias.

- Agrícola Chapi: La empresa realiza acciones de RSE enfocados en los colaboradores, la comunidad y el medio ambiente. Los trabajadores de la empresa son considerados los “socios estratégicos del negocio” y por ello, reciben una serie de programas que favorecen su formación e incrementan sus habilidades, así también, se enfocan en sus familias a través de diversas actividades de integración. La empresa construyó tres colegios ambientales y la posta médica Santa Vicenta en Ica, además creó el proyecto Bosque Fundo Don Ernesto, el cual ganó el Premio 2021 por promover el incremento de la biodiversidad de 25 especies nativas de flora y fauna. Adicionalmente obtuvo el primer puesto por una estrategia de

¹⁷ Estudio realizado por la Gerencia de Recursos Humanos de Agrokasa, según entrevista realizada para el documento “Generación de empleo en el Perú: Seis casos recientes de éxito”.

sostenibilidad que buscaba reducir sus emisiones de CO2 para lograr la neutralidad climática. Del mismo modo, mejoró la calidad de vida de la población aledaña al Fundo San Rafael mediante donaciones de pozos de agua, mantenimiento de canales de riego, apoyo con maquinaria y mano de obra. La protección de los Derechos Humanos se realiza a través del cumplimiento de los valores de la empresa y el Reglamento Interno de Trabajo, que va desde el bienestar del trabajador, hasta los derechos de la empresa y el mantenimiento de la armonía laboral, así como el reglamento de seguridad en el trabajo que establece las pautas necesarias para el accionar de los trabajadores dentro de la planta.

b) La Libertad

Las empresas seleccionadas de La Libertad son las más importantes en el sector agroindustrial debido a sus grandes volúmenes de venta y altos ingresos producto de la exportación de espárragos, alcachofas, ají páprika, paltas, mangos, entre otros. En ese sentido, importantes empresas agroexportadoras no se dedican solo a ser partícipes a lo largo de la cadena, sino también a brindar determinadas condiciones a sus trabajadores y al entorno en el que se desarrollan. En esta región se encuentran dos de las 100 empresas con mayor reputación en base a sus acciones de responsabilidad social¹⁸, por esta razón se presentará el resumen de las actividades de RSE que realizan las agroexportadoras.

- Camposol: La empresa agroindustrial Camposol se preocupa en contribuir al desarrollo personal de los colaboradores, de sus familias y de la comunidad, mediante acciones que brinden una mejor calidad de vida y promuevan el desarrollo, formando alianzas de valor compartido a través de la integración de las necesidades de los grupos de interés al plan estratégico corporativo. En el 2015 ocupó el puesto N 62 en el ranking nacional, siendo su primera aparición en el estudio. En ese sentido, algunas de las actividades en RSE que realiza son:
 - o Creación de la Asociación Juventud y Desarrollo, que promueve capacidades y facilita herramientas a los jóvenes del distrito de Chao.
 - o Panadería “La casa del pan”, proyecto en alianza estratégica que genera puestos de trabajo a jóvenes.
 - o Capacitaciones a líderes sociales, en colaboración con la gestión pública local.
 - o Planes de comunicación interna y externa, que permite difundir las actividades de RSE.

¹⁸ Estudio realizado por Merco, el diario Gestión y la encuestadora peruana Datum presentaron su estudio sobre las empresas y empresarios con la mejor reputación del Perú en el 2015.

- Wawawasi “Rayito de Sol”
 - Programas de salud
 - Posta médica
 - Vacaciones útiles para los hijos de los trabajadores
 - Concursos y sorteos internos
 - Manejo integrado de plagas para el adecuado tratamiento de sus cultivos
- Green Perú: Este grupo español diseña campañas ambientales dirigidas a sensibilizar al público (interno y externo) sobre temas ambientales, a través de las redes sociales y de intervenciones en su empresa y en las calles. Ha desarrollado un programa de reciclaje, el cual tiene como finalidad establecer e inculcar los hábitos necesarios para realizar la correcta segregación de residuos y poner en práctica el reciclaje en las oficinas de su empresa u organización.
- Danper Trujillo: La empresa está orientada a desarrollar sus capacidades productivas con excelencia para satisfacer a sus clientes en todo el mundo quienes aprecian la comprobada calidad de sus productos. Danper tiene una política para minimizar y/o eliminar los aspectos e impactos ambientales generados por sus operaciones incorporando tecnología, equipamientos y procesos acorde con el medio ambiente, la seguridad personal y la legislación vigente conforme al estándar internacional ISO 14001:2004. Asimismo realiza diversas actividades de responsabilidad social como la Capacitación del Talento Humano, los concursos de conocimientos, los Talleres de Promoción Artística (danzas, teatro, coros), las Olimpiadas Internas, las Jornadas Deportivas y de Integración, las celebraciones del Calendario Cívico, el programa de Vacaciones Útiles (para hijos de trabajadores), y todas las que promueven la superación de los colaboradores, el desarrollo de sus habilidades y capacidades, la formación de líderes y su integración en un ambiente de armonía, compartiendo valores de fraternidad y solidaridad entre todos los colaboradores que les permita mejorar su calidad de vida. En el 2015 ocupó el puesto 50 en el ranking de las empresas con los mejores programas de acercamiento a la comunidad y el puesto N° 1 a nivel del sector¹⁹.

¹⁹ Ibídem.

c) Lambayeque

Lambayeque es uno de los pocos departamentos cuyas exportaciones se basan primordialmente en productos de la agricultura. Por esta razón hay una importante presencia de las más grandes empresas agroexportadoras del Perú, las cuales realizan actividades para que la sociedad se involucre con la empresa y tenga conocimiento del cuidado del medio ambiente.

- AGROINDUSTRIAS AIB, es una de las empresas líderes de la región, es así que en el 2012 fue nombrada con el premio a la “Excelencia Exportadora” entregada por la Asociación de Exportadores (ADEX) debido a la cantidad de exportaciones realizadas durante el año. Así también, la RSE que AIB tiene frente a la sociedad está basada en tres frentes de acción: Desarrollo Económico, Desarrollo Social, Desarrollo y Conservación del Medio Ambiente. Esto conlleva al Desarrollo Sostenible cuya finalidad es la de atender las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad para que las futuras generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades.

Las principales acciones realizadas en la comunidad donde se encuentra AIB son:

- Programas de reciclaje y ahorro de energía
 - Becas de Capacitación a nuestros trabajadores
 - Facilidades de Alimentación y Movilidad a nuestros empleados
 - Actividades Deportivas de Integración.
- Quicornac, es una empresa multinacional y se convirtió en poco tiempo líder en la exportación de maracuyá en la región de Lambayeque. Sin embargo, la información que resaltan es básicamente sobre sus acciones de responsabilidad social empresarial de su planta en Ecuador, pero según el portal del distrito de Olmos, la empresa ha suscrito convenios con asociaciones de agricultores para impulsar los cultivos regionales y ampliar la actividad del sector, así como distribuir la cáscara de maracuyá a precios reducidos para que los ganaderos de la zona puedan alimentar a sus ganados. Por otro lado, ha reaccionado frente a fenómenos naturales apoyando a las familias afectadas a través de calaminas.
 - Gandules Inc , la empresa realiza acciones de RSE, que contribuye a la mejora del entorno económico, social y medioambiental , unas de las acciones que realizan es la seguridad integral en cada proceso, en cada diseño de producto y en cada tarea , y está considerando como parte integral de sus procesos.

d) Piura

Piura es una de las regiones en las que el sector agrícola es fundamental, ya que es principal fuente de trabajo para sus pobladores. En ella se han asentado grandes empresas que también tienen actividad en otras regiones, pero que eligen esta zona por la fertilidad de sus tierras y sus condiciones climatológicas. De esta manera, generan empleo, estabilidad y mejoran las condiciones de todos los involucrados; por ello, a continuación se detallarán las acciones de RSE que realizan.

- Ecosac: La empresa se ha enfocado en la salud, educación, deporte, infraestructura, saneamiento ambiental y apoyo social, cuyas acciones benefician a sus trabajadores y pobladores de Chapairá. Entre estas acciones se encuentran:
 - Implementación de un consultorio odontológico
 - Campaña para el cuidado de los dientes
 - Apoyo en la operación de 3 niños con labio leporino y paladar hendido.
 - Talleres de danza para niños
 - Wawa Wasi que brinde alimentación y seguridad de 120 niños de la zona
 - Construcción de la plataforma multideportiva en el centro poblado y la escuela de deporte.
 - Apoyo en el mejoramiento de la infraestructura al colegio Inicial N° 54
 - Apoyo en el mantenimiento de la carretera Santa Ana – Tambogrande, Tramo Piura – La Obrilla
 - Actividades de fumigación al caserío para evitar posibles enfermedades de los trabajadores y comunidad
 - Actividades navideñas en beneficio de los niños del centro poblado
 - Donaciones para la implementación de talleres técnicos en Castilla

Así también, la empresa ha recibido el premio “Canales de atención al trabajador y su participación en la gestión de la empresa” como parte del Concurso de Buenas Prácticas Laborales 2014.

- El Pedregal: La empresa se dedica, principalmente, a las acciones de responsabilidad social en su zona de influencia, a través del desarrollo de proyectos sociales sostenibles. Entre ellas, el abastecimiento de agua para las comunidades de Yaurilla, Huamanguilla y Asociación El Inca a través de un pozo de agua que abastece a más de 4000 personas, así como la alfabetización de los pobladores de las zonas rurales aledañas. Por otro lado, luego de ocurrido el terremoto del 2007 en Perú, la empresa colaboró con un ente de

gobierno para la recolección de información trascendente sobre los pobladores y sus viviendas.

En cuanto al cuidado del medio ambiente, la empresa realiza charlas continuas a sus trabajadores y a la comunidad, con especial atención en los niños y jóvenes. Además, ha realizado la implementación de tachos ecológicos en diferentes zonas estratégicas de su campo de acción.

- Sunshine Export: Esta empresa norteña tiene tres frentes de trabajo bien definidas (con la comunidad, con los productores y con el medio ambiente). Con la comunidad a través de la compra de los insumos a los agricultores de la zona; con los productores a través de la capacitación o asistencia técnica en sus procesos y ejecución de programas sociales; con el medio ambiente a través del uso de la planta de tratamiento de aguas residuales.

e) Arequipa

Las empresas seleccionadas para la región Arequipa son las que mayor exportación han realizado en el 2014; sin embargo, en comparación con el resto de empresas de las otras regiones, son las que menor participación tienen.

Las empresas agroexportadoras más importantes son Agrícola Pampa Baja, Greenland Perú y El Bosque, las cuales no realizan la comunicación respectiva sobre sus acciones de RSE, ni se conoce que hayan participado de alguna actividad que promueva su aplicación. Sin embargo, las acciones relacionadas a uno de sus stakeholders (trabajadores) son las que están incluidas en sus certificaciones de calidad, como Global Gap. En esta norma, la empresa exige determinadas condiciones (salud, higiene y capacitación) que deben ser brindadas a los trabajadores para que puedan cumplir con sus actividades, pero no existe información que certifique el cumplimiento de estas normas de manera continua.

5.2. Análisis de las acciones de RSE

Las acciones de responsabilidad social que realizan las empresas buscan reducir las diferencias económicas, políticas y sociales, resaltando su compromiso por generar bienestar a su entorno (trabajadores, comunidad, y ambiente). Sin embargo, estas acciones son difícilmente reguladas, ya que, al partir de iniciativas privadas, no existe un organismo de control que verifique su cumplimiento, es decir, no son obligatorias y, por ende, no pueden ser reguladas.

En ese sentido, las acciones de las empresas deben ser comparadas con la percepción de sus trabajadores; por ello, se han aplicado encuestas y se han desarrollado focus group con el fin de identificar y analizar estas acciones. Se aplicó con único cuestionario para todos los participantes con el fin de identificar los conocimientos que tienen los trabajadores sobre las certificaciones de sus empresas agroexportadoras y conocer su participación en los procesos de auditoría.

El 2 de setiembre del 2015 se realizó un focus group en el que participaron los representantes sindicales de la empresa Camposol, quienes viajaron a Lima para coordinar las diferentes acciones que se están realizando dentro de la empresa y los avances de sus negociaciones colectivas para mejorar sus condiciones laborales. En la mencionada reunión, los trabajadores explicaron que, en los últimos años, su condición laboral ha mejorado; sin embargo, aún sigue siendo deficiente, principalmente por la poca comunicación entre empresa y trabajadores, quienes no se sienten satisfechos con las acciones que toman los mandos superiores. En cuanto a las acciones con la comunidad, los trabajadores reconocen algunos proyectos y mencionan la limitada captación de estos, ya que benefician a un pequeño número de personas o, en algunos casos, tienen un costo que no pueden cubrir. Sin embargo, se identificó que varias de las acciones realizadas por la empresa eran desconocidas por sus trabajadores, lo que significa que no hay una adecuada difusión de los mismos lo que reduce su nivel captación.

Posteriormente, el 14 de noviembre del 2015 se coordinó una reunión con trabajadores de la empresa Quicornac conformada por los integrantes del sindicato recientemente formado. En esta reunión los trabajadores explicaron las actividades que realizan y los beneficios que reciben de la empresa; sin embargo, hay insatisfacción por las condiciones laborales y salariales que les brindan. Si bien reciben indumentaria, esta no es la adecuada ni se da en la frecuencia necesaria, además la remuneración que perciben es insuficiente (se encuentran en el Régimen Agrario) y el horario es rotativo (una semana en el día y la otra en la noche), lo que les genera un sobre esfuerzo en sus labores. La empresa cuenta con un comité de seguridad que actúa en casos de accidentes comunes; sin embargo, este comité no tiene la potestad de dar descansos, sino de derivarlos a la posta médica más cercana, la cual no brinda la atención ni los medicamentos necesarios. Así también, los trabajadores reconocen la responsabilidad social como de suma importante porque es la manera en la que la empresa los considera como actores reales y realiza acciones en para mejorar sus condiciones. En cuanto a la responsabilidad social con la comunidad, los trabajadores desconocen este tipo de acciones, por lo que resalta la poca comunicación que se da entre la empresa y sus trabajadores.

Por otro lado, Arequipa fue una de las regiones con mayores dificultades para acceder a la información, debido a que la presencia sindical en el sector es mínima, por lo que se realizó una

entrevista al Secretario General de la CGTP Arequipa, quien explicó sobre la precariedad del trabajo y la intimidación que sufren los trabajadores que desean organizarse. En cuanto a las acciones de responsabilidad social, se desconoce que realicen alguna con gran impacto, salvo contratar a personal de la zona y brindar movilidad. En ese sentido, debido a la reducida presencia de estas empresas en la región, no hay manera de regularlos o de conocer al detalle las otras acciones que realizan porque esta no es mostrada al público.

Por su parte, durante el mes de noviembre se realizaron una serie de entrevistas a trabajadores de las empresas Agrícola Chapi y Agrokasa, quienes respondieron las preguntas del cuestionario aplicado para la investigación.

Los resultados de estas entrevistas mostraron una clara diferencia entre la percepción de los trabajadores de una y otra empresa; por un lado, los trabajadores de Agrokasa mencionan su mediana conformidad con la indumentaria de trabajo que reciben, ya que esta no se encuentra en las condiciones apropiadas para realizar sus actividades; mientras que los trabajadores de Agrícola Chapi utilizan sus prendas de uso diario, así como sus herramientas para ejecutar su trabajo. En ese sentido, las empresas muestran una clara diferenciación entre el trato brindado a sus colaboradores. Así también, las acciones de responsabilidad social con la comunidad o el medio ambiente son desconocidas por los trabajadores, muchos de los cuales consideran que estas acciones solo benefician a la empresa, ya que su imagen se ve mejorada frente a sus clientes. De esta manera, se observa que los trabajadores del sector desconocen en gran medida el efecto que una buena política empresarial ocasionaría en su entorno; sin embargo, existe una clara preocupación por acciones en favor de ellos, sus familias y el medio ambiente.

CONCLUSIONES

1. El sector agroexportador ha crecido casi diez veces en los últimos doce años, pasando de 642 millones de dólares en el 2002 a 5 mil millones de dólares en el 2014. Este crecimiento ha sido impulsado por la exportación de productos no tradicionales, entre los que destacan las uvas, paltas, espárragos y alcachofas.
2. La creciente exportación de productos agrícolas ha permitido identificar nuevos mercados de destino, entre ellos, Noruega, que se ubica en el puesto 36 (2014) entre todos los destinos nacionales y es importador principalmente de minerales. En el 2014 importó más de 102 millones de dólares desde Perú, cifra más importante en los últimos cinco años.
3. A nivel nacional, cinco regiones representan los valores más altos de exportación agrícola: Ica, La Libertad, Lambayeque, Piura y Arequipa que, en su conjunto, exportaron en el 2014, 3426 millones de dólares, es decir, 67,8% del total de agroexportaciones en el Perú.
4. Las empresas más importantes de Ica son Agrícola Drokasa, Agrícola Chapi y Complejo Agroindustrial Beta, que agruparon 204 millones de dólares por exportaciones. Tanto Agrookasa como Chapi son principales exportadoras de frutas, mientras que Beta exporta principalmente hortalizas. Estas tres empresas se encargan de toda la cadena productiva y sus destinos más importantes son Estados Unidos, Hong Kong, Reino Unido y Países Bajos.
5. Las empresas más importantes de La Libertad son Camposol, Danper Trujillo y Green Perú, las cuales realizaron exportaciones en el 2014 por un valor de 351 millones de dólares. Camposol es principal exportador de frutas y sus principales destinos son Estados Unidos, España y Países Bajos, además es el mayor empleador del sector. Por su parte, Danper y Green Perú exportan mayormente hortalizas a Estados Unidos, España, Alemania, Países Bajos y Francia. Al igual que las empresas de Ica, se encargan de toda la cadena productiva.
6. La región Piura agrupa a El Pedregal, Ecosac y Sunshine Export que agrupan más de 123 millones de dólares. Estas empresas se encargan de toda la cadena y se caracterizan por dedicarse prioritariamente a las frutas (El Pedregal y Sunshine) y pimientos (Ecosac).
7. Lambayeque es una región cuya principal actividad es la agricultura, en ese sentido, Agroindustrias AIB, Gandules Inc y Quicornac son empresas que han generado ventas al exterior por más de 127 millones de dólares. De este grupo, solo Quicornac no participa del primer eslabón, ya que solo se encarga de procesar y exportar el producto.
8. Las empresas más importantes del sector en Arequipa exportaron en el 2014 por un valor de 102 millones de dólares, entre las que destaca Pampa Baja, que se encarga desde el proceso

del producto hasta la exportación. Por su parte, Greenland se dedica solo al último eslabón, mientras que Pampa Baja es parte de toda la cadena productiva.

9. Del grupo de empresas analizadas, Lambayeque es la que mayores cuotas de exportación a Noruega tiene desde el 2000, seguido por Ica y La Libertad. En ese sentido, dentro de las empresas analizadas, las que más han exportado sus productos agroindustriales son Agrokasa, que exportó desde el 2005 más de 7,5 millones de dólares; Agroindustrial Beta, que desde el 2012 ya exportó más de 4,8 millones de dólares y Camposol que en los últimos 9 años vendió a Noruega por más de 1,4 millones de dólares.
10. Las certificaciones más importantes para las empresas analizadas son las que se enfocan en calidad e inocuidad, ya que todas las agroexportadoras tienen al menos una certificación de este tipo. Sin embargo, las certificaciones de responsabilidad social y exigidas por el retail aún poseen un número reducido y principalmente es desarrollado por Camposol, Agrícola Chapi y Agrokasa.
11. Sin embargo, existe una débil comprensión de los sindicatos y los trabajadores sobre las certificaciones (proceso, obligaciones) y, por tanto, ausencia de su participación, lo que debilita la vigilancia social para fortalecer la aplicación de las certificaciones.
12. Respecto a las acciones de RSE, hay una clara diferencia entre lo que dice la empresa y lo que ven los trabajadores, muchos de los cuales desconocen qué o cuándo se ejecutan, por lo que se identifica una deficiente difusión y comunicación en el entorno de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Arredondo, S. & Hernández, D. (2012). La integración productiva como factor de competitividad en el sector agropecuario colombiano. *Libre empresa*, 9(1), 83-97

Asociación Aurora Vivar (2009). La agroindustria de exportación no tradicional en el Perú frente a la crisis mundial: Rentabilidad empresarial, responsabilidad social y derechos laborales.

Benavides, I.(2008) Plan Estratégico Sectorial Multianual de Agricultura 2007-2011. Lima

Chavarría, H., Rojas, P., & Sepulveda, S. (2002). Competitividad: Cadenas agroalimentarias y territorios rurales, elementos conceptuales. Bogotá.

Peru Opportunity Fund (2011). Diagnóstico de la agricultura en el Perú. Informe Final. Lima.

Ferrucci, F.(1993) Diagnóstico y perspectiva de la agro exportación en el Perú. Lima.

León, J. (2009). Agro exportación, empleo y género en el Perú: un estudio de casos. *Economía y Sociedad* 73[en línea], pp. 68-75.

Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura (2001). Sector Agroalimentario centroamericano: Integración regional y vinculaciones para su desarrollo. Costa Rica

Reinoso, I; Picom, H. ; Pumisacho, M.; Montesdeoca, F.; Monteros, C; Cuesta, X.; Thiele, G. 2007 Cadenas agroalimentarias: Plataformas de concentración y proyectos compartidos. INIAP, Papa Andina, COSUDE. Quito, Ecuador. 2007. 62p.

Gamero, J (2011) Impacto de la Ley de Promoción Agraria 27360: Régimen laboral especial que discrimina a los trabajadores/as. Lima