

Volumen 4, Número 1, Enero-Junio de 2013, pp. 3 -14  
ISSN (e) 2220-9336

# **Impacto económico y social del sello de comercio justo en las exportaciones de cacao orgánico de las cooperativas peruanas hacia la Unión Europea**

Sheila Baldeón-Aragón <sup>1</sup>

Recibido: 4 de julio de 2012  
Aceptado: 30 de agosto de 2012

---

<sup>1</sup> Sheila Baldeón-Aragón. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. Email: sbaldeon@usmp.edu.pe

## **RESUMEN**

**Objetivo:** Identificar el impacto económico y social del sello de comercio justo, en el incremento de las exportaciones de cacao orgánico de las cooperativas peruanas hacia el mercado de la Unión Europea desde el año 2005 al 2010. **Método:** se utilizó el diseño mixto: cuali-cuantitativo, ya que es exploratoria cualitativa. Por otro lado, se realizó una investigación descriptiva para poder investigar con mayor amplitud y precisión el aumento de las exportaciones de cacao orgánico peruano hacia la Unión Europea en el periodo del 2005 al 2010. **Resultado:** La investigación se ha demostrado que el cacao orgánico, que cuenta con el sello de comercio justo, tiene más acogida en la Unión Europea, aumentando así las exportaciones del cacao orgánico de las cooperativas peruanas en ese mercado.

**Conclusión:** El aumento de las exportaciones del cacao orgánico de comercio justo, excepto en el 2009, se ha incrementado teniendo como principal destino el mercado de la Unión Europea debido al crecimiento de cooperativas certificadas y la alta calidad de nuestro cacao.

**Palabras clave:** Cacao orgánico, comercio justo, cooperativas peruanas

## **ABSTRACT**

**Objective:** To identify the economic and social impact of fair trade label, in increasing exports of organic Peruvian cacao cooperatives to market of the European Union from 2005 to 2010.

**Method:** composite design was utilized: qualitative and quantitative, since it is qualitative exploratory. Moreover, descriptive research to investigate more fully and accurately the increase in exports of Peruvian organic cocoa to the European Union in the period 2005 to 2010 were performed. **Result:** Research has shown that organic cocoa, with the fair trade label, has more acceptances in the European Union, increasing exports of Peruvian organic cocoa cooperatives in that market.

**Conclusion:** The increase in exports of fair trade organic cocoa, except in 2009, has increased with the main target market of the European Union due to the growth of certified cooperatives and the high quality of our cocoa.

**Keywords:** European Union, exports, fair trade, organic cocoa

## Introducción

La evolución del desarrollo del sistema de comercio en el Perú ha incrementado las exportaciones y ha beneficiado a las grandes exportadoras, mas no a los pequeños productores. Hace algunos años atrás, nuestro sistema de comercialización se basaba en los precios del mercado, excluyendo directamente a los productores y agricultores de ciertos beneficios; sin embargo en ciertos países como Holanda ya llevaba décadas trabajando con el sistema de comercio justo con otros países europeos y africanos (Organización Mundial de Comercio Justo, 2010).

Las cooperativas peruanas han visto en el sistema de comercio justo una oportunidad de crecimiento, es por eso que alrededor de la década de 1990 algunas cooperativas peruanas de cacao orgánico obtuvieron la certificación del sello de comercio justo, brindándoles a los productores y agricultores beneficios que el sistema de comercialización ordinario no podía brindarles.

Durante largo tiempo, las ganancias del sistema ordinario de comercialización se han distribuido de manera directa solo a las grandes empresas; frente a esta situación el comercio justo (*fair trade*) busca la distribución justa de ingresos en las cooperativas, que son certificadas para así poder llegar a cambiar la vida de cada uno de los agricultores; por ello, este nuevo sistema comercial es conocido en muchos países europeos, ha ido insertándose en su cultura y volviéndose parte del comercio convencional (Davies, 2007, 2009; Renard, 2005).

Según la Organización Mundial de Comercio Justo (2010), los beneficios de comercio justo brindado por las organizaciones acreditadas son:

- Precios estables: precios mínimos que puedan cubrir los costos de la producción, además de mantenerse y que no influyan las crisis económicas y perjudiquen al agricultor.
- Premio social: fondo para el desarrollo, este premio social es creado para poder fomentar el crecimiento de las organizaciones que cuentan con el sello, brindándoles un fondo de dinero.
- Relaciones comerciales estables y formales, brinda seguridad de ventas hacia diferentes clientes.

- Acceso a fuentes de financiamiento blando, las asociaciones certificadas con el sello de comercio justo tienen la accesibilidad de poder contar con diferentes fondos de financiamientos de organizaciones relacionadas con el comercio justo.
- Acceso a apoyo y acompañamiento organizativo, la certificadora brinda apoyo de información de mercados y asesoramiento de organización.
- Respaldo gremial a través de las redes continentales de productores, dentro de la certificadora existen gremios de productores que se apoyan entre sí.

Para la obtención del sello de comercio justo es necesario conocer los estándares y el procedimiento a seguir para adquirirlo con éxito. De acuerdo con la organización *Fairtrade Labelling* (2010), para poder obtener el sello de comercio justo se deberán reunir ciertos estándares que son prestados como criterios de calidad. Para que puedan acceder al sistema de comercio justo las cooperativas peruanas exportadoras tendrán que hacer el pago inicial de 500 euros a la certificadora, luego las cooperativas remiten sus datos correctos y la solicitud es enviada a las oficinas de la certificadora, la cual procede a verificar la veracidad de dichos datos antes de proceder a otorgar la certificación.

Cotera (2009) indica que, en términos formales, el nacimiento del comercio justo se dio en Europa, sin embargo, en América Latina se ha venido desarrollando al interior de las comunidades andinas bajo las denominaciones de minka, ayni o trueque, en las que predomina el intercambio y trabajo justo. En los últimos años, se han creado unidades de gobierno para el fomento del comercio justo como en Bolivia, que crearon un Ministerio de la Inclusión Económica y en Ecuador que se ha aprobado la Ley de la Economía Popular y Solidaria en mayo del 2011. Además, Cotera (2009) señala que el comercio justo en el Perú ha empezado a tomar fuerza con la organización Grupo Red de Economía Solidaria del Perú (GRESP), creada en la década de 1990, la cual está formada por organizaciones, cooperativas e instituciones promotoras del desarrollo. Así como GRESP existen más instituciones que ayudan a la formación de cooperativas las cuales adquieren el sello de comercio justo.

En el ámbito internacional existen estudios referidos al consumo de alimentos orgánicos en la Unión Europea. Dankers (2002) realizó un análisis de 33 casos de comercio justo provenientes de diferentes países del mundo, incluyendo Perú. Concluyó que el pertenecer al sistema de comercio justo aumenta el nivel de vida de los agricultores y les brinda acceso a diferentes mercados de consumo de alimentos orgánicos.

Con relación a las cooperativas que producen cacao en el Perú, desde hace muchos años existe una asociación que agrupa las principales cooperativas cacaoteras: la Asociación Peruana de Productores de Cacao (APP CACAO), creada el año 2004. Este gremio representa a más de 15,000 productores de cacao distribuidos en sus cooperativas, las cuales representan aproximadamente 30,000 hectáreas en producción, que rinden en promedio de 500 a 1,000 kg por hectárea cada año. El año 2009 ya existían cooperativas cacaoteras que habían obtenido el certificado orgánico y el de comercio justo al mismo tiempo, la mayoría de estas cooperativas están localizadas en el departamento de San Martín, ya que este departamento abarca una mayor parte de la producción de cacao orgánico.

Existen diferentes empresas que abastecen a la Unión Europea de cacao orgánico ya que la demanda en este mercado es insatisfecha y el consumo de chocolate orgánico equivale a 150,500 toneladas de chocolate consumidor. El cacao que ingresa al mercado europeo mayormente proviene de corporaciones que exclusivamente producen para el mercado exterior. Cabe resaltar que el cacao que ingresa en mayor cantidad a la Unión Europea es en forma de grano, sin embargo, también son procesados en el país de origen. Por otro lado, el cacao en manteca y pasta de cacao también tienen buena acogida en este mercado, finalmente, el cacao en polvo que es usado domésticamente.

Esta investigación tiene por objetivo conocer el impacto económico y social del comercio justo en las cooperativas peruanas exportadoras de cacao orgánico y analizar el comportamiento del consumidor europeo en comparación con el aumento de nuestras exportaciones, así como también brindar una información más detallada acerca de los requisitos del comercio justo.

## **Hipótesis**

### **Hipótesis general**

El impacto económico y social del sello de comercio justo en las exportaciones de cacao orgánico de las cooperativas peruanas hacia la Unión Europea desde el 2005 al 2010 se traduce en un incremento de las exportaciones del cacao orgánico y la mejora de la calidad de vida de los agricultores.

### **Hipótesis Específicas**

**HE1:** La expansión de los mercados en la Unión Europea se refleja en el aumento de las exportaciones de cacao orgánico de las cooperativas peruanas que cuentan con el sello de comercio justo.

**HE2:** Los estándares a cumplir para la obtención del sello de comercio justo son la asociatividad y organización de los agricultores.

## **Método**

### **Diseño de investigación**

El diseño empleado fue el diseño mixto: cuali-cuantitativo, ya que es exploratoria cualitativa. En la actualidad no existen estudios sobre el impacto económico y social que tiene el sello de comercio justo en las exportaciones de las cooperativas peruanas cacao orgánico al mercado de la Unión Europea. Por otro lado, se realizó una investigación descriptiva para poder investigar con mayor amplitud y precisión el aumento de las exportaciones de cacao orgánico peruano hacia la Unión Europea, en el periodo del 2005 al 2010; además, determinar cuando empezaron las cooperativas a tener el certificado e indicar cuál ha sido la transformación social que han experimentado dichas cooperativas.

### **Población y procedimiento muestral**

El muestreo empleado fue no probabilístico. Para ello se realizó una selección intencional, la cual es necesaria para la investigación exploratoria. Los criterios de inclusión y exclusión para la delimitación poblacional fueron los siguientes:

- Cooperativas exportadoras de cacao orgánico en el Perú.
- Cooperativas que exporten cacao orgánico con certificación de comercio justo.
- Cooperativas que sean peruanas y exporten al mercado de la Unión Europea.

La asociación elegida fue: APP CACAO que agrupa 19 cooperativas, de las cuales 11 cumplen con los 4 criterios determinados. Se seleccionaron las asociaciones cooperativas que tuvieran el mayor volumen de exportación en valor FOB a la Unión Europea [\$ 6'523,400.00 y \$ 3'500,000.00] y contarán con experiencia en el rubro. Por ello se decidió trabajar con tres cooperativas:

ACROCAP: Valor de las exportaciones en el año previo al estudio: \$230,000.00

CAC Oro Verde: Valor de las exportaciones en el año previo al estudio: \$190,500.00

Cooperativa Naranjillo: Valor de las exportaciones en el año previo al estudio: \$2'687,200.00

### **Instrumentación**

Se empleó entrevistas a profundidad no estructuradas, para obtener información sobre el tema e identificar las diferentes etapas del proceso de exportación. La entrevista estuvo dirigida a los gerentes de las cooperativas seleccionadas que exportan cacao orgánico hacia el mercado de la Unión Europea, empleando el comercio justo. La entrevista a profundidad tiene las siguientes preguntas:

¿Usted creería que las exportaciones peruanas de cacao orgánico han venido en aumento hacia el mercado de la Unión Europea debido al sello de comercio justo?

¿Cuál cree que son las causas por las cuales las exportaciones peruanas de cacao orgánico han venido en aumento hacia el mercado de la Unión Europea debido al sello de comercio justo?

¿Cuál es el mercado que consume más cacao orgánico con sello de comercio justo?

¿Cuál cree usted que son las razones por las que los europeos tienen tendencia/costumbre de comprar productos de comercio justo?

¿Usted cree que una cooperativa peruana de cacao orgánico con sello de comercio justo tiene más oportunidades de aumentar su volumen de exportaciones?

Acerca de las cooperativas que cuentan con el sello de Comercio Justo, ¿Estas cooperativas han tenido algún apoyo del estado o de alguna organización para la obtención del sello de comercio justo?

¿Creería que el sello de comercio justo ha traído cambios en las cooperativas? ¿Qué tipos de cambios?

¿Qué beneficios el comercio justo ha traído a su cooperativa?

¿Qué tipo de certificaciones y/o requisitos necesitan las cooperativas productoras/exportadoras para la obtención del sello de Comercio justo? ¿Podría nombrarlas?

¿Cuál cree usted que son las principales barreras para obtener el sello de comercio justo?

¿Usted cree, que las cooperativas no obtienen este tipo de sello debido a la falta de información?

### **Procedimiento**

La entrevista se aplicó a cada cooperativa exportadora por separado, se dialogó con cada gerente para que pudiera responder las preguntas antes señaladas. La conversación tuvo una duración aproximada de 2 horas. El mismo investigador se encargó de registrar los datos de la entrevista, para lo cual procedió a transcribir cada una de las respuestas brindadas. Las entrevistas fueron grabadas con autorización de los gerentes entrevistados y luego de ser transcritas fueron modificadas. La tabulación de los datos se realizó mediante archivos de documentos textuales de técnica cualitativa. Finalmente, se aplicó un filtro de información con detenimiento, aplicando gráficos y cuadros resúmenes que fueron creados en función a los objetivos de la investigación para su análisis respectivo.

### **Resultados**

La tabla 1 presenta una síntesis de las respuestas brindadas por los principales encargados del área de cacao orgánico de cada cooperativa exportadora de cacao orgánico:

El proceso de obtención del sello de comercio justo de las 11 cooperativas que cuentan con él en la actualidad empezó en 1997 hasta el 2004.

A partir del año 2005 las exportaciones comienzan a incrementar casi el doble del valor de ese año; sin embargo no se puede concluir que el sistema de comercio justo incrementa las exportaciones al máximo ya que existen diferentes factores como: la cultura de consumo orgánico en Europa, prestigio en el mundo por la calidad de cacao y la demanda insatisfecha que vivió la Unión Europea en ese periodo, sin embargo los datos recolectados y las entrevistas expuestas lo confirman. No obstante, la evolución de las exportaciones

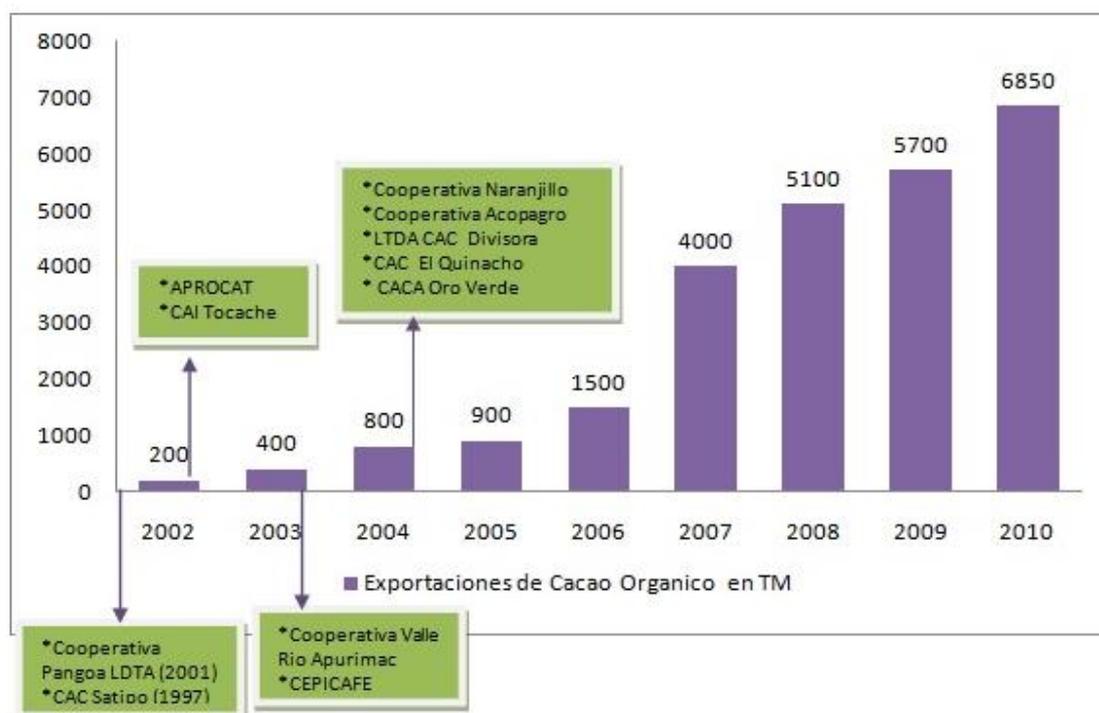
desde el año 2002 hasta el 2010 muestra una tendencia creciente sostenida (ver gráfico 1).

**Tabla 1: Resumen de información brindada en las entrevistas.**

<b>Nombre</b>	Rolando Herrera	Luis Casaverde Pacherez	Teófilo Beingolea Ayala
<b>Institución</b>	Cooperativa Naranjillo	Gerencia de Aprocap	Área de Cacao Orgánico- CAC Oro
<b>Cargo</b>	Presidente de Cooperativa Naranjillo	Gerente General	Jefe del Área
<b>Estado</b>	Contratado, Socio	Contratado	Contratado
<b>Distrito</b>	Lima, Perú	San Juan de Bigote, Morropon – Piura, Perú	Lamas – San Martín, Perú
<b>Opinión acerca del aumento de exportaciones orgánicas con comercio justo</b>	Sí han venido en aumento debido al sello de comercio justo.	-----	Los años 2007 y 2008 fueron muy buenos, el 2009 tuvimos algunos problemas por la crisis internacional.
<b>Causas de aumento de exportaciones</b>	El Perú tiene el mejor cacao del mundo, inversión, políticas en empresas y comercio justo.	-----	Organización del mercado de <i>fair trade</i>
<b>Mercado que consume más cacao orgánico de sello de comercio justo</b>	El mercado que consume más cacao orgánico justo es el mercado europeo.	-----	-----
<b>Tendencias de consumo en Europa</b>	Existe una costumbre de consumo de productos de comercio justo en Europa.	El mercado orgánico está creciendo, se ve en las estadísticas que es por un tema de consumo, la gente en Europa produce más orgánicos que antes, eso explica el crecimiento del mercado orgánico.	Algunas empresas están orientando a los cacaos de finos aroma, otras empresas prefieren el orgánico <i>fair trade</i> .
<b>Aumento de volumen de exportaciones en cooperativas con sello de comercio justo</b>	El sello de comercio justo brinda oportunidades de diversificar las líneas de cacao y así aumentar las exportaciones.	El sello de comercio justo permite el ingreso del cacao orgánico a más países.	Los volúmenes aumentan porque el sello de comercio justo le brinda un valor agregado
<b>Organización que apoya en la obtención del sello comercio justo</b>	El estado está apoyando mucho en la obtención de este sello por proyectos del estado tal como El programa de Competividad 2011, Agro ideas, etc.	Bueno existen organizaciones que ayudan al fomentar el comercio justo como lo hace APP Cacao y Acopagro, que brinda información acerca de los beneficios de obtener el sello de comercio justo. Así como también cooperativas y asociaciones que brindan financiamiento a los agricultores.	Existen iniciativas del Gobierno Central, también existen programas de Inca Agro que contribuyen a desarrollar los cultivos de cacao y últimamente estamos tratando de ingresar al programa PCC que también tiene enfoque de apoyar a las organizaciones de pequeños productores.

<p><b>Beneficios y cambios que otorga el sello de comercio justo</b></p>	<p>El sello de comercio justo brinda oportunidades de diversificar las líneas de cacao, inversión en tecnología y aumento de calidad en los productos.</p>	<p>El sello ayuda mucho porque normalmente si una organización no cuenta con el sello de la organización no será creíble si el producto es orgánico o justo, se requiere el sello para poder colocar el producto en diferentes mercados que requieren el producto orgánico.</p>	<p>Tener sello de <i>fair trade</i> es muy importante el producto tiene una mejor opción de venta valorizándose más, por lo tanto, los productores generan mejores ingresos familiares y ayuda a vender a la Cooperativa.</p>
<p><b>Requisitos para la obtención del sello de comercio justo</b></p>	<p>No hay requisitos que puedan valorarse como obstáculos, solo las evaluaciones continuas de los organismos para la verificación de los datos dados.</p>	<p>Las organizaciones de exportadores y productores de cacao orgánico deben de cumplir con ciertos requisitos que pide la organización del comercio justo, ya que pasaran por auditorias e inspecciones para la obtención del sello.</p>	<p>Para lograr la obtención del sello de comercio justo lo más importante es estar organizado, tener una pequeña infraestructura para poder almacenar los productos y desarrollar capacidades a nivel de los técnicos y el personal administrativo, y poder cumplir los requisitos del comercio justo.</p>
<p><b>Obstáculos y certificaciones que existen para la obtención del sello de Comercio Justo.</b></p>	<p>El principal obstáculo es la organización de la asociatividad en los pequeños grupos de productores.</p>	<p>Las principales barreras: la falta de información que existe en el ambiente, además del individualismo de los agricultores que prefieren no hacer cooperativas o asociaciones para poder satisfacer el mercado mundial, además del financiamiento para poder cumplir con los requisitos que determina el <i>fair trade</i>.</p>	<p>La única barrera sería que los productores no quieran organizarse y la otra conseguir financiamiento para asumir los costos a nivel de contratar la certificadora y el otro costo es la asistencia técnica, mejorar la capacidad de gestión empresarial, capacidad organizativa para el fortalecimiento.</p>
<p><b>Información acerca del sello de comercio justo en el mercado</b></p>	<p>El sello de comercio justo se otorga a pequeños productores, para obtenerlo no determina los volúmenes de ventas y las cooperativas informan a los socios de todo lo que ocurre</p>	<p>El tema del comercio justo es relativamente nuevo, pero existen personas que conocen del rubro y están bien informadas, en su mayoría los agricultores individuales no están bien informados de los beneficios que brinda este tipo de sello.</p>	<p>Algunas empresas no ingresan porque no tienen conocimiento de los beneficios y las ventajas que tiene el comercio justo, otras pueden tener pero no es atractivo porque se tienen que cumplir ciertos criterios tanto sociales, económicos, medioambientales y condiciones de trabajo.</p>

**Fuente:** Elaboración propia de acuerdo a entrevistas a profundidad.



**Gráfico 1: Obtenciones de certificaciones de comercio justo en cooperativas de cacao orgánico peruano frente al aumento de las exportaciones del mismo. (2002- 2010).**Fuente: Organización Internacional de Comercio Justo. **Elaboración:** Propia en base a las revisiones documentarias.

De acuerdo al cuadro la cantidad de cacao orgánico peruano que está siendo exportado a la UE en modalidad de Comercio Justo tiene

como total \$ 1, 132,942.00 en el último año (ver tabla 2).

**Tabla 2. Países de la Unión Europea importadores de cacao orgánico el año 2009**

Países	Orgánico		Orgánico Fair Trade		Convencional		Totales	
	Valor FOB (USD)	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB (USD)	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB (USD)	Peso Neto (Kg.)	Valor FOB (USD)	Peso Neto (Kg.)
Bélgica		334,841	105,390	156,397	49,920	1,258,513	130	<b>1,750,908</b>
Alemania		150,780	50,260			3,211,493	2,200	<b>3,378,124</b>
Italia		1,348,544	477,493			2,050,390		<b>3,398,934</b>
Holanda		2,154,903	775,153	834,447	332,640	745,200	1,370	<b>3,746,206</b>
España				142,099	48,300	23,750		<b>165,849</b>
Inglaterra						3,077	758	<b>9,898</b>
Francia		49,536	16,512				300	<b>51,726</b>
Finlandia							1,600	<b>12,881</b>
Suecia							200	<b>2,115</b>
<b>Totales</b>	<b>4,038,604</b>	<b>1,424,808</b>	<b>1,424,808</b>	<b>1,132,942</b>	<b>430,860</b>	<b>7,292,423</b>	<b>6,558</b>	<b>12,516,641</b>

**Fuente:** APP CACAO. **Elaboración:** Propia en base a las revisiones documentarias e entrevistas realizadas

En base a las revisiones documentarias y a las entrevistas realizadas a profundidad, se ha podido elaborar una representación gráfica que muestra los cambios característicos en el ámbito social que imparte el del sello de comercio justo en las cooperativas exportadoras de cacao orgánico hacia la Unión Europea (ver gráfico 2). Como se puede

observar el sello de comercio justo no solo beneficia económicamente a los agricultores, sino que también los hace crecer como comunidad brindándoles ingresos equitativos, trabajo digno sin explotaciones con condiciones óptimas en el ambiente de trabajo. El fondo de desarrollo que brinda el sello de comercio justo, basado las ventas del cacao

orgánico en el exterior, fomenta el desarrollo social ya que ese dinero es utilizado para el

mejoramiento de la cooperativa y la calidad de vida de cada uno de sus integrantes.



**Gráfico 2: Las características sociales del sello de comercio justo.**

Fuente: Organización Internacional de Comercio Justo y entrevistas a profundidad. Elaboración: Propia en base a entrevistas a profundidad y revisión documentaria.

Según las entrevistas brindadas por los principales encargados del área de cacao orgánico de la muestra tomada e información de la Organización *Fairtrade Labeling*, se han identificado los estándares a cumplir por las

empresas cacaoteras peruanas para la obtención del sello de comercio justo, los cuales incluyen estándares aspectos sociales y medioambientales (ver tabla 3).

**Tabla 3: Estándares para las cooperativas cacaoteras peruanas para obtener sello de comercio justo**

Asociatividad y Organización	Democracia	Buen ambiente laboral	Prohibiciones	Cuidado del Medio ambiente
Pertenecer cooperativas o asociaciones	Participación de todos los miembros de la organización para toma de decisiones	Condiciones de empleo mayores a los requisitos mínimos legales	Trabajo Infantil y forzado	Buen uso de la tierra y mantenimiento de la fertilidad.
Organización para el desarrollo	Libertad sindical y negociación colectiva	óptimas condiciones sanitarias y de seguridad	Prácticas discriminatorias	Uso adecuado y cuidado del medio ambiente

Fuente: *Fairtrade Labelling Organization*. Elaboración: Propia en base a entrevistas a profundidad y revisión documentaria.

Existen muchas cooperativas en el país que han cumplido con estos estándares y hoy gozan de los beneficios del comercio justo; es difícil llegar a cumplir todos estos estándares, ya que en Perú existe el trabajo infantil y los ambientes laborales no son apropiados, es por eso que las cooperativas se organizan y crean agrupaciones que pertenecen a diferentes organizaciones que son las que se encargan de todo este proceso.

## Discusión de los resultados

La investigación se ha demostrado que el cacao orgánico, que cuenta con el sello de comercio justo, tiene más acogida en la Unión Europea, aumentando así las exportaciones del cacao orgánico de las cooperativas peruanas en ese mercado; así como también las características del sistema de comercio justo incluye una transformación social en las organizaciones que pertenecen al mismo y

que deberán incluir políticas justas que mejoren su calidad de vida.

Cotera (2009) señala que la economía solidaria ha venido tomando fuerza en las últimas décadas en el Perú, agrupando a los agricultores en gremios y asociaciones. Comparando estas afirmaciones con los resultados cualitativos de la presente investigación, se puede concluir que ambos resultados se relacionan, ya que para poder llegar a contar con un sello de comercio justo, se deben de contar con ciertos parámetros y uno de ellos es la asociatividad entre agricultores, lo cual son llamadas cooperativas.

Al determinar el impacto económico en relación al aumento de las exportaciones de cacao orgánico que cuentan con el sello de comercio justo, se pudo llegar a conocer que las exportaciones del cacao orgánico, con este sello, han aumentado a partir del 2004 en adelante, debido a que ha existido un incremento en las cooperativas peruanas certificadas con el sello de comercio justo. Por otro lado, el impacto social que brinda la certificación del sello de comercio justo se lleva a cabo con el cumplimiento de los requisitos que la certificadora determina, para la obtención de la certificación, así mismo, las cooperativas deberán de incluir estos requisitos como políticas en su organización, los cuales ayudarán a elevar su calidad de vida ya que tendrán un trabajo digno con distribución de ganancias equitativas y con más oportunidades de crecimiento.

## Conclusiones

El aumento de las exportaciones del cacao orgánico de comercio justo, excepto en el 2009, se ha incrementado teniendo como principal destino el mercado de la Unión Europea, debido al crecimiento de cooperativas certificadas y la alta calidad de nuestro cacao.

La transformación social del comercio justo es mejorar la calidad de vida de los trabajadores; brindándoles un buen ambiente de trabajo, con seguridad, respeto, desarrollo personal e ingresos económicos equitativos.

Los estándares principales para la obtención del sello de comercio justo se apoyan en la igualdad, democracia y organización de las cooperativas, que se logra gracias a agrupaciones que se encargan de esta asociatividad y apoya a estas organizaciones a mantenerse capacitadas.

## Recomendaciones

Mantener y agrupar más cooperativas exportadoras peruanas de cacao orgánico para que el crecimiento de las exportaciones continúe.

Proponer la especialización de grupos de agricultores en el tema de comercio justo para que puedan aprovechar los beneficios del sistema.

ponerse en contacto con las embajadas de los países de la Unión Europea y especialistas del sistema de comercio justo para que puedan compartir el *know how* con cooperativas peruanas.

## Referencias

- Cotera, Alfonso (2009). *Comercio Justo Sur-Sur: Problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones (CAN)*. Lima: Grupo Red de Economía Solidaria del Perú (GRESP).
- Dankers, Cora. (2002). *Las normas sociales y ambientales, la certificación y el etiquetado de cultivos comerciales*. Recuperado el 5 de Julio de 2011. Disponible en: <http://www.fao.org/docrep/008/y5136s/y5136s00.htm#Contents>
- Davies, Ian A. (2007). The eras and participants of fair trade: an industry structure/stakeholder perspective on the growth of the fair trade industry. *Corporate Governance*, 7(4), 455-470.
- Davies, Ian A. (2009). Alliances and networks: Creating success in the UK fair trade market. *Journal of Business Ethics*, 86(1), 109-126.
- Fairtrade Labelling Organization (2010). *Certificación de Comercio Justo*. Recuperado el 18 de Noviembre del 2010, Disponible en <http://www.flo-cert.net/flo-cert/main.php?lv=2&p=2>
- Organización Mundial del Comercio Justo (2010). *Ventas de productos bajo el sistema de comercio justo*. Recuperado el 8 de Junio del 2011. Disponible en <http://www.wfto.com>
- Renard, Marie-Christine (2005). Quality certification, regulation and power in fair trade. *Journal of Rural Studies*, 21(4), 419-431.

## ANEXO 1

### Entrevista al gerente de Cooperativa Naranjillo

La siguiente entrevista fue realizada en Octubre del año 2010 al Señor Teófilo Beingolea Ayala, el Jefe de área de cacao en la Cooperativa Oro Verde:

Sheilla Baldeon Aragón: Buenas tardes, Sr. Teófilo Beingolea Ayala, ¿podría brindarme una entrevista para determinar la influencia de comercio justo?

Sr. Teófilo Beingolea Ayala: Por supuesto. En realidad nosotros somos productores de cacao y exportamos cacao en grano y fermentado de alta calidad al mercado europeo, no industrializamos, trabajamos con pequeños productores, aproximadamente llevamos 4 años en la industria.

Sheilla Baldeon Aragón: ¿Usted cree que las exportaciones peruanas de cacao orgánico han venido en aumento hacia el mercado de la Unión Europea debido al sello de comercio justo?

Sr. Teófilo Beingolea Ayala: Los años 2007 y 2008 fueron muy buenos años, el 2009 tuvimos algunos problemas por la crisis global internacional. En el 2009 no pudimos exportar cacao orgánico de comercio justo y por las ferias internacionales, ahora se están organizando, se están retomando de muy buena manera este mercado de *fair trade*.

Sheilla Baldeon Aragón: ¿Cuáles cree que son las razones principales por las que las exportaciones peruanas de cacao orgánico han venido en aumento hacia el mercado de la Unión Europea debido al sello de comercio justo?

Sr. Teófilo Beingolea Ayala: La organización en el mercado *fair trade*.

Sheilla Baldeon Aragón: Para usted, ¿Cuál es el mercado que consume más cacao orgánico con sello de comercio justo?

Sr. Teófilo Beingolea Ayala: El mercado que consume más cacao orgánico es el mercado europeo, el cual se inclina más por el cacao *fair trade*.

Sheilla Baldeon Aragón: ¿Cuál cree usted que son las razones por las que los europeos tienen tendencia o costumbre de comprar productos de comercio justo?

Sr. Teófilo Beingolea Ayala: Mire, algunas empresas están orientando a los cacaos finos de aroma, hemos empezado algunos productos, otras empresas prefieren el orgánico

*fair trade*. Entonces hay una diversidad de opciones de mercado para poder exportar.

Sheilla Baldeon Aragón: ¿Usted cree que una cooperativa peruana de cacao orgánico con sello de comercio justo tiene más oportunidades de aumentar su volumen de exportaciones?

Sr. Teófilo Beingolea Ayala: Efectivamente que sí, tener sello de *fair trade* es muy importante, le da un valor agregado al producto y tienen una mejor opción de venta, el producto se valoriza más por lo tanto los productores generan mejores ingresos familiares y ayuda a vender a la Cooperativa... estos sellos de *fair trade* y el sello orgánico.

Sheilla Baldeon Aragón: Acerca de las cooperativas que cuentan con el sello de comercio justo, ¿Estas cooperativas han tenido algún apoyo del estado o de alguna organización para la obtención del sello de comercio justo?

Sr. Teófilo Beingolea Ayala: Últimamente existen iniciativas del gobierno central, también existen programas de Inca Agro que contribuyen a desarrollar los cultivos de cacao y estamos tratando de ingresar al programa PCC que también tiene enfoque de apoyar a las organizaciones de pequeños productores.

Sheilla Baldeon Aragón: ¿Creería que el sello de comercio justo ha traído cambios en las cooperativas? ¿Qué tipos de cambios?

Sr. Teófilo Beingolea Ayala: En estos 4 años en la industria, como pequeños productores de cacao de alta calidad con la Unión Europea como principal mercado, creemos que si existen cambios positivos, ya que las ventas de nuestro cacao han aumentado con este sello.

Sheilla Baldeon Aragón: ¿Qué beneficios el comercio justo ha traído a su cooperativa?

Sr. Teófilo Beingolea Ayala: Tener el sello de *fair trade* es muy importante, el producto tiene una mejor opción de venta valorizándose más por lo tanto los productores generan mejores ingresos familiares y ayudan a vender a la cooperativa donde pertenecen.

Sheilla Baldeon Aragón: ¿Qué tipo de certificaciones y/o requisitos necesitan las cooperativas productoras/exportadoras para la obtención del sello de comercio justo? ¿Podría nombrarlas?

Sr. Teófilo Beingolea Ayala: Lo más importante para la obtención del sello es que

los productores deben estar organizados y la organización o compañía también debe tener capacidad de exportación, y si no la tienes debes adquirirla durante los años y experiencia y la organización debe mantener directamente su exportación. Sin embargo, también hay organizaciones que utilizan *brokers*, en este caso, utilizan el servicio de empresas exportadoras con experiencia pero también hacen que esas organizaciones reciban los beneficios del comercio justo. Entonces, para lograr ese sello lo más importante es estar organizado, tener una pequeña infraestructura para poder almacenar los productos y desarrollar capacidades a nivel de los técnicos y el personal administrativo, y poder cumplir los requisitos del comercio justo.

Sheilla Baldeon Aragón: ¿Cuál cree usted que son las principales barreras y/o impedimentos para obtener el sello de comercio justo?

Sr. Teófilo Beingolea Ayala: Yo pienso que la única barrera sería que los productores no quieran organizarse y la otra conseguir financiamiento para asumir los costos a nivel de contratar la certificadora, *broker*, y el otro costo es la asistencia técnica para poder lograr que los técnicos puedan orientar la organización, mejorar la capacidad de gestión empresarial, capacidad organizativa para el fortalecimiento, entonces, todo eso necesita un pequeño presupuesto, un financiamiento, un acompañamiento, unos tres o cuatro años hasta que la organización se consolide.

Sheilla Baldeon Aragón: ¿Usted cree, que las cooperativas no obtienen este tipo de sello debido a la falta de información?

Sr. Teófilo Beingolea Ayala: Algunas empresas no ingresan, justamente porque no tienen conocimiento de los beneficios y las ventajas que tiene el comercio justo, otras pueden tener pero no es atractivo porque se tienen que cumplir ciertos criterios tanto sociales, económicos, medioambientales y condiciones de trabajo; entonces, si uno no está con la capacidad de cumplir con estos tres ítems importantes del comercio justo simplemente no lo toman como una opción para ingresar al comercio justo, porque hay que cumplir normas dentro del sistema de comercio justo.

Sheilla Baldeon Aragón: Eso es todo, muchísimas gracias, Sr. Teófilo.