

Estrella Peinado: Potenciar oportunidades para el cacao

El Perú tiene la mayor diversidad genética del mundo y posee una gran variedad de flora y fauna en todo el territorio peruano (Promperu, 2020) y esto nos ha permitido que varios de nuestros productos sean reconocidos a nivel internacional, y estar entre los principales países agroexportadores para una gran variedad de productos como la quinua, palta, arándanos, mango, café y también, cacao.

En relación con el cacao peruano, tenemos una gran variedad de productos de exportación [1] incluyen no solo al cacao en grano, tostado, sino derivados como la manteca, licores, entre otros.

A nivel de producción, el Perú es uno de los principales centros del origen del cacao, con más de 60% de las variedades de cacao que existen en el mundo. Se produce en 13 regiones del país, siendo 7 las regiones que concentran alrededor del 91% de la producción nacional.



Cynthia Sánchez: La inclusión laboral de la comunidad LGBTIQ+



Yusith Vega: Compliance, escudo empresarial ante la corrupción

Calidad del cacao

Asimismo, es importante resaltar la alta calidad del grano de cacao peruano, al ser reconocido por la Organización Internacional del Cacao como un país que tiene producción de cacao fino y de aroma, y también, al ser premiado en prestigiosos concursos del mundo por la calidad del producto peruano.

Por ejemplo, en el International Chocolate Awards 2017, el Perú se llevó más de 28 medallas de oro, plata y bronce en diferentes categorías (Promperu, 2020). Tenemos un producto de alta calidad y que es reconocido a nivel internacional.

Es importante resaltar que las exportaciones son un incentivo para el bienestar macroeconómico y microeconómico del país al estimular el crecimiento económico (Leonidou, Palihawadana, & Theodosiou, 2011) y por ello, es importante que las empresas se internacionalicen.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que el desarrollo exportador de las empresas puede tener una serie de obstáculos que repercuten negativamente en el desempeño exportador (Czinkota, 1996).

Internacionalización

Para este proceso de internacionalización es necesario que las empresas adquieran habilidades que les permitan identificar adecuadamente el potencial de sus productos y así, utilizar los recursos y capacidades que posee para mejorar el desempeño en los mercados destino (Johanson & Vahlne, 2003).

El cacao y sus derivados tienen como principales destinos a Estados Unidos, Países Bajos, Bélgica, Indonesia y Alemania.

Sin embargo, a pesar del gran crecimiento de las exportaciones, las empresas exportadoras tienen un comportamiento esporádico debido a que no exportan durante varios años consecutivos (Malca & Rubio, 2013) y este comportamiento se observa en diferentes sectores y las empresas dedicadas a la exportación del cacao presentan este comportamiento también.

Este comportamiento se debe a diferentes obstáculos que encuentran las empresas en los mercados destinos y que son importantes de analizar para proponer soluciones.

Para poder mejorar la participación de las empresas exportadoras de cacao y así, el desempeño exportador es importante desarrollar diferentes mecanismos que las apoyen en su proceso de internacionalización. (Haddoud, Jones, & Newbery, 2017).

Mecanismos

Por un lado, es importante conocer en qué etapa se encuentra la empresa exportadora y así, proporcionar los mecanismos adecuados para mejorar su participación en los mercados internacionales.

Como primer paso, se puede brindar información a las empresas, que permitan conocer las características de los mercados destino, los diferentes requisitos que deben cumplir los productos para ingresar a estos mercados.

Este primer paso permitirá que las empresas se preparen, realicen las modificaciones necesarias a su proceso de producción y así, cumplan con los requisitos para ingresar a diferentes mercados internacionales.

Al preparar la producción, las empresas se fortalecen y van desarrollando conocimiento sobre cómo potenciar las características del producto que tienen y prepararse para la competencia internacional.

Este sería un paso importante para las empresas exportadoras de cacao para que conozcan y resalten las características únicas de su producto y conozcan cuáles son los principales destinos a los cuáles dirigirse y con todas las mejoras que realicen, mejorar el desempeño exportador.

Asimismo, **un segundo paso, conectar a los empresarios peruanos con compradores internacionales.** Este mecanismo que permite relacionar a empresarios peruanos con empresarios locales y con compradores internacionales es muy relevante para el crecimiento y desarrollo de capacidades de las empresas, al conocer del mismo comprador las necesidades que tienen y también, conocer las preferencias de los consumidores internacionales.

De esta manera, **podremos desarrollar productos con valor agregado como el licor de cacao con una mayor posibilidad de éxito** porque conoceremos cuales son los gustos y preferencias del consumidor final y así, preparar la producción de acuerdo con las necesidades de los mercados internacionales.

Estas dos herramientas son vitales para potenciar las exportaciones de nuestros productos y considerando que tenemos una gran variedad de productos del cacao que se exportan, como pasta de cacao, licor de cacao, entre otros es vital y necesario que las empresas exportadoras adquirieran estos conocimientos y así, incrementar sus oportunidades de éxito.

[1] Capítulo 18