

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
Escuela Profesional de Administración



*Una Institución Adventista*

**La certificación de comercio justo en la exportación de  
cacao en grano**

Por:

Frank Christian Marcos Arredondo

Jaqueline Camacho Arango

Asesor:

Dr. Alexander David De La Cruz Vargas

**Lima, diciembre de 2019**

## DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

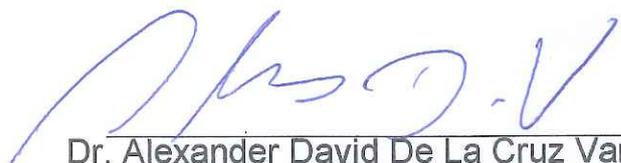
Alexander David De La Cruz Vargas, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: "LA CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO EN LA EXPORTACIÓN DE CACAO EN GRANO" constituye la memoria que presenta la Bachiller Frank Crhistian Marcos Arredondo y Jaqueline Camacho Arango para aspirar al Grado Académico de Bachiller en Administración de Negocios Internacionales cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Lima, a los 1, diciembre del año 2019.



Dr. Alexander David De La Cruz Vargas

La certificación de comercio justo en la exportación de  
cacao en grano

## TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Presentado para optar el Grado Académico de Bachiller en  
Administración y Negocios Internacionales

### JURADO CALIFICADOR



Dr. Marcos Enrique Flores González  
Presidente



Mg. Karina Elizabeth Paredes Abanto  
Secretario



Dr. Alexander David De La Cruz Vargas  
Asesor

Lima, 01 de diciembre de 2019

# La Certificación de Comercio Justo en la Exportación de Cacao en Grano

## The Fair Trade Certification in Cocoa Export in Grain

Christian Marcos <sup>a\*</sup> Jaqueline Camacho <sup>a</sup>

Asesor: Dr. Alexander de la Cruz Vargas

<sup>a</sup>EP. Administración, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión

---

### Resumen

En la actualidad Comercio Justo se conoce como una práctica socialmente responsable, que ayuda a los productores agrícolas de países en vías de desarrollo a comercializar sus productos a un precio justo que les permita vivir de una manera digna. En el Perú esta certificación se aplica a la elaboración de productos que se puedan exportar, ya que los consumidores de los productos certificados se encuentran en países del primer mundo. La información obtenida en el presente trabajo nos permite determinar que la producción de cacao en el Perú ha sido constante durante los últimos treinta años y representa una importante actividad para los agricultores. El objetivo final de esta investigación es describir la teoría y la argumentación del comercio justo y como se relaciona a la exportación del cacao. Dentro de las conclusiones más importantes a las que se pudo llegar en el presente trabajo está la necesidad del conocimiento de la teoría y los procedimientos para acceder a la certificación de Comercio justo, así como de los beneficios, desventajas y limitaciones.

*Palabras clave:* Certificación; comercio justo; exportación; cacao

---

### Abstract

Currently Fair Trade is known as a socially responsible practice, which helps agricultural producers in developing countries to market their products at a fair price that allows them to have a decent standard of living. In Peru this certification is applied to the production of products that can be exported, since consumers of certified products are in first world countries. The purpose of this research is to present the theory regarding the export of cocoa and Fair Trade, and the procedures for obtaining it. The objective of this research is to describe the theory and argumentation of fair trade and how it relates to the export of cocoa. Among the most important conclusions that could be reached in this work is the need to know the theory and procedures to access the Fair Trade certification, as well as the benefits, disadvantages and limitations.

*Keywords:* Certification; fair Trade; export; cocoa

## 1. Introducción

En la actualidad el Perú exporta cacao por medio de acopiadores, que se encargan de comprar a los productores el cacao en grano a por debajo del precio internacional. Esto se debe a que al haber pocos compradores son ellos los que establecen los precios de compra. Es en este punto que la certificación de comercio justo puede mejorar las condiciones de venta del cacao.

La certificación de comercio justo tiene como fin mejorar las condiciones de venta del cacao; al certificar una marca de cacao, la empresa certificadora verifica que el comercio entre los exportadores y los agricultores sea a un precio justo, además certifica las condiciones laborales de los trabajadores y el impacto que genera en la comunidad la exportación del cacao. Es por esto que la certificación internacional de FAIR TRADE, aumentaría el valor comercial del producto en los mercados extranjeros y les permitiría a abrir nuevos mercados al cacao orgánico peruano.

## 2. Descubrimiento del Comercio Justo

Para un mejor entendimiento del Comercio Justo es necesario hacer un recuento de los términos empleados, a continuación, se hará el desarrollo de los conceptos.

### 2.1. Definición y concepto del Comercio Justo

Según Coordinadora Nacional de Comercio Justo - Perú, (2015) el Comercio Justo significa una alternativa al comercio tradicional y tiene como base la cooperación tanto entre productores y consumidores. Brinda a los productores un trato justo y relaciones comerciales dignas. Todo este trato trae consigo beneficios y posibilidades de realizarse como

persona y como profesionales. Para las personas que consumen estos productos el beneficio es saber que esta apoyando a productores de una economía en desarrollo.

Llevar el sello de comercio justo significa que se ha cumplido con todos los criterios y estándares que acreditan que es un producto de calidad que ayuda en la economía de productores y asociaciones, lo que va a significar un desarrollo en su localidad. Coordinadora Nacional de Comercio Justo – Perú, (2015)

El comercio justo brinda un sello internacional que certifica que los productos proceden de un país en vías de desarrollo, destacando ante todo la importancia de las personas que intervienen en este proceso. El brinda a los agricultores y trabajadores la oportunidad de mejorar su nivel de vida y planificar su futuro. Todo este proceso se logra promoviendo la compra de sus productos en los mercados del primer mundo.

#### 2.1.1. Los fundamentos del Comercio justo

Podamos distinguir varias corrientes sobre las que esta cimentado el comercio justo, pero podemos distinguir el “desarrollo duradero” como un movimiento que busca la ampliar los criterios del movimiento de Comercio Justo.

La corriente de desarrollo duradero aparece en los años 90. Esta corriente se basa en consideraciones económicas, sociales y del entorno: trata de respetar el entorno económico y social tal como se dijo en la conferencia de Rio (1992). En esta corriente se encuentran las asociaciones, instituciones y empresas de países tercermundistas que comparten la idea de la globalización, y se dan cuenta de la preocupación social que existe y la identifican como un núcleo de desarrollo. Guillaume, (2004)

### 2.2. El desarrollo del Comercio Justo

Dentro del desarrollo del Comercio Justo se tiene que hacer un repaso por los hechos históricos que ayudaron a su implementación.

#### 2.2.1. Histórico

- El Comercio Justo aparece en la década de los 60 y se aplicaba en pequeños comercios del tercer mundo. Este primer comienzo del Comercio Justo en esta etapa estaba relacionado a la caridad y filantropía y no a la calidad de los productos.
- Culminando los 80, aparece la incitativa Max Havelaar en Holanda, que era establecer un comercio justo basado en un precio justo a los productores de acuerdo a la calidad, responsabilidad social y cuidado al medio ambiente.
- Este nuevo concepto de Comercio Justo tuvo mucha acogida por los países de Europa, Norte América y Japón. A diferencia del comercio que apareció en el tercer mundo, estos centraban su distribución tradicional (traders, industria y supermercados).
- La misión FLO: su objetivo fue establecer los estándares, apoyo, examinación y certificación de productores en desventaja y difundir el mensaje Fairtrade dentro del movimiento mismo. El Comercio Justo, al principio, se centró en el café y artesanías. Pero en la actualidad se certifica: café, té, bananos, mangos, miel, algodón, azúcar, cacao, jugos de fruta, nueces, fruta fresca entre otros. Existen actualmente 632 grupos de productores certificados en Asia, África y Sudamérica. IMO, (2016)

### 2.3. Los actores del Comercio Justo

#### 2.3.1. Los productores

Hace falta de entender que los productores tienen un idioma diferente, así como otra cultura y otra forma de entender el mundo, y puede ser difícil hacer trato con ellos. Por ejemplo, en el Perú existen productores que no saben leer ni escribir, y solo cuentan con una contabilidad básica que les permite trabajar, es en este punto que exponerlos a la burocracia occidental puede requerir de tiempo en concientización y capacitación.

Sin embargo, debido a la globalización, los productores conocen la demanda que generan sus productos por parte de los países desarrollados y el impacto que pueden generar a sus vidas. Por ejemplo, las variaciones de los precios internacionales de productos como el café o el cacao pueden afectar su economía y tratan de entenderlo y organizarse para reducir el impacto.

#### 2.3.2. Los consumidores

El cliente de los productos que cuentan con el sello de comercio justo tiene un perfil en común, y es la persona que tiene una responsabilidad social que desea aplicar de forma personal mediante el consumo de productos certificados, es una persona que está dispuesta a pagar un poco más porque sabe del impacto social que esta generando. Este grupo de

personas está en aumento y cada vez vemos más personas que están dispuestas participar en la cadena productiva del comercio justo. Guillaume, (2004)

#### *2.4. Tipos de certificación*

Dentro de las certificaciones de Comercio justo para su aplicación, podemos encontrar a las siguientes.

##### *2.4.1. Certificación FLO (Organización Internacional de Certificación de Comercio Justo, FLO en sus siglas en inglés)*

El FLO es la organización internacional de comercio justo. Cuenta con que coordina el Sellado de Comercio Justo a nivel internacional. Cuenta con 25 organizaciones que trabajan para garantizar un trato digno para los productores. Cuenta con oficinas en Bonn, Alemania y lleva a cabo actividades que van desde el establecimiento de parámetros y estándares, hasta la organización de actividades internacionales que buscan dar a conocer los beneficios del Comercio. (Coordinadora Nacional de Comercio Justo - Perú, 2015)

La principal actividad de FLO es desarrollar y revisar los criterios aplicados de Comercio Justo. Esos criterios se tienen que cumplir obligatoriamente por todos los productores de Comercio Justo. También fiscalizan a las compañías que comercializan productos “FairTrade” tales como importadores, exportadores y licenciarios.

##### *2.4.2. Certificación SPP*

Es una iniciativa que se implementó en el año 2006 por la CLAC, con el apoyo del movimiento de Comercio Justo y Economía Solidaria de varios continentes. Para garantizar el uso adecuado de este Símbolo, se creó la FUNDEPPO (Fundación de Pequeños Productores Organizados), que permite que los pequeños productores se beneficien de este sello en sus productos. (Coordinadora Nacional de Comercio Justo - Perú, 2015)

#### *2.5. Proceso de certificación de Comercio Justo*

El proceso para conseguir la certificación consta de los siguientes pasos.

##### *2.5.1. Requisitos y criterios necesarios en las buenas prácticas para el comercio justo*

Para que productor o asociación de productores se someta al proceso de evaluación y se declare certificada, la empresa debe sustentar que posee una estructura productiva y tiene que cumplir los siguientes requisitos:

###### *2.5.1.1. La empresa debe demostrar que cuenta con una estructura legal y productiva:*

- La empresa debe estar inscrita en los Registros Públicos, tener RUC vigente y licencia de funcionamiento
- La empresa debe tener como mínimo un trabajador de planilla
- La empresa debe tener soporte informático y contar con una estructura de comunicaciones (teléfonos, e-mail)
- La empresa debe formar parte del proceso productivo.
- La empresa debe tener ventas anuales no menor a US\$ 20,000 o su equivalente en soles.

La empresa no debe tener cuentas pendientes con PromPerú.

#### *2.6. Proceso de evaluación*

Dentro de los procesos de evaluación se tiene en cuanto las BPCJ (Buenas Prácticas de Comercio Justo), a continuación, las siguientes consideraciones.

##### *2.6.1. Etapas del proceso de certificación*

- a) Las empresas que requieran por primera vez la certificación de BPCJ, deberán cursar una solicitud a las oficinas de PROMPERÚ que autorice el uso legal de la Marca certificada de BPCJ, y declarar que cumple con los requisitos básicos establecidos en las BPCJ, adjuntar el formato de autoevaluación completamente llenado.
- b) De igual manera, la empresa deberá adjuntar todos los documentos necesarios que permitan hacer la verificación de lo declarado en la autoevaluación.
- c) La empresa debe cumplir obligatoriamente con todo lo declarado.

2.6.2. En la etapa de inspección se seleccionará al azar una empresa para verificar el mantenimiento de los estándares de la certificación de comercio justo

- a) El Comité de BPCJ, realizara cada dos años el sorteo al azar un número de empresas equivalente al 10% del total de las empresas que cuentan con la certificación de BPCJ, estas empresas serán sometidas a una evaluación externa, con el objetivo de supervisar el uso adecuado de la Certificación de Comercio Justo.

### 3. Exportación del cacao en grano

El cacao es un producto de consumo industrial, que se negocia en las bolsas de productos internacionales. En la actualidad, los mercados internacionales demandan de productos de mayor calidad, en el caso del cacao a nivel internacional tiene una gran demanda y un excelente precio; esto presenta una gran oportunidad de negocio y, a su vez, exige la producción de cacao en grano exportado de mayor calidad.

#### 3.1. Panorama del mercado global del cacao

El cacao en grano (*Theobroma cacao* L.) es un producto básico agrícola tropical cultivado principalmente por pequeños productores. En tal sentido, el 90% de la producción proviene de pequeñas propiedades de pequeños productores que están poco organizados, con infraestructuras precarias, que necesitan de intermediarios o nexos para vender sus cosechas y que tienen que lidiar con un mercado muy concentrado donde los compradores son pocos, el cual estos venden el cacao en grano a industrias de transformación. De todo el cacao que se produce en el mundo, las dos terceras partes se procesan industrialmente. ICCO, (2016)

##### 3.1.1. El cacao; orígenes e historia.

El cacao es originario de América del Sur, y aparece por primera vez hace 4000 años, al este de los Andes, de forma específica al Sur del Lago Maracaibo y el río Magdalena. Y su difusión al resto del continente la realizó el ser humano, los factores meteorológicos como los vientos y los animales. (Tobergte & Curtis, 2013) Según estudios y evidencias, el consumo del cacao por el hombre comienza en Belice por los mayas y olmecas mesoamericanos aproximadamente en los años 1100 a.C. Tobergte & Curtis, (2013)

En los múltiples viajes de los mercaderes mayas, ellos dan a conocer al pueblo azteca sobre el cacao, a la misma vez procedieron con su cultivo, ya luego empezaron a consumirlo en forma de una bebida con cacao molido, miel y agua, y le llamaron “xocolatl” que significaba en náhuatl, agua espumosa. European Cocoa Association, CAOBISCO, & Federation of Cocoa Commerce, (2015)

Los Aztecas apreciaban el “xocolatl” que era la bebida de cacao, esta bebida era de gran beneficio para ellos puesto que se creía que amentaba el apetito sexual y el vigor. Además, era una bebida de muchos beneficios y un sabor muy apreciado. Para los aztecas el “xocolatl” era considerado “la bebida de los dioses”. También, la gente común consumía el cacao, pero el cacao como un combinado con harina de maíz. En la actualidad se le conoce como “pozol”, que es consumida principalmente en algunas zonas de México como, como Chiapas y Tabasco.

Existen diversas historias que hablan de la expansión del cacao por todo el mundo. Sin embargo, cabe resaltar que el cacao tuvo tanto éxito en Europa que las demás naciones comenzaron a demandar de ciertos territorios para poder sembrar el cacao. En Francia se introdujo el cacao en 1660 en las regiones de Martinica y Santa Lucía. Ya luego en 1665 se introdujo cacao en República Dominicana, en Brasil en 1677.

##### 3.1.2. Demanda y oferta mundial del cacao

Según la Organización Mundial del Cacao, se estima el crecimiento de la demanda, la oferta en déficit y el alza de los precios. En el año 2016 la producción mundial de cacao ascendió a 4,1 millones de toneladas, pero no logrará abastecer. En abril 2018, se realizó la Conferencia Mundial del Cacao 2018, organizado por la ICCCO, con la sola finalidad de explorar una nueva visión para la industria del cacao. La conferencia a cargo de la Organización Internacionales del Cacao, el cual fue el escenario perfecto para analizar temas presentes en la intervención de la cadena productora de cacao.

La Icco es la organización global de mayor jerarquía del sector y fue establecida para llevar a cabo el Convenio Internacional del Cacao, el mismo que se negoció en una Conferencia Internacional del Cacao de las Naciones Unidas. Hoy cuenta con 49 países miembros productores y consumidores de cacao, entre ellos 19 naciones productoras de cuyos suelos crece un 95% del cacao mundial. Venezuela reingresó en junio de 2016, ratificando y aceptando el Séptimo Convenio de 2010. Viva el Cacao, (2018)

En este sentido, según la ICCO, en 2016 la tonelada de cacao se cotizó en 3.207 dólares americanos. En marzo 2018, la misma tonelada se cotizó en 2.533,67 dólares americanos, mientras que, en abril 2017, se cotizó la misma tonelada en 2.083 dólares americanos. Hubo una caída en los precios internacionales y esto ha golpeado a la economía de los países productores y agricultores de cacao en el mundo.

Desde el punto de vista del comercio y la industrial, el cultivo de cacao es una de las principales apuestas productivas para el mundo debido a lo potencial que puede llegar a ser su comercio. El cacao es la especie del genero Theobroma que más se cultiva con fines comerciales. Según cifras publicadas en el boletín trimestral de estadísticas de la semilla por la ICCO, la producción mundial del grano de cacao para el año cacaotero se ubica en 4.733 millones de toneladas de cacao - 2016/2017. Esta cifra de producción de cacao representa 740 mil toneladas, un 18,5% de incremento en relación al informa de balance en el año 2015/2016

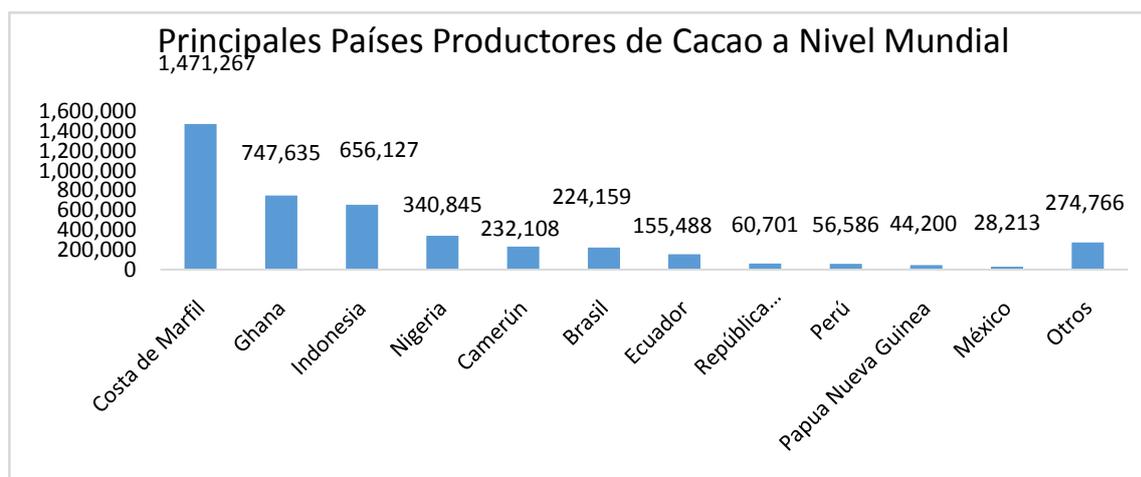


Figura 1 Principales Países Productores de Cacao a Nivel Mundial  
Fuente: Elaboración propia partir de la FAO, 2016 y de SAGARPA, 2016.

Los últimos cincuenta años la producción de cacao ha sido constante: y se ha logrado cuadruplicar la oferta del cacao a nivel mundial, esta oferta ha sido significativa desde los años ochenta, noventa y en lo que va del actual siglo. Pero a partir del año 2011, se puede apreciar una reducción en la tasa de crecimiento, se estima que la reducción es equivalente a 300 000 toneladas respecto a la cosecha del 2011. Arvelo et al., (2016).

Las condiciones climáticas tienen un impacto muy relativo sobre la producción cacaotera. La variabilidad de los factores climáticos como lluvias, la temperatura, la humedad relativa; esto hace que la producción dependa altamente de estos parámetros climáticos, debido a que condiciona a la probabilidad de incidencia de plagas y enfermedades.

### 3.2. Principales países importadores del cacao

- El promedio de las importaciones de cacao, en el mundo para los últimos años es superior a las 3 000 000 toneladas. De los cuales, 10 países cuentan con el 80% del volumen y un 78% del valor nominal. Arvelo, Delgado, Maroto, Rivera, Higuera & Navarro, (2016)
- Entre los principales importadores de cacao en grano se encuentra Europa con 58.6 %, seguido de América con 19.3%, Asia y Oceanía con 21.7% y por ultimo África con 0.6%.
- Según Euromonitor, se esperaba que para el 2017 Asia Pacífico consuma más ingredientes de cacao que América del Norte. Alvarez

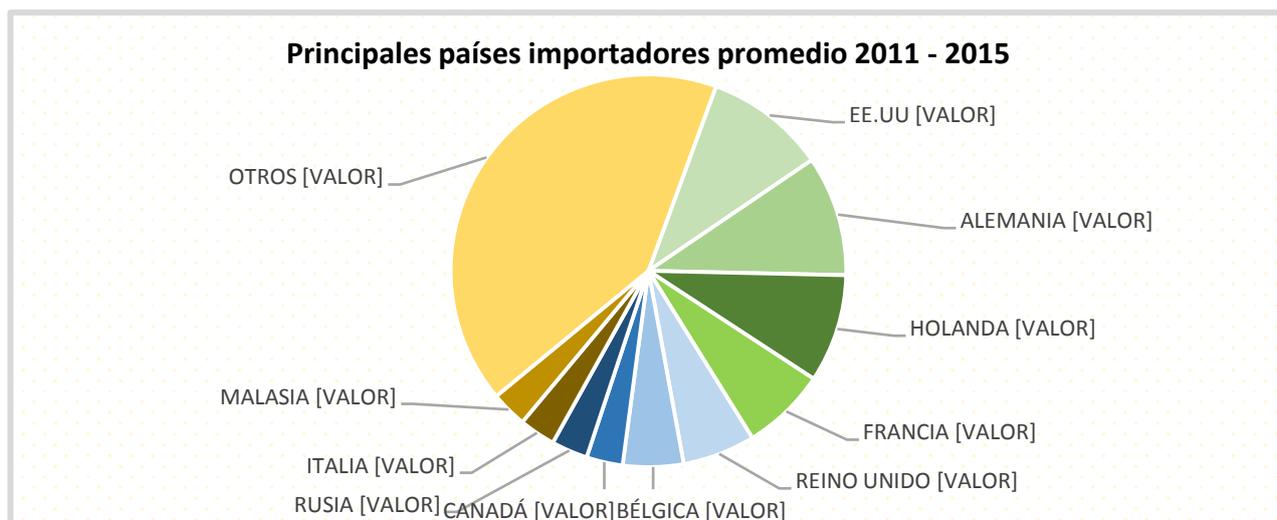


Figura 2 Principales Países Importadores Promedio 2011 - 2015  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROCOMER

### 3.3. El cacao peruano

El Perú ocupa el 9º lugar entre los principales países productores de cacao y el 2º lugar entre los principales países productores y exportadores de cacao fino.

Solo alrededor de un 8% a 10% de la producción mundial de cacao es catalogado como cacao fino o cacao de aroma. En el Perú alrededor de un 44% de las áreas cosechadas son de este tipo y corresponden a las variedades criollo y nativo. MINAGRI, (2016)

En la producción nacional de cacao, la región San Martín se ha consolidado como el primer productor nacional de cacao (43% del total). En segundo lugar, se encuentra la región Junín (18%), desplazando en importancia a las regiones de Cusco (9%) y Ayacucho (6%). MINAGRI, (2016)

#### 3.3.1. Demanda del cacao peruano

El cacao peruano y sus derivados son altamente demandados en el mercado internacional, debido a que forman parte de los insumos básicos de la industria de los chocolates y la confitería.

Durante el 2015 en el Perú, se destacaron las exportaciones del cacao, chocolate y demás derivados hacia Holanda, los cuales representan el 35,4% del total exportado en este grupo, así mismo, la participación de los Estados Unidos fue de 12,4%, y Bélgica 12,3%, Italia 6,3% y Reino Unido 5,2%. (IEES, 2016).

Respecto al gráfico mostrado en la parte inferior, el 12,6% de la producción de cacao y sus derivados se destina al mercado externo, de los cuales destacan como destinos principales Holanda, Estados Unidos y Bélgica. Y el 87,4% de la producción se centra en el mercado interno (22,2% equivalente a la demanda intermedia y el 65,2% equivalente a la demanda final)

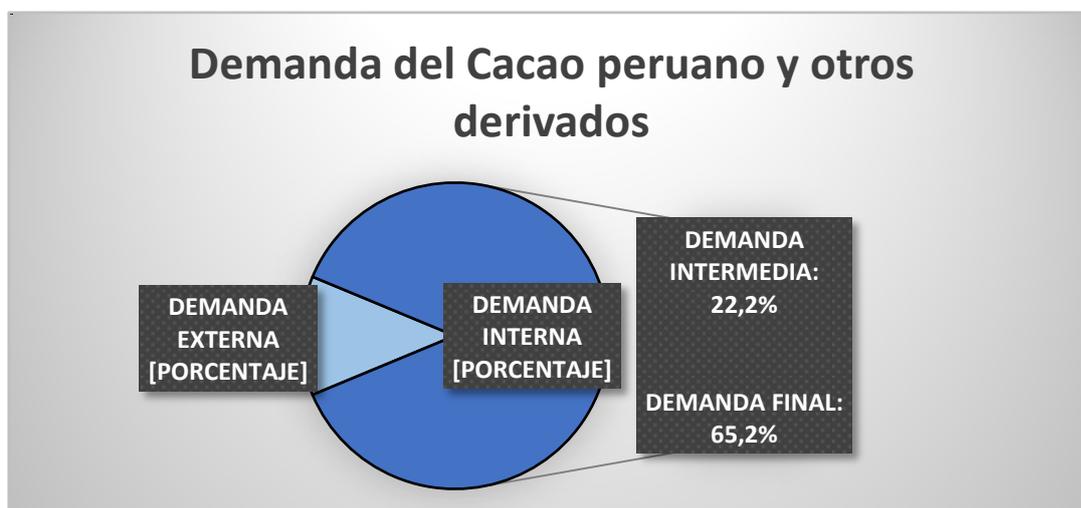


Figura 3 Demanda del Cacao y Otros Derivados  
Fuente: INEI

Según el INEI, la producción de cacao, chocolate y otros derivados se destina mayormente al mercado interno. Aunque existe un importante porcentaje destinado al mercado externo, específicamente del cacao en grano y la manteca de cacao.

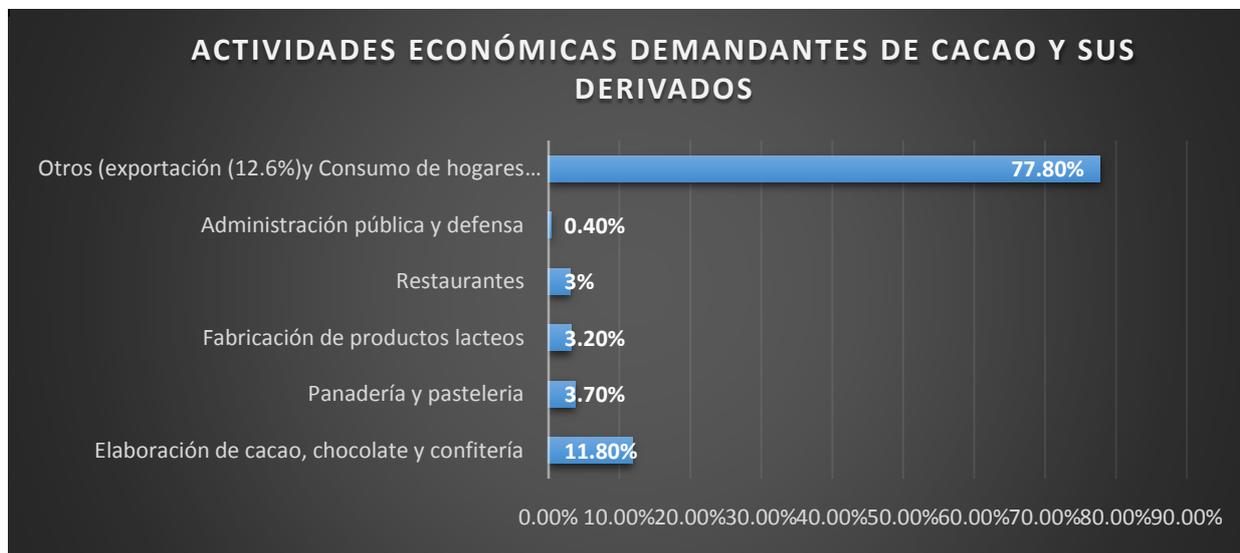


Figura 4 Actividades Económicas de Demandantes de Cacao y sus Derivados  
Fuente: INEI

### 3.3.1.1. Evolución de la producción anual de cacao en grano por regiones

Acorde con la información de los cuadros del INEI, se puede especificar que en el Perú, el cacao, y sus derivados tienen una alta demanda por parte de las empresas productoras de chocolate y confitería, también se requieren en la elaboración de productos lácteos, panadería, restaurantes y pastelería. Mientras que los hogares peruanos consumen un 65,2% del total del cacao, entre chocolates y sus derivados.

### 3.3.1.2. Regiones del Perú con mayor producción de cacao

Se puede observar en la tabla, el incremento sustancial de la producción de San Martín, Ucayali, Junín y el estancamiento de Cusco y Ayacucho.

*Evolución de la producción anual de cacao en grano por regiones (en toneladas)*

	Total Anual	San Martin	Junin	Cusco	Ucayali	Huanuco	Ayacucho	Amazona	Jaen	Otras Regiones
2000	24 786	1 113	2 108	8 943	393	1 968	6 297	2 922	547	496
2001	23 671	1 814	2 237	8 357	326	2 001	5 393	2 384	558	601
2002	24 353	2 298	2 546	7 139	301	1 939	5 738	3 241	552	599
2003	24 214	2 494	3 026	6 182	346	1 925	5 722	3 357	581	581
2004	25 921	2 704	3 352	6 708	548	2 020	5 997	3 349	536	706
2005	25 257	2 975	3 571	6 698	556	1 977	5 603	2 642	674	561
2006	31 676	5 992	4 045	7 638	827	1 915	5 834	3 929	851	645
2007	31 387	8 411	3 986	5 732	775	1 736	6 359	2 729	879	781

2008	34 003	10 643	4 057	6 837	820	1 604	6 313	2 136	887	708
2009	36 803	12 440	4 036	6 743	924	1 710	6 286	2 858	877	930
2010	46 613	21 000	4 440	7 192	1 032	1 840	6 263	2 788	898	1 160
2011	56 499	25 817	6 178	8 083	1 598	2 092	6 180	4 275	892	1 385
2012	62 492	26 737	7 557	9 227	2 568	2 463	6 186	4 484	933	2 337
2013	71 838	32 126	9 835	10 351	2 888	2 744	6 188	4 269	947	2 490
2014	81 651	38 283	12 399	10 448	2 905	3 701	4 920	4 751	961	3 284
2015	92 592	42 607	15 334	8 302	6 704	5 292	4 973	4 718	959	3 704
2016	108 677	46 848	21 400	10 788	8 622	6 491	5 439	4 276	904	3 908
Prom.	9,7%	26,3%	15,6%	1,2%	21,3%	7,7%	-0,9%	2,4%	3,2%	13,8%

Tabla 1 Evolución de la Producción Anual de Cacao en Grano por Regiones (en toneladas)

Fuente: MINAGRI

### 3.4. La cadena productiva del cacao

Existen variantes en el funcionamiento de la cadena productiva del cacao, tenemos el modelo tradicional y variantes de los modelos de negocio. En el tradicional encontramos el eslabón de la producción, el acopio, la intermediación comercial, el procesamiento industrial y por último los consumidores finales.

A medida que la producción de cacao en el Perú aumenta, hay un creciente interés de inversión de parte del sector privado, en especial de los compradores internacionales y los bancos comerciales. El reto se basa en construir una capacidad productiva local que satisfice los estándares del mercado. Morales et al., (2015)

#### 3.4.1. Producción

En el Perú existen alrededor de 30,000 productores de cacao y en función de su relación de propiedad con la tierra que trabajan los podemos dividir en tres grupos: los dueños de parcelas, los arrendadores de terrenos y encargados o también llamados administradores de terrenos (por lo general, son de propiedad familiar).

La realidad muestra que la situación de sus familiares es de extrema pobreza, es por ello que también los productores se dedican a la cosecha de otros productos complementarios. La producción cacaotera nacional generalmente está bajo la propiedad de pequeños productores de escasos recursos que poseen pocas tierras, de bajo nivel educativo, con insuficiente capital de trabajo, condiciones precarias de salud, e incluso poseen las tierras de mala calidad. Son estas las condiciones, entonces ellos buscan instalar nuevas áreas de cultivo, introducir nuevos insumos y materiales, mecanizar el proceso e instalar nuevos conocimientos técnicos para que el proceso cada vez sea más fácil.

Los productores se encuentran en zonas lejanas de la ciudad, es por ello que no hay presencia de las entidades financieras y ellos no cuentan con un acceso a financiamiento que le ayude a obtener un capital de trabajo y pueda desarrollar una parcela. También se encuentran en las condiciones de que los mismos, no poseen título de propiedad de sus tierras, esto hace que los bancos, califiquen a estos productores con un crédito de alto riesgo y no les aprueban un crédito. También estos productores no cuentan con la infraestructura adecuada para el proceso de post cosecha. Todas estas características son de desventaja para los productores.

#### 3.4.2. Acopio

Esta etapa consiste en la compra minorista al productor, en el cual se involucran ciertos actores:

- Acopiadores locales: Aquí los acopiadores compran el grano que ya se encuentra seco para realizar la venta directa a las industrias de procesamiento o a las industrias que se encargan de la elaboración del chocolate en polvo.
- Cooperativas cacaoteras: se encargan del acopio la producción de sus asociados, la cual se procesará directamente o también se puede realizar la venta directa a las industrias de procesamiento y elaboración del chocolate en polvo.
- Agentes intermediarios (para la exportación): Por lo general acopian sobre todo cacao orgánico para la exportación directa de grano seco certificado.

La realidad muestra que los productores cacaoteros viven alejados de la ciudad, y que no cuentan con transporte ni medios de comunicación (restringidos), es por ellos que los acopiadores son intermediarios ya sea, individuales, empresariales o asociativos. En pocas palabras los acopiadores se vuelven el nexo clave que va a unir a los productores con el mercado final.

### 3.4.3. Procesamiento

Es en este eslabón donde se produce la transformación del cacao de grano en productos intermediarios como manteca, pasta y licor de cacao para que se vendan a empresas de chocolate. En esta etapa se involucran dos actores:

- Cooperativas procesadoras: Son aquellas cooperativas que pueden realizar el procesamiento del cacao.
- Agroindustrias de ubicación local: Son aquellas empresas privadas, que realizan la conversión del grano, en algunos casos ubicadas en zonas productoras o en Lima.

### 3.4.4. Comercialización

Se involucran dos actores:

- Traders: Son agentes que se encargan de llevar el grano de cacao a las industrias chocolateras de otros países. Aquí se encuentran algunas filiales de corporaciones.
- Mayoristas y retailers: la principal labor de los mayoristas y retailers es la comercialización del producto final, ya sea, el polvo de cacao, hacia su consumidor final.

### 3.4.5. Consumo

Este es el eslabón final de la cadena correspondiente a la venta del producto ya sea, el cacao en grano o cacao elaborado vendido a dos actores:

- La industria internacional: Lo procesan como chocolate para ser llevado al cliente final.
- El mercado interno: formado por los consumidores dentro del territorio nacional.

## 4. Análisis de la Investigación.

La investigación realizada nos da un alcance de como con una buena estrategia de exportación, como puede ser el Comercio Justo, puede no solo mejorar las ventas, sino elevar la calidad de vida de toda la comunidad. Puesto que el Certificado de Comercio Justo va a requerir que los productores se agrupen y formen asociaciones, con intereses y objetivos mutuos y que todas las personas y colaboradores que intervengan en este proceso puedan desarrollar sus actividades de forma segura y bien remunerada.

Para que una certificadora internacional pueda conceder la certificación, debe constatar criterios muy importantes que muchas veces no se toman en cuenta por diferentes motivos, como, por ejemplo; que no haya trabajo infantil, que la remuneración mínima sea la establecida por ley, que se lleven a cabo estándares de calidad en cuanto a higiene, procesos y calidad. Las asociaciones de exportadores saben de la importancia de estos criterios, pero muchas veces no les suele ser rentables o al aplicarlas no generan la ganancia esperada. Con la certificación de Comercio Justo, se garantiza que los criterios aplicados son supervisados, representados y promocionados mediante un sello de Comercio Justo en cada producto.

Por otro lado, podemos ver como la certificación de Comercio Justo influye positivamente en las exportaciones, ya que favorece la promoción de los productos en otros mercados, y por el contrario la producción tradicional de cacao que no toma en cuenta las certificaciones internacionales se ve afectada por los intermediarios y la competencia.

## 5. Conclusiones

- Es necesario el conocimiento de la teoría y los procedimientos para acceder a la certificación de Comercio justo, así como de los beneficios, desventajas y limitaciones.
- Es importante conocer las proyecciones y estimaciones de la venta del cacao, así como los mercados extranjeros para poder posicionar nuestros productos.
- El Comercio Justo, asegura una demanda constante y a un buen precio que beneficia a todos los integrantes de la cadena productiva, además permite abrir nuevos mercados internacionales.
- Conocer la producción de cacao por regiones es importante para planificar que la producción no quede desabastecida.
- Si bien existe mucha información especializada sobre Comercio Justo, es necesario que esta información llegue directamente a los productores para que puedan organizarse hacer uso de esta importante herramienta de desarrollo.

## Referencias

- Aguirre, A. (1985). Los chocolateros de Mendaro
- Alvarez, C. (2007). Oportunidades comerciales para la exportación de alimentos orgánicos certificados. *Universidad de La Sabana*.
- Arvelo, M., Delgado, T., Maroto, S., Rivera, J., Higuera, I., & Navarro, A. (2016). *Estado actual sobre la producción y el*

*comercio del cacao En América.*

Chocolat. (2014). Historia, 2–3.

Chocolates, L. M. (2014). PRINCIPALES PRODUCTORES DE CACAO EN EL MUNDO.

Coordinadora Nacional de Comercio Justo - Peru. (2015). Comercio Justo.

European Cocoa Association, CAOBISCO, & Federation of Cocoa Commerce. (2015). *Cacao en Grano: Requisitos de Calidad de la Industria del Chocolate y el Cacao.*

Guillaume, N. (2004). El comercio justo, 2003–2004.

IEES. (2016). Industria del cacao, chocolate y otros derivados: Reporte Sectorial, 19. Retrieved from <http://www.sni.org.pe/wp-content/uploads/2017/01/Junio-2016-Industria-del-cacao-chocolate-y-otros-derivados.pdf>

IMO. (2016). Comercio Justo. *Comercio Justo México.*

MINAGRI. (2016). Estudio del CACAO en el Perú y en el Mundo, un análisis de la producción y el comercio, 1–90.

Morales, O., Borda, A., Argandoña, A., Farach, R., García, L., & Lazo, K. (2015). *La Alianza Cacao Perú y la cadena productiva del cacao fino de aroma.*

Tobergte, D., & Curtis, S. (2013). El cacao en el mundo. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Tornés, J., & Hernández, L. (2015). Cacao, una aportación de México al mundo. *Ciencia*, 32–39.

Viva, el cacao. (2018). CONFERENCIA MUNDIAL DEL CACAO EXPLORARÁ UNA NUEVA VISIÓN PARA LA INDUSTRIA. Retrieved April 3, 2018, from <http://vivaelcacao.com/es/conferencia-mundial-del-cacao-explorara-una-nueva-vision-para-la-industria/>