PUNTO de EQUILIBRIO

CENTRO DE INVESTIGACIÓN | UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

VENTAS Y MARKETING EMPRENDIMIENTO Y EMPRENDEDORES

Comercio justo en el contexto del cacao peruano: El caso Acopagro

01 junio, 2021

El Comercio Justo (Fair trade) en el contexto de la agricultura peruana

El Perú es un país mega diverso y su pluralidad biológica se ve reflejada en sus productos variados y sabrosos. Los productos peruanos como el plátano, café, cacao, frutas exóticas, verduras, especias y flores entre otras, son bastante atractivos para los mercados internacionales. Sin embargo, este éxito y reconocimiento no necesariamente se ve reflejado en el pequeño agricultor. Esto se debe principalmente a que éste tiene dificultades para poder comercializar sus productos en el mercado. Mientras el mercado internacional demanda estandarización de calidad y grandes volúmenes, el 85% de los agricultores tiene parcelas con unidades productivas con un área entre 3 y 10 hectáreas (MINAGRI, 2021). Además de que los productores enfrentan varios problemas con la capacidad productiva necesaria para comercializar y mantienen el desconocimiento del potencial de sus productos en los mercados internacionales y nacionales. Por todo esto, se ven marginalizados de los beneficios de esta actividad, al trabajar principalmente con intermediarios. Añadido a este desconocimiento del funcionamiento de los mercados y el potencial comercial, la ignorancia de los precios de los productos que muchas veces son cotizados en bolsa, los mantiene en clara desventaja.

Ante esta coyuntura, nace el comercio justo. El comercio justo es un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza (Coordinadora Comercial de Comercio Justo, 2021). El comercio justo es una propuesta de comercio alternativo diseñado principalmente para apoyar a productores de países en desarrollo, y que promueve relaciones comerciales equitativas y sostenibles. Esta proposición surge como una iniciativa de los consumidores responsables que buscan que los productos que adquieran sean elaborados bajo un esquema de trabajo digno, sin abuso ni discriminaciones, y con prácticas que guarden armonía con el medio ambiente. En

este sentido, el comercio justo gira entorno al precio mínimo que incluya: 1) un pago que garantice a los productores cubrir sus costos de producción con prácticas que protejan al medio ambiente, 2) una prima para fortalecer las capacidades productivas, empresariales y del capital social de los productores, y 3) que pre financie la producción para evitar abusos por parte de los intermediarios. Además, reconoce la importancia de establecer relaciones de largo plazo entre los compradores y los productores organizados, para garantizar el acceso a mercados de manera sostenida. Los principales beneficios de participar en comercio justo son: acceso al mercado internacional (por lo tanto, pueden tener mejores precios que un precio local) y participación en ferias internacionales (Proexpansión, 2021).

“Fairtrade” (comercio justo en inglés) es la etiqueta de comercio justo impulsada por Fairtrade International. Esta organización coordinadora agrupa a productores e importadores que promueve, y a la vez facilita el trabajo de distintas organizaciones de comercio justo. En América Latina, La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC) es la red que representa a todas las organizaciones certificadas “Fairtrade” de América Latina y el Caribe, es miembro de Fairtrade Internacional y co-dueña del sello Fairtrade. El Sello Fairtrade impreso en un producto, garantiza que este se ha producido y comercializado siguiendo los criterios internacionales del comercio justo establecidos por Fairtrade International.

Según información de la (CLAC), Perú agrupa el mayor número de organizaciones de pequeños productores certificados Fairtrade en la región. La CLAC calcula que hay más de 100 mil productores, miembros de 315 organizaciones de pequeños productores de café, cacao, banano, verduras y especias (ContentLab , 2019)

El cacao y el comercio justo

El cacao es una planta tropical que sólo crece en regiones húmedas cercanas a la línea ecuatorial. Los granos de cacao son extraídos de la mazorca y son fermentados y secados al sol. Gracias a estos granos de cacao se elabora la golosina más preciada y favorita del mundo: el chocolate.

En particular, el cacao es considerado como un cultivo para el desarrollo alternativo en el Perú. Los cultivos alternativos son productos que sustituyen las plantaciones de hoja de coca y logran una reconversión productiva agropecuaria agregando valor, mejorando las condiciones de inversión y desarrollo productivo de zonas rurales. Se ha contado con diferentes estrategias para la erradicación de los cultivos de coca de manera voluntaria, de forma que se establezca un cambio económico y social en la zona. Por ejemplo, la coordinación entre instituciones estatales, privadas junto con la cooperación internacional permite que se impulse actividades sostenibles como es el desarrollo de los cultivos de cacao (Parra y Guerra, E, 2014). A partir de esto, se busca mejorar las capacidades de innovación en diferentes regiones del país, permitiendo la especialización de los agricultores en las plantaciones del

cacao, generando oportunidades de trabajo y logrando exportar el producto a diferentes mercados. El cacao es uno de los productos Fairtrade más destacados desde que se certificó por primera vez en 1994 (Fairtrade, 2021).

Fairtrade establece que, si en el futuro queremos tener un recurso escaso como el cacao, los productores necesitan ganarse la vida de manera viable y digna con su trabajo. Asimismo, al saber que la industria chocolatera es un sector consolidado internacionalmente, Fairtrade colabora con la facilidad de adquirir grandes volúmenes de cacao producidos de forma sostenible. Con esto se da un enlace perfecto: a mayores ventas de cacao, mayores beneficios para los agricultores. Para este fin, la condición para el agricultor es estar organizado en cooperativas o asociaciones para 1) consolidar volúmenes y estandarizar calidad, 2) negociar mejores términos comerciales y 3) llegar a mercados internacionales más amplios (Fairtrade, 2021).

El comercio justo en el Perú es un sistema que aplica a pequeños agricultores que estén necesariamente asociados en organizaciones, como por ejemplo las cooperativas de productos alternativos para poder obtener el sello de comercio justo. Tanto la formación de cooperativas como el comercio justo comparten muchas características como que ambos se centran en las personas y buscan distribuir de forma justa la riqueza, manteniendo valores como la solidaridad, responsabilidad, transparencia, puntualidad además del desarrollo sostenible (Coordinadora Estatal del Comercio Justo, 2019).

La cooperativa Acopagro

El caso de la cooperativa Acopagro, se ubica en Juanjui, San Martín. La cooperativa empezó en 1997 con un pequeño grupo de socios productores y hoy en día son más de 2000 miembros. Acopagro ofrece a los mercados internacionales de cacao, cacao orgánico e incluso, han desarrollo derivados del producto.

A los productores de cacao Fairtrade se les paga por sus mercancías un precio mínimo Fairtrade, que protege al productor contra las caídas del precio de mercado. Asimismo, se incentiva la producción orgánica con un precio mínimo más elevado que el convencional. En el caso de la cooperativa Acopagro, la exportación de cacao que realiza es entre 95 y 99% de cacao Fairtrade orgánico. Es importante resaltar que este pago por cacao Fairtrade es trasladado al agricultor, explicándoles de manera clara y transparente el valor del producto entregado y así, mejorando la situación económica y social de cada miembro. Esta transparencia en la comunicación y en la percepción de los beneficios por el cacao obtenido ha permitido que cada miembro conozca y valore el producto que desarrolla; esto, incrementa el compromiso para mejorar cada vez más la calidad que ofrecen.

Adicionalmente al precio mínimo, las organizaciones de agricultores reciben una “prima Fairtrade”, que invierten en proyectos de su elección. Muchos agricultores han destinado la prima a mejorar su negocio y su producción, al reemplazar los

árboles viejos e invertir en mejores instalaciones para la cosecha, el almacenamiento y el transporte, o el procesamiento del cultivo. Por ejemplo, la cooperativa Acopagro ha realizado inversión en maquinaria y en capacitación para mejorar la calidad del cacao en fermentación y secado. Cabe destacar también que en momentos de pandemia por el covid-19, la cooperativa Acopagro, a partir de la "prima Fairtrade" hizo canastas de víveres para poder ayudar a productores en comunidades alejadas sin acceso a alimentos que puedan complementar su seguridad alimentaria. Asimismo, Acopagro ha entregado mascarillas y medicinas a sus socios para hacer frente al virus que nos ha azotado desde el año pasado.

Retos y oportunidades del comercio justo:

Algunos estudios han analizado el impacto social del comercio justo. Le Mare (2008) hace una revisión bibliográfica sobre estos e identificó que si bien estos son diversos y complejos la mayoría de los estudios muestran que el comercio justo ha tenido un impacto positivo, pues fortalece las capacidades para mejorar y diversificar los sustentos de las familias involucradas en la elaboración de estos productos. Estudios realizados en Latinoamérica, que incluyen a Perú en el análisis, muestran que los productores de café involucrados en comercio justo, mostraron una mejora en sus niveles de ingreso, productividad, educación y salud, en comparación a los que no participaron del comercio justo (Geiger-Onteo 2011, Sirdey & Lemeilleur 2021). Sin embargo, los estudios también indican que los resultados variarán en función de las condiciones puntuales a cada caso. El entorno macroeconómico, el acceso al crédito por parte de los productores, las políticas de desarrollo, la cooperación de ONGs, del gobierno, así como el constante compromiso de los productores y sus asociaciones contribuirán a que esta iniciativa tenga mayor impacto (Le Mare 2008, Bissinger 2019).

Además, es importante reconocer que uno de los principales retos para nuestros productores nacionales sigue siendo el acceso a mercados. La demanda por estos productos es a veces inferior a la producción con el sello de comercio justo, y muchas veces los productores se ven obligados a vender su producción en mercados convencionales, incurriendo en beneficios nulos y hasta a veces, en pérdidas. En este sentido, es importante recordar que los esfuerzos por el comercio justo provienen de prácticas en el extranjero, principalmente de movimientos no gubernamentales. Existe mucho espacio de mejora a nivel nacional para fortalecer el mercado interno bajo este modelo, e internacional para promover el comercio bajo los principios del comercio justo.

Aún persisten otros problemas que deben ser resueltos como la presencia de actores sin acreditación o que no ha sido renovada; la contaminación de terrenos agrícolas debido a la actividad minera ilegal y/o pesticidas altamente tóxicos y el ingreso de transgénicos que podrían amenazar la biodiversidad y la agricultura orgánica peruana (CNCJ Perú, 2021; Proexpansión, 2021), la pobreza, deforestación, desigualdad de género, el trabajo forzoso, además de la salud de

los clientes extranjeros, entre otros. Debemos continuar realizando esfuerzos para que el sector alimentario aborde las múltiples dificultades que amenazan la sostenibilidad de nuestros cultivos a largo plazo, tanto de quienes lo producen como los que lo consumen.

El cacao, así como otros productos peruanos bajo la propuesta del comercio justo tienden a cumplir con estándares ambientales y sociales altos al ser exportados a países desarrollados con un mayor precio. Sin embargo, cabe resaltar que el comercio justo se distingue del asistencialismo pues pretende reducir las desigualdades, pero a través de la generación de canales de comercialización que valoren la producción realizada con sostenibilidad social y ambiental. Por ello, es fundamental que los consumidores puedan identificar los productos elaborados bajo los principios del comercio justo. Así, el rol de las certificadoras es fundamental. Lo que resulta alentador es que a nivel mundial el consumidor está tomando mayor conciencia de las consecuencias a nivel social, económico y ambiental de su propio consumo, a partir de ello, están modificando su comportamiento y preferencias (Gillani, Kutaula, Leonidou, & Christodoulides, 2019). Es importante seguir generando conciencia en los países desarrollados sobre la importancia del comercio justo y los diferentes desafíos que enfrentan los agricultores y trabajadores al comercializar a nivel internacional y en la región (CEO Fairtrade International, 2019).

Hagamos que los medios de nuestros agricultores sean tan atractivos como el chocolate que usted consume (Fairtrade, 2021). Les recomendamos, por tanto, que cuando elija comerse un chocolate, elija uno con comercio justo. Así, estará contribuyendo al cambio.

Referencias:

Bissinger, K. (2019). Fairtrade and economic pro-poor growth: a literature review. *Journal of Poverty*, *23*(6), 521-542.

CEO Fairtrade International, D. S.-A. (11 de Mayo de 2019). Comercio justo: consumidores responsables que favorecen a los agricultores locales. (DW, Entrevistador)

CNCJ Perú (2021). Comercio Justo: Coordinadora de pequeños productores del Perú". Disponible en: http://comerciojusto.pe/

ContentLab (2019) ¿Cuál es la relación del comercio justo con el trabajo digno? Diario El Comercio. Recuperado de: https://elcomercio.pe/especial/perusostenible/prosperidad/comercio-justo-promotores-trabajo-digno-y-sostenible-noticia-1994219

Coordinadora Comercial de Comercio Justo (2021). "¿Qué es el comercio justo?". Disponible en: https://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/

Fairtrade (2021). “Cacao”. Disponible en: https://info.fairtrade.net/es/product/cocoa

Geiger-Oneto, S., & Arnould, E. J. (2011). Alternative trade organization and subjective quality of life: The case of Latin American coffee producers. *Journal of Macromarketing*, *31*(3), 276-290.

Gillani, A., Kutaula, S., Leonidou, L., & Christodoulides, P. (2019). The Impact of Proximity on Consumer Fair Trade Engagement and Purchasing Behavior: The Moderating Role of Empathic Concern and Hypocrisy. *Journal of Business Ethics*, 557 - 577.

Le Mare, A. (2008). The impact of fair trade on social and economic development: A review of the literature. *Geography Compass*, *2*(6), 1922-1942.

MINAGRI (2021). “Problemas tipo de la agricultura peruana”. Disponible en: https://www.minagri.gob.pe/portal/22-sector-agrario/vision-general/190-problemas-en-la-agricultura-peruana

Parra y Guerra, E. (2014). Desarrollo alternativo en el Perú: treinta años de aciertos y desaciertos. Perspectivas Rurales Nueva Época, 12(23), 85-104. Recuperado a partir de https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales/article/view/5599

Proexpansión (2021). “Productos fair trade: Perú es el país con más productos para este mercado”. Disponible en: https://proexpansion.com/en/articles/435-productos-fair-trade-peru-es-el-pais-con-mas-productos-para-este-mercado

Sirdey, N., & Lemeilleur, S. (2021). Can fair trade resolve the “hungry farmer paradox”?. *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies*, *102*(1), 81-106.

*Foto: Agraria.pe