



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

La calidad demandada, el precio internacional y el desarrollo agrícola como principales factores que favorecieron el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES

PAREJA RABANAL, Luis Alejandro (0000-0001-6412-5038)

ZAPATA REYES, Alonso Rafael (0000-0002-5615-440X)

ASESOR

HUAMANCAYO PIERREND, Juan Manuel (0000-0002-7018-9369)

Lima, 25 de septiembre del 2021

DEDICATORIA

“A nuestras familias, por ser nuestros motivadores constantes y soporte incondicional.

A nuestros amigos, por apoyarnos tanto dentro del proceso como fuera de él y a nuestro asesor, por orientarnos brindándonos todo su conocimiento, experiencia y tiempo para llevar a cabo la siguiente investigación.”

AGRADECIMIENTOS

“Agradezco a toda mi familia, en especial a mis padres Ernesto y Cecilia, quienes siempre me apoyaron para seguir adelante y nunca rendirme. A nuestro asesor, ya que gracias a él pudimos emprender este viaje de aprendizaje y conocimiento guiados por su experiencia y a todos los actores involucrados dentro de este trabajo investigativo, quienes nos ofrecieron muy cordialmente parte de su tiempo para apoyar al desarrollo de esta investigación.”

Luis Alejandro Pareja Rabanal

“Le doy gracias a mis padres, Eduardo y Cecilia, por su apoyo incondicional, los consejos que me brindaron cada vez que sentía que no tenía fuerzas para seguir adelante. A mi hermano Cristian, por acompañarme en gran parte de esta aventura. A nuestro asesor, Juan Manuel Huamancayo, que nos guio de manera remota a corregir y perfeccionar nuestra investigación, exigiéndonos a mejorar cada día. A todas las personas que me acompañaron en este proceso que, de manera directa e indirecta, me apoyaron indiscutiblemente creyendo en que todo es posible cuando uno se propone las cosas. Gracias a uno de mis mejores amigos, por permitirme trabajar contigo y hacer que esta investigación haya sido posible.”

Alonso Rafael Zapata Reyes

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo identificar la calidad demandada, el precio internacional y el desarrollo agrícola como principales factores que favorecieron el crecimiento de las exportaciones peruanas de cacao tostado al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020.

Al iniciar la investigación, se presentó la hipótesis general de que la calidad demandada, el precio internacional y el desarrollo agrícola son factores que favorecieron el crecimiento de las exportaciones peruanas de cacao tostado al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020.

Para comprobar la hipótesis y objetivos estructurados, se aplicó el modelo de análisis de regresión lineal múltiple, donde se pudo comprobar que la calidad demandada si cumplía con lo planteado. El precio internacional no cumple dado al valor agregado que presenta el cacao peruano, permitiendo vender por encima del precio base. Asimismo, se puede debatir el desarrollo agrícola, dado a que expertos y empresas afirman que la implementación de nuevas tecnologías y técnicas de cultivo permiten mayor producción de cacao; sin embargo, el análisis indica que no cumple con la data histórica analizada.

Finalmente, se puede concluir que el desarrollo agrícola permite un mejor desarrollo para la producción; sin embargo, el cacao presenta distintas versiones de exportación, tales como la manteca, licor, polvo, grano, etc.

Palabras clave: [Cacao tostado; exportaciones; análisis de regresión lineal múltiple; calidad demandada; precio internacional; desarrollo agrícola]

ABSTRACT

The objective of this study is to identify the quality demanded, the international price and agricultural development as the main factors that favored the growth of Peruvian exports of roasted cocoa to the United States of America market in the years 2013-2020.

At the beginning of the investigation, the general hypothesis was presented that the quality demanded, the international price and agricultural development are factors that favored the growth of Peruvian exports of roasted cocoa to the market of the United States of America in the years 2013 - 2020.

To verify the hypothesis and structured objectives, the multiple regression analysis model was applied, where it was possible to verify that the quality demanded did comply with what was proposed. The international price does not comply given the added value that Peruvian cocoa presents, allowing it to be sold above the base price. Likewise, agricultural development can be debated, given that experts and companies affirm that the implementation of new technologies and cultivation techniques allow greater cocoa production; however, the analysis indicates that it does not comply with the historical data analyzed.

Finally, it can be concluded that agricultural development allows better development for production; However, cocoa presents different versions for export, such as butter, liquor, powder, grain, etc.

Keywords: [Cocoa beans roasted; exports; multiple regression analysis; quality demanded; international price; agricultural development]

Índice

Índice	6
Introducción.....	9
CAPITULO I. MARCO TEÓRICO	12
1.1. Antecedentes de la investigación.....	12
1.1.1. Antecedentes Nacionales.....	12
1.1.2. Antecedentes Internacionales	14
1.2. Bases Teóricas	18
1.2.1. Ley de la demanda.....	18
1.2.2. Comercio Internacional	19
1.2.3. Internacionalización	20
1.2.4. Programa de Promoción de exportaciones	21
1.2.5. Certificados Internacionales	22
1.3. Normativa Relacionada	22
1.4. Análisis del sector/producto	23
CAPITULO II. PLAN DE INVESTIGACIÓN.....	28
2.1. Realidad Problemática.....	28
2.2. Formulación del Problema.....	39
2.2.1. Problema General.....	39
2.2.2. Problemas Específicos.....	39
2.3. Objetivos.....	40
2.3.1. Objetivo General	40
2.3.2. Objetivos Específicos	40
2.4. Hipótesis	41
2.4.1. Hipótesis General	41
2.4.2. Hipótesis Específicas.....	41
2.5. Justificación del Problema.....	42
2.5.1. Justificación Teórica	42

2.5.2.	Justificación Práctica.....	43
2.5.3.	Justificación Metodológica	44
CAPITULO III. METODOLOGÍA DE TRABAJO		45
3.1.	Enfoque de la investigación.....	45
3.1.1.	Alcance de la investigación.....	45
3.1.2.	Diseño de la investigación.....	47
3.1.3.	Limitaciones de la investigación	47
3.2.	Operalización de las variables/Categorías	48
3.2.1.	Descripción de las variables/categorías a analizar	48
3.2.2.	Definiciones conceptuales de las variables/categorías y dimensiones.....	48
3.3.	Proceso de muestreo	49
3.3.1.	Población de estudio.....	49
3.3.2.	Tamaño y selección de muestra	49
3.4.	Mapeo de actores Clave (MAC).....	51
3.5.	Instrumentación	52
3.5.1.	Técnica de recolección de datos: Investigación Cualitativa.....	52
3.5.2.	Técnica de recolección de datos: Investigación Cuantitativa.....	52
3.5.3.	Técnica de recolección y forma de procesamientos de datos.....	53
3.5.4.	Confiabilidad del instrumento Cualitativo y Cuantitativo	54
3.6.	Aspectos éticos de la investigación	54
CAPITULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN.....		55
4.1.	Desarrollo Cualitativo	55
4.1.1.	Perfil de los entrevistados	55
4.1.2.	Análisis y resultados de las entrevistas	55
4.2.	Desarrollo cuantitativo: Análisis de datos	57
4.2.1.	Desarrollo del método estadístico elegido	57
4.2.2.	Análisis estadístico (Procesamiento de datos)	59
CAPITULO V. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS		65

5.1.	Análisis del Objetivo General	65
5.1.1.	Análisis del Objetivo Específico N° 01	65
5.1.2.	Análisis del Objetivo Específico N° 02	67
5.1.3.	Análisis del Objetivo Específico N° 03	69
5.2.	Validación de las Hipótesis General.....	71
5.2.1.	Validación de Hipótesis Específica N° 01	71
5.2.2.	Validación de Hipótesis Específica N° 02	72
5.2.3.	Validación de Hipótesis Específica N° 03	73
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		74
Bibliografía.....		78
Anexos.....		83
•	Matriz de consistencia	83
•	Fichas de entrevistas.....	86
•	Validación de instrumentos	88
•	Entrevistas a especialistas.....	92
•	Solicitud de carta para entrevistas	127

Introducción

El cacao es un fruto procedente de un árbol con el mismo nombre, que remonta su uso hace más de 2500 años, entre las tribus mayas, aztecas e incas como remedio medicinal u objeto de cambio para el trueque. Presenta una versatilidad muy amplia de uso, dentro de las cuales se destaca la elaboración de productos como el chocolate, remedios y cosméticos.

Posee gran cantidad de antioxidantes y ácido oleico, que ayudan a que las células no envejecan rápidamente, además de ser beneficioso también para prevenir enfermedades cardiovasculares. Dentro de las principales propiedades más resaltantes que contiene el cacao tenemos:

❖ **Para el sistema nervioso:**

Actúan como estimulantes y euforizantes. Esto se traduce en la sensación de bienestar debido a la presencia de feniletilamina, que desencadena una sensación de bienestar y euforia.

❖ **Para el estado de ánimo:**

Aumenta la producción de endorfinas: hormonas que mejoran nuestros estados de ánimo. Además, destaca por ser un alimento energético, lo que beneficia a recuperar fuerzas en situaciones de cansancio físico y mental.

❖ **Para el sistema digestivo:**

Actúa como un excelente estimulante para el sistema digestivo. Además, tiene beneficios como alivante natural contra el estreñimiento debido a las sustancias que presenta que, en conjunto con microorganismos presentes en el ser humano, ayudan a la flora bacteriana presente en el colon.

❖ **Para la salud cardiovascular:**

Gracias a los antioxidantes presentes en los granos de cacao. Ayuda a prevenir las acciones negativas de los radicales libres en el organismo humano, favoreciendo a la recuperación celular.

❖ **Para la salud de la piel:**

Esto es debido a la presencia de actividad anticelulítica, antioxidante e incluso suavizante. Esto ha favorecido a que se llegue a utilizar en terapias de masajes a base de chocolate.

Los datos estadísticos de producción y comercio mundial que se utilizan para la medición de los productos agropecuarios se obtienen por lo general de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO); sin embargo, hay un seguimiento por parte de entidades especializadas como la Organización Internacional del Cacao (ICCO), que fue fundada en 1973 como un organismo administrativo enfocado en recolectar información estadística e indicadores de producción, comercialización y datos relevantes del cacao y todos sus derivados.

En términos de oferta, se estima que el 95% de la producción anual procede de productores de pequeño tamaño. El 72% aproximadamente del cacao producido a nivel mundial proviene del continente africano, específicamente de los países de Costa de Marfil, Ghana, Nigeria entre otros, quienes explican el comportamiento global, seguidos por países de Latinoamérica como Ecuador, Perú y República Dominicana con un 17% de la producción; y, por último, Asia y Oceanía, con Indonesia, Papúa, Nueva Guinea, etc.

Según los datos obtenidos por las herramientas de TradeMap y Veritrade, las exportaciones hacia Estados Unidos de Cacao crudo peruano han ido en aumento desde el año 2013 al 2020, logrando un total de 104 ,603 millones de dólares, lo cual es equivalente a 33,547 toneladas; lo que significa una exportación anual promedio de 3,727 toneladas.

La International Cocoa Organization (ICCO) reconoció al Perú como productor de cacao fino de aroma, gracias a que Perú posee diversos tipos de cacao, dentro de los cuales destacan variedades exóticas, de gran aroma y excelente calidad; siendo este factor un aspecto muy atractivo para las industrias del cacao a nivel mundial. (Morales, Borda Argandoña, Farath, García & Lazo, 2015).

Según Minagri (2018), el cultivo de cacao tiene una relevancia no solo económica sino social, debido a que más de 100,000 familias basan su economía en el cultivo y cosecha de cacao en distintas regiones del Perú. Además, cabe resaltar que el cacao logró disminuir la pobreza de los productores de cacao en 7% durante el periodo 2014 - 2018, contribuyendo con el 3% del valor bruto de la producción agrícola y permitiendo el ingreso de divisas por más de 253 millones de dólares en exportaciones.

Por lo indicado anteriormente, se buscará identificar los principales factores que han favorecido a las exportaciones del sector cacaotero peruano, debido a que se tiene información suficiente del crecimiento del sector y los beneficios que ha traído para los actores involucrados dentro de él; y de esta manera, que la información y resultados obtenidos dentro de la investigación pueda ser utilizada en continuar desarrollando la industria de manera óptima, para que se pueda seguir obteniendo resultados beneficios al desarrollo de las comunidades, asociaciones, cooperativas, gobiernos regionales y empresas interesadas en incurrir en la exportación de este sector.

CAPITULO I. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

Según Arbaiza (2014), los antecedentes se refieren a las investigaciones anteriores y los distintos métodos utilizados por los investigadores para abordar y darle solución a un problema.

1.1.1. Antecedentes Nacionales

Larrea, Ugaz & Florez (2018) sustentan en su tesis *“El Sistema De Agronegocios En El Perú: De La Agricultura Familiar Al Negocio Agroalimentario”* bajo un enfoque cualitativo que, en Perú, la industria agroalimentaria ha crecido constantemente a lo largo de los últimos 20 años. Dentro de esta misma industria encontramos dos líneas de productos ofertados al mercado internacional; por una parte, los productos tradicionales o commodities y; por otra parte, los productos no tradicionales, siendo los commodities el 75% de las exportaciones (Barrientos, 2017).

Según el Informe Anual de Desenvolvimiento del Comercio Exterior Agroexportador (PROMPERÚ, 2019) indica que el crecimiento de las agroexportaciones desde el 2014 al 2019 ha sido del 39%, a una tasa anual del 7%, generando ingresos por más de US \$ 7,000 millones. Así mismo, detalla que, dentro del total de quinientos cincuenta y nueve productos exportados, el Cacao en grano ocupa el noveno lugar en el ranking de productos más exportados, obteniendo una participación del 2% respecto al total de exportaciones realizadas el año 2019.

Lavaggi, Mori & Rozas (2016) sostienen en su tesis *“Plan De Negocio Para Una Empresa De Exportación De Chocolate Orgánico”*, obtenida del repositorio académico de la Universidad del Pacífico, que, según los expertos, el 85% de los consumidores de chocolate consumidor de valor, consumidor exquisito y consumidor híbrido. Todos ellos, coinciden en que sus hábitos de consumo se centran en exigir calidad, beneficios para la salud y buscan productos premium.

Con respecto a la producción nacional, Perú ha mantenido un crecimiento sólido desde hace más de diez años. Habiendo aumentado la producción de cacao en grano 66.71% las toneladas producidas desde el 2010 hasta el 2019 con una tasa anual promedio de 11.11%. (FAOSTAT, 2019). Adicionalmente, se estima que más de 100,000 familias peruanas se dedican al cultivo de cacao en 16 de las 24 regiones del Perú (MINAGRI, 2020).

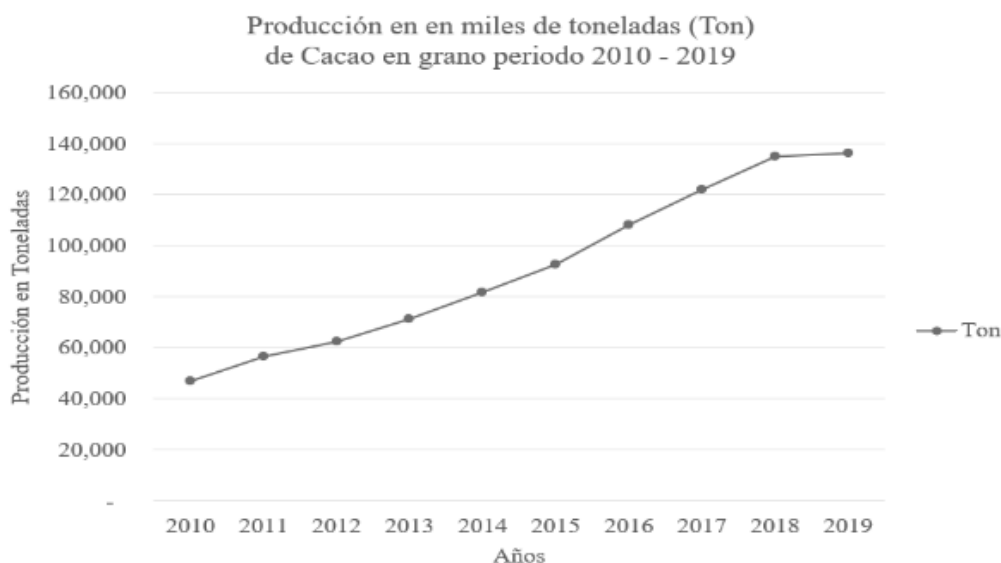


Figura 1. Producción de cacao en grano en el periodo 2010 - 2019, expresado en miles de toneladas

Fuente: FAOSTAT - Elaboración propia.

Según MINAGRI (2020), hubo un crecimiento del 12.6% en los últimos años de las exportaciones de cacao. Dada la pandemia, los productores optaron por conservar el cacao en almacenes y en el segundo semestre con la reactivación económica y apertura de puertos y aeropuertos se busca recuperar las exportaciones e importaciones, manteniendo del mismo modo, los números de estos. (Chávez, 2020)

Las exportaciones peruanas de cacao concentran un 75% del total en cacao fino y de aroma, funcionando como ventaja competitiva ante el cacao africano o asiático, favoreciendo su valoración y puntaje ante la cata ordinaria, lo cual genera que el precio por kg se incremente. (ICCO, 2020)

Espinoza & Maier (2020) sostienen en la tesis *“Análisis de los factores que inciden en la internacionalización de las pymes de la selva peruana exportadoras de*

cacao en grano, durante el periodo 2009 - 2019” obtenida en el repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, que siguiendo un enfoque cuantitativo, se pudo conocer que hoy en día existen factores que facilitan los procesos de exportación del cacao a los mercados internacionales, tales como planeación estratégica, acuerdos de cooperación, acuerdos de libre comercio y programas de apoyo del estado.

Según Paz Valleur (2013), en su artículo *“El Desarrollo Cacaotero Peruano: Estrategias para promover y fortalecer la cadena productiva del cacao*, se señala que la creación del proyecto PROCACAO en las comunidades productoras impulso de sobremanera la producción y exportación del cacao fomentando la asociación y la competencia, mejorando las prácticas agroecológicas y aumentando la producción por hectárea en 50%; y por otro lado, las organizaciones consiguieron mejores precios por sus lotes de cacao, ubicados en mercados especializados o de nichos.

Guzmán & Ordaya (2021) señalan en la tesis *“Análisis de los factores internos de las exportaciones de cacao en grano de la Región San Martín durante el período 2016 – 2019”*, tomada del repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, que, bajo un análisis de enfoque mixto, aún existen factores por mejorar para poder alcanzar el potencial que tiene el cacao dentro de las exportaciones peruanas. Los factores encontrados en la investigación son la tecnología e infraestructura y la capacidad gerencial de las asociaciones y cooperativas, que al no tener un desarrollo sólido y establecido causan que las exportaciones de cacao en grano no se encuentren consolidados.

1.1.2. Antecedentes Internacionales

García Moscoso (2014) del repositorio de la Universidad de Guayaquil con un enfoque cualitativo, menciona en la tesis *“El cacao y su incidencia en la industria nacional de elaborados de cacao en el periodo 2008-2012”* que, durante los años de estudio mencionados, del 100% de la producción del cacao, el 58% era destinado para su exportación a los países americanos, 38% para los europeos, 4% para los asiáticos y del total de esas exportaciones, el 20% contaban con un valor agregado dentro del producto. Durante los años 90’s y 00’s el PIB del sector cacaotero

contribuyó de manera importante en el sector agrícola en un 4.5% promedio anual, mientras que, en el PIB total fue de un 0.6% (Uquillas, 20017, p.5, citado en García Moscoso, 2014).

Mejillones & Jaime (2015) del repositorio de la Universidad Saletana de Ecuador con un enfoque cuantitativos, señalan en la tesis *“Plan Estratégico de Exportación de Cacao Fino producido en el Cantón Guayaquil para el mercado de Shanghai”* que en el S. XVIII, la demanda de productos agrícolas incrementó en las exportaciones procedentes del trópico americano y el cacao (también llamado “Pepa de Oro”) fue uno de los frutos más comercializados.

Un breve análisis de estas 2 fuentes citadas demuestra la importancia del cacao dentro de un mercado nacional como se mencionó en la primera tesis, el cacao es un producto primario muy importante dentro del mercado ecuatoriano, ya que como se mencionó anteriormente el 58% de la producción son destinados a la exportación. Del mismo modo, es considerado como uno de los productos con mayor importancia en el mercado considerándose como una Pepa de oro. Este sector permite entender la importancia del precio internacional con respecto al precio con el que se vende el producto.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador [INEC] (2021) con un estudio cualitativo, mencionan que el sector cacaotero percibe con la contribución población económicamente activa nacional (PEA) con un 5% y 15% de la PEA rural, siendo una base fundamental para la economía familiar costera del país. La estratificación del cultivo de Cacao se representa por pequeños productores (70%), medianos productores (20%) y grandes productores (10%) (Anecacao, 2019).

Las exportaciones ecuatorianas de granos de cacao, ocupando el tercer lugar a nivel mundial, representan el 7% de la producción mundial. El continente africano lidera con un 73.3% de la producción mundial, seguido por el continente americano con 16.7% y Asia y Oceanía con un 10%. (ICCO, 2019)

Como se menciona en el párrafo anterior, proporciona una información relevante sobre la importancia del cacao dentro del país ecuatoriano, muchos estudios demuestran que el cacao ecuatoriano es considerado como uno de los mejores productos primarios a nivel mundial. Tal es así, a nivel sudamericano está por encima de Perú y otros países productores.

Según Guerrón San Martín (2018) del repositorio de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil con un enfoque metodológico mixto, en su tesis de magister titulado *“Proyecto de factibilidad para la producción de cacao con vistas a la exportación en la finca “Lesly” ubicada en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas”*, menciona que para generar riqueza en la economía está en crear excedente o un producto neto que deriva de la producción de agricultura, quiere decir, restablecer los recursos utilizados para la obtención de estos.

El saber aprovechar los recursos primarios como la semilla de cacao, demuestra la capacidad de los agricultores al saber cómo reutilizar estos mismos de manera eficiente. Cabe resaltar que estas capacidades son resultados de las constantes capacitaciones que les brinda el Gobierno ya sea mediante entidades nacionales o son propios de las mismas empresas que se dedican a la exportación. Esto nos ayuda a comprender el desarrollo agrícola que presentan como país y nos permitirá dar base del estudio por realizar.

La comercialización se realiza por medio de asociaciones de productores, comisionistas, intermediarios y exportadores. Los canales de comercialización de cacao poseen una distinta estructura por región. Los intermediarios contactan directamente con el agricultor, los cuales, algunos se ubican en las poblaciones de zonas de producción: mientras que otros buscan adquirir el grano. En otras ocasiones, los intermediarios y comisionistas realizan la comercialización. El canal entre el productor y exportador tiene por lo menos dos intermediarios: los pequeños acopiadores y los mayoristas. Los pequeños acopiadores compran el grano directamente del agricultor, para posteriormente venderlos a los mayoristas, quienes, a su vez, realizan la exportación de estas. Por otra parte, el grano se vende directamente al exportador. En esta cadena de comercialización, participan las

asociaciones o cooperativas de productores y, en otras ocasiones, agrupaciones gremiales que exportan directamente (ANECACAO, 2020).

Ghana es considerado por ser el segundo productor mundial del cacao. Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2021) comenta que el cuidado del medio ambiente generó una mejoría en la producción del cacao en el país, lo cual beneficia económicamente a más de 800.000 pequeños agricultores. Asimismo, mencionan que, a través de los años, se ha visto que el fenómeno no solo tiene un impacto en la producción del cacao, sino que afecta la vida de las plantas, los animales y los recursos de agua. (Aponsah Gyinayeh, 2021)

Van Huellen & Mohammed Abubakar (2020) con un enfoque metodológico mixto mencionan en el artículo publicado "*Potential for upgrading in Financialised Agri-food chains: The Case of Ghanaian Cocoa*" que los precios del cacao se comparan con los precios futuros en bolsas internacionales de productos básicos. Esto se demuestra en la importancia del sector para el país desde un punto de vista político como económico. Las exportaciones representan el 20% de los ingresos siendo más importante después del oro y el petróleo.

Knoßsdorfer, Sellare & Qaim (2021) con un enfoque de estudio cualitativo en el artículo "*Effects of Fairtrade on farm household food security and living standards: Insights from Cote d'Ivoire*" mencionan que en la certificación Fairtrade aumenta la vida total del hogar estándar medidos en términos de gastos totales de consumo Per cápita. Es el mayor productor y exportador de cacao en todo el mundo, y la proporción de cacao certificado Fairtrade ha aumentado significativamente en los últimos años. (Meemken et al., 2019; Sellare et al., 2020b).

Tanto estudios como el programa de las Naciones Unidas para el desarrollo demuestran que Ghana es uno de los países con mayor producción de cacao. Si bien es cierto que Ghana no es un competidor de la región, demuestra la importancia de este producto primario dentro de la economía nacional. Demuestra las habilidades dentro del desarrollo agrícola y sobre el precio internacional, demostrando que mientras exista la capacidad de poder entrenar a los agricultores siguiendo los

debidos protocolos de saneamiento, pueden generar un valor agregado afectando de manera positiva al precio sobre el precio internacional.

1.2. Bases Teóricas

1.2.1. Ley de la demanda

Se puede explicar de la siguiente manera: Si aumenta la demanda de un bien cuando aumenta la renta, debe descender cuando sube su precio. Las decisiones que considere un consumidor optimizador deben satisfacer la preferencia revelada y las variaciones de los precios ocasionando dos efectos. El primero, un Efecto-Sustitución, que se considera negativo dado a que optan por un producto totalmente diferente. Y finalmente, un Efecto-Renta, el cual depende que el bien sea normal o inferior.

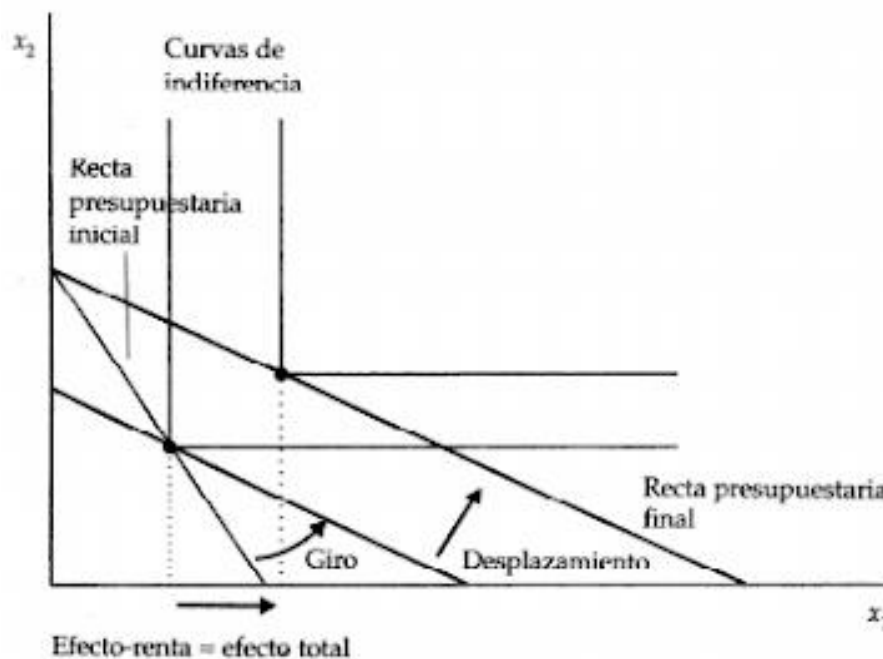


Figura 2. Gráfica del Efecto-Renta

Fuente: Microeconomía Intermedia - Varian 7ma Edición.

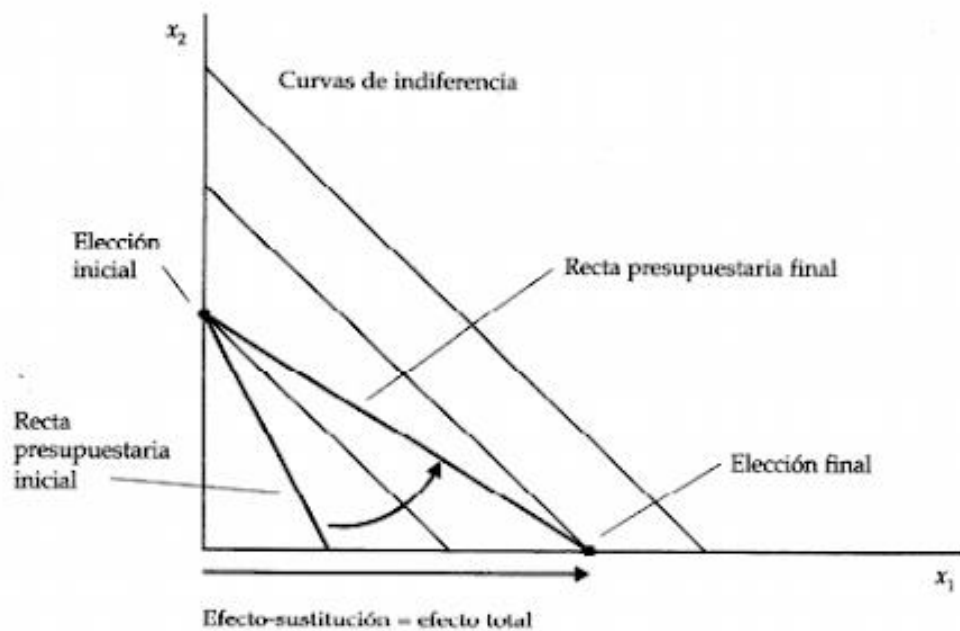


Figura 3. Gráfica del Efecto-Sustitución.
 Fuente: Microeconomía Intermedia - Varian 7ma Edición.

Esto puede explicar significativamente el nivel de consumo sobre un producto en específico, dado a que los clientes potenciales siempre tomarán en cuenta el precio final para tomar una decisión en concreto.

1.2.2. Comercio Internacional

El enfoque *Laissez-faire* permite a las fuerzas del mercado determinar las relaciones comerciales debido a que prescriben que los gobiernos no deben intervenir directamente para no afectar al comercio. (Daniels, 2013)

Existen distintos tipos de teorías referentes en el comercio internacional. En primer lugar, la teoría sobre el comercio, el cual explica cómo producir competitivamente y de manera eficiente un determinado producto y conocer si las prácticas de un Gobierno podrían interferir con el libre flujo de comercio entre países. En segundo lugar, la teoría mercantilista, la cual propone lograr una balanza comercial favorable para obtener afluencia de oro. En tercer lugar, la teoría de ventaja absoluta, proponiendo una especialización a través del libre comercio porque los consumidores estarán mejor si pueden comprar productos del

extranjero a menores precios. Y, por último, la ventaja comparativa que propone la especialización a través del libre comercio, aumentando la producción global incluso cuando un país tenga ventaja absoluta en la producción de todos los bienes.

1.2.3. Internacionalización

Johanson y Vahlne (1990), mencionan que el proceso de internacionalización es más como un proceso de aprendizaje. Existen oportunidades realistas disponibles para una empresa, el cual considera la capacidad para explotar sus recursos propios. Una vez que existe un compromiso con recursos iniciales para mercados internacionales, desencadena un proceso conocido como “conocimientos organizativos extranjeros”, siendo un proceso de aprendizaje gradual y secuencial.

Por otra parte, Autio & Sapienza (2000) argumentan que es un proceso, el cual consiste en que una organización que se encuentra desarrollada y posicionada logra obtener distintas herramientas para ingresar a mercados internacionales, siempre y cuando haya logrado afrontar cualquier barrera cultural que se presenten en el proceso.

Para Spencer (2018) la teoría de internacionalización no cuenta con un único, consistente y compartido concepto. En el mismo sentido, presentan orígenes en teorías clásicas del Comercio Internacional permitiendo a las empresas poder emplear sus recursos a disposición de la manera más conveniente dependiendo del país involucrado en las actividades comerciales.

Según el Business School (2021), existen 5 pasos para llegar a internacionalizar como empresa, los cuales son:

- Exportación ocasional: Ocurre cuando una empresa exporta los sobrantes de producción en el mercado interior de manera esporádica dado a que, se recibieron pedidos del extranjero sin haberlos buscado.

- Exportación experimental: En este paso, las empresas buscan mercados sin depender de pedidos ocasionales. Realizan acciones de promoción a agentes importadores de mercados exteriores a los cuales quieren dirigirse sin controlar el precio final de venta, solo el precio para el distribuidor.
- Exportación regular: En el tercer paso, las empresas ya cuentan con un grupo de clientes estables y operan con agentes a comisiones en distintos mercados, o nombrar distribuidores exclusivos.
- Establecimiento de filiales de venta: Aquí, las empresas ya consolidan un mercado de exportación. Incluye inversión en recursos materiales y humanos. Del mismo modo, asumen funciones comerciales previamente desarrolladas por terceros.
- Establecimiento de filiales de producción: Es la etapa final de la internacionalización, lo que significa el comienzo de una empresa multinacional.

1.2.4. Programa de Promoción de exportaciones

Smith & Bellew (2006), sustentan que la promoción y el desarrollo de las exportaciones de productos básicos deben ser guiadas por entidades gubernamentales responsables como ministerios acordes al rubro. Para el caso de los productos no tradicionales, la institución encargada de su promoción y desarrollo comercial internacional debe estar enfocada en la identificación, servicios y desarrollo de productos y mercados, servicios de apoyo especializado y actividades de promoción en el exterior. (Camilo, 1987)

Según Wikison & Brouther (2000), las empresas que tienen constancia en actividades comerciales de exportación logran alcanzar un mejor desarrollo que las empresas que aún no han participado en operaciones internacionales. No obstante, es una realidad que las empresas que recién buscan iniciar operaciones en mercados internacionales no vean como una opción factible la exportación debido al riesgo y la falta de conocimiento acerca de los procesos necesarios para llevarla a cabo.

1.2.5. Certificados Internacionales

Las empresas exportadoras en la actualidad se encuentran en la diferenciación y competitividad, principalmente porque atienden a mercados mundiales. Es por ello, que para lograr acuerdos comerciales y vender un producto hacia el exterior, deben primero conseguir los llamados certificados internacionales. Si bien es cierto, no todos los certificados tienen un carácter obligatorio, se han convertido en un requisito indispensable para ingresar a mercados específicos, principalmente porque otorgan mayor confianza a los clientes jurídicos y en especial, a los consumidores finales. Existen agencias internacionales y empresariales las cuales tienen como propósito el certificar que todas las prácticas y procesos de producción se ajusten a los estándares particulares propios de cada una de ellas, tales como: Certificado de calidad, origen, comercio justo, sustentabilidad, orgánico, etc.

1.3. Normativa Relacionada

La internacionalización de las empresas requiere una medición multidimensional donde incluyan variables de impacto internacional. Esto será útil para las empresas ubicadas en los ámbitos de relaciones internacionales, gestión de la producción, gestión del marketing y comercialización, gestión financiera, gestión de recursos humanos y gestión administrativa. (Pizón, 2013).

Según lo mencionado anteriormente, el tema guarda relación directa con la línea de investigación debido a que busca plantear recomendaciones para la comunidad empresarial interesada en ampliar sus operaciones comerciales a nivel internacional dentro de la industria cacaotera peruana, siguiendo un correcto planteamiento estratégico, incluyendo una buena gestión administrativa, productiva, comercial, de marketing, financiera y de recursos humanos basadas en fundamentos teóricos y prácticos que han logrado posicionar al mercado peruano dentro de los exportadores más importantes a nivel mundial y un claro referente de un producto de alta calidad .

1.4. Análisis del sector/producto

Con fines investigativos, se incluirá información detallada al origen, composición y descripción del cacao junto con sus variedades. De la misma manera, se presentarán datos estadísticos, cifras de producción, estacionalidad, comercialización, tendencias de consumo, y datos de la cadena de valor del cacao.

No se conoce a ciencia cierta el origen exacto del árbol del cacao, pero hay muchas teorías que coinciden en que se extendió desde el sureste mexicano hasta las cuencas del río Amazonas. Sin embargo, se tiene evidencias de que sus primeros usos fueron en territorio mexicano, empleado por culturas prehispánicas (Pascual, García & Samaniego, 2015).

Perú ha sido calificado como el segundo productor y exportador de cacao fino después de Ecuador, debido a las condiciones climáticas favorables que posee el territorio peruano en las principales regiones productoras cacaoteras (Minagri, 2016).

Item	Características del producto
Familia	Malvaceae
Sub Familia	Sterculioideae
Género	Theobroma
Especie	Theobroma Cacao L
Morfología	Árbol semicaducifolio glabro o parcialmente pubescente en ejes jóvenes
Variabilidad	Características morfológicas (flores), agronómicas (resistencia a enfermedades), moleculares (isoenzimas)
Principales Grupos Genéticos	Criollo, Forastero del Alto Amazonas o Amazonas, Forastero del Bajo Amazonas o Guyanas, Nacional, Trinitario.
Condiciones Ambientales	Climas cálidos y húmedos, con precipitación promedio de 1,150 mm; 2,500 mm y temperaturas entre 18° C y 32° C
Suelos Requeridos	Suelos no inundables, fértiles, ricos en materia orgánica, con buen drenaje y pH entre 4.5 a 6.5

Tabla 1. Características del Cacao (datos botánicos, taxonómicos y condiciones de cultivo)

Fuente: Adaptación de Arvelo, Gonzáles, Maroto, Delgado & Montoya, 2017b por elaboración propia.

Descripción del cacao

También reconocido por su nombre científico *Theobroma cacao L.*, es perteneciente a la subfamilia Esterculiáceas, la cual es una especie que se origina en el continente sudamericano. Toma el nombre científico mencionado por el botánico Carlos Linneo en 1758, el cual significa “alimento de los dioses”. El cacao proviene de un árbol robusto que llega a alcanzar una altura entre tres a seis metros (Cerrón, 2012).

Con relación a la cultivación de cacao en territorio peruano, se determinó que el árbol de cacao crece durante todo el año, con un incremento marcado en los meses de abril hasta agosto (Mingari, 2016).

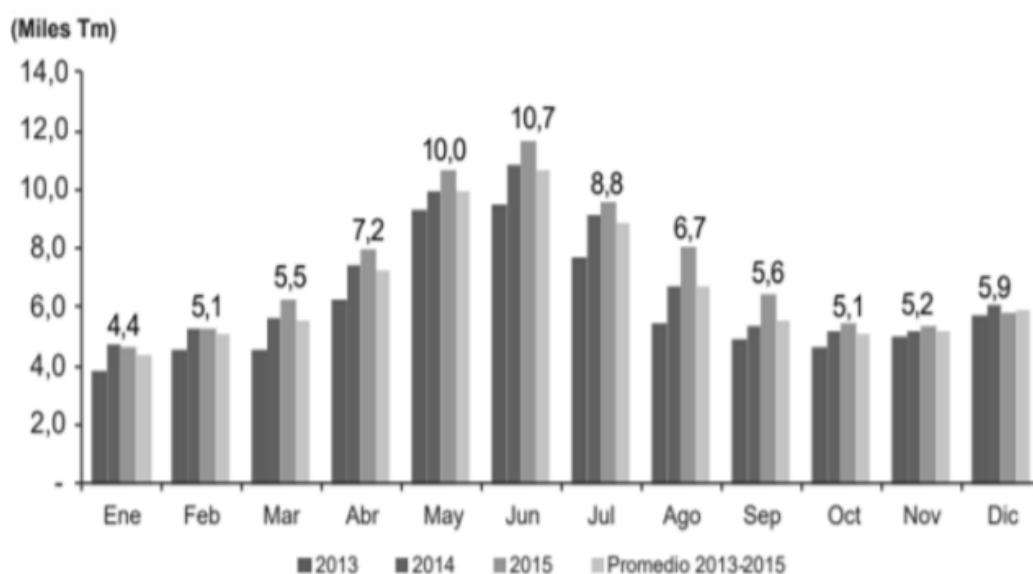


Figura 4. Estacionalidad de la producción de Cacao en grano del Perú en miles de TM

Fuente: Ministerio de Agricultura

Según la publicación de Minagri (2015) “*Requerimientos Agroclimáticos del cultivo de cacao*”, el árbol de este puede alcanzar su etapa de producción entre los cinco a seis años desde que se cultivó. Se pueden definir cuatro etapas de proceso de crecimiento (Ver figura ...):

- Botón floral
- Floración

- Fructificación
- Maduración

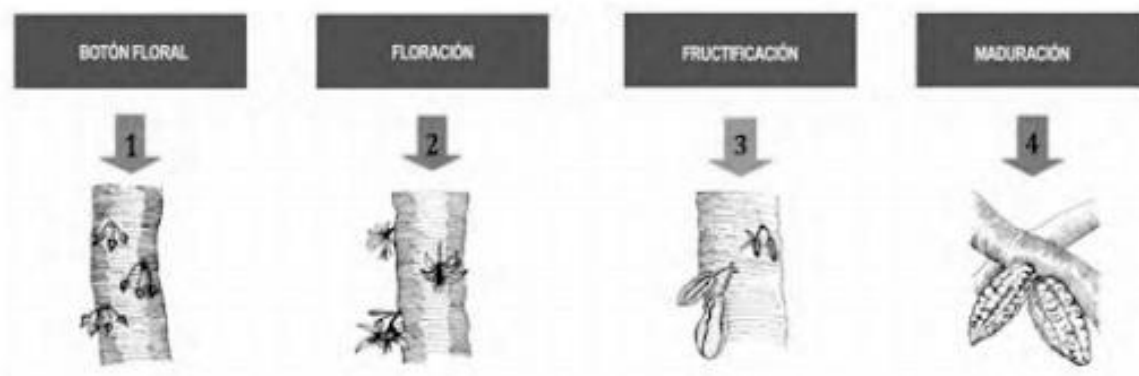


Figura 5. Etapas del crecimiento del botón floral del cacao.

Fuente: Minagri, 2015

Del mismo modo, explican que existen requerimientos a cumplir en relación con el clima para que el proceso vegetativo y productivo sean óptimos para el desarrollo del grano de cacao, los cuales se describen en la siguiente tabla.

Requerimientos de clima del cacao en grano

Temperatura óptima (°C)	22°C a 25°C
Temperatura crítica(°C)	< 20°C a 32°C >
Humedad óptima (%)	70% - 80%

Tabla 2. Requerimientos del clima del cacao en grano

Fuente: Minagri, 2015

Variedades del cacao

Como ya se mencionó anteriormente, es originaria del continente sudamericano y domesticado en Mesoamérica. Actualmente agrupa 24 especies botánicas, clasificándolas como criollo, forastero y trinitario.

Para comenzar, el cacao criollo es considerada como la primera variedad insertada por los colonizadores en el continente europeo, siendo originaria de América Central precolombina (Minagri, 2016). Debido a que existía alta susceptibilidad a

enfermedades, su productividad fue reduciéndose con la presencia de árboles débiles de lento crecimiento y bajo rendimiento (Arvelo et al, 2017b).

Se caracteriza por su dulce sabor, delicado, suave y complejo que permiten la producción del chocolate con menor amargor, siendo demandado por los mercados más exigentes del mundo (Minagri, 2016). sin embargo, por las dificultades de su cultivo mencionadas anteriormente, representa solamente entre 5% a 8% de su producción mundial.

Siguiendo con los tipos de cacao, el forastero originario en la alta Amazonia domina la producción y comercio mundial de granos y productos en los continentes cacaoteros de África, Asia, América y Oceanía (Arvelo et al, 2017b), siendo los continentes africanos y asiáticos los que mayor producción presentan de este producto. En América se cultiva en los países de Perú, Ecuador, Colombia, Brasil, Guayanas y Venezuela (Minagri, 2016).

Una de sus principales características es su resistencia, poco aroma, amargor, acidez, con gran tanino y astringencia. Del mismo modo, es resistente a enfermedades, las cuales poseen un gran rendimiento de cultivo, cosecha y árbol vigoroso, siendo Costa de Marfil el mayor productor de cacao forastero (Minagri, 2016).

Diferencia entre cacao criollo y criollo forastero

Descripción	Criollo	Forastero
Árbol	Débil y pequeño	Robusto y grande
Hojas	Grandes, color verde oscuro	Pequeñas, color verde claro
Mazorca	Forma cundeamor y angoleta	Ameonado y calabacillo
Cáscara	Fina y suave	Gruesa y dura
Superficie	Rugosa	Lisa
Almendras	Blanca, violeta pálido (rosado) y de forma redondeadas	Pigmentadas, violeta oscuro y de forma aplanada
Plagas	Susceptibles	Tolerantes
Sabor	Fino	Ordinario
Adaptación	Pobre y limitada	Muy buena

Tabla 3. Diferencia entre cacao criollo y criollo forastero

Fuente: Minagri, 2016.

Por último, se encuentra el cacao trinitario, siendo un híbrido entre el cacao criollo y cacao forastero. Es originario de la Isla Trinidad, teniendo como característica su aroma, el cual es superior al forastero y reciente que el criollo. Además, abarca entre el 10% a 15% de la producción mundial. Este tipo de cacao es muy heterogéneo; por ende, no es posible delimitarlos por las características externas.

Existen otros híbridos adicionales, clasificándose en cincuenta tipos en promedio. Una de las variedades de cacao híbrido más destacada, es el cacao CCN51, el cual es originario de Ecuador (Morales et al, 2015). Su denominación deriva de CCN: Colección Castro Naranjal y 51, por el número de cruces que fueron realizados para obtener dicha variedad.

El cacao CCN51, tiene como caracterización su alta productividad por hectárea, ya que no necesita polinización cruzada para su fructificación. Además, presenta un cultivo precoz durante la producción, empezando a los dos años, resistente a plagas y enfermedades, adaptándose de manera inmediata a diversas zonas tropicales y posee un alto porcentaje de grasa (54%), siendo así, uno de los más cotizados dentro de la industria cacaotera (Minagri, 2016).

Las clasificaciones presentadas entre los cacaos Criollos y Trinitarios se introducen a partir de 1930 de manera paralela al café (Morales et al, 2015). De acuerdo con Morales (2015), existe un limitado o nulo manejo técnico de las plantaciones, deficiencia en el tratamiento de los granos postcosecha, debilitando a las organizaciones productoras de cacao y las inversiones limitadas, las cuales estancaron y redujeron las zonas de cultivo dentro del Perú.

Por otra parte, la PMA (produce marketing association) menciona que las tendencias de consumo es la comprensión y el aprovechamiento de los comportamientos y percepciones del consumidor para tomar decisiones de negocios para incrementar las ventas. Estas se enfocan en 3 factores:

- Global
- Demográficos

➤ Comportamientos

Adicionalmente, según David Hume y su Teoría Monetaria, los precios de los productos son el resultado de la mayor o menor cantidad de medio circulante que exista. Si un país ingresa una mayor cantidad de metales de la que normalmente necesita, con el tiempo sus precios aumentarán con respecto al exterior y como resultado, el país mostrará una tendencia hacia la importación y menos por la exportación, lo que eliminará la ventaja que podría haber tenido al abaratar los precios.

CAPITULO II. PLAN DE INVESTIGACIÓN

2.1. Realidad Problemática

Según ICCO, se ha perdido dinamismo en la producción del cacao mientras que el consumo viene en aumento constante. Esto genera distintos efectos a lo largo de los años evaluados, tales como un incremento sostenible de precios a lo largo del tiempo evaluado dividido por el déficit existente de una oferta ralentizada por distintos factores y una demanda creciente por los cambios en los hábitos de consumo dentro del mercado mundial.

Con respecto a la demanda, tenemos un mercado creciente en consumo. Esto debido al aumento de consumo de chocolate en mercados emergentes, dentro de países recientemente industrializados; además del cambio en el hábito de consumo de chocolate en los mercados tradicionales, por productos con mayor porcentaje de cacao en ellos, conocidos como chocolates premium o productos con cacao negro (Cesar Romero, 2016).

En la actualidad la demanda del cacao ha crecido sostenidamente a lo largo de los años, caso contrario a la oferta de este; esto se debe a que la producción está sujeta a distintos factores que pueden afectar el proceso de siembra y cosecha de este commodity.

Pronóstico de la oferta y la demanda mundial de cacao
(2013/14 - 2022/23)

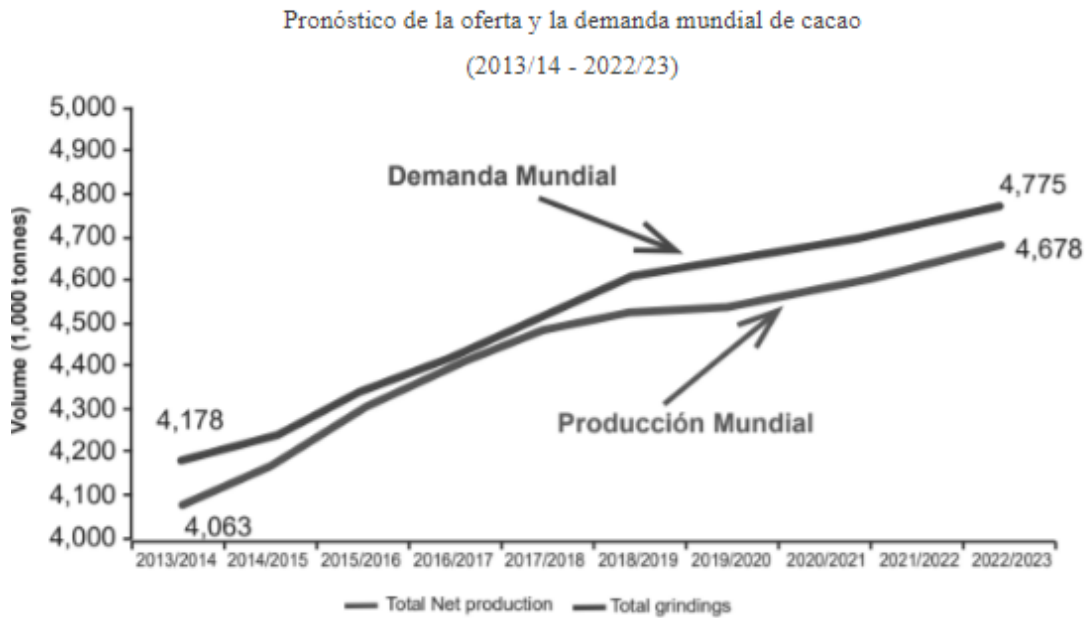


Figura 6. Pronóstico de la oferta y la demanda mundial de cacao (2013/14-2022/23)

Fuente: Organización Internacional del Cacao (ICCO)

Según TradeMap, Estados Unidos ha sido el tercer importador más importante a nivel mundial, solo detrás de Holanda y Alemania. El país norteamericano tiene un volumen promedio de importación de cacao de 450 mil toneladas anuales, lo cual representa un 15% de las importaciones anuales a nivel mundial.

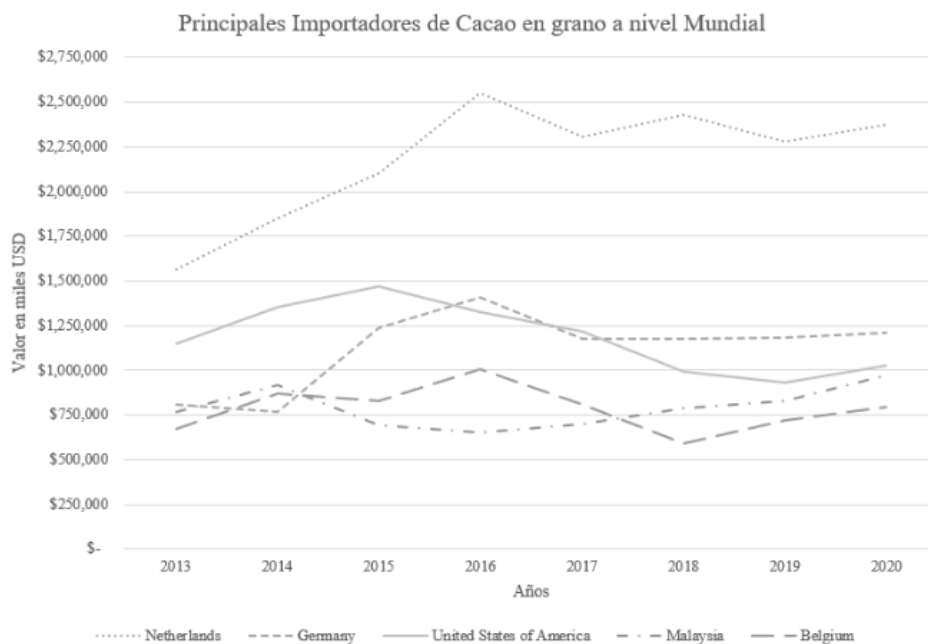


Figura 7. Principales Importadores de Cacao en grano a nivel Mundial
Fuente: TradeMap (2021) - Elaboración Propia

Según datos de la consultora MarketResearch (2020), el consumo de chocolate en Estados Unidos es percibido como un lujo a comparación de otras regiones como en Europa, ya que su consumo es más regular. Sin embargo, mencionan que la tendencia está cambiando debido a que cada vez son más los consumidores norteamericanos que consideran al chocolate negro como un producto saludable y viable dentro de su dieta diaria.

Según Progressive Grocer (2019), aproximadamente el 40% de consumidores consideran como una opción de gran interés el consumir alimentos que ofrezcan beneficios para su salud, lo cual es un complemento al 80% de consumidores que toman en cuenta los valores nutricionales que presentan cada producto al momento de comprarlo.

Según Statista (2019), el consumo norteamericano per cápita de chocolate, cuya principal materia prima son los granos de cacao, fue de 4.4 kg. el 2017 y 4.5 kg. el 2018, junto con una tendencia de consumo de los consumidores entre los 18 a 34 años quienes han presentado un mayor incremento en el consumo de este producto. Además de presentar una disposición a consumir nuevas alternativas de este producto, tales como opciones con menos azúcares añadidos y de mayor pureza del cacao. Todo

esto encaja muy bien con el grano de cacao peruano, ya que es conocido internacionalmente por su alta calidad para la elaboración de chocolates premium.

Debido a esto, las empresas productoras de chocolate han incorporado a su portafolio ingredientes saludables adicionales, como la quinua, chía, semillas y cáñamo, esto en búsqueda de dar valor a su producto.

Según Euromonitor (2021), los ingresos totales de la venta de chocolate en el mercado estadounidense crecieron en un promedio de 2.8% anual. En el año 2020, apoyado por las tendencias de consumo generadas por la pandemia y las cuarentenas realizadas, se logró un crecimiento del 5%.

Year	Retail Value RSP - USD million	% Y-O-Y Growth
2013	\$ 17,141.8	3.8%
2014	\$ 17,649.1	3.0%
2015	\$ 18,205.6	3.2%
2016	\$ 18,502.3	1.6%
2017	\$ 19,010.1	2.7%
2018	\$ 19,141.2	0.7%
2019	\$ 19,652.3	2.7%
2020	\$ 20,643.3	5.0%

Fuente: Euromonitor - Elaboración Propia

Tabla 4. Valor de ventas Retail en millones de dólares americanos y crecimiento año por año en ventas de confección de chocolate, en el periodo 2013 – 2020.

Esto demuestra que el mercado de los Estados Unidos presenta un crecimiento sólido durante los años en investigación, junto a tendencias de consumo favorables que dejan ver un panorama prometedor en los siguientes.

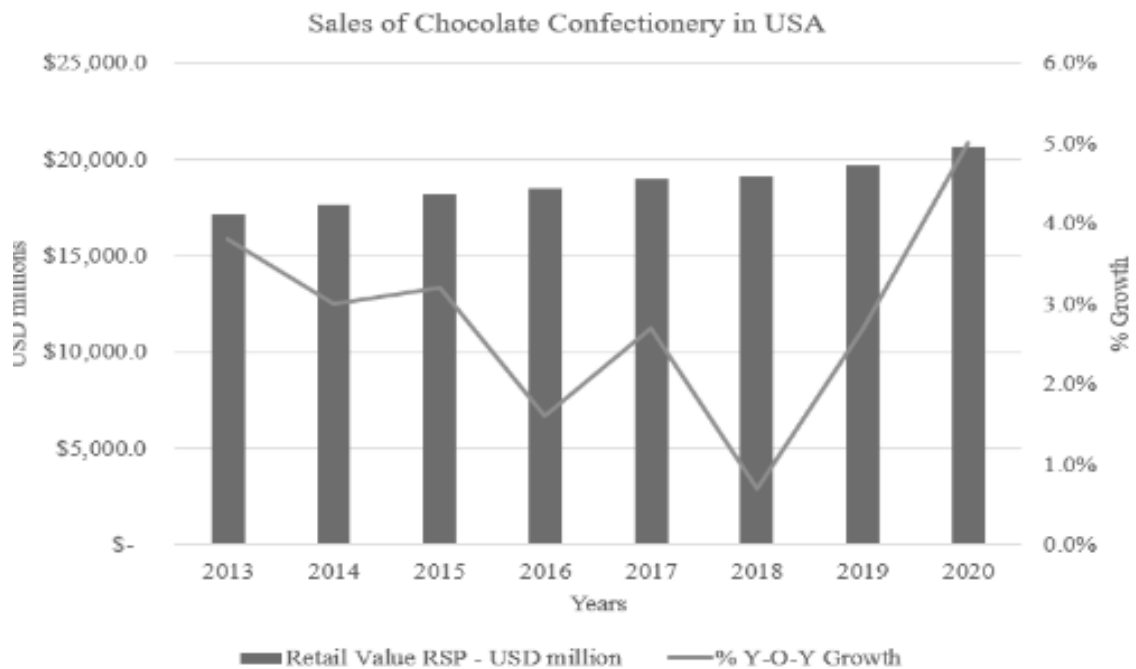


Figura 8. Ventas de la producción de chocolate en USA en millones de toneladas, periodo 2013 – 2020.

Fuente: Euromonitor (2021) - Elaboración Propia.

Como se mencionó anteriormente, el sector cacaotero peruano, al igual que la gran mayoría de proveedores a nivel mundial, es bastante rudimentario y carece de la tecnología productiva necesaria para cumplir con la totalidad de demanda que tiene anualmente. Sin embargo, se observa un desempeño notable a lo largo de los últimos años en las exportaciones con destino al país norteamericano, apoyado por la creciente industria chocolatera norteamericana y la calidad demandada de la misma, buscando opciones de mejor calidad y mayor pureza, las cuales son características habituales en el cacao peruano.

Año	FOB Exp. Cacao en ml. De \$	Var. % FOB con año ant.	Peso Exp. De Cacao (Ton)	Var. % Ton con año ant.
2013	9,327	124%	3,153	139%
2014	10,674	14%	2,858	-9%
2015	9,231	-14%	2,459	-14%
2016	12,352	34%	3,417	39%
2017	14,440	17%	4,918	44%
2018	9,679	-33%	2,969	-40%
2019	15,452	60%	5,605	89%
2020	19,293	25%	6,846	22%

Fuente: TradeMap (2021), Veritrade (2021) - Elaboración Propia

Tabla 5. Exportaciones peruanas FOB de Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado partida arancelaria 180100 hacia Estados Unidos de América.

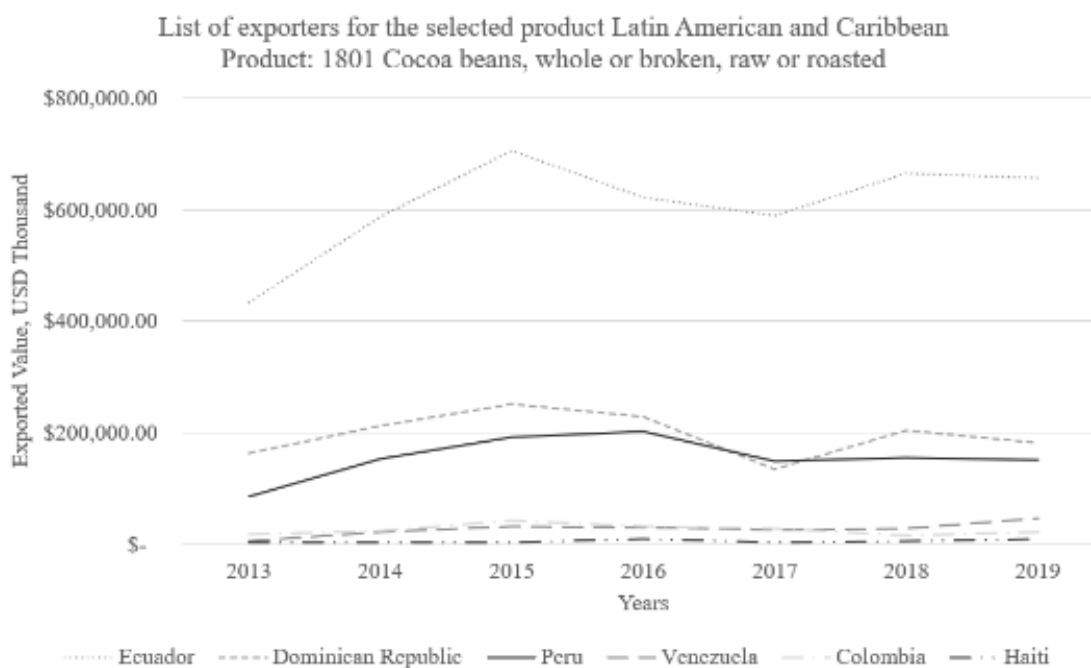


Figura 9. Lista de exportadores de Cacao tostado en Latinoamérica y el Caribe en miles de dólares, periodo 2013 – 2019.

Fuente: TradeMap (2021) - Elaboración Propia

Tal como se puede observar en la figura 9, vemos que el sector cacaotero peruano se ha mantenido dentro de los principales tres mayores exportadores de granos de cacao a nivel latinoamericano. A pesar de la caída en nivel de exportación que se puede observar en los últimos años, Perú aún mantiene una amplia ventaja ante los siguientes países exportadores de la región, tales como Venezuela, Colombia y

Nicaragua, esto debido en gran medida a factores que favorecen una producción mayor y mejores niveles de calidad, los cuales se buscarán identificar para medir su efecto dentro de este desarrollo.

Perú ha mantenido un nivel promedio exportado de granos de cacao tostado de 160,343 millones de dólares por año, sin considerar las pastas y polvo de cacao. Así mismo, realizando un enfoque más específico, las exportaciones peruanas de granos de cacao a Estados Unidos han mostrado un comportamiento prometedor, a pesar de haber tenido años; tales como el 2015 y 2018, donde el valor exportado cayó. Cabe mencionar que las exportaciones de cacao a nivel nacional y mundial son muy sensibles ante cambios en precios internacionales, los cambios en el hábito de consumo y la calidad demandada dentro del mismo mercado.

Así mismo, podemos observar que las exportaciones hacia el mercado norteamericano han tenido una tendencia creciente a lo largo de los años, mientras que otros mercados, tales como Italia, Indonesia y Holanda, han disminuido su volumen de compra durante los mismos periodos de tiempo.

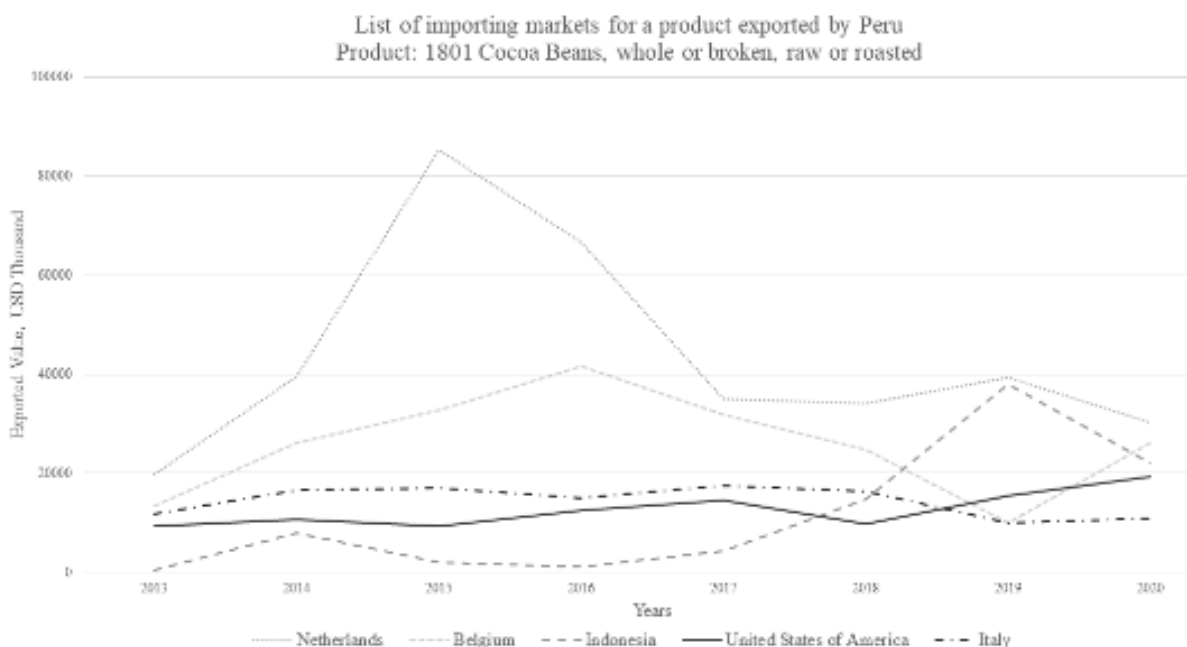


Figura 10. List of importing markets for Cocoa beans, whole or broken, raw or roasted in USD Thousand, period 2013 - 2020.

Fuente: TradeMap (2021) - Elaboración Propia.

La situación de Perú es interesante, debido no solo a que ha presentado un crecimiento en sus exportaciones tanto en granos de cacao como en su derivados, sino que además debido a las proyecciones del sector en base a los resultados obtenidos, han surgido distintos proyectos e iniciativas para incentivar la mejora de las técnicas de cultivo dentro de las comunidades agrícolas y la implementación de nueva tecnología, para que de esta manera el sector cacaotero pueda incrementar su capacidad productiva y poder dejar atrás los métodos rudimentarios de cultivo que aún se aplican en la actualidad.



Figura 11. Exportaciones peruanas de granos de cacao y derivados (2013-2019)

Fuente: FAOSTAT - Elaboración propia.

En los últimos años, las exportaciones peruanas con destino a Estados Unidos han incrementado notoriamente, con un promedio de crecimiento anual de 20% desde el 2013. Esto se alinea a la creciente demanda y consumo del mercado norteamericano, junto a sus cambios en las tendencias de consumo de chocolate.

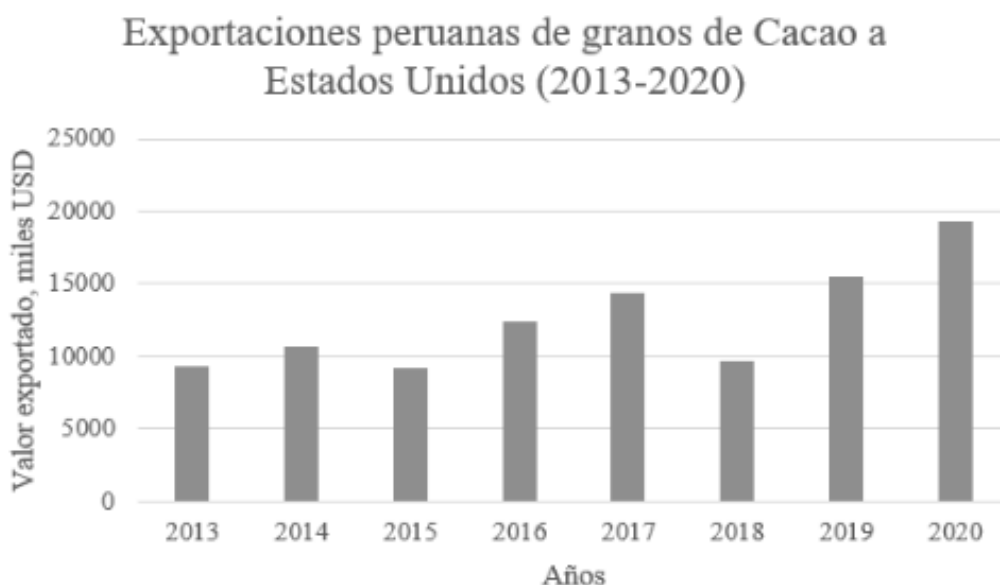


Figura 12. Exportaciones peruanas de granos de cacao a Estados Unidos (2013-2020)
Fuente: TradeMap - Elaboración propia.

En lo que a factores comerciales se refiere, el Perú presenta una oferta de gran calidad en granos de cacao, además de variedades exóticas y orgánicas, lo que es muy valorado a nivel mundial. Esto no solo favorece a que el producto cacaotero peruano sea visto con un producto de excelente calidad a nivel internacional, sino que además le da un valor agregado que favorece a que el precio percibido por el cacao peruano oscile entre 10% a 50% mayor a que el cacao tradicional.

En cuanto a la producción nacional dentro del sector cacaotero peruano, se ha mencionado que al igual que en los principales exportadores de cacao a nivel mundial, los métodos actuales para su cultivo y cosecha son rudimentarios y no pueden abastecer la demanda creciente, generando pérdidas de oportunidades de desarrollo tanto para el sector como para las asociaciones y cooperativas.

El Perú alberga el 60% de las variedades de cacao que existen a nivel mundial, siendo además una de las principales naciones con mayor calidad en la producción de cacao (MINAGRI, 2020).

Las principales regiones que se han convertido en los puntos geográficos claves de producción de cacao se encuentra la región de San Martín, seguido por la región de Junín, Ucayali; así mismo Huánuco y Cusco.

Principales regiones peruanas productoras de Cacao

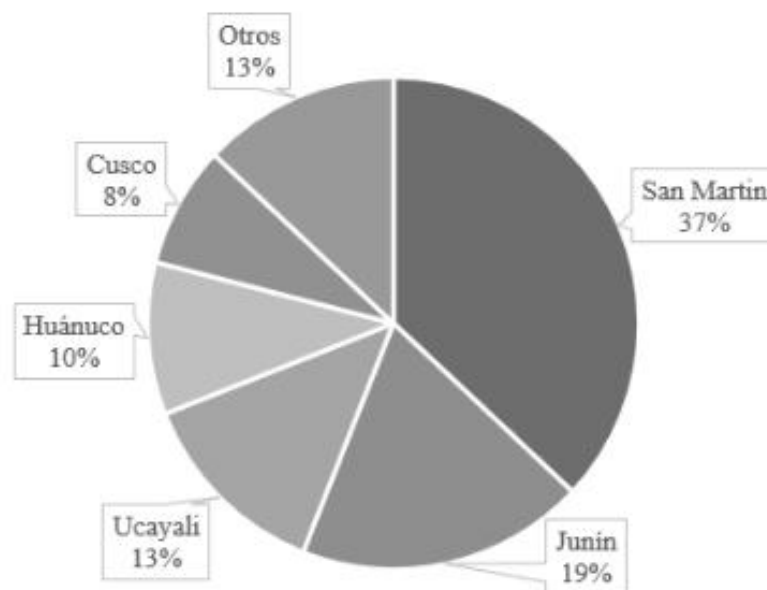


Figura 13. Principales regiones peruanas productoras de Cacao
Fuente: Elaboración Propia

Gabriel Amaro (AGAP), declaró para COMEX PERÚ, que se debe incluir al pequeño agricultor dentro de los programas estatales, y buscar una correcta asociatividad dentro de todos los actores involucrados del sector. Los precios de mercado a nivel internacional y la falta de poder de negociación por parte de los productores han sido limitantes cruciales para una correcta articulación comercial (Arana, 2014).

A pesar de los limitantes mencionados anteriormente, podemos observar que la producción nacional de cacao ha crecido con el pasar de los años de manera constante. La producción nacional de cacao viene creciendo sostenidamente desde hace 10 años, con una tasa de 12.6% promedio anual. En el año 2019, la producción de cacao

alcanzó las 135,9 toneladas, en una superficie cosechada de 130,3 mil hectáreas (MINAGRI, 2020).

Dentro del ámbito productivo del sector, existen maneras de darle un valor diferenciado al producto cosechado. Una de las maneras más optadas por lograr la diferenciación del grano de cacao peruano son las certificaciones internacionales a las que se someten los productores y empresas agroexportadoras para poder potenciar el valor diferencial del producto que venden. Estas certificaciones evalúan distintos criterios donde pueden primar tanto la calidad del producto, las formas de cultivo, el nivel de responsabilidad social de la empresa hacia la comunidad donde se cosecha y hasta la relación entre las formas de cultivo y su impacto medioambiental.

El Sistema Nacional de Evaluación, acreditación y certificación de la calidad educativa (SINEACE) es el encargado de evaluar y otorgar las certificaciones de mayor demanda por las empresas agroexportadoras durante su proceso de exportación.

Dentro de estas certificaciones tenemos las que evalúan la producción de plántones de cacao, como además a los especialistas de post Cosecha de Cacao (APPCACAO).

La certificación de Producción de Plántones de Cacao garantiza que el productor conoce y aplica buenas prácticas agrícolas en el manejo de semilla y plántones de cacao, lo que de alguna manera fortalece el control y certificación de la calidad del grano obtenido, pudiendo cubrir en mejores condiciones la demanda del mercado internacional (APPCACAO).

Por otro lado, la certificación que evalúa a los especialistas de Post Cosecha de Cacao tiene como objetivo promover una cultura de calidad entre los grupos de interés de su ámbito de acción, respondiendo a la necesidad de contar con personas certificadas en esas labores, visibilizando a los expertos que puedan garantizar la calidad del producto (APPCACAP).

Es por ello, que evidenciando el crecimiento de la producción dentro del sector cacaotero peruano, pese a las limitantes de falta de información y tecnología dentro

de los métodos de negociación y cultivo, nos realizamos las interrogantes de qué factor social propició el desarrollo de las exportaciones y logro poder solventar la demanda creciente internacional.

Tomando como referencia los datos mencionados, es necesario conocer cuáles fueron los principales factores comerciales, económicos y sociales que favorecieron el crecimiento de las exportaciones del sector cacaotero peruano al mercado estadounidense, para contribuir a un correcto desarrollo de planes y estrategias eficientes para el desarrollo de nuevas empresas interesadas en la exportación de cacao peruano al mercado internacional, además de propiciar el desarrollo de este sector para aumentar el número de inversiones tanto públicas y privadas, generar más puestos de trabajos y dar una mejor calidad de vida a las familias que dependen de este sector para subsistir.

2.2. Formulación del Problema

2.2.1. Problema General

- ❖ ¿Cuáles fueron los principales factores comerciales, económicos y sociales que favorecieron el crecimiento de las exportaciones del sector cacaotero peruano al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020?

2.2.2. Problemas Específicos

- ❖ ¿Cuál fue el principal factor comercial que favoreció el crecimiento de las exportaciones del sector cacaotero peruano al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020?
- ❖ ¿Cuál fue el principal factor económico que favoreció el crecimiento de las exportaciones del sector cacaotero peruano al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020?

- ❖ ¿Cuál fue el principal factor social que favoreció el crecimiento de las exportaciones del sector cacao peruano al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020?

2.3. Objetivos

Según Arbaiza (2014), en el libro “Cómo hacer una tesis de grado”, los objetivos determinan que se busca demostrar en la investigación. Además, responden a las acciones planteadas para la solución del problema. Los objetivos están acompañados de tres factores claves: Comerciales, Económicos y Tecnológicos.

2.3.1. Objetivo General

- ❖ Determinar que la calidad demandada, el precio internacional y el desarrollo agrícola fueron los principales factores que favorecieron el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020

2.3.2. Objetivos Específicos

- ❖ Demostrar que la calidad demandada es el principal factor comercial que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.
- ❖ Demostrar que el precio internacional es el principal factor económico que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.
- ❖ Demostrar que desarrollo agrícola es el principal factor social que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado

(1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

2.4. Hipótesis

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014), la hipótesis es la posición que se trata de demostrar a través de conclusiones del tema investigado, las cuales vendrían a ser supuestos que se manejan a lo largo de la investigación, con el fin de mantener la idea inicial y sustentar dicha idea en la conclusión de la investigación. Cabe mencionar, que las hipótesis pueden llegar a no ser verdaderas y en ocasiones no se puede comprobar la validez de esa postura. Las hipótesis pueden ser generales o específicas, y estas involucran a dos o más variables, pero en todos los casos, estas tienen que ser verificadas con la realidad del tema.

Por otra parte, Núñez (2007) nos da a conocer que la hipótesis es el centro de la investigación, y que luego de ser verificada y comprobada, esta recibirá el estado de teoría o conocimiento científico.

Tomando en cuenta lo anteriormente mencionado, se han planteado las siguientes hipótesis para nuestra investigación.

2.4.1. Hipótesis General

- ❖ La calidad demandada, el precio internacional y el desarrollo agrícola dan razón el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

2.4.2. Hipótesis Específicas

- ❖ La calidad demandada fue el factor comercial que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

- ❖ El precio internacional fue el factor económico que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.
- ❖ El desarrollo agrícola fue el factor social que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

2.5. Justificación del Problema

Sampieri (2018) en su libro “Metodologías de la investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas”, sostiene que la justificación debe expresar por qué y para qué se realiza la investigación, además de, demostrar la importancia de dicha investigación.

Arbaiza (2013) en su libro “Como elaborar una tesis de pregrado”, menciona que la justificación es la explicación de la razón por la cual se realiza el estudio, empleando argumentos significativos donde se debe lograr un impacto social. Esto quiere decir, que el investigador debe plasmar en su trabajo, argumentos confiables que sustenten y le den validez a la investigación.

2.5.1. Justificación Teórica

Hernández, Fernández y Baptista (2014), Pyrczak (2014) y Salinas y Cárdenas (2009) mencionan que una investigación se justifica teóricamente cuando se detecta un vacío en el campo científico y la conducción del estudio permitirá llenarlo total o parcialmente. Bernal (2010) y Blanco y Villalpando (2012) profundizan en el concepto y mencionan que la justificación teórica se utiliza cuando se busca generar reflexión y discusión académica sobre un conocimiento existente.

El cacao ha tomado un papel de suma importancia dentro del sector agropecuario peruano, siendo el sexto producto más cultivado a nivel nacional. Según información de la Organización Mundial del Cacao (ICCO) el Perú posee más del 60% de variedades de cacao a nivel mundial y tiene el 36% de la

producción de cacao premium, o cacao fino y de aroma como también se le conoce.

Tal como se demuestra en los cuadros y tablas presentadas anteriormente, el sector cacaotero peruano ha presentado un desempeño notable y prometedor de cara hacia el futuro, con respecto a la demanda percibida por el mercado norteamericano. Se ha logrado un crecimiento continuo a pesar de distintos factores externos como internos que han podido ser perjudiciales; tales como incrementos en el precio de exportación, oferta internacional creciente e incluso una pandemia global en el último año de evaluación.

Por lo tanto, la investigación tiene como propósito identificar y establecer cuáles han sido los principales factores que han favorecido al buen desempeño de las exportaciones de este commodity con destino al mercado norteamericano, y cuyos resultados puedan servir como tanto como propuestas de mejora dentro de la empresas exportadoras del rubro exportador agropecuario, así como un punto de referencia a los productores, cooperativas, asociaciones y empresas que tienen planeado incursionar dentro del mercado internacional.

Por lo tanto, la investigación tiene como propósito identificar y establecer factores de importancia clave al momento de comercializar cacao peruano dentro de mercados potenciales, como lo es el mercado estadounidense. De esta manera, se busca poder establecer una guía para nuevas empresas y exportadores que estén interesados en exportar este producto, aprovechando la data histórica, el análisis de los datos, además de las perspectivas y opiniones de expertos y profesionales del rubro obtenidas en el trabajo de investigación.

2.5.2. Justificación Práctica

Tal como se ha indicado anteriormente, Estados Unidos es el segundo mayor importador de cacao a nivel mundial. Esto se debe a que, a lo largo del tiempo, la industria chocolatera norteamericana ha incrementado su producción notoriamente (Euromonitor, 2021), a la par de que su mismo mercado ha ido variando sus tendencias de consumo por productos con mayores beneficios a la

salud y opciones complementarias con menos compuestos químicos y azúcares. (Statista, 2019)

Debido a esta demanda creciente, el mercado cacaoero peruano ha podido mantener un crecimiento constante, convirtiéndose en uno de los productos peruanos con mayor demanda a nivel mundial y logrando que más de 100,000 familias que se dedican al cultivo y la cosecha de cacao en el Perú puedan ser beneficiados con puestos de trabajo y un mejor desarrollo de las comunidades agrícolas. Los resultados de esta investigación buscan poder servir a los Gobiernos Regionales, Ministerio de Agricultura, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, entre otras entidades públicas y privadas para que puedan desarrollar planes estratégicos eficientes para el desarrollo del sector dentro del territorio geográfico en donde se encuentran.

2.5.3. Justificación Metodológica

El trabajo de investigación se desarrolla bajo una metodología de enfoque mixto, debido a que se decidió tomar rangos más amplios de información para la exploración, tomando en cuenta tanto data histórica de diversas fuentes internacionales como opiniones de expertos especializados en el sector relacionado al fenómeno en estudio. Esta investigación presenta un aporte adicional a los métodos empleados hasta el momento en las investigaciones existentes, puesto a que, si bien existen trabajos de investigación que abarcan ciertos aspectos similares al fenómeno en investigación, tocan el tema con enfoques cualitativos o cuantitativos, mas no existe una variedad amplia de metodología con enfoque mixto que pueda buscar sinergias entre ambos y encontrar tanto coincidencias como diferencias que puedan enriquecer de mejor manera la investigación y sus resultados.

De igual manera, se han desarrollado los análisis de datos en distintos softwares especializados, tales como Atlas Ti (Análisis cualitativo) y SPSS (Análisis cuantitativo) para que de esta forma, se pueda obtener resultados exactos dentro de cada uno de los enfoques utilizados dentro de la investigación y poder lograr un resultado que ayudará a futuras investigaciones a tener mayor variedad

de antecedentes, fuentes de información, enfoques metodológicos y análisis de resultados para alcanzar un análisis con mayor profundidad.

CAPITULO III. METODOLOGÍA DE TRABAJO

3.1. Enfoque de la investigación

3.1.1. Alcance de la investigación

El enfoque de la presente investigación, dado a los antecedentes presentados, tanto nacionales como internacionales, las fuentes encontradas previamente con la finalidad de brindar el estudio de investigación. Dado a los porcentajes de las fuentes presentadas, optamos por realizar un trabajo de investigación de tipo mixta.

Según Hernandez-Sampietri y Mendoza (2008), representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección junto al análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como la integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

Chen (2006), por su parte define a este enfoque como una integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un estudio único con la finalidad de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno señalando que pueden ser conjuntados conservando sus estructuras y procedimientos originales.

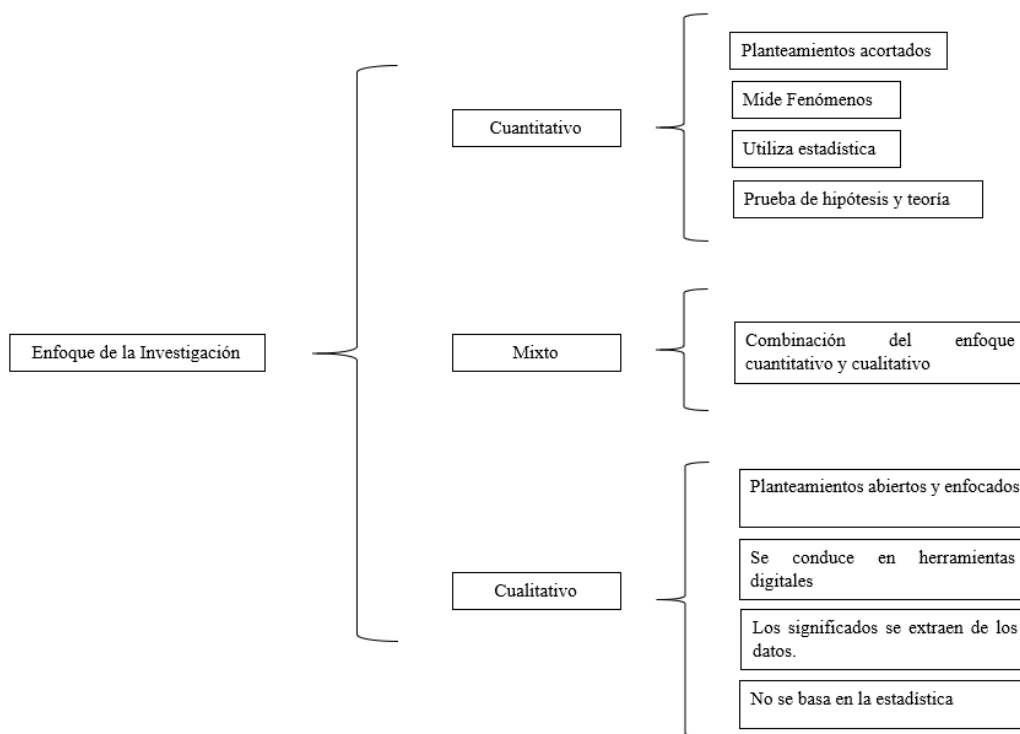


Figura 14. Enfoque de la Investigación

Fuente: Metodología de la Investigación, Sexta Edición (2018)

Asimismo, para su desarrollo, se tomarán los puntos planteados en el problema de la investigación, en el cual se buscará resolver mediante distintos planteamientos, antecedentes, objetivos e hipótesis el desarrollo subjetivo con el principal fin de demostrar el enfoque mencionado anteriormente. Para esto, se realizará un análisis cuantitativo de los factores sociales, comerciales y económicos que nos permita conocer cómo las exportaciones de cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado. Todo esto mediante datos históricos que nos permitan conocer el por qué es un producto comercializado a nivel internacional y para el análisis cualitativo, se investigará los principales beneficios de este producto y del mismo modo, cuáles son las características fundamentales que permiten la comercialización del cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.

3.1.2. Diseño de la investigación

Arbaiza (2014) plantea que para que la investigación pueda tener un desarrollo óptimo, se debe elegir correctamente el diseño metodológico, puesto a que este definirá el método de recolección de datos, cómo van a medirse y cómo se analizarán.

El diseño metodológico para desarrollar en la presente investigación será un diseño explicativo secuencial (DEXPLIS), dado a que se caracteriza por tener una primera etapa en la cual se recaban y analizan datos cuantitativos, donde posteriormente se recogen y evalúan datos cualitativos. El principal propósito de estos es complementar las conclusiones determinadas de los análisis cuantitativos.

Por otro lado, este concepto definido se determinó que, para el tipo de enfoque para la investigación será el tipo descriptivo - correlacional; dado a que se quiere dar a conocer los factores de crecimiento de las exportaciones peruanas de Cacao tostado orgánico de la partida arancelaria 1801.00.20.00, brindándonos las herramientas para explorar las dimensiones relacionadas. Por otra parte, para el enfoque cualitativo, entrevistas a profundidad con las empresas posteriormente seleccionadas en la muestra y expertos relacionados al tema, principalmente para dar un complemento a la información determinada al realizar cada análisis.

3.1.3. Limitaciones de la investigación

Las limitaciones encontradas para la presente tesis son, en primer lugar, las restricciones que presentan ciertos artículos como tesis pasadas, artículos de investigación de Scopus, libros y artículos con costos adicionales sobrepasando el presupuesto establecido, presentando del mismo modo, una limitación a la recopilación de información adicional. En segundo lugar, se encuentra la situación global que afecta a todos, como lo es la pandemia COVID-19, el cual puede generar obstáculos a futuro, como las posibles reuniones para entrevistas a especialistas, a empresas que se dediquen a la exportación del cacao tostado. En tercer lugar, la información concreta que requiere el desarrollo de la presente tesis en la población, presentándose una limitación para el desarrollo de esta, por lo que

se procede a cambiar de tema repentinamente. Finalmente, dentro de los parámetros establecidos, algunas empresas se encuentran fuera de Lima, por lo que poder asistir a ver los centros de operaciones pueden generar costos adicionales que ya escapan del presupuesto establecido.

3.2. Operalización de las variables/Categorías

3.2.1. Descripción de las variables/categorías a analizar

Variable X (Dependiente):

- X1: Exportaciones totales de Cacao tostado peruano en toneladas en los años 2013 a 2020.
- X2: Precio anual promedio del cacao en los años 2013 al 2020.
- X3: Producción anual peruana de granos de cacao en los años del 2013 al 2020.

Variable Y (Independiente):

- Y: Exportaciones de Cacao en grano tostado

3.2.2. Definiciones conceptuales de las variables/categorías y dimensiones

Variable X:

- X1: Medidas y estrategias relacionadas a la variable comercial dentro del sector cacaotero peruano.
 - Gustos y preferencias del mercado estadounidense
 - Factores de internacionalización: Nivel de calidad requerida del producto e implementación de nueva tecnología en los procesos de cultivo.
- X2: Medidas y estrategias relacionadas a la variable económica dentro del sector cacaotero peruano.
 - Precio internacional del cacao
- X3: Medidas y estrategias relacionadas a la variable social dentro del sector cacaotero peruano.
 - Desarrollo Agrícola

Variable Y:

- Y: Acción comercial sustentada en la venta de un bien o servicio hacia el mercado cacaotero.
 - Volumen exportado en Toneladas
 - Volumen exportado en miles de USD\$
 - Producción total de cacao

3.3. Proceso de muestreo

3.3.1. Población de estudio

Según Lepkowski (2008b), una población es el conjunto de todos los casos concuerdan con una serie de especificaciones.

En base a lo establecido en los puntos anteriores, el enfoque de estudio es de carácter mixto, lo que quiere decir que habrá dos enfoques de investigación. En la presente investigación, durante el periodo establecido que es del 2013 hasta el 2020, se han encontrado 41 empresas exportadoras de cacao tostado orgánico que, han realizado ventas al extranjero proporcionando información relevante extraída de la fuente VeriTrade, la cual nos brinda información concreta de las cantidades en Toneladas y precio FOB, del mismo modo, corroborando información con TradeMap. Para la parte cuantitativa, se adjudicará datos históricos del precio, cantidad de toneladas exportadas, entre otros. Del mismo modo, para el enfoque cualitativo, se tomarán en cuenta a expertos relacionados al tema de exportación del producto previamente mencionado, hasta llegar a un índice de saturación el cual nos permitirá conocer el número de entrevistas a profundidad que realizaremos a lo largo de la investigación, esto con la finalidad de conocer los factores sociales, económicos y comerciales, que permitan fortalecer.

3.3.2. Tamaño y selección de muestra

Para la muestra, según lo definido por Hernandez-Sampietri (2014), es un subgrupo de la población. Estas deben ser representativas. Existen dos tipos de muestras, probabilísticas y no probabilísticas.

Para la presente investigación enfocaremos en un muestreo no probabilístico, dado a que no dependeremos de elementos de probabilidad, tal como dice Johnson (2014, como se citó en Hernández-Sampietri et al, 2013 y Battaglia, 2008b), buscar causas relacionadas con las características de la investigación o propósitos de los investigadores. Por el hecho de tratarse de un procedimiento mecánico, no depende de alguna fórmula para determinar la cantidad.

Para la muestra, se tomarán en cuenta las 3 principales empresas peruanas exportadoras de cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado, dado a que representan el 67.48% de las exportaciones durante el periodo mencionado.

Item	Nombre de la empresa exportadora de grano de Cacao tostado orgánico de la partida arancelaria 1801002000
1	AMAZONAS TRADING PERU S.A.C.
2	MACHU PICCHU FOODS S.A.C.
3	VILLA ANDINA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA

Fuente: Veritrade (2021) - Elaboración propia

Tabla 6. 3 principales empresas exportadoras de granos de cacao tostado orgánico de la partida arancelaria 1801002000 en el período 2013 - 2020.

Teniendo en cuenta que existe la posibilidad de no obtener contacto directo con alguna empresa, se procederá a realizar contacto con las siguientes empresas que no se encuentran dentro de la lista presente, con el fin de poder llegar a un complemento base para la investigación a presentar.

Del mismo modo, se realizarán entrevistas a expertos con la finalidad de obtener un punto de vista de manera externa a las empresas para tener ambas perspectivas y así, poder realizar un análisis concreto en base a la investigación en desarrollo.

Por otra parte, se realizarán entrevistas a los productores de cacao con la finalidad de conocer un tercer punto de vista adicional a los internos y externos, que nos brindará un complemento sumamente importante para la investigación a realizar.

3.4. Mapeo de actores Clave (MAC)

El mapeo de actores clave nos permitirá reconocer de manera eficiente a los representantes (personas y organizaciones) dentro de una investigación, permitiendo la relación entre los conceptos básicos de desarrollo de una empresa, los cuales son la planeación, el diseño, implementación o evaluación del proyecto y la ejecución de estos. Permitiendo el desarrollo de cada uno de los factores, definiendo estrategias específicas con el fin de garantizar la eficacia. Todo esto, para el enfoque cuantitativo el cual, del mismo modo, nos dará información relevante que nos ayudará a darle veracidad a las hipótesis planteadas en la presente investigación.

Stakeholder	Nombre de Institución	Rol en el proyecto de investigación	Jerarquización de Poder
Empresa	Amazonas Trading Perú S.A.C.	Exportadora de Cacao tostado	Obtienen los granos de cacao de diferentes áreas de producción del Perú. Aseguran una producción sostenible en todos sus productos.
Empresa	Machu Picchu Food S.A.C	Exportadora de Cacao tostado	Son líderes en la fabricación de cacao y chocolates de origen único. Profundamente comprometidos con los productos sostenibles, orgánicos y libres de alérgenos de la más alta calidad.
Empresa	Valle Andina Sociedad Anonima Cerrada	Exportadora de Cacao tostado	Fundada en 2007, su principal objetivo es desarrollar productos alimenticios naturales orgánicos naturales de primera calidad contribuyendo de manera positiva la dieta humana.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7. Mapeo de Actores Claves (MAC)

Asimismo, se tomarán en cuenta otros actores claves que consideramos importantes dentro de la investigación, esto con el fin de dar un complemento a la información brindada (enfoque cualitativo) por las empresas peruanas exportadoras de cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado que consideramos que son las más influyentes dentro de este rubro. A continuación se detalla las funciones de cada uno:

- **Promperú:** Es una organización especializada para personas jurídicas con el derecho público que goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa. Asimismo, se encuentra asociada al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

- **MINAGRI:** Desarrollan estrategias alineadas a proveer bienes y servicios públicos con calidad a miles de familias del país, conforme a la Política Nacional Agraria, definiendo orientaciones de mediano y largo plazo a favor del desarrollo sostenible de la agricultura, permitiendo el desarrollo sostenible del mismo e inclusión social en beneficio de la población rural. Fomentan del mismo modo, el uso sostenible de recursos forestales y fauna silvestre a través de emprendimientos productivos e inversiones bajo los criterios del desarrollo económico y socioambiental responsable.
- **Organizaciones de Agricultores (sierra exportadora):** Brindan apoyo a pequeños agricultores que presentan escasez en sus recursos propios, logrando que puedan juntar productos agrícolas con el fin de poder llegar a mercados más grandes. Asimismo, puedan estar en una mejor posición con el fin de mejorar la seguridad alimentaria.
- **Senasa:** Es una entidad adscrita al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, el servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú realiza actividades de protección al país del ingreso de plagas y enfermedades, principalmente para preservar la riqueza agrícola y ganadera; permitiendo que los consumidores nacionales e internacionales puedan disfrutar de alimentos sanos e inocuos.

3.5. Instrumentación

3.5.1. Técnica de recolección de datos: Investigación Cualitativa

Para la presente investigación, se fundamentaron hechos con instrumentos de soporte tales como las entrevistas a profundidad, realizando entrevistas con expertos para obtener mayor desarrollo en cuanto a los detalles para complementar lo estudiado previamente. Para esto, se realizarán distintos tipos de preguntas en las entrevistas con el fin de identificar diversos factores que nos ayudarán probablemente, con distintos puntos de vista empleados en distintos modelos para el estudio a realizar. Asimismo, corroborando con la investigación, se procederá al análisis de distintas fuentes de investigación que nos permita desarrollar y/o complementar la relación teórica que existe con el tema en

desarrollo. además, para realizar el análisis de las entrevistas realizadas, se procederá a utilizar el programa ATLAS TI

3.5.2. Técnica de recolección de datos: Investigación Cuantitativa

Para la investigación cuantitativa, se procederá a recolectar datos históricos en relación con el precio, cantidad, cosecha, entre otros para dar sustento a la investigación mediante el programa IBM Statistics SPSS con la finalidad de poder fundamentar las hipótesis planteadas y analizarlas del mismo modo, empleando distintos tipos de corridas dentro del programa, permitiéndonos determinar la veracidad de las afirmaciones planteadas.

Se debe tener en cuenta que, la recolección de datos mediante data histórica en relación del cacao generará un análisis concreto del cómo y cuánta importancia brinda la exportación de este producto, brindando un hecho que nos permitirá la validación de las hipótesis planteadas durante el proceso.

3.5.3. Técnica de recolección y forma de procesamientos de datos

Para la técnica de recolección y forma de procesamientos de datos, como se mencionó en los puntos anteriores, para la recolección de la metodología cualitativa, se procederá a realizar entrevistas a profundidad con la finalidad de conocer cuáles son los procesos que realizan las empresas que han tenido éxito en la exportación del producto de investigación y conocer como son las relaciones directas con los agricultores. Dando a conocer del mismo modo, como fuentes primarias que nos brinden los entrevistados mediante los conceptos básicos que puedan manejar mediante los procesos realizados que puedan o no, afectar positivamente de manera social, comercial y económica. Del mismo modo, la recolección de datos para la metodología cuantitativa se basará en datos históricos, los cuales serán fuentes de tipo secundaria, dado a que ya existe información histórica en relación con los precios y exportaciones mundiales de las mismas. Considerando del mismo modo, factores que hayan generado mejoras en los aspectos sociales, comerciales y económicos tanto de los agricultores como nación completa.

3.5.4. Confiabilidad del instrumento Cualitativo y Cuantitativo

Para la confiabilidad del instrumento cualitativo, nos vamos a enfocar en las entrevistas a profundidad, para esto, se realizarán preguntas que sean congruentes, concretas y puntuales con el fin de entender el proceso y que los lectores de la presente tesis puedan tener en consideración para otros puntos de vistas que puedan presentar en futuras investigaciones, considerando que estas preguntas van a estar dirigidas a las variables de estudio buscando tener precisión en las respuestas. Asimismo, para el instrumento cuantitativo, la información que será recopilada será de bases con datos históricos que serán procesadas por el programa SPSS con la finalidad de dar validez a las hipótesis planteadas, dando conclusiones puntuales y concretas que permitan dar a conocer los principales factores que se han planteado a lo largo de la tesis en proceso. Para ello, se utilizará la confiabilidad del coeficiente alfa Cronbach, el cual es el método más utilizado para el análisis de datos cuantitativos (Hernández et al, 2014).

3.6. Aspectos éticos de la investigación

La presente investigación tendrá como finalidad brindar información significativa para los agricultores que son los principales actores en la producción del cacao. Del mismo modo, dar a conocer algunos principios que las empresas exportadoras de cacao realizan al momento de exportar, que tipo de certificados requieren, por qué los requieren, conocer la ética que tienen con los agricultores, y fundamentalmente, los códigos éticos que presentan como empresas.

El presente trabajo ha sido desarrollado por los autores señalados en el documento, cuya información ha sido complementada mediante fuentes bibliográficas con el fin de mantener la coherencia planteada. Del mismo modo, ha sido evaluada y reforzada por un revisor bibliográfico, presentando sugerencias para brindar un valor agregado a la presente investigación.

Adicionalmente, se realizaron entrevistas para corroborar algunos datos identificados en las fuentes bibliográficas, grabando las llamadas vía zoom brindándonos mayor confiabilidad.

CAPITULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN

4.1. Desarrollo Cualitativo

4.1.1. Perfil de los entrevistados

Para la recolección de datos, se realizaron diez entrevistas a profundidad a diversos expertos de organizaciones públicas y privadas, conformados por cooperativas, empleados de las empresas seleccionadas para la muestra, SENASA, Promperú, Minagri y las organizaciones de agricultores.

Los hallazgos entregados por los especialistas para comprensión de los factores de estudios (Calidad demandada, precio internacional y desarrollo agrícola) que favorecieron el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado al mercado estadounidense

	Nombre	Cargo	Entidad	Medio de entrevista	Aportes
1	Manuel Zegarra Tirado	Área Comercial y redes de negocios	Villa Andina	Videoconferencia (Zoom)	Menciona los distintos procesos por los que pasa el cacao, del mismo modo, detalla los distintos tipos de cacao y explica el detalle de los tipos de presentaciones acorde a lo que solicita el cliente final
2	Carmen Chavez Hurtado	Especialista Dirección Agrícola	Ministerio de Agricultura y Riego	Videoconferencia (Zoom)	Comenta las distintas variedades de cacao, los distintos suelos para las distintas variedades con las que contamos. Del mismo modo, innovación en el desarrollo de la cadena de valor
3	Jose Ríos Zurita	Especialista BI	Sierra y Selva Exportadora	Videoconferencia (Zoom)	Nos comenta sobre las distintas variedades que se pueden encontrar dentro del país, los requerimientos a exportar, entre las distintas presentaciones que se pueden otorgar al comprador final
4	Harold Carrasco Alarcon	Analista y Regulador	SENASA	Videoconferencia (Zoom)	Comenta los procedimientos que deben seguir todos los exportadores de productos primarios
5	Carolina Morosimato	Gerente de Administración y Finanzas	Machu Picchu Foods S.A.C	Videoconferencia (Zoom)	**Entrevista Censurada** - No se brindaron muchos detalles, pero comenta lo principal que una empresa exportadora debe realizar. Del mismo modo, nos comenta sobre las capacitaciones, entre otros temas.
6	Maria Benavides	Gerente de Operaciones e Innovación	Amazonas Trading Food S.A.C.	Videoconferencia (Zoom)	Nos comenta las distintas versiones que hay de presentación de cacao, las variedades que existen, temas de tecnologías, entre otros.
7	Franco Romani Galvez	Asistente Documentario	SENASA	Videoconferencia (Zoom)	Nos comenta los procesos de generar el certificado y brinda una perspectiva acerca de la producción del cacao.
8	Percy Reboredo Costa	Ejecutivo Comercial	My Peru Global	Videoconferencia (Zoom)	Comenta acerca de las certificaciones y capacitaciones que brindan como entidad.
9	Patricia Rodriguez Castillo	Lider de Proyectos	Camará Peruana de Cacao y Café	Videoconferencia (Zoom)	Comenta acerca del comportamiento del consumidor, la estimación del precio internacional, desarrollo agrícola y calidad demandada del producto primario
10	Marino Alva Prieto	Analista Senior de Compras	Agrícola Cerro Prieto	Videoconferencia (Zoom)	Explica acerca del crecimiento de las exportaciones de cacao al mercado estadounidense. Adicionalmente, comenta acerca del desarrollo agrícola y el precio internacional.

Nota: Se demuestra las 10 entrevistas realizadas a especialistas de cacao. Elaboración propia

Tabla 8. Perfil de entrevistados

4.1.2. Análisis y resultados de las entrevistas

Se realizaron diez entrevistas que incluyen a los empleados de las empresas presentadas dentro de la muestra y a especialistas del sector de cacao en grano, las preguntas realizadas fueron en base a las variables planteadas para la presente investigación, las cuales son la calidad demandada, el precio internacional y el desarrollo agrícola.

En primer lugar, la calidad demanda del producto, es un factor importante para tomar en cuenta el incremento de las exportaciones, ya que como mencionan gran parte de ellos, la diversidad es un factor clave para hacer del producto llamativo para los distintos mercados a exportar. Principalmente el incremento al mercado estadounidense se debe a que las tendencias de consumo por el chocolate han incrementado durante la pandemia. Es por ello, que las distintas variantes existentes dentro del Perú, el cacao con fino aroma, los distintos niveles de amargor que presentan, el cacao blanco que se pueden encontrar en Piura, entre otros son productos primarios que le dan un valor agregado al producto permitiendo el auge del estudio presentado.

En segundo lugar, el precio no es un factor clave, si bien existe un precio establecido dentro del mercado cacaotero, dado a la diversidad encontrada de cacao, los cuales todos coinciden en que contamos con 6 de las 10 especies conocidas a nivel mundial, como exportadores obtenemos un valor agregado que nos permite diferenciarnos a nivel mundial adicionándole los certificados que permiten vender el producto a un precio por encima previo acuerdo con el cliente final. Del mismo modo, la diversidad de suelos en las distintas regiones de cultivo son un factor determinante para tener dichas variedades.

Por último, el tercer factor que desarrollamos fue el desarrollo agrícola, nos mencionan que existe una labor por parte de las empresas y asociaciones del Estado permitieron implementar nuevas tecnologías para el cultivo, adicionalmente de nuevos métodos de los mismo. Asimismo, las capacitaciones constantes a los agricultores permitiendo lograr una reducción de tiempo en la maduración del cultivo permitiendo mayor producción por hectárea. Además, la existencia de una buena relación entre los agricultores y empresas permiten que tengan mayor productividad. Del mismo modo, el apoyo de las cooperativas a las familias de los agricultores permite que los mismo se sientan cómodos con los contratos que tienen establecidos.

4.2. Desarrollo cuantitativo: Análisis de datos

4.2.1. Desarrollo del método estadístico elegido

Para el desarrollo cuantitativo de la investigación, se realizará investigación profunda mediante data histórica para dar análisis a los factores de estudios con la finalidad de obtener una relación entre las variables de estudio dentro del mismo fenómeno de estudio.

En adición a ello, se realizó un análisis estadístico correlacional de la data histórica obtenida por las distintas fuentes de información (TradeMap, Euromonitor, Veritrade, STATISTIC, entre otros), para poder comparar los resultados obtenidos dentro del periodo de evaluación con las hipótesis planteadas anteriormente.

A través del programa SPSS Statistics, se determinó el grado de importancia de cada variable con respecto a un mismo fenómeno, especificado al inicio de la investigación. De la misma manera, se determinó el grado de correlación que existía entre ellas.

Al definirse las variables dependientes e independientes, se realizará el análisis de la data histórica obtenida dentro de distintas fuentes especializadas con respecto a las importaciones totales de cacao rumbo a Estados Unidos, el precio internacional del cacao, la calidad demandada y el desarrollo agrícola peruano. Este análisis consiste en aplicar un modelo de regresión lineal múltiple a los datos obtenidos dentro del periodo de tiempo en investigación, para de esta manera determinar el nivel de significancia de cada variable y si son determinantes dentro del fenómeno a evaluar. Se explica a continuación el modelo a utilizar:

Modelo de Regresión Lineal Múltiple:

López-Roldán & Fachelli (2015), en su libro “Metodología de la investigación social cuantitativa”, mencionan que el análisis de regresión lineal múltiple se plantea cuando el modelo considera dos o más variables independientes. De esta forma se permite tener en consideración modelos más completos para dar cuenta a fenómenos sociales que se caracterizan por la multidimensionalidad y la existencia de diversas variables independientes.

Fórmula del modelo de Regresión Lineal Múltiple:

Para la presente investigación se utilizará la fórmula de la regresión lineal múltiple que ayudará a demostrar el grado de influencia que tiene cada variable en evaluación dentro de un mismo fenómeno. La ecuación es:

$$y_i = a + b_1x_{i1} + b_2x_{i2} + \dots + b_px_{ip} + e_i$$

Donde los distintos coeficientes de regresión parciales b_j , con $j=1\dots p$, se interpretan como el efecto específico de cada variable independiente.

La multicolinealidad: Se menciona como la variabilidad de la variable dependiente como de las variables independientes. Dentro del modelo de regresión múltiple no se modeliza necesariamente una interacción, sino que consiste en analizar el efecto independiente de cada variable. De esta manera, se busca encontrar factores explicativos que no estén altamente correlacionados entre sí pues ello afectaría las estimaciones dentro de los parámetros establecidos.

La existencia de correlación entre variables independientes se denomina colinealidad o multicolinealidad, dependiendo del número de variables analizadas. Es muy difícil que las variables sean perfectamente independientes, por lo que la colinealidad será evaluada en cuestión de grados. Un nivel alto de colinealidad será perjudicial para los resultados de la regresión, no en términos descriptivos.

La tolerancia: Se denomina al estadístico que determina la medida de relación entre variables independientes. Una variable con una tolerancia muy baja contribuye con información escasa a un modelo y puede causar problemas de cálculo. Mencionado esto, se calcula como 1 menos el coeficiente de determinación R^2 cuando se realiza la regresión de las variables independientes incluidas en el análisis.

Habiendo precisado las definiciones anteriores, se procede a realizar el análisis de cada una de las variables propuestas a través de pruebas estadísticas y el modelo de regresión lineal múltiple.

4.2.2. Análisis estadístico (Procesamiento de datos)

Se realizó un análisis de multicolinealidad para identificar la existencia de correlaciones entre las variables independientes escogidas y de esta manera poder tener un modelo con mayor veracidad entre la información analizada. Para el análisis de los datos, se utilizará un nivel de confianza del 95%. La variable dependiente seleccionada fue las importaciones totales de Cacao rumbo a Estados Unidos en millones de dólares durante el 2013 al 2020, y las variables independientes a las cuales se realizó el análisis fueron las exportaciones totales de cacao tostado peruano a Estados Unidos durante el 2013 al 2020; El precio internacional del cacao durante los años del 2013 al 2020; y la producción anual de cacao tostado peruano del 2013 al 2020. Los resultados obtenidos fueron:

		Correlaciones			
		Imports_USA _US\$_MILLIO NS	Exports_Coco a_Roasted_P eru_Tons_to_ USA	Price_Cocoa _Prom	PRODUCTIO N_YEAR_CO COA_PERU_ TONS
Imports_USA_US\$_MILLI ONS	Correlación de Pearson	1	,951**	-,574	,749*
	Sig. (bilateral)		,000	,137	,032
	N	8	8	8	8
Exports_Cocoa_Roasted _Peru_Tons_to_USA	Correlación de Pearson	,951**	1	-,597	,688
	Sig. (bilateral)	,000		,118	,059
	N	8	8	8	8
Price_Cocoa_Prom	Correlación de Pearson	-,574	-,597	1	-,596
	Sig. (bilateral)	,137	,118		,119
	N	8	8	8	8
PRODUCTION_YEAR_C COA_PERU_TONS	Correlación de Pearson	,749*	,688	-,596	1
	Sig. (bilateral)	,032	,059	,119	
	N	8	8	8	8

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).
* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 9. Tabla de correlaciones entre importaciones totales de cacao a Estados Unidos en millones de dólares y las exportaciones de cacao tostado peruano hacia Estados Unidos; Precio anual promedio del cacao; producción anual de cacao peruano; elaboración propia.

Podemos observar que, mediante la primera evaluación de los resultados, no existe una correlación mayor entre variables independientes con respecto a las que se obtienen con la variable dependiente.

De esta forma, podemos asegurar que, hasta este momento, todas las variables presentan una significancia relevante para poder ser consideradas representativas dentro de la investigación.

Con motivos investigativos, se referirá a las variables analizadas dentro de la evaluación estadística como:

Y: Importaciones totales de granos de cacao con destino Estados Unidos en los años 2013 a 2020 en millones de dólares.

X1: Exportaciones totales de Cacao tostado peruano en toneladas en los años 2013 a 2020.

X2: Precio anual promedio del cacao en los años 2013 al 2020.

X3: Producción anual peruana de granos de cacao en los años del 2013 al 2020.

Como paso siguiente, se realizó un análisis de regresión simple a cada variable para poder evaluar el grado en que impactaba dentro de la variable dependiente.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,951 ^a	,904	,888	1,46552

a. Predictores: (Constante), Exports_Cocoa_Roasted_Peru_Tons_to_USA

Tabla 10. Tabla de resumen del modelo de regresión entre la variable independiente X1 y la variable dependiente Y. Elaboración Propia.

Como podemos observar, vemos que el R cuadrado ajustado es de 0,888 lo cual nos indica que es un factor que tiene una validez alta dentro del modelo y puede ser influyente dentro del fenómeno de investigación.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,574 ^a	,329	,218	3,87889

a. Predictores: (Constante), Price_Cocoa_Prom

Tabla 11. Tabla de resumen del modelo de regresión entre la variable independiente X2 y la variable dependiente Y. Elaboración Propia.

En este caso el R cuadrado ajustado es de 0,218 indicando que es un factor que tiene una baja validez dentro del modelo lo cual puede causar problemas dentro de la interpretación de los datos.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,749 ^a	,562	,488	3,13627

a. Predictores: (Constante),
PRODUCTION_YEAR_COCOA_PERU_TONS

Tabla 12. Tabla de resumen del modelo de regresión entre la variable independiente X3 y la variable dependiente Y. Elaboración Propia.

De igual manera que el caso anterior, el R cuadrado ajustado es de 0,488 indicando que es un factor que tiene una baja validez dentro del modelo lo cual indica que solo tomando en cuenta la variable independiente X3, existe un amplio margen de error dentro del modelo.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,951 ^a	,904	,866	1,60487

a. Predictores: (Constante), Price_Cocoa_Prom,
Exports_Cocoa_Roasted_Peru_Tons_to_USA

Tabla 13. Tabla de resumen del modelo de regresión entre las variables independientes X1 y X1; y la variable dependiente Y. Elaboración Propia.

El R cuadrado ajustado es de 0,866 indicando que es un factor que tiene una validez significativa dentro del modelo lo cual indica que hay una relación directa entre las variables independientes y la variable dependiente.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,960 ^a	,922	,890	1,45323

a. Predictores: (Constante),
PRODUCTION_YEAR_COCOA_PERU_TONS,
Exports_Cocoa_Roasted_Peru_Tons_to_USA

Tabla 14. Tabla de resumen del modelo de regresión entre las variables independientes X1 y X3; y la variable dependiente Y. Elaboración Propia.

En este caso, se obtuvo un R cuadrado ajustado de 0,890 indicando que es un factor que tiene una validez significativa dentro del modelo lo cual indica que hay una relación directa entre las variables independientes y la variable dependiente.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,766 ^a	,587	,421	3,33565

a. Predictores: (Constante),
PRODUCTION_YEAR_COCOA_PERU_TONS,
Price_Cocoa_Prom

Tabla 15. Tabla de resumen del modelo de regresión entre las variables independientes X2 y X3; y la variable dependiente Y. Elaboración Propia.

Como última prueba, se obtuvo un R cuadrado ajustado de 0,587 indicando que existe un nivel de validez baja con respecto al modelo propuesto.

Según los R cuadrados ajustados obtenidos, se realizó un ranking para determinar el mayor, con el cual el modelo tenga una validez ideal para su análisis.

	R ² Ajustado
YX1	0.888
YX2	0.218
YX3	0.488
YX1X2	0.866
YX1X3	0.89
YX2X3	0.421

Tabla 16. Ranking de R² ajustados de modelos propuestos.

Según el ranking realizado, podemos visualizar que el modelo con las variables X1 y X3 con un R cuadrado ajustado de 0,89 es el que presente una mayor relevancia dentro de todos los resultados obtenidos. Sin embargo, al observar su tabla de coeficientes obtenida en la misma regresión, se da a conocer lo siguiente:

Coefficientes^a

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	,714	2,391		,299	,777
	Exports_Cocoa_Roasted_Peru_Tons_to_USA	2,304	,481	,826	4,790	,005
	PRODUCTION_YEAR_COCA_PERU_TONS	,030	,029	,181	1,050	,342

a. Variable dependiente: Imports_USA_US\$_MILLIONS

Tabla 17. Tabla de coeficientes del modelo de regresión entre las variables independientes X1 y X3; y la variable dependiente Y. Elaboración Propia.

En la tabla se puede visualizar el grado de significancia de cada una de las variables independientes, en donde se puede observar que el nivel de significancia de la variable X3 es mayor a 0,05 por lo que podemos asumir que existe multicolinealidad que afecta a la interpretación de los datos analizados y la variable no es significativa.

Debido a esto, se optó por elegir el segundo modelo con mayor R cuadrado ajustado. El modelo mencionado es el que se basa en la variable independiente X1 y posee un R cuadrado ajustado de 0,888; lo cual da un nivel de validez alto para la evaluación del modelo.

Coefficientes^a

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	2,671	1,510		1,768	,127
	Exports_Cocoa_Roasted_Peru_Tons_to_USA	2,652	,352	,951	7,528	,000

a. Variable dependiente: Imports_USA_US\$_MILLIONS

Tabla 18. Tabla de coeficientes del modelo de regresión entre las variables independientes X1 y la variable dependiente Y. Elaboración Propia

Reglas de Validación:

$\text{Sig.} \geq \alpha = 0,05 \rightarrow$ La variable independiente no es significativa.

$\text{Sig.} \leq \alpha = 0,05 \rightarrow$ La variable independiente es significativa.

$\text{Sig.} = 0,000$

Según las reglas de validación, podemos afirmar que la variable independiente evaluada es significativa en el modelo propuesto ya que cumple con ser menor que el alfa indicado.

Por lo tanto, la ecuación que explicaría el fenómeno investigado sería la siguiente:

$$y = 2,671 + 2,652X1$$

Donde $\beta_1 = 2,652$

El siguiente paso para realizar fue la prueba de Durbin-Watson para visualizar si la variable presenta autocorrelación y esto afecte en la obtención de resultados precisos.

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
1	,951 ^a	,904	,888	1,46552	2,927

a. Predictores: (Constante), Exports_Cocoa_Roasted_Peru_Tons_to_USA
b. Variable dependiente: Imports_USA_US\$_MILLIONS

Tabla 19. Tabla resumen del modelo de regresión entre las variables independientes X1 y la variable dependiente Y; Prueba Durbin-Watson. Elaboración Propia.

Se obtiene que la prueba de Durbin-Watson arroja un coeficiente de 2,927 que se encuentra en el parámetro entre (1;3) lo cual indica que no existe una autocorrelación que pueda afectar la validez del modelo.

Para terminar de validar el modelo, se realizó la prueba Kolmogórov-Smirnov y, de esta manera, poder determinar si es que los errores se distribuyen de manera normal o no.

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

		Unstandardizad Residual
N		8
Parámetros normales ^{a,b}	Media	,0000000
	Desv. Desviación	1,35680449
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,226
	Positivo	,207
	Negativo	-,226
Estadístico de prueba		,226
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^{c,d}

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

d. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

Tabla 20. Prueba de Kolmogórov-Smirnov para la muestra de la regresión lineal del modelo propuesto. Elaboración propia.

Reglas de Validación:

H0: Sig. $\geq \alpha = 0,05 \rightarrow$ los errores se distribuyen normalmente.

H1: Sig. $\leq \alpha = 0,05 \rightarrow$ Los errores no se distribuyen normalmente.

Al tener una significancia de 0,200 no se rechaza la hipótesis H0, por lo que los errores se distribuyen normalmente y se prueba que el modelo propuesto es válido.

CAPITULO V. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

5.1. Análisis del Objetivo General

5.1.1. Análisis del Objetivo Específico N° 01

Demostrar que la calidad demandada es el principal factor comercial que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

Esta hipótesis nace a raíz del antecedente mencionado en la tesis de Lavaggi, Mori & Rozas sobre que los consumidores de Estados Unidos tienen tendencias de consumo orientadas a la calidad demandada y a las características que posee el cacao peruano, tanto por su calidad, aroma y beneficios saludables.

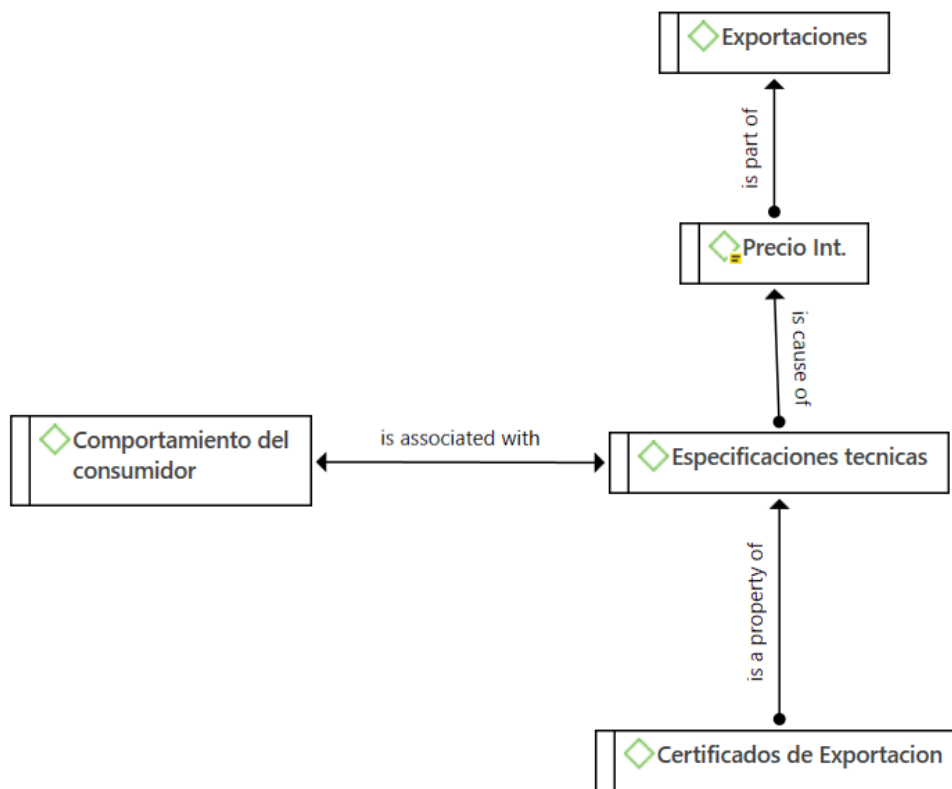


Figura 15. Calidad demandada

Fuente: Elaboración Propia

Durante la evaluación de las entrevistas y las regresiones lineales, podemos determinar que el factor de calidad demandada es el principal que favorece el crecimiento de las exportaciones de cacao tostado al mercado estadounidense. Continuando con el análisis, tomando el lado de los encuestados, nos mencionan que existe una mayor diversidad dentro del Perú en el sector cacaotero (contamos con el 60% de las especies), permitiendo que seamos un mercado exquisito teniendo en cuenta las distintas características, entre ellas el distinto nivel de amargor que poseen, algunas variedades cuentan con un nivel de azúcar el cual permite que su industrialización sea para el chocolate dulce o repostería de ser el caso. Asimismo, se puede incluir una conferencia de Jaime Freire (Embajador del cacao) donde menciona que el cacao peruano siempre se encuentra entre los mejores del mercado mundial, dado a que tienden a quedar dentro del podio a nivel internacional, es decir, siempre está entre los 3 primeros puestos. Del mismo modo, mencionan que las tendencias del mercado chocolatero en Estados Unidos han incrementado dado a los beneficios que brinda el chocolate

amargo. Además, contamos con el cacao con un aroma que se puede industrializar para la preparación de productos en repostería como el chocolate dulce.

“El chocolate mejora el humor de las personas al trabajar” (Freire, 2021)

Como Freire menciona en una conferencia, Perú y Ecuador tienen la tendencia de competir a nivel mundial en premios de cacao, y no hay año en el que queden dentro del podio ya que, tienden a hacer los productos con mejor calidad a nivel Sudamérica. Del mismo modo, Ghana al ser el segundo productor más grande del mundo, se puede demostrar que el suelo tiene mucho que ver en relación con la producción de grano de Cacao.

En el análisis cuantitativo, nos brinda la misma información gracias al nivel de significancia obtenido. Lo cual nos permite concluir que la data histórica encontrada concuerda con la información brindada por los especialistas y los empleados de las empresas seleccionadas.

5.1.2. Análisis del Objetivo Específico N° 02

Demostrar que el precio internacional es el principal factor económico que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

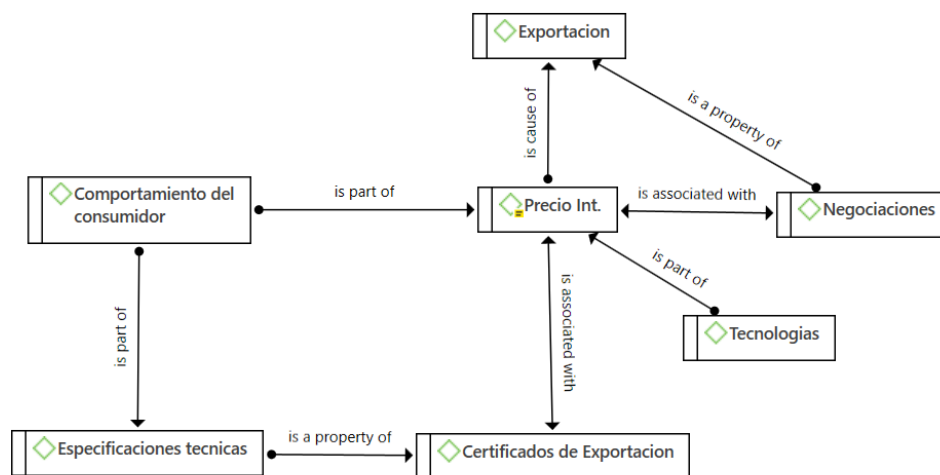


Figura 16. Precio Internacional

Fuente: Elaboración Propia

Durante el análisis de las entrevistas realizadas, los expertos y los empleados coinciden en que el precio internacional no se considera un factor importante en el crecimiento de las exportaciones del cacao tostado al mercado estadounidense. Esto se puede confirmar principalmente por la calidad demandada, como se mencionó en el análisis del primer objetivo, contamos con el 60% de las variedades de cacao. Adicionalmente, contamos con cacao considerados productos de primera calidad por lo que, al momento de realizar las negociaciones entre las empresas o cooperativas, realizan acuerdos de comercialización con precios por encima del establecido internacionalmente. Esto se debe a que contamos con una serie de certificaciones que brindan entidades del Estado y entidades internacionales los cuales no solo brindan mayor confianza al cliente importador, sino que le dan un valor agregado al producto primario el cual concluimos, se vende a un precio por encima.

Esto lo podemos rectificar con el análisis cuantitativo. Después de realizar las corridas correspondientes en el programa SPSS, podemos concluir que efectivamente, el precio internacional no infiere como factor principal al incremento de las exportaciones al mercado de destino dado a que la significancia como resultado, nos brinda dicha conclusión. La data histórica en función al precio establece que el mercado internacional puede variar, aumentando o disminuyendo; sin embargo, el Perú al momento de hacer negociaciones toma

como base dichas modificaciones, pero como se mencionó en el análisis cualitativo, siempre se logra vender a un precio mayor al establecido independientemente del año estudiado.

Esto se puede relacionar a los antecedentes presentados, tal es el caso de la tesis de García Moscoso y Mejillones & Jaime, en el cual mencionan la importancia del cacao dentro de las exportaciones y como afecta de manera positiva gracias a la producción misma del cacao, sus suelos, entre otros factores que pueden generar que sea un producto exquisito para los mercados. Es por eso, que países como Perú o Ecuador, pueden vender por un precio superior al precio internacional establecido ya que, en estos dos países, se pueden encontrar distintos tipos de granos de cacao para la producción de distintos productos, tanto para la repostería como para chocolate amargo que es considerado un alimento saludable.

5.1.3. Análisis del Objetivo Específico N° 03

Demostrar que desarrollo agrícola es el principal factor social que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

Este objetivo se genera a través de los antecedentes mencionados por Espinoza & Maier (2020), donde se indica que existen factores que facilitan los procesos de exportación del cacao a los mercados internacionales. Y a su vez, contrastar los resultados también encontrados en el trabajo de investigación realizado por Guzmán & Ordaya (2020) en donde se indica que si bien existen programas que están enfocados en ayudar a los agricultores a mejorar sus procesos, aún existen limitantes que perjudican la correcta realización de estos, tales como la desinformación, la falta de conocimiento gerencial, inversión en infraestructura y tecnología, etc.

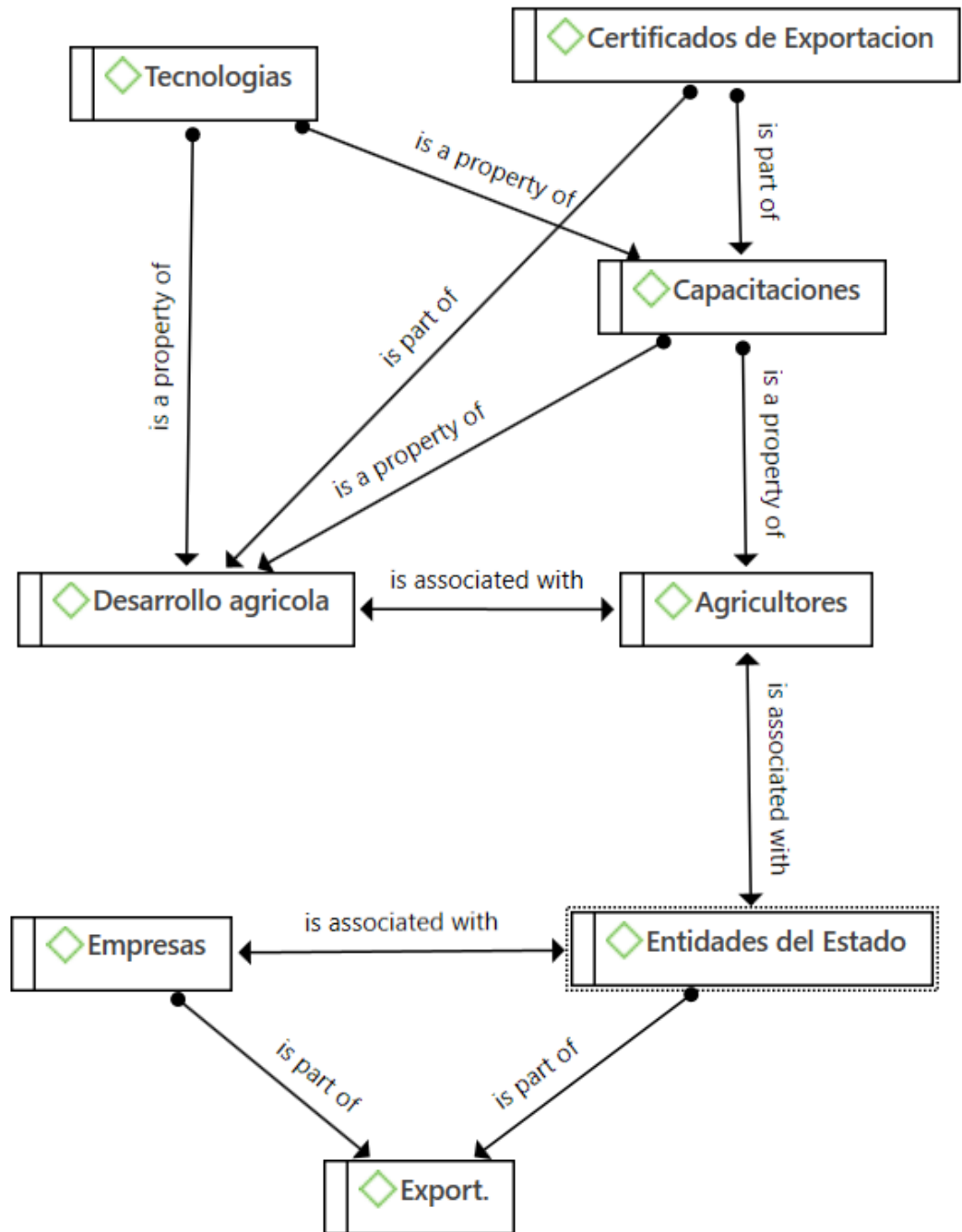


Figura 17. Desarrollo agrícola.

Fuente: Elaboración propia

Durante el proceso de las entrevistas, los expertos y empleados de las empresas, podemos concluir que el desarrollo agrícola si es el principal factor que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas al mercado estadounidense. Durante el proceso de las entrevistas nos comentaban que el implemento de nuevas tecnologías y las capacitaciones constantes por parte de las cooperativas y empresas permitieron aumentar la producción del cacao por

hectárea, por lo que entendemos que las exportaciones aumentan directamente a cualquier mercado. Tener distintos nichos dentro de un mercado en específico, permite brindar las distintas posibilidades de exportación del producto primario en discusión. Asimismo, la buena relación que existe entre las cooperativas, empresas y los propios agricultores permiten que la producción se dé de forma positiva, ya que existe un nivel de confianza entre las partes mencionadas brindando distintos beneficios para los mencionados anteriormente.

Por otra parte, en el análisis cuantitativo, podemos notar que no se puede considerar como factor principal, dado a que a nivel de datos históricos, la significancia nos arroja un resultado que nos brinda tal conclusión. Sin embargo, en este objetivo nos basaremos en el análisis cualitativo, dado a que la producción total del cacao no siempre se da como exportación de cacao en grano tostado, existen otras presentaciones para el producto primario tales como el licor, la manteca, polvo, pasta, entre otros. Es importante resaltar también, la reutilización de los recursos utilizados tal como menciona Guerrón San Martín. seas hincapié a las técnicas de desarrollo agrícola en el cual se demuestra tanto en las entrevistas como en los antecedentes presentados existe una relación que permite que las técnicas de cultivo, a pesar de ser diferentes tanto en Perú como en Ecuador, permita que incrementen su producción sin desperdiciar recursos. Lo mismo sucede en el país africano en mención (Ghana) que tiene una de las producciones más grandes del mundo siempre y cuando no existan problemas climáticos que les genere una sequía temporal. Es por eso por lo que, llegamos a la conclusión que el desarrollo agrícola si es un factor social importante para el crecimiento de las exportaciones de cacao en grano tostado.

5.2. Validación de las Hipótesis General

5.2.1. Validación de Hipótesis Específica N° 01

La calidad demandada fue el factor comercial que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

Según los resultados obtenidos en el modelo de regresión lineal múltiple, que coinciden con los resultados del análisis de las entrevistas realizadas a

organizaciones y expertos, podemos determinar que uno de los principales factores comerciales que favorecieron al crecimiento de las exportaciones del sector cacaotero es la calidad demandada. Esto debido a que el cacao tostado peruano tiene características que lo diferencian de sus demás competidores a nivel mundial, tales como su aroma y composición. Además de ello, los entrevistados coinciden en que el cacao peruano tostado exportado cuenta por lo general con certificaciones que avalan su calidad superior dentro de los mercados internacionales, algo que es muy valorado dentro de la industria chocolatera estadounidense y que lo pone en un nivel superior con respecto a su preferencia como insumo primario para la elaboración de chocolate premium por las empresas más importantes dentro del sector chocolatero de los principales países productores.

Tal como se detalló previamente en capítulos anteriores, el cacao tostado peruano al igual que otros derivados del cacao, son sometidos a distintas evaluaciones de calidad para poder ser certificados como productos premium ante el resto de sus competidores a nivel internacional. Esto, sumado a las características singulares del mismo fruto peruano ya mencionadas, hacen que las principales industrias chocolateras a nivel mundial tengan un mayor interés por incluir este insumo dentro de la formulación de sus productos, para que de esta manera puedan agregar más valor diferencial y un mayor índice de pureza.

5.2.2. Validación de Hipótesis Específica N° 02

El precio internacional fue el factor económico que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

Según el análisis cualitativo realizado, basado en entrevistas a profundidad realizadas a profesionales del rubro cacaotero, se pudo encontrar que el cacao tostado peruano adquiere su valor percibido de variables independientes al precio internacional vigente, sea el año en el que se encuentre. Si bien dentro del periodo en evaluación existió una caída de las exportaciones peruanas de cacao tostado y

el incremento del precio internacional en los años 2015 y 2018, esto se explica por un efecto natural de mercado, donde el precio aumenta y la demanda disminuye naturalmente a nivel general. De igual manera, en el análisis cuantitativo, no se encontró suficiente significancia entre el incremento del precio anual promedio del cacao tostado y la cantidad de cacao tostado importado por Estados Unidos desde Perú como para dar como validada esta hipótesis.

5.2.3. Validación de Hipótesis Específica N° 03

El desarrollo agrícola fue el factor social que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

En relación con el análisis determinado por la regresión lineal, se determina que el factor del desarrollo agrícola no es un factor determinante para el crecimiento de las exportaciones del sector en estudio. Sin embargo, en las entrevistas realizadas se puede observar que, según los expertos, sí existe una mejora notable dentro de los años en evaluación. Si bien existe una diferencia entre los resultados de los análisis cualitativo y cuantitativo, podemos evidenciar que efectivamente hubo un crecimiento general en las hectáreas de cultivos de cacao a lo largo del periodo estudiado, que coincide con las mejoras en los métodos de cultivo y capacitaciones que reciben las asociaciones y empresas agroexportadoras por parte de distintos organismos enfocados en el desarrollo agrícola, esto indicado por los expertos entrevistados.

La postura adoptada es que el factor de desarrollo agrícola sí es un factor influyente dentro del incremento de las exportaciones de cacao tostado peruano al mercado estadounidense, ya que a pesar de no obtener una significancia considerable dentro del modelo estadístico elegido, esto puede responder, quizás, a que las hectáreas de cultivo de cacao peruano responden no solo a las exportaciones rumbo al mercado norteamericano, sino a otros mercados internacionales, además de satisfacer la demanda de la industria nacional existente. Debido a ello y tomando como base los resultados del análisis cualitativo, se considera que sí existe relevancia suficiente como para afirmar que

el desarrollo agrícola dentro de los periodos en evaluación, representaron un factor principal dentro del incremento de las exportaciones de cacao tostado peruano al mercado estadounidense en los periodos evaluados.

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

Variable 1: La Calidad Demandada

- A través de las entrevistas realizadas a distintos expertos en exportaciones de cacao, se concluyó que el factor de mayor importancia en el crecimiento de las exportaciones de cacao tostado peruano a Estados Unidos a lo largo del periodo estudiado ha sido la calidad demandada del cacao peruano tostado, debido a que este presenta características únicas que favorecen su comercialización en el mercado extranjero. Dentro de ella, forma parte fundamental, las certificaciones que las empresas poseen para potenciar su valor diferencial del resto de cacao producido en otros países de Latinoamérica.
- Las exportaciones de cacao tostado peruano al mercado estadounidense han aumentado paralelamente a que los hábitos de consumo del consumidor estadounidense han optado por opciones más saludables, coincidiendo con las características del cacao peruano, que está catalogado como un cacao de gran aroma y mayor pureza, además de tener grandes beneficios para la salud.
- En el análisis cuantitativo y cualitativo, los resultados obtenidos coinciden en que el factor que favoreció a las exportaciones de cacao peruano a estados unidos es la calidad demandada del mercado norteamericano para satisfacer la demanda creciente de la industria chocolatera estadounidense para la elaboración de productos con mayor porcentaje de cacao en ellos.

Variable 2: El Precio Internacional

- El precio internacional del cacao no fue un factor que determinó el crecimiento de las exportaciones peruanas. Esto debido a que el valor percibido del cacao peruano se centra en otros factores como las certificaciones internacionales, su pureza, la calidad demandada por los mercados internacionales, entre otros.

- Según el análisis cuantitativo, no arrojo un nivel de significancia relevante que indicase que el precio internacional tome algún rol de importancia dentro del crecimiento de las exportaciones de cacao tostado peruano al mercado estadounidense dentro de los años en estudio.
- El análisis cualitativo, realizado en base a las entrevistas en expertos, nos indicó que la variable del precio no es un factor que haya influenciado dentro del incremento de las exportaciones. Esto se debe, según la respuesta de varios expertos entrevistados, a que el precio internacional del cacao es general y normalmente se aplica para los granos de cacao producidos en otras regiones exportadoras que no tienen mayor valor agregado. Sin embargo, este no es el caso del cacao peruano, que presenta una serie de características ya mencionadas anteriormente, que le dan una percepción de valor distintas a sus homólogos internacionales.

Variable 3: El Desarrollo Agrícola

- Los expertos entrevistados mencionaron que el desarrollo agrícola peruano ha tenido un crecimiento notable durante el periodo en evaluación. Esto favoreció a la producción nacional de cacao, ya que se pudo incrementar toneladas cosechadas a lo largo de los años.
- Según los resultados obtenidos por los análisis estadísticos realizados, podemos asegurar que la calidad demandada fue un factor determinante para el crecimiento de las exportaciones de cacao tostado peruano al mercado de los Estados Unidos en el periodo en evaluación. Si bien en el análisis de regresión lineal múltiple desarrollado, el factor de desarrollo agrícola no fue significativo, se cree importante mencionar que, quizás la producción este enfocándose mucho en el mercado nacional y dejando de lado oportunidades en mercados extranjeros.
- Dentro del análisis cualitativo se pudo determinar que un factor que afecta de gran manera el desarrollo agrícola es la desinformación en materia de comercio internacional a la que no pueden acceder los agricultores o cooperativas, lo cual limita el conocimiento sobre el sector, manteniendo desactualizados los métodos de cultivo y cosecha y generando retrasos en los avances logrados por este sector.

Recomendaciones:

- Se recomienda a los agroexportadores y asociaciones especializadas en el sector cacao peruano, seguir enfocándose en generar un valor diferencial del cacao exportado, generando un incremento en la percepción de valor en los mercados internacionales y volviendo al cacao peruano, un producto mucho más atractivo que los exportados en África o Centroamérica. Esto se puede lograr mediante certificaciones internacionales que avalen la calidad del producto, así como su composición y métodos de cultivo que prioricen extraer semillas de cacao puro y aromático, ya que dichas características son las más valoradas actualmente en este producto.

Actualmente, el cacao peruano posee certificaciones que avalan la calidad que posee tanto en métodos de cultivo, composición, pureza, aroma e incluso características físicas. Sin embargo, se ha observado que se pueden obtener certificaciones adicionales que pueden agregar un valor diferencial mayor, tales como las certificaciones orgánicas, de comercio justo, entre otras que ayudarán a potenciar el valor del cacao peruano en el mercado internacional y no solo segmentarlo a un mercado más exclusivo.

De ello, se puede lograr una diferenciación marcada a nivel internacional del cacao peruano con respecto a otros países también exportadores del mismo fruto. Además de ello, debido a las características tan apreciadas por las industrias chocolateras más importantes del mundo, puede generar aún un mayor volumen exportado que el que se posee actualmente.

- Se recomienda que las organizaciones gubernamentales continúen contribuyendo con las comunidades agrícolas, capacitándolas y dándoles mayores conocimientos acerca de la actividad y potencial comercial del cacao peruano en el mercado internacional, ya que se ha podido evidenciar mejoras notables dentro del sector, lo que ha impulsado su desarrollo y optimizado su capacidad productiva para poder satisfacer la demanda existente.

En las entrevistas realizadas, distintos expertos mencionaron que se tiene esperado que la producción de cacao se incremente en 50% con respecto a los niveles de producción de hace 10 años. Lo cual evidencia una mejora notable dentro del desarrollo agrícola peruano, sin embargo, según Guzmán & Ordaya en la tesis “Análisis de los factores internos de las exportaciones del cacao en grano de la

región San Martín durante el periodo 2016-2019”, indican que aún hay brechas de información faltante para que las distintas asociaciones y cooperativas puedan aprovechar al máximo el potencial del sector, tales como la falta de capacitaciones más efectivas para los productores, implementar herramientas de inteligencia comercial más accesibles, mejora de infraestructura, entre otros.

- Se recomienda crear centros de capacitaciones que estén enfocados en dar un conocimiento especializados a las comunidades agrícolas respecto a distintos temas relacionados al cultivo y la venta de cacao y otros frutos a nivel internacional.

Dentro de la investigación, se pudo observar que uno de los principales factores adversos era la desinformación, que limitaba las herramientas y el conocimiento para desarrollar una mejor actividad agrícola dentro de las cooperativas y asociaciones agrícolas. Implementando centros especializados en capacitarlos, se podría continuar teniendo un desarrollo sostenible, una mayor atracción por el incremento de la oferta generada, y además dar mayores oportunidades a los pobladores de las zonas de cultivo para que puedan aprovechar de mejor manera tanto las herramientas, la tierra y el potencial exportador de los frutos que cultivan.

- Se recomienda a los gobiernos regionales incentivar el cultivo de frutos como el cacao en zonas donde aún persiste la siembra de hoja de coca. Esto debido a que existe un potencial comprobado de la zona geográfica donde se encuentran estos cultivos para la siembra de frutos como el café o el cacao y esto ayudará a ampliar la oferta a nivel nacional tanto para satisfacer la demanda nacional como la internacional. Dentro del proceso investigativo, se pudo observar que existe una brecha negativa entre la demanda y la oferta total de cacao, esto debido a que en gran parte aún no hay hectáreas suficientes de siembra y cultivo de cacao que puedan cumplir con la cantidad demandada dentro del sector cacaotero peruano. Sin embargo, si los programas de incentivo a la siembra de estos frutos de aroma pueden lograr incrementar el número de hectáreas de cultivo, podría cubrir una demanda mayor que la que existe actualmente. Adicionalmente a esto, se podría frenar el cultivo de hoja de coca utilizada para actividades ilegales que afectan a las regiones dedicadas a los cultivos ya mencionados.
- Se recomienda que, para futuras investigaciones, se abarque más a profundidad las limitaciones del desarrollo agrícola existentes dentro del Perú. Esto debido a

que, según se pudo comprobar, si bien se ha logrado un avance con respecto a las técnicas de cultivo de los agricultores, aún existe amplias brechas de desinformación en los pueblos productores de cacao que limitan de distintas maneras su óptimo desarrollo, tales como la falta de acceso a la información, falta de capacitación, difícil acceso a créditos financieros, etc. De esta manera, se podrá profundizar un análisis con mejor enfoque social, que podrá contribuir para el mejoramiento tanto las técnicas de cultivos, producción y calidad de vida de las comunidades y familias dedicadas a la producción de cacao.

- Se da como recomendación que, para las siguientes investigaciones, se haga énfasis en los factores también relevantes como las certificaciones internacionales y los hábitos de consumo de los mercados interesados a estudiar, puesto a que dependiendo del estado en que en ese momento se encuentren dichos factores, podrían variar los resultados tanto de este trabajo de investigación como el de los antecedentes antes mencionados.

Bibliografía

- ADEX (2021). Asociación de Exportadores. Recopilado de <https://www.adexperu.org.pe/>
- Agencia Peruana de noticias (2012) Oficinas comerciales de Perú en EE. UU. diseñan estrategia conjunta para impulsar exportaciones. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-oficinas-comerciales-peru-ee-uu-disenan-estrategia-conjunta-para-impulsar-exportaciones-399397.aspx>
- ANECACAO (2020) El cacao ecuatoriano. Recuperado de <http://www.anecacao.com/index.php/es/noticias/el-cacao-ecuatoriano.html>
- Arbaiza Fermini, Lydia (2014). Cómo elaborar una tesis de grado. En: Universidad ESAN.
- Asociación Nacional de Exportadores de Cacao - Ecuador (2019). Sector Exportador de Cacao. Recuperado de <http://www.anecacao.com/index.php/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html>

- Autio, E., & Sapienza, H. (2000). Comparing process and born global perspectives in the international growth of technology based new firms. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/284580126_'Comparing_process_and_born_global_perspectives_in_the_international_growth_of_technology_based_new_firms'
- Barrientos, P. (2017). Estrategia de diversificación productiva en Perú y su aplicación en el sector agrícola. Semestre Económico, vol. 20, núm. 44. DOI: 10.22395/SEEC. v 20n44a6
- Business School (2021). Cinco etapas de la internacionalización. Recuperado de <https://www.eaprogramas.es/blog/internacionalizacion/cinco-etapas-de-la-internacionalizacion>
- Cámara de Comercio de Lima (2021) Misión y Visión. Recopilado de <https://www.camaralima.org.pe/mision-vision/>
- CEDAF (2009). Guía Técnica, El Cultivo del Cacao. 1ra Edición
- Agronomes & Vetérinaires Sans Frontieres (2013) El Desarrollo Cacaotero Peruano: Estrategias para promover y fortalecer la cadena productiva del cacao. Recuperado de https://www.avsf.org/public/posts/1555/avsf_cacao_peru_2013.pdf
- Daniels, Radebaug & Sullivan (2013). Negocios Internacionales - Ambientes y operaciones. Décimo Cuarta edición.
- Espinoza Vega, Lelys Milagros & Mapier Depaz, Michaela Christina (2020). Análisis de los factores que inciden en la internacionalización de las pymes de la selva peruana exportadoras de cacao en grano, durante el periodo 2009 - 2019. En: Repositorio UPC. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653620/ESPINOZA_VL.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Camilo, J. (1987). "Preparing national export promotion programmes" International Trade Forum. 23(3), 24-31.

- Eco Ashanika (2015) Guía: Cultivo de Cacao. Recuperado de <https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/machote-guia-cacao-final.pdf>
- García Moscoso, César Alfonso (2014) El Cacao y su incidencia nacional elaborados de cacao en el periodo 2008 - 2012. Recuperado de: <http://search.proquest.com.upc.remotexs.xyz/docview/231423250/84CDC1B8D3764C0EPO/1?accountid=43860>
- Lavaggi, Mori & Rozas (2016) Plan de Negocio para una Empresa de Exportación de Chocolate Orgánico. En: Repositorio UP. Recuperado de https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1520/Luis_Tesis_maestria_2016.pdf?sequence=1
- Guzmán Pariona, Ram Isaias & Ordaya Villanueva, Katherine Eliana (2021). Análisis de los factores internos de las exportaciones de cacao en grano de la Región San Martín durante el período 2016 – 2019. En: repositorio UPC. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/655464/Guzman_PR.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Hernandez-Sampietri, Roberto (2014). Metodología de la investigación. 6ta. Edición.
- Johanson, J., & Vahlne, J. (1990). The mechanism of internationalization. *International Marketing Review*, 7(4), 11–23.
- Knoßlsdorfer, Sellare & Qaim (2021). Potential for upgrading in Financialised Agri-food chains: The Case of Ghanaian Cocoa. En: Scopus
- Larrea, H., Ugaz, C., & Flórez, M. (2018). El Sistema De Agronegocios En El Perú: De La Agricultura Familiar Al Negocio Agroalimentario, *Revista Mexicana de Agronegocios*, Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria, vol. 43 (July-dece), December. Recuperado de https://www.redalyc.org/jatsRepo/141/14158242001/html/index.html#redalyc_14158242001_ref96
- Lineo, Carlos (2016). Estudio del CACAO en el Perú y el Mundo, un análisis de la producción y el comercio. Recuperado de

<https://camcafeperu.com.pe/admin/recursos/publicaciones/Estudio-cacao-Peru-y-Mundo.pdf>

- Mejillones Pólit, Cristina Lisett (2015). Plan Estratégico de Exportación de Cacao Fino en el Cantón Guayaquil para el mercado de Shanghai. Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10015/1/UPS-GT001016.pdf>
- Minagri (2019) En el Perú más de 100 mil familias se dedican al cultivo de cacao en 16 regiones. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/minagri/noticias/52030-minagri-en-el-peru-mas-de-100-mil-familias-se-dedican-al-cultivo-de-cacao-en-16-regiones>
- Minagri (2021) ¿Qué Hacemos? Recopilado de: <https://www.gob.pe/717-ministerio-de-desarrollo-agrario-y-riego-que-hacemos>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015). Perfil de Chocolates Gourmet del mercado de Estados Unidos. Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/342811/2_Perfil_ChocolatesGourmet_EEUU6.pdf
- Organización de agricultores (2020) Recursos y poder de negociación para los productores rurales. Recopilado de: <https://www.ifad.org/es/farmer-organizations>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2021). Cuidan el medio ambiente y mejoran la producción del Cacao en Ghana. Recuperado de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/ourwork/ourstories/ghana--farmers-adopt-environmentally-friendly-practices-to-boost.html>
- PromPerú (2018). Desenvolvimiento del comercio exterior Agroexportador. En: Siicex Perú. Recuperado de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Desenvolvimiento%20Agroexportador%202019.pdf>
- PROMPERÚ (2021). ¿Qué Hacemos? Recopilado de: <https://www.gob.pe/4191-comision-de-promocion-del-peru-para-la-exportacion-y-el-turismo-que-hacemos>
- PROMPERÚ (2019) Información del mercado. Recuperado de <https://perutradeoffice.us/exportador/informacion-de-mercado/>

- Paz y Valleur (2013). El desarrollo Cacaotero en el Perú. Recuperado de https://www.avsf.org/public/posts/1555/avsf_cacao_peru_2013.pdf
- Produce Marketing Association (2021) Tendencias de Consumo. Recuperado de <https://www.pma.com/es/topics/consumer>
- Spencer, E. (2018). Síntesis de teorías sobre la internacionalización de empresas: estudio en base a empresas de países desarrollados y emergentes. Universidad de Chile. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/164008/Sintesis-de-teorias.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Van Huellen & Mohammed Abubakar (2020). Potential for upgrading in Financialised Agri-food chains: The Case of Ghanaian Cocoa. En: Scopus
- Varian, Hal R. (2005). Microeconomía Intermedia: Un enfoque actual. 7ma Edición.

Anexos

- Matriz de consistencia

Tabla N°3: Matriz de Consistencia

<u>Problema</u>	<u>Objetivo</u>	<u>Hipótesis</u>	<u>Variables</u>	<u>Metodología</u>
<p>Problema General: ¿Cuáles fueron los principales factores comerciales, económicos y sociales que favorecieron el crecimiento de las exportaciones de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020?</p>	<p>Objetivo General: □ Determinar los principales factores comerciales, económicos y sociales que favorecieron el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020</p>	<p>Hipótesis General: La calidad demandada, el precio internacional y el desarrollo agrícola dan razón el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.</p>	<p>V1: X: Factores Comerciales, Económicos y Sociales. X1: Calidad Demandada. X2: Precio Internacional del Cacao. X3: Desarrollo Agrícola V2: Y: Exportaciones de grano de cacao, entero o partido, crudo o tostado. Y1: Volumen exportado en toneladas. Y2: Volumen exportado en miles de USD\$. Y3: Producción total de Cacao</p>	<p>Tipo de Investigación: Mixta</p> <p>Diseño de investigación: Explicativo secuencial</p> <p>Herramientas: Entrevistas a profundidad Descriptivo - Correlacional: Recolección de datos Históricos SPSS</p>

Problemas Específico:

a) ¿Es la calidad demandada el principal factor comercial que favoreció el crecimiento de las exportaciones de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020?

b) ¿Es el precio internacional el principal factor económico que favoreció el crecimiento de las exportaciones de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020?

c) ¿Es el desarrollo agrícola el principal factor social que favoreció el crecimiento de las exportaciones de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020?

Objetivos Específico:

a) Demostrar que la calidad demandada es el principal factor comercial que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

b) Demostrar que el precio internacional es el principal factor económico que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

c) Demostrar que desarrollo agrícola es el principal factor social que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

Hipótesis Específicas:

a) La calidad demandada fue el factor comercial que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

b) El precio internacional fue el factor económico que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

c) El desarrollo agrícola fue el factor social que favoreció el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020.

Fuente: Elaboración propia

- Fichas de entrevistas

OE1: Identificar el principal factor comercial que favorecieron el crecimiento de las exportaciones del sector cacao peruano al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020

- ❖ ¿Qué factor en la comercialización del cacao considera fundamental en el mercado de USA?, ¿Cuáles de los siguientes considera que son factores de comercialización fundamentales en el sector cacao para los USA? (Numerar al menos 5 factores y señalar, marcar del 1 al 5 el nivel de importancia) Marcar del 1 al 5 donde 1 es más importante y 5 es menos importante.

Factor	1	2	3	4	5
Precio					
Zona geográfica					
Certificaciones					
Presentaciones					
Tecnología					

- ❖ ¿Cuáles considera son las tendencias de consumo de los estadounidenses con referencia a la industria chocolatera? ¿Por qué?
- ❖ ¿Considera que una certificación en cacao orgánico es importante en su comercialización?
- ❖ Para realizar exportaciones de productos primarios requieren ciertos requisitos para su internacionalización. ¿Qué certificados y/o especificaciones técnicas deben considerar antes de exportar? ¿Qué procesos siguieron para obtener dichos certificados?
- ❖ ¿Cuáles considera que son las principales formas de comercialización del cacao? (granos sin tostar, grano tostado, grano con especificaciones de tostado)

- ❖ ¿Cuáles son las principales características que generan valor agregado a las exportaciones de cacao peruano tostado en comparación a otros productos de cacao a nivel mundial?

OE2: Identificar el principal factor económico que favorecieron el crecimiento de las exportaciones del sector cacaotero peruano al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 – 2020

- ❖ ¿Considera que el precio internacional del cacao peruano es acorde a la calidad que se ofrece del mismo producto? ¿Porqué?
- ❖ ¿Considera usted que el cacao peruano podría aún alcanzar un mayor precio internacional? ¿Por qué?
- ❖ ¿Qué factores considera usted, son los que tienen mayor influencia dentro del precio internacional del cacao en Perú?
- ❖ En los años 2015 y 2018 se registró un incremento del precio internacional del cacao a nivel mundial, ¿De qué manera impactó esto a las exportaciones peruanas de cacao tostado?
- ❖ En la actualidad, ¿Considera usted que el sector cacaotero peruano tiene un precio competitivo a nivel mundial?

OE3: Identificar el principal factor social que favorecieron el crecimiento de las exportaciones del sector cacaotero peruano al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020.

- ❖ Como empresa, ¿de dónde obtienen el insumo del cacao?
- ❖ ¿Los agricultores son de la comunidad de donde se obtiene el cacao?
- ❖ Como empresa, ¿Han implementado una nueva tecnología para realizar los cultivos? De ser así, ¿Cómo ha sido el proceso?
- ❖ En relación con los agricultores, ustedes como empresa ¿Qué tipo de capacitación reciben los agricultores?
- ❖ Respecto a las plagas y enfermedades, ¿Cuentan con medidas reglamentadas para combatir o tener control de estas sin afectar a los agricultores? ¿Qué medidas toman los agricultores al aplicar ciertos productos?
- ❖ Si pertenecen a alguna asociación, ¿Cómo se benefician los agricultores y la empresa?

- ❖ Con relación a los métodos de cosecha y siembra, ¿Considera usted que existe un avance en los métodos empleados para el cultivo de cacao en territorio peruano?
 - ❖ Cuando empezaron a realizar operaciones fuera del país, ¿participaron en programas de apoyo del Estado? ¿En cuáles y en qué consistían?
 - ❖ ¿Los programas de apoyo han sido extendidos a las comunidades a la que pertenecen los agricultores?
- Validación de instrumentos

Validación 1:

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Teniendo en cuenta los aspectos que se indican, cuál es la valoración que le da al instrumento. Señale el porcentaje que le asigna, en el casillero respectivo.

I. Datos informativos

Apellido y Nombre del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento de Autores del Instrumento Evaluación	
Longa López, Rosa Alejandra	Coordinadora Académica - Carrera de Gastronomía USILL	Entrevista a profundidad	Pareja Rabanal, Luis Alejandro Zapata Reyes, Alonso Rafael
Título: Principales factores comerciales, económicos y sociales que favorecieron el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013-2020			

II. Aspectos de Validación

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con el lenguaje adecuado				X	
2. Organización	Existe una organización lógica				X	
3. Coherencia Interna	Entre las dimensiones e indicadores					X
4. Actualidad	Adecuado al avance de la tecnología				X	
5. Objetividad	Mide lo que pretende				X	
6. Consistencia	Basado en aspectos teóricos				X	
7. Metodología	La estrategia responde al propósito del estudio				X	
8. Oportunidad	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado					X
III. Opinión de aplicación: Análisis bastante completo, aunque se debería profundizar en preguntas sobre el Fair Trade en la exportación.						
IV. Promedio de validación:						
Fecha: 09 de Julio del 2021						
Lugar: LIMA	DNI: 07269773	Firma del Experto: AL		Celular: 945029893		



u201411445 (Zapata Reyes, Alonso Rafael)

Mié 30/06/2021 14:04

Para: pcamjsan (Santillan Barcellos, Jorge Rafael)



 Preguntas - Validación.d... 18 KB	 Ficha Validación Entrevist... 12 KB
--	--

2 archivos adjuntos (31 KB) Descargar todo Guardar todo en OneDrive - Universidad Peruana de Ciencias

Profesor, buenas tardes.

Espero que se encuentre bien de salud al igual de toda su familia. Le comento que actualmente me encuentro desarrollando mi tesis de licenciatura en Negocios Internacionales y quisiera pedirle si pudiese apoyarme con la validación de una pequeña entrevista.

Sin más que comentar, le agradezco de antemano.

Saludos,
Alonso Zapata



pcamjsan (Santillan Barcellos, Jorge Rafael)

Lun 5/07/2021 18:05

Para: u201411445 (Zapata Reyes, Alonso Rafael)



 Preguntas - Validación.d... 19 KB	 Ficha Validación Entrevist... 13 KB
---	---

2 archivos adjuntos (31 KB) Descargar todo Guardar todo en OneDrive - Universidad Peruana de Ciencias

Alonso, te paso lo conversado. Revisalo y lo volvemos a ver.

Saludos,



Validación 2:

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Teniendo en cuenta los aspectos que se indican, cuál es la valoración que le da al instrumento. Señale el porcentaje que le asigna, en el casillero respectivo.

I. Datos informativos

Apellido y Nombre del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autores del Instrumento
Santillán Barcellos Jorge Rafael	Docente Tiempo Parcial	Entrevista a profundidad	Pareja Rabanal, Luis Alejandro Zapata Reyes, Alonso Rafael
Título: Principales factores comerciales, económicos y sociales que favorecieron el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020			

II. Aspectos de Validación

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con el lenguaje adecuado				x	
2. Organización	Existe una organización lógica				x	
3. Coherencia Interna	Entre las dimensiones e indicadores					x
4. Actualidad	Adecuado al avance de la tecnología					x
5. Objetividad	Mide lo que pretende				x	
6. Consistencia	Basado en aspectos teóricos				x	
7. Metodología	La estrategia responde al propósito del estudio				x	
8. Oportunidad	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado					x
III. Opinión de aplicación: Conceptos concretos, enfocados en lo que buscan como estudio						
IV. Promedio de validación:						
Fecha: 5/7/21						
Lugar: Lima	DNI: 10557850	Firma del Experto: RS			Celular:	

Validación 3:

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Teniendo en cuenta los aspectos que se indican, cuál es la valoración que le da al instrumento. Señale el porcentaje que le asigna, en el casillero respectivo.

I. Datos informativos

Apellido y Nombre del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autores del Instrumento
Pareja Herrera, Luis Ernesto	Consultor independiente en SENASA	Entrevista a profundidad	Pareja Rabanal, Luis Alejandro Zapata Reyes, Alonso Rafael
Título: Principales factores comerciales, económicos y sociales que favorecieron el crecimiento de las exportaciones peruanas de granos de cacao tostado (1801.00.20.00) al mercado de los Estados Unidos de América en los años 2013 - 2020			

II. Aspectos de Validación

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con el lenguaje adecuado					X
2. Organización	Existe una organización lógica				X	
3. Coherencia Interna	Entre las dimensiones e indicadores					X
4. Actualidad	Adecuado al avance de la tecnología				X	
5. Objetividad	Mide lo que pretende					X
6. Consistencia	Basado en aspectos teóricos				X	
7. Metodología	La estrategia responde al propósito del estudio				X	
8. Oportunidad	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado				X	
III. Opinión de aplicación: Preguntas exploratorias consistentes, se debe incluir en mayor información de regulaciones.						
IV. Promedio de validación:						
Fecha: 02 de Julio del 2021						
Lugar: LIMA	DNI: 09701913	Firma del Experto: EP			Celular: 945029893	

- Entrevistas a especialistas

Entrevista 1:

Presentador: Buenas tardes, Manuel, te presentamos nuestra investigación acerca del cacao tostado y su impacto positivo en el mercado americano. Lo que buscamos con esta investigación es el impacto comercial, económico y social que ha permitido el crecimiento continuo de las exportaciones de estas. Queremos consultarte con algunas preguntas que has podido visualizar previamente cuál es tu opinión como experto y con toda la experiencia que tienes acerca de este suceso. Para no hacer el tiempo más largo, Cuál es tu nombre completo.

Entrevistado: Buenas tardes, mi nombre es Manuel Antonio Zegarra Tirado.

Presentador: ¿En qué empresa laboras actualmente?

Entrevistado: Villa Andina

Presentador: ¿Cuál es tu cargo actual en el que te encuentras ejerciendo?

Entrevistado: Área comercial y redes de negocio

Presentador: Como te comentaba, nuestro primer objetivo es identificar el principal factor comercial que ha permitido el crecimiento de las exportaciones de cacao en el periodo 2013 al 2020. Quisiera comenzar con la primera pregunta la cual es: ¿Qué factor en la comercialización de cacao considera fundamental en el mercado de los Estados Unidos?

Entrevistado: El tratamiento del cacao en grano siempre ha sido especial, dado a que se hacen análisis izqueologicos y químicos y adicionalmente, análisis de bacterias de grano, ya que los suelos son diferentes en Perú que en ecuador o Venezuela. Pueden tener más nivel de azúcar entre otras cosas. Ahora, varía el tipo de cacao, ya que unos son más comerciales que otros. Primero están los cacaos convencionales, que son los que tienen apogeo en el mercado para la producción a escala, luego están los de aroma que son más para repostería entre otros derivados de cocina.

Presentador: Según la tabla de preferencias, enumerar de mayor a menor donde 1 es más importante y 5 el menos importante

Entrevistado: Primero el precio, segundo las certificaciones, tercero la tecnología, cuarto las presentaciones y, por último, la zona geográfica.

Presentador: ¿Cuáles considera son las tendencias de consumo de los estadounidenses con referencia a la industria chocolatera?

Entrevistado: El cacao en grano como mencione anteriormente, existen variedades como el de aroma que es para la repostería, también existe el cacao para hacer manteca, polvo, licor o pasta. Es un sector amplio en realidad. El consumidor americano tiene tendencias a adquirir chocolate, por lo que se puede decir que el cacao de aroma es un nicho, ya que conocen la calidad, sabor y tamaño. Por otro lado, tenemos los que son estilo boutique.

Presentador: Digamos que el mercado norteamericano cuenta con un sector de un chocolate premium con un sector premium que está creciendo de manera significativa

Entrevistado: El chocolate convencional que es de parte masiva realmente no tiene mucho cacao, tiene 5-10% de amargura y de azúcar, en cambio el cacao premium tiene gran porcentaje de cacao, tiene un 60-70% de cacao el cual es bueno para las personas y es mejor que uno convencional.

Presentador: Eso es algo que hemos notado durante la investigación, la tendencia de consumo en productos saludables ha incrementado notoriamente. Para realizar la exportación de productos primarios requieren ciertos requisitos para su internacionalización, ¿Que certificados y/o especificaciones técnicas deben considerar antes de exportar? ¿Qué procesos siguieron para obtener dichos certificados?

Entrevistado: Lo principal, es el lugar de producción y la planta que se procesa, cualquier producto nacional debe tener certificado de DIGESA, para exportación debe tener un certificado de JASA, ya que debe haber una inocuidad en todo el proceso de alimentos. Luego están las certificaciones alternativas que le pueden brindar un plus al cacao.

Presentador: ¿Cuáles considera que son las principales formas de comercialización del cacao?

Entrevistado: Eso varía dependiendo del cliente. No hay una presentación en específico.

Presentador: ¿Cuáles son las principales características que le generan valor agregado al cacao tostado en comparación a otros productos de cacao a nivel mundial?

Entrevistado: Tenemos un suelo muy diferente a otras regiones, adicionalmente que contamos con cacao de aroma. Con el cacao se puede trabajar con sus derivados, pasta, manteca, polvo, licor, entre otros. Buscan que no haya labor infantil y tratan de que todo sea orgánico y con el menor uso de pesticidas.

Presentador: Podríamos resumir, al final el factor comercial se denomina por la calidad demandada, como mencionaste, contamos con el cacao de aroma y es por ello por lo que se prefiere en relación con otros productos.

Entrevistado: contamos con 6 de las 10 grandes variedades del cacao.

Presentador: Ahora con el factor económico, queremos saber si consideras tú que el precio internacional es acorde a lo que ofrece el producto.

Entrevistado: Hay un precio internacional que es como una brújula para medirlas por toneladas, pero el precio puede ir variando, dependiendo del cacao convencional y las que presentan especificaciones, brindándonos un diferencial aumentando las exportaciones con el cacao orgánico. Se le puede agregar una

prima de precio por ser orgánico y adicionalmente por las especificaciones otro plus.

Presentador: ¿Considera que el cacao peruano podría alcanzar un precio mayor al internacional?

Entrevistado: Sí podría, inclusive podría alcanzar un precio mayor principalmente por la calidad que por otro motivo.

Presentador: ¿Qué factores consideras tienen mayor influencia para la variación del precio?

Entrevistado: Los más importantes, la calidad, especificaciones adicionales que se pueden agregar al grano.

Presentador: En el 2015 y 2018, se registró un incremento en el precio internacional, ¿de qué manera impactó en las exportaciones del cacao tostado?

Entrevistado: siempre las exportaciones varían por los factores de demanda o precios. Las cooperativas siempre están al pendiente del precio internacional y en base a eso, generan negociaciones entre empresas y posibles clientes. De vez en cuando tienden a esperar a que el precio suba, pero también existe un riesgo porque puede tener tendencia de bajada.

Presentador: Para nuestro último objetivo, el factor social, ¿De dónde obtienen el insumo?

Entrevistado: Estuve trabajando en Promperú, y he estado en ruedas internacionales en la selva, independientemente de donde se compre, siempre buscan en ceja de selva, entre los límites de sierra y selva, San Martín, Junín, Ucayali, Madre de Dios, Loreto, Cajamarca, Piura (aquí se consigue el cacao blanco de aroma)

Presentador: ¿Han implementado una nueva tecnología para realizar los cultivos?

Entrevistado: Si, recuerdo hace 2 años entre MINAGRI y sierra exportadora en el sector cacaotero, empezaron a disminuir el tiempo en el proceso, de 4 a 3 años de maduración, lo que permite aumentar la producción de cacao por hectárea.

Presentador: En relación con los agricultores, ¿Como empresa brindan algún tipo de capacitación?

Entrevistado: Si, hay una alianza con el estado peruano. Hace una semana tuvimos una reunión con sierra exportadora con temas para manejos de cultivos con técnicos para obtener la mayor cantidad de granos por hectárea, ya que se busca un beneficio social con el público, el tema de riego, suelos, mejorar rendimiento de campo, entre otros. En la sierra se tiene el tema de lluvias, por lo que es importante tener un campo de irrigación.

Presentador: Con respecto a las plagas y enfermedades, ¿cuentan con medidas reglamentadas para combatir o tener control de estas sin afectar a los agricultores?

Entrevistado: No estoy al tanto de ese tema, pero sé que hay un control con ciertos fertilizantes que tienen nivel de glucosiato, ya que siempre se hacen análisis petroquímicos al grano. Plagas no he escuchado algo puntual con respecto a tu pregunta.

Presentador: ¿Cómo se benefician los agricultores y empresa, es decir, la relación que llevan comercialmente?

Entrevistado: Existe una sinergia, porque muchos de los agricultores trabajan no tanto para el mercado nacional, sino mucho de ellos tienen expectativas para el mercado internacional, cuentan con certificados y estándares. Se trabaja bastante con contratos cerrados o libres, pero en su mayoría se busca que sean cerrados para poder vender el producto por adelantado y se vende al precio pactado sin importar la variación en el precio internacional.

Presentador: Con relación a los métodos de cosecha y siembra, ¿considera que existe un avance en los métodos empleados para el cultivo de cacao en el territorio peruano?

Entrevistado: Como te comenté hace poco, han mejorado la producción de granos por hectárea y otra relación con la asociación peruana de cacaoteros en el Perú

Presentador: ¿Participaron como empresa en algún programa de apoyo del estado?

Entrevistado: Si, el año pasado la empresa se acogió al programa reactiva Perú. Cuando la empresa ha participado en beneficios comerciales con eventos comerciales con Promperú, y siempre el trabajo que se hace con las cooperativas que son en relación con el estado. Ya que siempre buscan el beneficio social de las cooperativas.

Presentador: ¿Estos programas de apoyo han sido extendido a los agricultores?

Entrevistado: Sí hubo, pero no necesariamente para los cacaoteros, si no para los que cosechan quinua

Presentador: Para terminar con la entrevista, ¿podríamos considerar que hubo una mejoría notable dentro del desarrollo agrícola a nivel nacional en la industria del cacao peruano?

Entrevistado: Si, siempre que veo ese tema del agro en el cual estoy especializado, hay cultivos mucho más tradicionales como el café, cacao, arroz, entre otros, han mejorado constantemente en el tema de cultivo, tratamiento, comercialización del cacao y café que han despegado. Incluso otros alimentos nativos como el aguaymanto que antes no figuraban mucho en el país. Y la otra parte son las frutas y hortalizas que ya se encuentran posicionadas en todo el mundo. Siempre veo esos detalles. El café y cacao que siempre andan medio juntos, el estado ha ido apoyando a estos productos para su crecimiento, ya que es mejor comprarle a un

grande que a varios pequeños y adicionando, los apoya directamente. Las cooperativas abarcan cerca de 1500 familias.

Entrevista 2:

San Martín, Ucayali y Cusco representan el 84% de la producción del cacao. De la misma manera, hay casos especiales como el VRAEM, Piura donde también existen cultivos de cacao, brindando una variedad en relación con el aroma, amargor, entre otros. Principalmente por los factores climáticos, suelos, el factor hombre, entre otros.

El 59% de la producción se exporta como grano de cacao.

Se constituyó el grupo de trabajo multisectorial que lo instaló el ministro de cultura, integrado por entidades públicas, privadas, sociedad civil con la finalidad del grupo es elaborar el plan nacional de desarrollo de la cadena de valor, tomando en consideración los elementos dejados por la pandemia. El reto de trabajar el documento es por ser originario de la zona, es un cultivo manejado como bosque, se conserva la biodiversidad, las entidades trabajan con la identificación de una serie materiales los cuales buscan con las características que sea productivo, que tenga buena calidad, que sea resistente al cambio climático y reditúa a los productores de manera diversificada.

Entrevista 3 a José ríos, Especialista de BI en Sierra Exportadora

Presentador: Buenas tardes, José, somos egresados de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y estamos realizando nuestra tesis acerca del precio internacional, calidad demandada y desarrollo agrícola del cacao tostado en grano que permitieron que las exportaciones al mercado americano incrementen. Antes de empezar quisiéramos por favor te presentes y nos digas tu puesto de trabajo y donde trabajan del mismo modo.

Entrevistado: Buenas tardes, me llamo José Ríos y trabajo en el puesto Especialista de BI en Sierra Exportadora.

Presentador: Nuestro primer objetivo se basa en la comercialización del cacao, por ende, queremos preguntarte: ¿Qué factor considera fundamental en la comercialización de cacao en el mercado de USA?

Entrevistado: Bueno, principalmente en el Perú, poseemos el 60% de variedades de cacao del mundo, el cual se ha convertido en uno de los ingredientes peruanos de mayor calidad mundial al igual que el café. Del mismo modo, hemos sido calificados por la Organización Internacional del Cacao (ICCO) como uno de los países productores y exportadores de un cacao fino y de aroma.

Presentador: Perfecto, de acuerdo con la siguiente tabla, por favor puedes numerarse del 1 al 5 donde 1 es más importante y 5 menos importante

Entrevistado: Primero considero que las certificaciones son más importantes por el valor agregado que brindan al cacao, en segundo lugar, el precio, en tercer lugar, las presentaciones, en cuarto lugar, la tecnología y, por último, la zona geográfica.

Presentador: ¿Cuáles considera son la tendencia de consumo de los estadounidenses con referencia a la industria chocolatera?

Entrevistado: Bueno, durante la pandemia, las tendencias de consumo en el mercado estadounidense han incrementado notoriamente, como mencione anteriormente, el cacao peruano se caracteriza por ser finos y tener un aroma los cuales los convierte en una de las mejores opciones de importaciones de países extranjeros para la producción de chocolates variados.

Presentador: Para realizar las exportaciones de productos primarios para su internacionalización, ¿Qué certificados y/o especificaciones técnicas deben considerar antes de exportar? Y, ¿Cuáles fueron sus procesos?

Entrevistado: Todo producto, planta de producción y lugar debe tener el certificado de DIGESA, y para la exportación, el certificado JASA.

Presentador: ¿Cuáles son las principales características que generan valor agregado a las exportaciones de cacao peruano tostado a comparación a otros productos de cacao a nivel mundial?

Entrevistado: Uno de los que creo yo, son los suelos variados que tenemos en las regiones del Perú, las distintas variedades que se pueden encontrar, adicionalmente a las certificaciones de salubridad que le brindan un plus adicional a la vista del mundo.

Presentador: Perfecto, ahora con respecto a nuestro segundo objetivo, el cual es el precio internacional, ¿consideras que es acorde a lo que se ofrece?

Entrevistado: El precio puede variar dependiendo del tipo de cacao, hay un precio preestablecido para tener una idea acorde, pero como te mencione, tenemos 6 de las 10 variedades de cacao a nivel mundial, el aroma, el grado de amargor y las distintas certificaciones son las que nos dan un plus adicional que nos permiten vender por encima del precio internacional con un acuerdo preestablecido con el cliente final.

Presentador: En el 2015 y 2018, se registró un incremento en el precio internacional, ¿de qué manera impactó en las exportaciones del cacao tostado?

Entrevistado: Siempre existirá el factor de variación del precio, es decir, puede subir o bajar repentinamente. Las cooperativas siempre están al tanto del precio, principalmente para realizar las negociaciones entre empresas y posibles clientes.

Presentador: Para nuestro último objetivo, el factor social, ¿De dónde obtienen el insumo?

Entrevistado: Se obtienen de la ceja de selva en su mayoría, San Martín, Junín, Ucayali, Cusco, entre otros, la variedad entre las distintas zonas de cultivos permite encontrar distintos tipos de cacao, tal como te mencione en los puntos anteriores.

Presentador: ¿Han implementado una nueva tecnología para realizar los cultivos?

Entrevistado: Si, hace 2 años con MINAGRI hemos logrado disminuir el tiempo de cultivo de maduración de cacao, de 4 años logramos hacer una reducción a 3, permitiendo aumentar la producción por de cacao por hectárea.

Presentador: ¿Con relación a los métodos de cosecha y siembra, considera que existe un avance en los métodos empleados para el cultivo de cacao en el territorio peruano?

Entrevistado: Como te mencioné, la producción de cacao por hectárea va en aumento gracias a la reducción de maduración del cultivo.

Presentador: Para terminar con la entrevista. ¿Podríamos considerar que hubo una mejoría notable dentro del desarrollo agrícola a nivel nacional en la industria del cacao peruano?

Entrevistado: Efectivamente, existe una mayor producción a nivel hectárea y, asimismo, mejora los niveles de exportación que ha incrementado durante el presente año permitiéndonos posicionarnos en un mejor lugar a nivel mundial.

Entrevista 4:

Presentador: Buenas tardes, Harold, buenas tardes. Como te iba comentando, queremos saber los distintos puntos de vista en relación con el cacao. Somos egresados de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y estamos trabajando nuestra tesis de licenciatura. En base a tu experiencia en el rubro, creemos que nos puedes ayudar a enriquecer más la investigación. Para no hacer larga la entrevista, quiero empezar con la primera parte, la cual es el comercial. La calidad demandada es nuestro principal factor que queremos analizar, y acorde a lo conversado con el Ing. Trinidad, tu experiencia se basa en regulaciones para la exportación de producto agrario, ¿verdad?

Entrevistado: Buenas tardes, chicos. Efectivamente, me dedico al análisis y verificación de regulaciones para el acceso no solo del cacao, si no de productos y subproductos con fines de exportación.

Presentador: Como te mencione, nuestro tema va centrado en el cacao dado a que es nuestro tema principal. Pero toda información en el sector agro nos permitirá enriquecer el estudio que estamos planteando en la presente investigación. Ahora, quisiera empezar con la primera pregunta, Te daré una serie de factores y según tu experiencia quisiera que me enumeres de mayor a menor. (Precio, zona geográfica, certificaciones, presentaciones, tecnología)

Entrevistado: El precio es el principal factor, mediante el cual se generan los tratados de libre comercio. ¿Con respecto a las certificaciones, a que quieres hacer referencia?

Presentador: Dentro del sector comercial del cacao, las certificaciones significan que sea orgánico, amigable con el medio ambiente, comercio justo, entre otros.

Entrevistado: Ah, está bien. Pero yo te explicaré desde un punto de vista de SENASA de cómo enfocan el acceso de un mercado a los distintos países del mundo, en ese sentido, son dos aspectos trascendentales. Para que un producto pueda ingresar a un país y se pueda concretar la comercialización. En un primer momento, como mencionaba, el despertar de un exportador o tener la intención de exportar un producto es el factor económico. Que principalmente sea rentable para el exportador. También debe asegurarse que el producto pueda ingresar al país de destino. Volviendo a lo anteriormente mencionado, pueden llevar a cabo el acuerdo comercial, pero si no tienen requisitos o no tienen las medidas a través de normas para el ingreso del producto al país, se trunca el trato comercial preexistente. Lo que hace SENASA es viabilizar el proceso, tiene dos formas de evaluar si el producto ingresa o no. En primer lugar, las normas fitosanitarias de cada país donde se tienen requisitos preestablecidos de muchos de los productos que el Perú ya exporta, o de algunos que no se ha tenido intención de exportar, pero ya existen requisitos. En segundo lugar, los países tienen productos considerados de alto riesgo, considerando que tienen un nivel alto por el posible

traslado de plagas, los países destino prohíben el ingreso. Bajo este escenario, se debe seguir un proceso de gestión, el cual tiene como nombre proceso de análisis de riesgo de plagas, el cual SENASA con el homólogo del país destino realizan un estudio de riesgo los cuales podría trasladar plagas nocivas para dicho país. Una vez realizado este proceso, se establecen medidas para evitar estos problemas las cuales son tomadas por el destino y son publicadas a través de sus normas. Solo ahí, Perú podría exportar al país de destino. Entonces, como te mencione, son dos factores, el comercial y el acceso a nivel normativo. Con estos dos aspectos uno va sobre el otro con la finalidad de realizar la exportación. Ahora, la certificación SENASA actualmente para las exportaciones emite lo que es el certificado fitosanitario de exportación. Esto implica que SENASA inspeccione el producto previo salida del país. Este documento implica que el producto cumple con todos los requisitos para la exportación de destino. Digamos que es una medida dentro de las medidas establecidas por el país importador. En el proceso de análisis de riesgo de plagas, dependiendo del nivel, se establecen distintas medidas, tales como tratamientos de fumigación, térmicos, de frío, hidrotérmicos con la finalidad de mitigar el riesgo. La certificación del lugar de producción se hace una inspección de campo. Entre muchas medidas que existen, te ejemplifico con la explicación dada. No sé si esto te ayuda a responder un poco tu pregunta.

Presentador: Sí, de hecho, que sí. Nos da a entender bastante acerca del tema de las certificaciones, de cómo se debe regular no solo el cacao, sino también otros productos agros. Ahora, nosotros por lo que entiendo, SENASA tiene el factor regulador, el factor que trata de alguna manera, controlar las medidas sanitarias o fitosanitarias del producto a exportar. ¿Ustedes tienen algún programa de cara hacia los agricultores o exportadores donde capaciten acerca de estos procesos?

Entrevistado: Técnicamente un programa, no. Pero, en SENASA realizan todos los años capacitaciones, talleres, cursos de lo que es certificación fitosanitaria. No es solo con las asociaciones de exportadores, sino que se realiza a nivel de entidades involucradas en el comercio exterior. De esta manera se realizan capacitaciones al respecto.

Presentador: ¿A lo largo de este periodo, has visto un incremento de la documentación fitosanitaria a lo largo del tiempo?

Entrevistado: Enfoquémonos en forma general y después te explico de forma específica con respecto al cacao. En lo que comprende a las certificaciones fitosanitarias, el SENASA en el 2020 ha realizado o ha atendido ciento sesenta y cinco mil setecientos veintinueve trámites de certificación fitosanitarias y ha implicado un crecimiento de aproximadamente veinte mil atenciones más que el 2019, en volumen lo que ha atendido al 2020, que porcentaje de envíos a certificado SENASA, estamos hablando de dos mil quinientos setenta y se mil toneladas. En lo que respecta a certificaciones en general. Ahora grano de cacao, que se usa para su industrialización, se han atendido en 2020 mil ochenta y cinco solicitudes las cuales comprenden cincuenta y dos mil novecientos veinticuatro toneladas que se han exportado a distintos destinos y se tiene como principal destino de exportación la UE. Países Bajos, Italia, Malasia, Indonesia, Estados Unidos, México, España, entre otros.

Presentador: ¿Perfecto, podríamos decir que a nivel de cacao específicamente ha habido un crecimiento correspondiente con respecto a los años anteriores? o tú ves que ha decrecido?

Entrevistado: Si lo vemos desde el año 2016 que es lo que estoy visualizando tenemos una sostenibilidad lineal por así decirlo, no hemos crecido abruptamente, porque en el 2016, figura cincuenta y seis mil seiscientos setenta y una toneladas, en el 2017 cincuenta y cuatro mil, 2018 cincuenta y ocho mil, 2019 cincuenta y cinco mil, en el 2020 cincuenta y dos mil, te estoy hablando de volumen de certificaciones. Pero la sostenibilidad ha sido lineal, no hemos tenido un decrecimiento. Esto es porque el cacao es uno de los productos que exportamos hace muchos años y hemos llegado a un nivel de linealidad a nivel exportaciones, ya que el crecimiento máximo ya pasó.

Presentador: Muy buen dato, con respecto al grano de cacao en sí, nosotros quisiéramos consultar, tu como experto, ¿has visto alguna mejora dentro de las empresas o los exportadores para realizar estos trámites, un ejemplo sería registrar

o pedir las certificaciones fitosanitarias, tomaba mayor tiempo por el tema de los agricultores por posibles bajas capacitaciones ante ellos y a partir de las nuevas capacitaciones, ¿han disminuido ese tiempo?

Entrevistado: Lo que te puedo decir, es que el cacao es uno de los productos que a nivel mundial no ha tenido mucha limitación dentro del establecimiento de las especificaciones de los países destino permitiendo su ingreso, siendo no tan exigentes con las mismas, facilitando bastante el hacer cumplir las medidas establecidas dentro de las cuales, teniendo en cuenta que generalmente en un 95%, se exporta únicamente con una inspección previa a la exportación. Implicando la emisión del certificado fitosanitario posterior a la inspección. El trámite de certificación es de un día a otro.

Presentador: Es un gran dato, ¿podríamos decir que dentro de las facilidades de exportación el cacao es un producto “fácil de exportar”, correcto?

Entrevistado: Claro que si

Presentador: Para ya ir terminando con la entrevista, mediante la experiencia que tú ya hayas tenido como experto, sobre todo en regulación para exportación, consideras que los problemas o las situaciones acerca de las plagas y enfermedades han ido mitigando con el pasar de los años (teniendo una perspectiva general y del cacao), es decir, ha habido mejoras. Un ejemplo sería tipo, si en el 2016 hubiese habido 100 casos y en el 2020 reducir a 20 por así decirlo, ¿ha habido alguna mejora notable?

Entrevistado: Claro que sí, poniéndote un ejemplo general, SENASA viabiliza constantemente a todos los productos puedan ingresar a los distintos destinos, y como sabrás, el tema biológico de las plagas y exportaciones son bastantes dinámicos. Esto de las plagas y su diseminación es dinámico y con los temas de cambios climáticos y calentamiento global, la predisposición de las plagas es mucho más viables para distribirse y diseminarse en territorios donde antes no había. Es en ese sentido que se ha venido trabajando y digamos que, de forma general enumerarte las cantidades de plagas ha habido es un poco complicado. El

índice que nosotros tomamos es que tenemos un crecimiento sostenible en las certificaciones que realiza SENASA. Tenemos un crecimiento constante e implica que estamos mitigando el riesgo de trasladar pagas a los diferentes destinos y es por ese motivo que se hacen mucho más viables nuestras exportaciones. Permitiendo que no sufran cierres de mercados que trunquen las exportaciones en general del país.

Presentador: Excelente, muchas gracias, Harold, de verdad esto nos va a ayudar a enriquecer nuestro trabajo, especialmente en el factor social que es lo que está ligado a SENASA, las regulaciones que tienen las empresas y los agricultores, permitiendo la internacionalización de estos.

Entrevista 5: ¹

Presentador: Buenas tardes, Carolina, te presentamos nuestra investigación acerca del cacao tostado y su impacto positivo en el mercado americano. Lo que buscamos con esta investigación es el impacto comercial, económico y social que ha permitido el crecimiento continuo de las exportaciones de estas. Queremos consultarte con algunas preguntas que has podido visualizar previamente cuál es tu opinión como experto y con toda la experiencia que tienes acerca de este suceso. ¿En qué empresa laboras actualmente?

Entrevistado: Buenas tardes, chicos, trabajo en Machu Picchu Foods S.A.C

Presentador: Como te comentaba, nuestro primer objetivo es identificar el principal factor comercial que ha permitido el crecimiento de las exportaciones de cacao en el periodo 2013 al 2020. Quisiera comenzar con la primera pregunta la cual es: ¿Qué factor en la comercialización de cacao considera fundamental en el mercado de los Estados Unidos?

Entrevistado: Pues, considero que la variedad de cacao que tenemos dentro del país, podemos considerar que del fruto obtenemos un producto especial, el tipo de

¹ Empresa que se debe ocultar información por confidencialidad

aroma, amargor, dulce, entre otras características del cacao. Además, de ser comercializados distintamente.

Presentador: Según la tabla de preferencias, enumerar de mayor a menor donde 1 es más importante y 5 el menos importante

Entrevistado: Considero que, primero son las certificaciones, segundo el precio, tercero la tecnología, cuarto la zona geográfica y, por último, las presentaciones.

Presentador: ¿Cuáles considera son las tendencias de consumo de los estadounidenses con referencia a la industria chocolatera?

Entrevistado: Antes de la pandemia, la industria chocolatera en Estados Unidos tenía un nicho preestablecido con los chocolates dulces, pero a raíz de esta, las tendencias de consumo por el chocolate incrementaron, donde las personas optan por una forma de consumir saludablemente, es ahí donde buscan los chocolates amargos, los cuales tenemos el producto primario para producir. Asimismo, las tendencias de postres y chocolates dulces. Contamos con 6 de las 10 variedades de cacao, por lo que nos pueden considerar un mercado exquisito para importar.

Presentador: Es algo importante de resaltar, porque durante el proceso hemos notado que las tendencias de consumo son un plus adicional para el incremento del consumo saludable de las personas. Como sabemos, para la exportación de productos primarios requieren ciertos requisitos para su internacionalización. ¿Qué certificados y/o especificaciones técnicas deben considerar antes de exportar? ¿Qué procesos siguieron para obtener dichos certificados?

Entrevistado: Bueno, el principal certificado que toda empresa que se dedica a exportar a mercados extranjeros ya sea en productos primarios o para el consumo, debe ser el certificado de DIGESA, más allá de cualquier otro certificado que se requiera para el ingreso al país de destino.

Presentador: ¿Cuáles considera que son las principales formas de comercialización del cacao?

Entrevistado: No hay una presentación en específico, siempre las proporciones las brindamos en base al acuerdo final con el cliente.

Presentador: ¿Cuáles son las principales características que le generan valor agregado al cacao tostado en comparación a otros productos de cacao a nivel mundial?

Entrevistado: Como te mencione anteriormente, contamos con distintas variedades de cacao, de las cuales tenemos 6 de las 10. Con el cacao adicionalmente, se puede trabajar con distintos derivados, ya sea la pasta, licor, polvo, manteca, etc. Buscan, además, que sea cacao orgánico y con el mínimo uso de pesticidas.

Presentador: Podríamos resumir, al final el factor comercial se denomina por la calidad demandada, como mencionaste, contamos con el cacao de aroma y es por ello por lo que se prefiere en relación con otros productos.

Entrevistado: Exactamente, al tener distintas variedades, nos convierte como te dije, en un mercado exquisito

Presentador: Ahora con el factor económico, queremos saber si consideras tú que el precio internacional es acorde a lo que ofrece el producto.

Entrevistado: En el caso del precio internacional, existe un precio base en el cual los exportadores nos enfocamos para realizar las ventas, pero como nosotros contamos con las distintas variedades, los aromas que podemos ofrecer, el nivel de amargor en base a cada tipo de cacao nos brinda un plus adicional que nos permite vender por encima de lo establecido. Adicionalmente, tenemos la base de las certificaciones que nos permite otorgar mayor confianza a los mercados de destino.

Presentador: ¿Considera que el cacao peruano podría alcanzar un precio mayor al internacional?

Entrevistado: Exactamente, como te iba contando, esos pequeños detalles que podemos ofrecer como producto final, nos permite vender por encima del precio internacional establecido. Eso sí, siempre y cuando exista un previo acuerdo con el importador final.

Presentador: ¿Qué factores consideras tienen mayor influencia para la variación del precio?

Entrevistado: La calidad, especificaciones que podamos agregar al grano de cacao, y bueno, sus variedades.

Presentador: En el 2015 y 2018, se registró un incremento en el precio internacional, ¿de qué manera impactó en las exportaciones del cacao tostado?

Entrevistado: Existe siempre una variación, principalmente por la demanda. Las cooperativas siempre están al tanto del precio internacional y en base a eso, generan negociaciones para las empresas y posibles clientes.

Presentador: Para nuestro último objetivo, el factor social, ¿De dónde obtienen el insumo?

Entrevistado: Bueno, siempre buscamos en la ceja de selva, que es la principal zona de producción de cacao, lamentablemente no puedo comentarte mucho de eso.

Presentador: De acuerdo, ¿Han implementado una nueva tecnología para realizar los cultivos?

Entrevistado: Tengo entendido que sí, ya que la producción por hectárea ha incrementado notoriamente dado al tiempo de maduración del cultivo.

Presentador: En relación con los agricultores, ¿Como empresa brindan algún tipo de capacitación?

Entrevistado: Efectivamente, tratamos de que los agricultores tengan las mejores técnicas de cultivo y del mismo modo, sientan confianza al trabajar con nosotros. Adicionalmente, existen entidades del Estado y cooperativas con las que trabajamos a la par para poder brindar las mejores capacitaciones.

Presentador: Con respecto a las plagas y enfermedades, ¿cuentan con medidas reglamentadas para combatir o tener control de estas sin afectar a los agricultores?

Entrevistado: No cuento con esa información de momento.

Presentador: Entiendo, ¿Cómo se benefician los agricultores y empresa, es decir, la relación que llevan comercialmente?

Entrevistado: Existe una buena relación, tanto ellos como nosotros confiamos mutuamente brindando las mejores de las relaciones comerciales. Además, como te mencione, brindamos las capacitaciones adecuadas para mejorar las técnicas de cultivo ya que, al mismo tiempo, tienen expectativas para lograr ventas al extranjero, ya que cuentan con certificados y estándares.

Presentador: Con relación a los métodos de cosecha y siembra, ¿considera que existe un avance en los métodos empleados para el cultivo de cacao en el territorio peruano?

Entrevistado: Pues si, como te mencione en las preguntas anteriores, se logró que la producción de cacao a nivel nacional tenga tendencia creciente por hectárea, logrando así una mayor productividad.

Presentador: ¿Participaron como empresa en algún programa de apoyo del estado?

Entrevistado: Lamentablemente esta información no te la puedo brindar.

Presentador: ¿Existen programas de apoyo hayan extendido a los agricultores?

Entrevistado: Entiendo que sí, pero de eso se enfoca más el Estado

Presentador: Para terminar con la entrevista, ¿podríamos considerar que hubo una mejoría notable dentro del desarrollo agrícola a nivel nacional en la industria del cacao peruano?

Entrevistado: Efectivamente, el cacao peruano es considerado como uno de los mejores del mundo por la variedad que se puede conseguir, los distintos sabores que se pueden producir, entre otros.

Entrevista 6:

Presentador: Buenas tardes, María, te presentamos nuestra investigación acerca del cacao tostado y su impacto positivo en el mercado americano. Lo que buscamos con esta investigación es el impacto comercial, económico y social que ha permitido el crecimiento continuo de las exportaciones de estas. Queremos consultarte con algunas preguntas que has podido visualizar previamente cuál es tu opinión como experto y con toda la experiencia que tienes acerca de este suceso. ¿En qué empresa laboras actualmente?

Entrevistado: Buenas tardes, chicos, trabajo en Amazonas trading food S.A.C.

Presentador: Como te comentaba, nuestro primer objetivo es identificar el principal factor comercial que ha permitido el crecimiento de las exportaciones de cacao en el periodo 2013 al 2020. Quisiera comenzar con la primera pregunta la cual es: ¿Qué factor en la comercialización de cacao considera fundamental en el mercado de los Estados Unidos?

Entrevistado: Considero que los cambios de tendencias de consumo, y la gran variedad de cacaos que poseemos dentro del país.

Presentador: Según la tabla de preferencias, enumerar de mayor a menor donde 1 es más importante y 5 el menos importante

Entrevistado: Considero que, primero son las certificaciones, segundo el precio, tercero la tecnología, cuarto la zona geográfica y, por último, las presentaciones.

Presentador: ¿Cuáles considera son las tendencias de consumo de los estadounidenses con referencia a la industria chocolatera?

Entrevistado: Actualmente, tienden a consumir productos saludables, y entre ellos podemos encontrar el chocolate con altas concentraciones de cacao. Nosotros poseemos el 60% de las variedades de cacao, por lo que nos hace tener un potencial adicional ante otros países exportadores de cacao.

Presentador: Es algo importante de resaltar, porque durante el proceso hemos notado que las tendencias de consumo son un plus adicional para el incremento del consumo saludable de las personas. Como sabemos, para la exportación de productos primarios requieren ciertos requisitos para su internacionalización. ¿Qué certificados y/o especificaciones técnicas deben considerar antes de exportar? ¿Qué procesos siguieron para obtener dichos certificados?

Entrevistado: Explícitamente, se requiere el certificado de DIGESA. El cual debemos cumplir requisitos específicos para poder obtenerlos. Adicionalmente existen otros certificados predispuestos para poder llegar al país de destino de exportación.

Presentador: ¿Cuáles considera que son las principales formas de comercialización del cacao?

Entrevistado: La de grano entero, tostado. También hay otras presentaciones como la manteca, licor, entre otros. Al final, el cliente importador es el que toma la decisión final en ese aspecto.

Presentador: ¿Cuáles son las principales características que le generan valor agregado al cacao tostado en comparación a otros productos de cacao a nivel mundial?

Entrevistado: Yo creo que está la diversidad que poseemos. Si bien es cierto que tenemos el 60%, la característica de cada cual puede variar desde el nivel de amargor, el aroma, el dulce que puedan poseer, entre otros aspectos. Creo que esas podríamos decir que son las características que le dan un valor agregado a las exportaciones.

Presentador: Podríamos resumir, al final el factor comercial se denomina por la calidad demandada, como mencionaste, contamos con el cacao de aroma y es por ello por lo que se prefiere en relación con otros productos.

Entrevistado: Exactamente. Además de los distintos niveles de amargor, todo depende de qué tipo de producto industrializado se realizará finalmente.

Presentador: Ahora con el factor económico, queremos saber si consideras tú que el precio internacional es acorde a lo que ofrece el producto.

Entrevistado: Existe un precio internacional ya establecido. En función a lo mencionado anteriormente, y con previo acuerdo con el cliente final, podemos vender a un precio por encima. Esto se debe a que tenemos diversidad y distintas presentaciones.

Presentador: ¿Considera que el cacao peruano podría alcanzar un precio mayor al internacional?

Entrevistado: Claro que sí. Como te dije hace poco, siempre y cuando exista un previo acuerdo de exportación, nosotros podemos considerar vender por encima del precio internacional ya que, a parte de la diversidad, existen las distintas presentaciones dependiendo del uso final del cacao.

Presentador: ¿Qué factores consideras tienen mayor influencia para la variación del precio?

Entrevistado: Las especificaciones, los certificados y la calidad.

Presentador: En el 2015 y 2018, se registró un incremento en el precio internacional, ¿de qué manera impactó en las exportaciones del cacao tostado?

Entrevistado: Directamente, no nos afectó en mucho. El precio siempre está sujeto en función a la demanda ya establecida. Las que se encargan directamente de analizar eso, son las cooperativas que al final, son las que nos brindan apoyo para realizar las negociaciones con los clientes finales para exportar.

Presentador: Para nuestro último objetivo, el factor social, ¿De dónde obtienen el insumo?

Entrevistado: Principalmente, en la ceja de selva, en la sierra sur y el norte del Perú, ya que ahí es donde se pueden obtener los distintos tipos de cacao que se venía mencionando.

Presentador: De acuerdo, ¿Han implementado una nueva tecnología para realizar los cultivos?

Entrevistado: Por su puesto. La tecnología es un factor muy importante para poder incrementar la producción.

Presentador: En relación con los agricultores, ¿Como empresa brindan algún tipo de capacitación?

Entrevistado: Así es. Realizamos las capacitaciones correspondientes ante la nueva tecnología que se pueda implementar. Asimismo, recibimos capacitaciones por parte de las cooperativas.

Presentador: Con respecto a las plagas y enfermedades, ¿cuentan con medidas reglamentadas para combatir o tener control de estas sin afectar a los agricultores?

Entrevistado: No he escuchado de plagas y enfermedades al respecto. Pero tengo entendido que usan un pesticida especial que no afecta en general al grano.

Presentador: Entiendo, ¿Cómo se benefician los agricultores y empresa, es decir, la relación que llevan comercialmente?

Entrevistado: Tenemos buena relación. Yo creo que es primordial ante cualquier cosa, que exista confianza. Ambos nos beneficiamos, tanto por las certificaciones que podemos obtener para del mismo modo, brindarles un beneficio adicional al trato que podamos tener para la preparación del producto.

Presentador: Con relación a los métodos de cosecha y siembra, ¿considera que existe un avance en los métodos empleados para el cultivo de cacao en el territorio peruano?

Entrevistado: La implementación de tecnología, que ha permitido principalmente acelerar la maduración reduciendo de 4 a 3 años la producción por hectárea.

Presentador: ¿Participaron como empresa en algún programa de apoyo del estado?

Entrevistado: No estoy al tanto de esa información.

Presentador: ¿Existen programas de apoyo hayan extendido a los agricultores?

Entrevistado: Las cooperativas y el Estado se encargan primordialmente de esos programas hacia los agricultores.

Presentador: Para terminar con la entrevista, ¿podríamos considerar que hubo una mejoría notable dentro del desarrollo agrícola a nivel nacional en la industria del cacao peruano?

Entrevistado: Así es, gracias a todos los implementos tecnológicos y nuevas técnicas de cultivo, hay una mayor producción por hectárea de cacao.

Entrevista 7:

Presentador: Buenas tardes, Franco. Como te iba comentando, queremos saber los distintos puntos de vista en relación con el cacao. Somos egresados de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y estamos trabajando nuestra tesis de licenciatura. En base a tu experiencia en el rubro, creemos que nos puedes ayudar a enriquecer más la investigación. Para no hacer larga la entrevista, quiero empezar con la primera parte, la cual es el comercial.

Entrevistado: Buenas tardes, chicos. Efectivamente, soy asistente documentario en SENASA.

Presentador: Como te mencione, nuestro tema va centrado en el cacao dado a que es nuestro tema principal. Pero toda información en el sector agro nos permitirá enriquecer el estudio que estamos planteando en la presente investigación. Ahora, quisiera empezar con la primera pregunta, dentro del sector comercial del cacao, las certificaciones significan que sea orgánico, amigable con el medio ambiente, comercio justo, entre otros.

Entrevistado: Las certificaciones son importantes principalmente por el hecho que permiten el ingreso de los productos a distintos países a los que se desea exportar. Al tratarse de un producto primario deben tener obligatoriamente el certificado que otorga SENASA, ya que este certificado indica que los productos están acordes a lo que establecen las normas de bioseguridad, entre otros. Asimismo, este certificado otorga la confianza directa al cliente del país destino y, por ende, a los consumidores finales. Ahora, existen otros certificados que le dan un plus adicional como son los que mencionas, esto hace notar que existe un compromiso con los agricultores, los cuales son los que mayor trabajo tienen.

Presentador: ¿Ustedes tienen algún programa de cara hacia los agricultores o exportadores donde capaciten acerca de estos procesos?

Entrevistado: Programa en específico, no. Pero brindamos capacitaciones constantes a los agricultores y exportadores.

Presentador: Perfecto, ¿podríamos decir que a nivel de cacao específicamente ha habido un crecimiento correspondiente con respecto a los años anteriores? o ¿tú ves que ha decrecido?

Entrevistado: En cuestión a producción, el cacao ha incrementado los niveles de producción gracias a la tecnología implementada durante los últimos años.

Presentador: Es un gran dato, ¿podríamos decir que dentro de las facilidades de exportación el cacao es un producto “fácil de exportar”, correcto?

Entrevistado: Sí y no. Como es de conocimiento, para poder exportar el cacao se deben cumplir requisitos para obtener el certificado de SENASA, una vez que se obtiene dicho certificado, se pueden obtener otros certificados como lo es el de comercio justo, fair trade, entre otros certificados para dar mayor confianza al cliente final. Del mismo modo, crear los vínculos con un cliente final para realizar la exportación es muy importante, puesto a que, si todo sale conforme a lo establecido, se puede decir que ya existe un nuevo nicho de exportación de cacao como producto primario.

Presentador: Muchas gracias por tu tiempo.

Entrevista 8:

Presentador: Buenas tardes, Percy. Como te iba comentando, queremos saber los distintos puntos de vista en relación con el cacao. Somos egresados de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y estamos trabajando nuestra tesis de licenciatura. En base a tu experiencia en el rubro, creemos que nos puedes ayudar a enriquecer más la investigación. Para no hacer larga la entrevista, quiero empezar con la primera parte, la cual es el comercial.

Entrevistado: Buenas tardes, chicos. Es un gusto.

Presentador: Como te mencione, nuestro tema va centrado en el cacao dado a que es nuestro tema principal. Pero toda información en el sector agro nos permitirá enriquecer el estudio que estamos planteando en la presente investigación. Ahora, quisiera empezar con la primera pregunta, dentro del sector comercial del cacao,

las certificaciones significan que sea orgánico, amigable con el medio ambiente, comercio justo, entre otros.

Entrevistado: Las certificaciones son principales fundamentos las cuales le dicen al importador que se están cumpliendo con los requisitos necesarios para ingresar al mercado. Teniendo en cuenta las técnicas de cultivo, si son orgánicos, si no tienen ningún tipo de pesticida que pueda afectar a la persona, entre otros aspectos. Mientras más certificados tenga el producto, mayor valor agregado le dará y del mismo modo, le da mayor confianza tanto a los importadores como a los consumidores finales.

Presentador: ¿Ustedes tienen algún programa de cara hacia los agricultores o exportadores donde capaciten acerca de estos procesos?

Entrevistado: Brindamos capacitaciones en temas de implementación de nuevas tecnologías, distintas técnicas de cultivo, entre otros. Esto se lo brindamos a las empresas como a los agricultores de forma constante.

Presentador: Perfecto, ¿podríamos decir que a nivel de cacao específicamente ha habido un crecimiento correspondiente con respecto a los años anteriores? o ¿tú ves que ha decrecido?

Entrevistado: Ha incrementado la producción, pero no todo el cacao producido es exportado como grano, sino que se puede exportar en otras presentaciones como lo es el licor de cacao, la manteca, polvo de cacao, entre otros productos. Asimismo, se tiene en cuenta que parte de la producción no se llega a exportar, existen clientes dentro del Perú donde también optan por adquirir estos productos.

Presentador: Es un gran dato, ¿podríamos decir que dentro de las facilidades de exportación el cacao es un producto “fácil de exportar”, correcto?

Entrevistado: Se puede decir que sí, hay que considerar que obligatoriamente, el producto debe tener una certificación de SENASA, lo cual indica que es un producto apto para el consumo dado a las regulaciones que piden para su

obtención. Una vez que se tiene ese certificado, es más sencillo el proceso de exportación. Eso sí, hay que considerar los posibles certificados que sean requeridos en otros países. Independientemente de esos certificados, hay otros que no son obligatorios, pero al tramitarlos, transmite mayor confianza y genera mejores beneficios a la comunidad.

Presentador: De acuerdo, muy interesante lo que nos mencionas. Con esto terminamos la entrevista. Muchas gracias por tu tiempo.

Entrevista 9:

Presentador: Buenos días, es un gusto poder saludarlo y agradecerle su tiempo para poder brindarnos esta entrevista. Como le mencioné, estamos realizando esta investigación para poder optar por el título profesional en Negocios Internacionales. La investigación consiste en hallar los principales factores que influyeron en el crecimiento de las exportaciones de cacao peruano tostado a el mercado de los Estados Unidos en los años 2013 al 2020.

Entrevistado: Buenas noches muchachos, un gusto igualmente.

Presentador: Por favor, ¿Nos podría indicar que puesto posee en la empresa en la que actualmente labora?

Entrevistado: Actualmente tengo el cargo de líder de proyectos.

Presentador: De acuerdo, entendemos y queremos dejar en claro que, por motivos de privacidad de la empresa, desea que no se mencione el nombre de esta dentro de la entrevista. ¿Es correcto?

Entrevistado: Así es.

Presentador: De acuerdo, no hay ningún problema. Como le comentamos, nuestra tesis se basa en investigar los principales factores que influyeron en las exportaciones de cacao peruano. Quisiéramos que nos dé su opinión como experto para poder enriquecer el análisis que venimos realizando. Empezando con la

entrevista, iniciaremos con el factor comercial. ¿Si le mencionó los siguientes factores, cuál considera que es el que es más importante? El precio internacional, zona geográfica, certificaciones, presentaciones o tecnología.

Entrevistado: Creo que, para empezar, debemos dejar en claro que hay distintos factores que pueden explicar este incremento. No solamente es uno. Si me dan a elegir por importancia, diría que las certificaciones son lo principal, seguidas por la zona geográfica y que tan bien desarrollada este de acuerdo con la demanda que se tenga. Con esto me refiero a que, las principales empresas exportadoras de cacao, café, entre otros frutos también grandemente exportados, recurren a las certificaciones internacionales, ya que quieren darle un valor agregado a su producto y poder dejar de depender del precio internacional, que no favorece quizás a sus procesos productivos u operaciones que manejan. De por sí, con eso te digo que el precio internacional, que creo que es una variable que mencionaste, no es algo que se consideré muy influyente que digamos, ya que el productor o exportador peruano no se basa mucho en eso para montar su plan de exportación, sino en que el producto que está vendiendo tenga un valor agregado y de esta manera pueda justificar un precio mayor al mercado.

Presentador: De acuerdo, es un punto bastante interesante, ya que podemos decir que el cacao peruano es un producto que busca una diferenciación dentro del mercado, mas no una guerra de precios.

Entrevistado: Efectivamente.

Presentador: Muy bien. Con respecto a los hábitos de consumo del mercado norteamericano, o el mercado estadounidense para ser más exactos. ¿Cree que los hábitos de consumo han sido influyentes para que las exportaciones peruanas de cacao hayan incrementado?

Entrevistado: Por supuesto. El mercado estadounidense es bastante cambiante. Y últimamente, el consumidor norteamericano ha tomado un hábito de buscar más productos saludables e incluirlos dentro de sus dietas diarias. Esto debido a que presentan tendencias de consumo direccionadas a productos más saludables, o que

presenten beneficios hacia su salud. El cacao peruano se presta mucho para eso, ya que es un producto de mucha pureza y que los productos elaborados a base de este insumo, por lo general obtienen gran porcentaje de cacao en ellos, haciéndolos más saludables con respecto a otros productos suplementarios que existen en el amplio sector chocolatero estadounidense. Además de que lo consideran como productos premium y por ello, están dispuestos a pagar un mayor valor que otros productos similares.

Presentador: De acuerdo. Con respecto al segundo factor. ¿Cree usted, que el precio internacional del cacao peruano es acorde a la calidad que se ofrece del mismo producto? ¿Porqué?

Entrevistado: Como te mencioné, el precio internacional es algo estándar y de ahí parten varios factores que ayudan a diferenciar el producto del resto para darle mayor valor. Es algo que el productor y las empresas exportadoras tienen bien presente, como el cacao tiene un precio ya determinado, tratan de buscar diferenciadores para sus productos para que esto los ayude a lograr un incremento en la ganancia. Si me preguntas si netamente el precio es algo influyente, te diría que no, debido a que esto se maneja de manera general y a partir de ello se buscan formas de lograr mayores percepciones de valor según el exportador lo decida.

Presentador: ¿Qué factores considera que tienen mayor influencia dentro del precio del cacao en el Perú?

Entrevistado: Las certificaciones, por ejemplo. Es algo que tanto los productores, exportadores y compradores tienen muy en cuenta al momento de realizar operaciones comerciales, ya que buscan insumos de mayor o menor calidad según sea sus necesidades. Pero si tienes un producto que tenga mayor cantidad de certificaciones que prueben su calidad, te buscarán más compradores interesados por ese factor y no tanto porque tan alto o bajo este tu precio.

Presentador: En los años 2015 y 2018 se observó un alza en el precio internacional del cacao, ¿Cree usted que la cantidad exportada de cacao peruano tostado pudo haberse visto afectada por esta situación?

Entrevistado: Sí, pero esto no solo se limita a un solo país. Esto afecta a nivel general, ya que es lógico que cuando suceda incrementos a nivel de precio, no solo suben algunos proveedores, si no todos en conjunto. Y de esta manera, la producción y por ende la compra, se hayan visto disminuidas.

Presentador: Muy buen dato. Ahora llegando al último factor en evaluación, hablemos del desarrollo agrícola que ha observado durante estos años evaluados. ¿Ha visto mejora dentro de las tecnologías y métodos de cultivo empleados en las plantaciones de cacao?

Entrevistado: Efectivamente. Se han visto bastantes mejoras sobre todo en la velocidad de producción de cacao. Antes era bastante rudimentaria, y había mucha desinformación en el sector. Además, muchos agricultores estaban enfocados en la siembra de hoja de coca, lo cual limitaba espacios para el cultivo y cosecha de nuevos productos como el cacao o el café. Sin embargo, hoy en día las cosas son distintas. Muchos de estos agricultores han podido cambiar de orientación sus cultivos por los granos de cacao, apoyados en algunos programas y proyectos que incentivan la cosecha y siembra de este tipo de frutos. Sin embargo, aún queda un largo camino, porque continúa existiendo una barrera de limitaciones en la información que se recibe y no se puede explotar de la manera óptima esta producción.

Presentador: ¿Cómo se benefician los agricultores y las comunidades? ¿Reciben programas de apoyo, capacitaciones y charlas respecto a nueva información respecto del sector?

Entrevistado: Ahí existen varios puntos que aún hay que reforzar. Me refiero a que, si bien se han creado programas que se enfocan en incentivar la siembra y cultivo de este tipo de frutos y que van a las comunidades a informar de los beneficios que puede traer para ellos dedicarse a esto, aún no hay una información especializada dirigida hacia el agricultor para que él pueda explotar la tierra de cultivo de manera óptima. Se debería crear mayores programas que estén dirigidos

a crear e incentivar mayores campos de cultivo con estándares de producción ya definidos para otorgar mayores niveles de calidad desde el inicio.

Presentador: Con respecto al control de plagas y enfermedades. ¿Cuentan con mediadas reglamentadas para combatir o tener control de esas sin afectar a los agricultores?

Entrevistado: Sí, trabajamos de la mano de la reglamentación brindada por distintos organismos del estado, así como de asesorías de calidad externas para poder desarrollar un estricto control dentro del control de plagas. Es importante obtener ciertas certificaciones que avalen este punto, ya que es fundamental para poder exportar que el producto tenga una inocuidad excelente y de esta manera no afecte de manera negativa a los países a donde se exporte.

Presentador: Excelente. Muchísimas gracias por el tiempo brindado y toda la información que nos ha podido dar. Estamos seguros de que enriquecerá muchísimo nuestro análisis para poder lograr una obtención de resultados mucho más exacta.

Entrevista 10:

Presentador: Buenas tardes Marino, somos egresados de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y estamos realizando nuestra tesis acerca del precio internacional, calidad demandada y desarrollo agrícola del cacao tostado en grano que permitieron que las exportaciones al mercado americano incrementen. Antes de empezar quisiéramos que por favor te presentes y nos digas tu puesto actual en donde estás laburando.

Entrevistado: Buenas tardes, chicos, mi nombre es Marino Alva, Analista Senior de Compras en Agrícola Cerro Prieto.

Presentador: Nuestro primer objetivo se basa en la comercialización del cacao, por ende, queremos preguntarte: ¿Qué factor considera fundamental en la comercialización de cacao en el mercado de USA?

Entrevistado: Bueno, considero que el aroma del cacao y su grado de amargor, que le dan un valor agregado dado a que existen distintos niveles a raíz de las variedades de cacao que poseemos en el Perú.

Presentador: Perfecto, de acuerdo con la siguiente tabla, por favor puedes numerarse del 1 al 5 donde 1 es más importante y 5 menos importante

Entrevistado: Primero considero que las certificaciones son más importantes por el valor agregado que brindan al cacao, en segundo lugar, el precio, en tercer lugar, las presentaciones, en cuarto lugar, la tecnología y, por último, la zona geográfica.

Presentador: ¿Cuáles considera son la tendencia de consumo de los estadounidenses con referencia a la industria chocolatera?

Entrevistado: Bueno, durante los últimos meses de pandemia, se pudo notar que la tendencia en Estados Unidos por el chocolate ha incrementado. Entonces, para el sector de repostería les brinda un beneficio porque contamos con el cacao de aroma que es entre dulce y cuenta con un aroma casi único. Por otra parte, está la tendencia por el consumo saludable, y eso también se puede conseguir con el chocolate amargo. Para su producción contamos con el cacao que cumple con las características para su industrialización.

Presentador: Para realizar las exportaciones de productos primarios para su internacionalización, ¿Qué certificados y/o especificaciones técnicas deben considerar antes de exportar? Y, ¿Cuáles fueron sus procesos?

Entrevistado: Se requiere el certificado SENASA, después se verifica que otro certificado se necesita para ingresar a un destino en específico.

Presentador: ¿Cuáles son las principales características que generan valor agregado a las exportaciones de cacao peruano tostado a comparación a otros productos de cacao a nivel mundial?

Entrevistado: Las certificaciones principalmente, porque das a conocer como empresa que estás cumpliendo con los requisitos básicos para realizar la exportación. Ahora, mientras más certificados se obtengan, mayores beneficios se pueden obtener, ya sea para la misma empresa, que es la confianza con el cliente del mercado destino. Además, de la mayor confianza a los consumidores finales del producto industrializado y, por otra parte, a los agricultores, dependiendo de qué certificado se apliquen para el producto.

Presentador: Perfecto, ahora con respecto a nuestro segundo objetivo, el cual es el precio internacional, ¿consideras que es acorde a lo que se ofrece?

Entrevistado: Algo que se debe saber, es que el precio internacional es solo una base para los productores de cacao que se encargan de exportar dicho producto. Ahora, nosotros contamos con variedades de cacao que nos permite diversificar los nichos de mercados. Tenemos para exportar al sector de repostería y para el chocolate amargo u otro tipo de chocolate. Nosotros, al contar con las certificaciones y calidad en el producto, previo acuerdo con el cliente importador se puede vender por encima del precio internacional, otorgándonos mayores beneficios.

Presentador: En el 2015 y 2018, se registró un incremento en el precio internacional, ¿De qué manera impactó en las exportaciones del cacao tostado?

Entrevistado: El precio siempre se va a basar entre la demanda del producto, y la misma producción. En caso de existir una baja producción, ya sea por desastres naturales o el clima no estuvo acorde a los años anteriores, puede generar un incremento dado a la escasez que se pueda producir. Por el momento, me parece que no nos ha afectado mucho en esos dos años.

Presentador: Para nuestro último objetivo, el factor social, ¿De dónde obtienen el insumo?

Entrevistado: Los insumos se pueden conseguir o por los propios agricultores o por las asociaciones que existen en el Perú. Los cuales son un conjunto de

agricultores que producen junto a otros agricultores pequeños para poder realizar negociaciones con las empresas y vender en grandes cantidades. Estos usualmente los encontramos en la ceja de la selva (En su mayoría).

Presentador: Con relación a los métodos de cosecha y siembra, ¿considera que existe un avance en los métodos empleados para el cultivo de cacao en el territorio peruano?

Entrevistado: Efectivamente, durante los últimos periodos, la producción de cacao ha incrementado notoriamente por hectárea, permitiendo incrementar las exportaciones no solo del cacao en grano, sino también en sus otras presentaciones.

Presentador: Para terminar con la entrevista. ¿Podríamos considerar que hubo una mejoría notable dentro del desarrollo agrícola a nivel nacional en la industria del cacao peruano?

Entrevistado: Si, como te dije hace un rato, la producción ha incrementado lo que nos ha permitido incrementar las ventas al extranjero.

Presentador: De acuerdo, muchas gracias por tu tiempo.

- Solicitud de carta para entrevistas

Lima, 08 de abril de 2021



A quien corresponda,

UPC
Universidad Peruana
de Ciencias Aplicadas

Estimados señores:

Prolongación Primavera 236
Monterrico, Surco
Lima 33 - Perú
T: 511 333 3333
www.upc.edu.pe

A través de la presente es un placer saludarlos y presentar a:

creyete, innova

Código	Apellidos y nombres
201411445	Zapata Reyes, Alonso Rafael
201410591	Pareja Rabanal, Luis Alejandro

Ellos son egresados de la carrera de Administración y Negocios Internacionales en la Facultad de Negocios de la UPC, y se encuentra realizando un proyecto de investigación del Programa de Titulación Profesional en Negocios Internacionales para el cual requieren una entrevista con ustedes.

Agradecemos se sirvan concederles las facilidades necesarias para el cumplimiento de sus objetivos.

Hacemos propicia la oportunidad para reiterar nuestro agradecimiento por su amable contribución en beneficio de su investigación.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'James Leigh Boluarte'.

James Leigh Boluarte
Director de Carrera
Administración y Negocios Internacionales
Facultad de Negocios