



“Caracterización de la Cadena de Valor Agroalimentario del Cacao (*Theobroma cacao* L.) como uno de los Principales Rubros en la Economía Ecuatoriana”

Molina Gavilanes, Mónica Nathaly

Departamento de Ciencias de la Vida y de la Agricultura

Carrera de Ingeniería Agropecuaria Santo Domingo

Trabajo de Integración

Curricular, previo a la Obtención del Título de Ingeniería Agropecuaria.

Econ. Montero Berrú, Mercedes Beatriz

16 de agosto del 2021



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Final-Characterización-de-la-Cadena-de-Valor
 Agroalimentario-del-Cacao Theobroma-cacao-L. como
 uno-de-los-Principales-Rubros-en-la-Economía-ecuatoriana
 sin bibliografía.pdf (D111257670).

Submitted: 8/13/2021 6:47:00 PM
 Submitted By: mbmontero@espe.edu.ec
 Significance: 3 %

Sources included in the report:

URL: <https://www.fontagro.org/wp-content/uploads/2019/03/2018-CacaoDocFinal.pdf> Fetched: 11/9/2019 7:55:46 PM  5

URL: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17270/1/62372_1.pdf Fetched: 1/16/2021 2:27:23 PM  1

URL: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18796/1/Monograf%C3%ADa%20Ma%20Ferna%20Molina%20Ardila.pdf> Fetched: 1/20/2021 5:17:34 AM  1

URL: http://cadenacacaoca.info/CDOC-Deployment/documentos/Modelo_de_empresa_asociativa_acopiadora_de_Cacao_Fino_de_Aroma.compressed.pdf Fetched: 2/7/2021 12:00:53 AM  1

URL: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12503/4/DinamicaDeLaComercializacionDelCacaco.pdf> Fetched: 3/4/2021 12:42:23 AM  1

URL: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/40670/1/TGONZALEZ%20REYES%20CARMELINA%20Y%20MEDINA%20INDACOCHA%20MARIA.pdf> Fetched: 12/19/2020 7:42:23 AM  1

URL: <https://de.slideshare.net/GemyZambrano1/final-de-proyecto-pis> Fetched: 4/5/2020 6:38:25 AM  1

Firma

Firmado electrónicamente por:



MERCEDES BEATRIZ
 MONTERO BERRU

Montero Berrú, Mercedes Beatriz Econ.

C.C.1707884662



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA VIDA Y LA AGRICULTURA

CARRERA DE INGENIERÍA AGROPECUARIA SANTO DOMINGO

Certificación

Certifico que el trabajo de Integración Curricular , “**CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR AGROALIMENTARIO DEL CACAO (*Theobroma cacao L.*) COMO UNO DE LOS PRINCIPALES RUBROS EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA**” fue realizado por las señoritas **Molina Gavilanes, Mónica Nathaly** el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Santo Domingo de los Tsáchilas, 16 de agosto del 2021

Firma



Firmado electrónicamente por:
**MERCEDES
BEATRIZ MONTERO
BERRU**

Montero Berrú, Mercedes Beatriz Econ.

C.C.1707884662



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA VIDA Y LA AGRICULTURA
CARRERA DE INGENIERÍA AGROPECUARIA SANTO DOMINGO

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Molina Gavilanes Mónica Nathaly, con cedula de ciudadanía n°2300154271 , declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de Integración Curricular : **"CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR AGROALIMENTARIO DEL CACAO (*Theobroma cacao L.*) COMO UNO DE LOS PRINCIPALES RUBROS EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA"** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Santo Domingo de los Tsáchilas, 16 de Agosto del 2021

Molina Gavilanes Mónica Nathaly

C.C. 2300154271



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA VIDA Y LA AGRICULTURA
CARRERA DE INGENIERÍA AGROPECUARIA SANTO DOMINGO

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo **Molina Gavilanes Mónica Nathaly**, con cédula de ciudadanía n°2300154271, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de Integración Curricular: "CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR AGROALIMENTARIO DEL CACAO (*Theobroma cacao L.*) COMO UNO DE LOS PRINCIPALES RUBROS EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA" en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Santo Domingo de los Tsáchilas, 16 de Agosto del 2021

Molina Gavilanes Mónica Nathaly

C.C. 2300154271

Dedicatoria

En primer lugar a Dios por darme la sabiduria, fuerzas para seguir adelante y lograr culminar esta meta que me propuse.

A mis amados Padres Galo y Hortencia que gracias a su apoyo incondicional y sacrificios en mi etapa de estudio me ayudaron, brindandome sus consejos sabios para asi poder culminar mi meta sin el apoyo de ustedes no hubiese sido posible lograrlo.

A mi compañero de vida Boris el cual ha estado firme apoyandome con su cariño sincero, amor incondicional y paciencia siempre que lo necesite estuvo ahi para darme animos y no darme por vencida de mi meta propuesta.

A mi amada hija Daysi que desde que supe que venias a este mundo fue un motor mas para luchar en alcanzar esta meta, eres mi rayito de luz cuando mi vida se pone en tinieblas y creo que no hay solucion ni salida, tu me guias y me das fuerzas para no decaer.

A mi tia Bachita por ser como mi segunda madre estar al pendiente brindandome sus animos y cariño sincero.

A mis queridas hermanas de otra mami Kathy, Pao, Dayis, Gaby, Cris, Jesi que siempre estuvieron ahi apoyandome dandome animos en mi vida estudiantil hasta el final.

A la señora Amy, Don Wilmer y a mi Majito hermosa quienes me abrieron las puertas de su hogar, brindandome su cariño y por considerarme como su familia mil gracias.

A mi querido amigo Adrian por brindarme su amistad sincera su apoyo en los momentos que lo he necesitado.

Monica

Agradecimiento

A la Universidad de las Fuerzas Armadas –ESPE, que ha sido parctcipe de la formacion de conocimientos teoricos y practicos en mi carrera de Ingenieria Agropecuaria.

A mis queridos Tutores Santiago Artiaga y Mercedes Montero por dedicarme su tiempo y colaboracion durante la elaboracion, desarrollo y culminacion de mi proyecto de investigacion.

A mis queridos suegros Abel y Flerida por apoyarme cuando los he necesitado mil gracias.

Monica

Índice de Contenidos

Caratula.....	1
Análisis de Urkund.....	2
Certificación.....	3
Autoría de responsabilidad.....	4
Autoria de Publicacion.....	5
Dedicatoria	6
Agradecimiento	7
Índice de Contenidos.....	8
Índice de Tablas	11
Índice de Figuras.....	13
Resumen.....	15
Abstract.....	16
Capítulo I.....	17
Introducción.....	17
Objetivos.....	18
<i>Objetivo General</i>	18
<i>Objetivos Específicos</i>	18
Capítulo II.....	19
Revisión de Literatura.....	19
Caracterización del Rubro en Ecuador (Aspectos Agronómicos, Sociales, Económicos).....	19
Análisis Detallado de la Estructura y Funcionamiento de los Distintos Eslabones que Integran la Cadena de Valor del Cacao en Ecuador.	21
<i>Productor</i>	21
<i>Intermediario</i>	25

<i>Exportador</i>	27
<i>Transportista</i>	31
<i>Importador</i>	32
<i>Mayorista</i>	33
<i>Supermercado</i>	34
<i>Consumidor</i>	36
Elaboración de un Diagnóstico de la Comercialización del Cacao y sus Principales Mercados	37
Realización de una Evaluación In-Situ sobre las Principales Problemáticas que Afronta el Sector.	39
Capitulo III	41
Metodología	41
Tipo de investigación.....	41
Modalidad de investigación bibliográfica	41
Investigación de campo	41
Población y muestra	42
Tamaño de la muestra.....	42
<i>Cálculo para productores</i>	43
<i>Cálculo para exportadores</i>	43
<i>Cálculo para consumidores</i>	44
Modelo de encuesta para cada uno de los eslabones en el cultivo de cacao.....	44
<i>Encuesta a productores</i>	45
<i>Encuesta exportadores</i>	47
<i>Encuesta consumidor</i>	49
Resultado	51
Productores	51

	10
Exportadores	61
Consumidores.....	71
Capitulo IV.....	81
Discusiones	81
Para productores	81
Para exportadores	83
Para consumidores	85
Capitulo V.....	87
Conclusiones y Recomendaciones	87
Conclusiones.....	87
Recomendaciones.....	89
Capitulo VI.....	90
Bibliografía	90

Indice de Tablas

Tabla 1. Pregunta #1 encuesta para los productores.....	51
Tabla 2. Pregunta #2, encuesta para los productores.....	52
Tabla 3. Pregunta #3, encuesta para los productores.....	53
Tabla 4. Pregunta #4, encuesta para los productores.....	54
Tabla 5. Pregunta #5, encuesta para los productores.....	55
Tabla 6. Pregunta #6, encuesta para los productores.....	56
Tabla 7. Pregunta #7, encuesta para los productores.....	57
Tabla 8. Pregunta #8, encuesta para los productores.....	58
Tabla 9. Pregunta #9, encuesta para los productores.....	59
Tabla 10. Pregunta #10, encuesta para los productores.....	60
Tabla 11. Pregunta #1, encuesta para los exportadores.....	61
Tabla 12. Pregunta #2, encuesta para los exportadores.....	62
Tabla 13. Pregunta #3, encuesta para los exportadores.....	63
Tabla 14. Pregunta #4, encuesta para los exportadores.....	64
Tabla 15. Pregunta #5, encuesta para los exportadores.....	65
Tabla 16. Pregunta #6, encuesta para los exportadores.....	66
Tabla 17. Pregunta #7, encuesta para los exportadores.....	67
Tabla 18. Pregunta #8, encuesta para los exportadores.....	68
Tabla 19. Pregunta #9, encuesta para los exportadores.....	69
Tabla 20. Pregunta #10, encuesta para los exportadores.....	70
Tabla 21. Pregunta #1 encuesta para los consumidores	71
Tabla 22. Pregunta #2 encuesta para los consumidores	72
Tabla 23. Pregunta #3, encuesta para los consumidores	73
Tabla 24. Pregunta #4, encuesta para los consumidores	74
Tabla 25. Pregunta #5, encuesta para los consumidores	75

Tabla 26. Pregunta #6, encuesta para los consumidores	76
Tabla 27. Pregunta #7, encuesta para los consumidores	77
Tabla 28. Pregunta #7, encuesta para los consumidores	78
Tabla 29. Pregunta #9, encuesta para los consumidores	79
Tabla 30. Pregunta #10, encuesta para los consumidores	80

Indice de Figuras

Figura 1. Mapa Mundial de la Producción de Cacao.....	20
Figura 2. Superficie, Producción y Rendimiento de Cacao en Ecuador desde 2010 al 2019.	20
Figura 3. Número de Hectáreas en los Últimos 10 Años de Cacao en Ecuador.	22
Figura 4. Superficie Cosechada por Provincia en Ecuador.	22
Figura 5. Superficie Sembrada, Producción y Rendimiento de Cacao en Ecuador.	23
Figura 6. Numero de Agricultores de Cacao en América Latina y el Caribe.....	24
Figura 7. Número de Empresas Dedicadas al Cultivo y Elaboración de Derivados de Cacao en Ecuador.....	25
Figura 8. Cifras de Exportación de Cacao en Ecuador.	27
Figura 9. Exportación de Cacao en sus Diferentes Tipos, en USD y KILOS.	28
Figura 10. Valor de FOB de Cacao en Grano Exportado en Ecuador.....	29
Figura 11. Top 10 de Exportadores de Cacao en USD y KILOS.....	30
Figura 12. Principales Empresas Exportadoras en el 2020.....	30
Figura 13. Principales Destinos de Exportaciones de Cacao en Ecuador.....	31
Figura 14. Principales Líneas Navieras que Operan en Ecuador del 2010 al 2015.....	32
Figura 15. Importaciones de Cacao desde el 2016 al 2020 en Ecuador.	33
Figura 16. Países de Origen de Importaciones en 2019 en Ecuador.	33
Figura 17. Consumo Mundial de Chocolate Per Cápita.	36
Figura 18. Pregunta #1, encuesta para los productores.	51
Figura 19. Pregunta #2, encuesta para los productores.....	52
Figura 20. Pregunta #3, encuesta para los productores.....	53
Figura 21. Pregunta #4, encuesta para los productores.....	54
Figura 22. Pregunta #5, encuesta para los productores.....	55
Figura 23. Pregunta #6, encuesta para los productores.....	56

Figura 24. Pregunta #7, encuesta para los productores.....	57
Figura 25. Pregunta #8, encuesta para los productores.....	58
Figura 26. Pregunta #9, encuesta para los productores.....	59
Figura 27. Pregunta #10, encuesta para los productores.....	60
Figura 28. Pregunta #1, encuesta para los exportadores.....	61
Figura 29. Pregunta #2, encuesta para los exportadores.....	62
Figura 30. Pregunta #3, encuesta para los exportadores.....	63
Figura 31. Pregunta #4, encuesta para los exportadores.....	64
Figura 32. Pregunta #5, encuesta para los exportadores.....	65
Figura 33. Pregunta #6, encuesta para los exportadores.....	66
Figura 34. Pregunta #7, encuesta para los exportadores.....	67
Figura 35. Pregunta #8, encuesta para los exportadores.....	68
Figura 36. Pregunta #9, encuesta para los exportadores.....	69
Figura 37. Pregunta #10, encuesta para los exportadores.....	70
Figura 38. Pregunta #1, encuesta para los consumidores.	71
Figura 39. <i>Pregunta #2, encuesta para los consumidores</i>	72
Figura 40. <i>Pregunta #3, encuesta para los consumidores</i>	73
Figura 41. <i>Pregunta #4, encuesta para los consumidores</i>	74
Figura 42. <i>Pregunta #5, encuesta para los consumidores</i>	75
Figura 43. <i>Pregunta #6, encuesta para los consumidores</i>	76
Figura 44. <i>Pregunta #7, encuesta para los consumidores</i>	77
Figura 45. <i>Pregunta #8, encuesta para los consumidores</i>	78
Figura 46. <i>Pregunta #9, encuesta para los consumidores</i>	79
Figura 47. <i>Pregunta #10, encuesta para los consumidores</i>	80

Resumen

La presente investigación es de tipo descriptiva para la Caracterización de la cadena de valor agroalimentario del cacao (*Theobroma cacao L.*) como uno de los principales rubros en la economía ecuatoriana, el estudio se lo realizó mediante la formulación de encuestas dirigidas a los tres eslabones principales de la producción de cacao productores, exportadores y consumidores, indagando la situación actual de los productores de cacao, su destino y el manejo post cosecha, su valor agregado y la industrialización que se le da en el país y la tendencia de consumo por parte de los consumidores, obteniendo los siguientes resultados: productores edad promedio 45-55 años, poseen alrededor de 5 a 10 Ha, siembran la variedad CCN-51 con producción semestral de 20qq, venden sus productos en grano seco a los intermediarios obteniendo ingresos semestrales de más de 300\$, los factores que más afectan la producción es la presencia de enfermedades teniendo un gasto semestral entre 200-300USD y 10-20 jornales, exportadores: la variedad de demanda internacional es el cacao fino de aroma en grano seco, la mayor demanda en el segundo semestre del año su principal destino Indonesia, en el primer semestre del 2021 se han exportado de 2-5 TM, la principal amenaza de exportación son los aranceles aduaneros, los representantes del exterior es su fuerte, el grado de afectación por el covid-19 fue de 1-10%, consumidores: el consumo de chocolate es semanal en forma de chocolate negro de buena calidad, la marca más conocida es Pacari, el mayor grupo son jóvenes (18-35 años), adquiriendo los productos a los artesanos con valores que oscilan entre 1-3USD, dándole una calificación de excelente a nuestro cacao.

PALABRAS CLAVE

- **CACAO**
- **CADENA DE VALOR**
- **ARANCELES**

Abstract

The present investigation is descriptive for the Characterization of the agrifood value chain of cacao (*Theobroma cacao* L.) as one of the main Items in the ecuadorian economy, the study was carried out through the formulation of surveys directed to the three links of cocoa production producers, exporters and consumers, investigating the current situation of cocoa producers, their destination and post-harvest management, their added value and the industrialization that occurs in the country and the trend of consumption by part of the consumers, obtaining the following results: producers average age 45-55 years, they own around 5 to 10 Ha, they sow the CCN-51 variety with a semi-annual production of 20qq, they sell their products in dry grain to intermediaries obtaining semi-annual income of more than \$ 300, the factors that most affect production is the presence of diseases, having a semester expense between 200-300USD and 10-20 journals, exporters: the variety of international demand is the fine aroma cocoa in dry beans, the highest demand in the second half of the year its main destination Indonesia, in the first half of 2021 they have exported 2-5 MT, the main export threat are customs duties, foreign representatives are their strong suit, the degree of affectation by covid-19 was 1-10%, consumers: the consumption of chocolate is weekly in the form of good quality dark chocolate, the best known brand is Pacari, the largest group are young people (18-35 years old), acquiring products from artisans with values ranging between 1-3USD, giving our cocoa an excellent rating.

KEYWORDS

- **COCOA**
- **VALUE CHAIN**
- **DUTY**

Capítulo I

Introducción

En Ecuador el cacao es de vital importancia para la economía del país, pero hasta la fecha no existen investigaciones que permitan conocer su cadena de valor agroalimentaria, la falta de estudio referente a la producción nacional y por ende provincial del cacao se refleja por falta de políticas sectoriales, ocasionando un desbalance en los eslabones de comercio, en especial el precio del cacao, siendo importante estudiar el perfil de la cadena agroalimentaria, al igual que la incidencia económica, social y ambiental que tiene este producto agrícola en las diferentes zonas donde se produce, el cacao desde la perspectiva de mercado tiene algunos inconvenientes, especialmente por la competencia mundial y por el número mínimo de empresas que se dedican a la exportación por falta de conocimiento, solvencia, e incentivo, que no permiten que los productores se proyecten a desarrollar productos elaborados a base de cacao, de tal manera esta investigación se centra en caracterizar la cadena de valor agroalimentaria del cacao (*Theobroma cacao* L.) como uno de los principales rubros en la economía del país, con el fin de identificar la situación actual de los productores de cacao, para poder proponer un análisis de mejora en la cadena agroalimentaria, determinado sus actores directos e indirectos y poder contribuir al enriquecimiento del material bibliográfico que sirva como guía para los productores que tienen limitantes y problemas dentro del proceso de producción y comercialización del cacao partiendo de la concepción teórica de la cadena agroalimentaria, para comprender las razones del nivel de competitividad. La investigación tendrá un enfoque cuantitativo con una metodología de tipo descriptiva, mediante la cual se recopilará información necesaria para poder realizar el diagnóstico específico de la cadena productiva del cacao, su funcionamiento, aspectos y relaciones de los actores de esta.

Objetivos

Objetivo General

- Caracterizar la cadena de valor agroalimentaria del cacao (*Theobroma cacao L.*) como uno de los principales rubros en la economía ecuatoriana.

Objetivos Específicos

- Identificar la situación actual de los productores del cacao (*Theobroma cacao L.*) para posteriormente proponer el análisis de una mejora en la cadena agroalimentaria.
- Determinar los actores directos e indirectos de la cadena de valor agroalimentaria del cacao (*Theobroma cacao L.*).
- Contribuir al enriquecimiento del material bibliográfico brindando un instrumento o guía para los productores que desarrollan este cultivo como rubro económico dentro de sus hogares.

Capítulo II

Revisión de Literatura

Caracterización del Rubro en Ecuador (Aspectos Agronómicos, Sociales, Económicos).

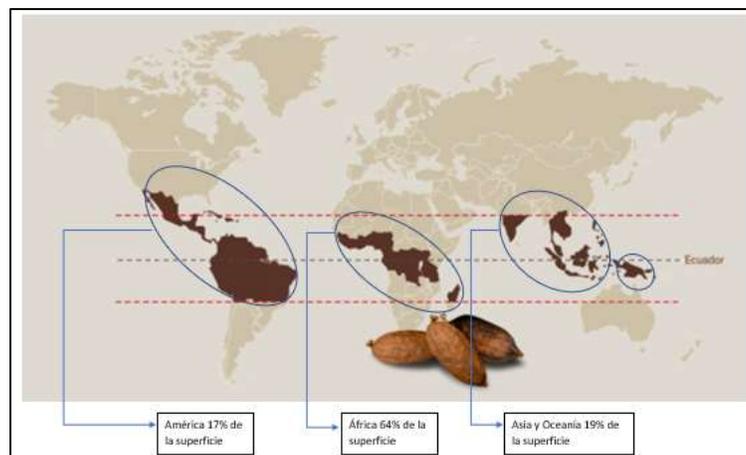
El cacao se cultiva en regiones cálidas y húmedas en más de 50 países ubicados en cuatro continentes (África, América, Asia y Oceanía); 23 de ellos son países de América en los cuales se produce cacao a nivel comercial, siendo este un cultivo de gran importancia económica, social, ambiental, y particularmente cultural, para los territorios en donde se produce (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), 2017).

El continente africano es responsable del 64 % de la superficie sembrada de cacao; en América contribuyen con el 17 % del área sembrada de cacao; Asia y Oceanía aportan el 19 % de la superficie sembrada (Organización Internacional del Cacao (ICCO), 2016).

En América, el cacao se lo cultiva desde México hasta Brasil; este último es el más importante en hectáreas sembradas, ya que representa el 40% del total de la región, los países que le siguen en cantidad de hectáreas sembradas son Ecuador (24%), Colombia (9%), República Dominicana (9%), Perú (6%) y Venezuela (4%) (FONTAGRO, 2019).

Figura 1.

Mapa Mundial de la Producción de Cacao.

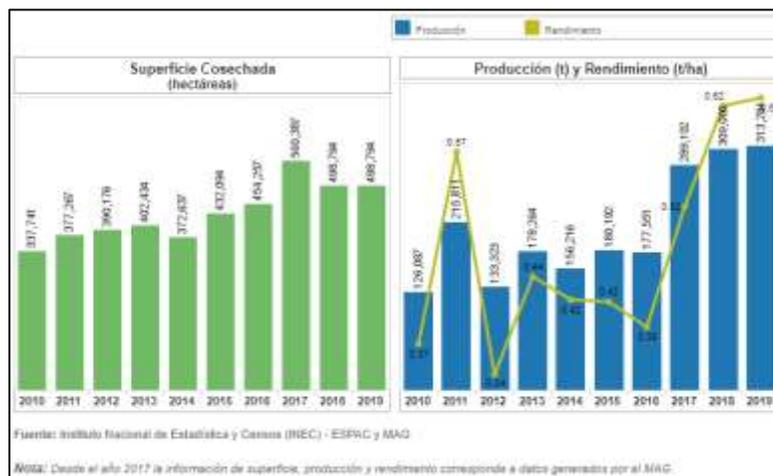


Fuente: Elaboración Personal a partir de datos de ICCD, 2016.

Según investigaciones realizadas por Moreira (2019), el número de ha sembradas en el Ecuador superan los 467,327 conformando el 80% de pequeños y medianos productores, de igual forma la siguiente grafica detalla valores desde el 2010 al 2019 de la superficie cosechada (Ha), producción (t) y rendimiento (Ha) (M.A.G., 2019)

Figura 2.

Superficie, Producción y Rendimiento de Cacao en Ecuador desde 2010 al 2019.



Fuente: (M.A.G., 2019)

La actividad comercial en el Ecuador se ha caracterizado por la exportación de productos agrícolas primarios, lo que ha permitido al país posicionarse desde la década de los 60 del siglo XX como uno de los principales exportadores de materia prima agrícola (Hernandez & Zambrano, 2019).

Es importante conocer que el género predominante entre los productores de cacao es el género masculino en un estudio realizado por Carranza, Angulo, Cedeño, & Prado, (2020) mencionaron que el 64% de un total de 383 productores encuestados, equivale al género masculino, al igual Anzulez, Borjas, Castro, & Julca, (2018) en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas muestrearon a 450 productores obteniendo el 78% de género masculino.

Análisis Detallado de la Estructura y Funcionamiento de los Distintos Eslabones que Integran la Cadena de Valor del Cacao en Ecuador.

A través de un análisis en la cadena de valor de cacao, las actividades desde la producción hasta la entrega final del producto al consumidor, permite entender cómo funciona la cadena a grandes rasgos y sus posibles efectos en los sistemas.

Aun cuando el país consta con programas que brindan modernización agrícola por medio de nueva tecnología, iniciativas económicas y no económicas, no hay resultados significativos en cuanto al desarrollo social, con el fin de mejorar su calidad de vida (Samaniego, 2019).

Productor

De acuerdo con el informe del Ministerio de Agricultura y Ganadería (2021), se obtienen datos que hacen referencia al uso de la Tierra, teniendo la siguiente figura:

Figura 3.

Número de Hectáreas en los Últimos 10 Años de Cacao en Ecuador.

Uso de la tierra (ha)	2009	2019	Variación	Participación 2019
*Cultivos Permanentes	1,349,258	1,439,504	▲ 7 %	12 %
** Cultivos Transitorios	1,028,623	769,708	▼ -25 %	7 %
Descanso	170,776	219,492	▲ 29 %	1 %
Pastos cultivados	3,561,947	1,985,494	▼ -44 %	19 %
Pastos naturales	1,423,946	915,843	▼ -36 %	6 %
Páramos	498,438	270,986	▼ -46 %	3 %
Montes y Bosques	3,548,734	6,040,896	▲ 70 %	47 %
Otros usos	232,596	662,305	▲ 185 %	6 %
Total	11,814,318	12,304,226	▲ 4 %	100 %

Fuente: INEC

* Cultivos permanentes: Banano, cacao, café, caña de azúcar, maracuyá, naranja, palma africana, plátano, tomate de árbol, otros permanentes

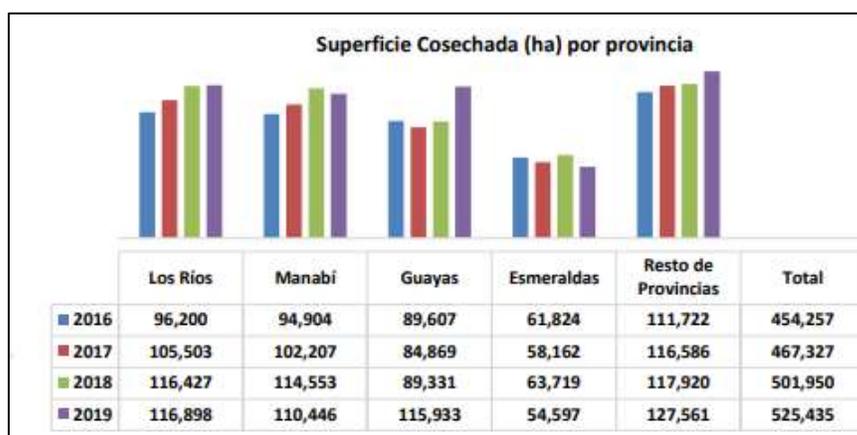
** Cultivos transitorios: Arroz, arveja, brócoli, cebada, cebolla blanca, fréjol, haba, maíz duro, maíz suave, papa, quinua, soya, tomate riñón, trigo, yuca, otros transitorios

Fuente: (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021).

La cadena de valor del cacao está diseñada en primera parte por el productor, en el estudio realizado por la CFN (2020), en cuanto a la producción que existe por provincia, se puede observar datos desde el 2016 al 2019, teniendo un incremento del 16% de superficie cosechada.

Figura 4.

Superficie Cosechada por Provincia en Ecuador.



Fuente: (CFN, 2020).

De acuerdo con el (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021), tenemos los siguientes datos de la superficie, producción y rendimiento, teniendo lo siguiente:

Figura 5.

Superficie Sembrada, Producción y Rendimiento de Cacao en Ecuador.

Principales cultivos, 2019			
Cultivo	Superficie Sembrada (ha)	Producción (t)	Rendimiento (t/ha)
Cacao (almendra seca)	498,794	313,284	0.63
Arroz (en cáscara)	288,797	1,668,523	5.78
Maíz Duro Seco (grano seco)	274,465	1,801,766	6.56
Palma Aceitera (fruta fresca)	246,574	2,275,948	11.33
Banano (fruta fresca)	190,381	6,583,477	35.91
Plátano (fruta fresca)	160,262	749,450	5.52
Caña de Azúcar para Azúcar (tallo fresco)	126,246	9,257,700	76.00
Maíz Suave Seco (grano seco)	48,386	61,275	1.37
Fréjol Seco (grano seco)	25,253	14,743	0.61
Papa (tubérculo fresco)	22,107	517,655	23.42

Fuente: INEC, MAG-SIPA

Nota: Los productos seleccionados representan el 85% de la superficie nacional sembrada con cultivos permanentes y transitorios.

Fuente: (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021).

En los últimos 10 años la superficie mundial destinada a la producción de cacao creció en un millón y medio de hectáreas (1 500 000 ha), con una tasa de crecimiento aproximada del 2 % anual, situación generada principalmente por las inversiones en siembra realizada en Costa de Marfil, Nigeria, Camerún y especialmente en Indonesia, país que duplica su superficie de cacao, logrando incorporar más de 800 000 ha; estos 4 países explican más del 95 % del incremento del área cacaotera mundial (Quinde, Bucaram, Bucaram, & Bueno, 2019).

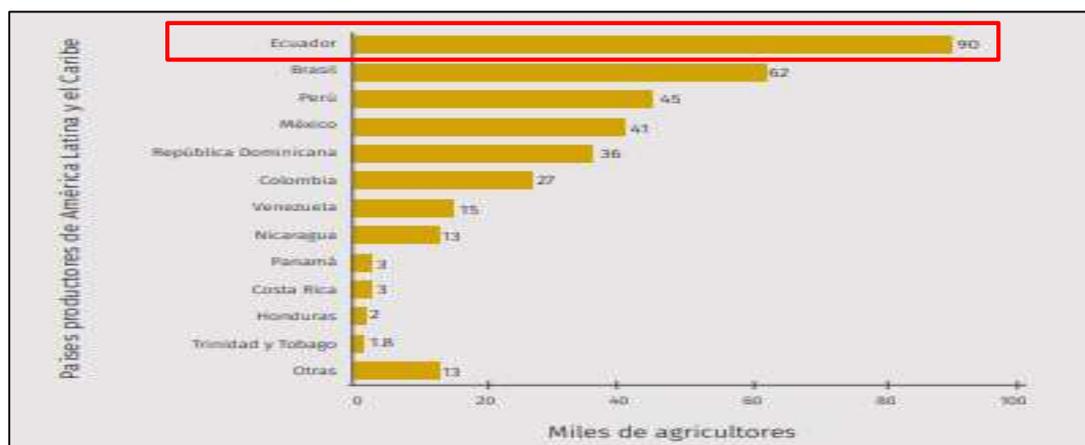
La producción agrícola en la provincia de Esmeraldas representa el 29% de las actividades económicas de esta región, de ellos la producción de cacao involucra a alrededor de 15.000 familias, mismas que en su mayoría son pequeñas productoras; es decir, manejan plantaciones de menos de 5 hectáreas y encuentran en los cultivos de

cacao su única fuente de ingreso familiar, Esmeraldas ocupa el cuarto lugar en superficie sembrada en cuanto a cacao a nivel nacional, la provincia produce un estimado de 525.000 quintales de cacao al año, mismos que representan 52.5 millones de dólares en ventas, según la Mesa Provincial de Cacao en Esmeraldas (MAG., 2019).

Entre los años 2006 y 2016 la producción de cacao en América se ha duplicado, básicamente por la expansión de producción en Ecuador, Perú, República Dominicana y Colombia, tendencia contraria a lo que ocurre a nivel mundial, la producción mundial del cacao ha sido desarrollada a partir de semillas y materiales de propagación provenientes de Sudamérica (centro de origen), difundidos en África, Asia, Oceanía, Mesoamérica y el Caribe (FONTAGRO, 2019).

Figura 6.

Numero de Agricultores de Cacao en América Latina y el Caribe.

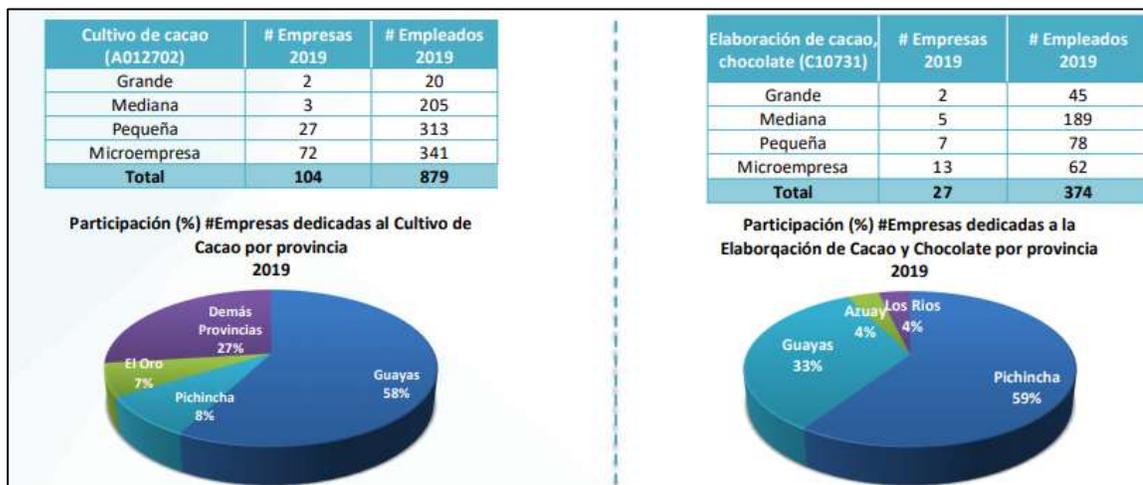


Fuente: (FONTAGRO, 2019).

Durante el 2019 el sector cacaotero estuvo conformado por 131 empresas, de las cuales el 79% se dedicaron al cultivo de cacao y las demás a la industria manufacturera, el mismo año el sector reportó 1,253 plazas de empleo, siendo las MiPymes las que abarcan el 95% de las plazas registradas.

Figura 7.

Número de Empresas Dedicadas al Cultivo y Elaboración de Derivados de Cacao en Ecuador.



Fuente: (CFN, 2020).

Intermediario

Luego de terminar con el primer eslabón comprendido por el productor, después de la cosecha y tener lista la materia prima para la venta, están los intermediarios que son quienes negocian precios y calidad para el cliente, el comercio local de cacao involucra un gran número de intermediarios, que por lo general trabajan con comisión para grandes comerciantes o subsidiarias de corporaciones nacionales (Samaniego, 2019).

Es importante mencionar que hay varios tipos de intermediarios en esta cadena, los que se ubican en las zonas de producción y los otros que recorren todas las zonas, por lo menos hay dos intermediarios entre agricultor y exportador, los pequeños intermediarios y los mayoristas, los pequeños intermediarios tienen negocios directos con los agricultores y por otro lado los mayoristas revenden a los exportadores (Diario La Hora, 2015).

En el otro extremo de la cadena de comercialización del cacao, el grano se vende directamente al exportador, esto se lo hace a través de la participación de asociaciones o cooperativas de productores y, en ocasiones, estas agrupaciones gremiales exportan directamente (Diario La Hora, 2015).

El conocimiento de los pequeños productores para comercializar y negociar directamente con los clientes es limitado, muchos de ellos no han estudiado y mantienen su producción en familia estos pequeños productores tienen un sistema productivo diversificado, producen cacao y otros cultivos de ciclos cortos o perennes (Lopez, 2019).

Esto podría tener como consecuencias que el productor no se enfoque tanto en el cacao, disminuyendo la calidad de este, los productores a pequeña escala son considerados el eslabón más débil de la cadena, debido a que son los más vulnerables a cualquier cambio con respecto a calidad, precio, regulaciones, certificaciones, al no tener ningún tipo de poder dentro de la cadena de cacao, solo deben cumplir con las exigencias de sus compradores para seguir en el mercado (Samaniego, 2019).

Aunque no existe un número exacto de intermediarios de cacao en el país, podemos mencionar que el 12% de la producción es destinada a un intermediario, centro de acopio, o comerciante, esto de acuerdo con el análisis del (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019).

De igual forma la mayoría de los pequeños productores venden el cacao en baba, puesto que le representa un mayor peso a un precio más bajo, pero en menor tiempo, en algunos casos esto pasa porque el intermediario llega a los predios y realiza el negocio, como lo menciona Torres (2016), al realizar las encuestas y entrevistas, se pudo verificar que los productores de la zona en su mayoría no cuentan con un correcto sistema de comercialización, al tener un proceso post-cosecha un poco rudimentario lo

que causa que los intermediarios o asociaciones no le reconozcan un precio y trato justo.

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2021), los precios del productor de cacao se rigen a precios de exportación, por los varios eslabones que se da en la cadena de valor, teniendo la siguiente grafica.

Figura 8.

Cifras de Exportación de Cacao en Ecuador.

Productos	Productos de Exportación			
	2020 Marzo	2021 Marzo	Variación Anual	PMS*
Banano Cavendish Spot (Caja Aprox. 43 lb)	4.23	7.76	▲ 83 %	6.30
Brócoli (kg)	0.28	0.29	▲ 4 %	
Cacao CCN51 Almendra Seca (qq)	53.55	78.73	▲ 47 %	
Cacao Fino de Aroma Almendra Seca (qq)	93.38	97.04	▲ 4 %	
Café Arábigo Grano Oro (qq)	116.00	112.00	▼ -3 %	
Café Robusta Cereza (qq)	11.60	12.00	▲ 3 %	
Palma de Aceite (t)	116.82	198.82	▲ 70 %	
Plátano Barraganete de Exportación (Caja Aprox. 50 lb)	2.82	2.75	▼ -2 %	7.30

*Precio Mínimo de Sustentación
Fuente: MAG-SIPA

Fuente: (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021).

Exportador

En el año 2020 Diario El Universo, menciona que el sector cacaotero ecuatoriano rompió récords en el volumen de toneladas exportadas, un récord que se tenía del 2018 con 315.000 toneladas y se superó las 345.000 toneladas en el 2020, esto equivale más o menos a un poco más de \$850 millones que entran al Ecuador por cacao.

El cacao de Ecuador no solo tuvo mayores ventas, sino que además incrementó el precio del quintal del cacao. “Por el lado de la parroquia Taura (Naranjal), el precio del grano también oscila por los USD 100, pero dependiendo del tipo de cacao. El cacao CCN 51 está por los USD 85 y el nacional orgánico por USD 110” (El Telégrafo, 2019).

Las exportaciones mensuales, del 2020 se observó que los meses de enero, febrero y marzo, tienen como promedio algo más de 25 mil toneladas métricas, pero hay una caída importante en el mes de abril, donde el nivel de envíos bordea las 19 mil toneladas, esto por las restricciones generadas por el estado de excepción declarado no solamente en Ecuador sino a nivel mundial, por la pandemia del COVID-19, en mayo, se recuperó un poco, sobrepasando las 20 mil toneladas de exportación (LML Consultores, 2020).

Figura 9.

Exportación de Cacao en sus Diferentes Tipos, en USD y KILOS.

EXPORTACIONES CACAO - ECUADOR - ENE-FEB 2020 POR TIPO - EN VALOR US\$ FOB			EXPORTACIONES CACAO - ECUADOR - ENE-FEB 2020 POR TIPO - EN KILOS		
TIPO	VALOR US\$ FOB	%	TIPO	KILOS	%
CACAO GRAND	\$ 125.407.469,34	87%	CACAO GRAND	44.809.352,61	90%
PROCESADOS	\$ 18.099.821,35	12%	PROCESADOS	4.466.569,12	9%
CACAO POLVO	\$ 1.352.986,71	1%	CACAO POLVO	606.901,63	1%
Total general	\$ 144.860.277,40	100%	Total general	49.883.423,36	100%

Fuente: (LML Consultores, 2020).

De igual manera en datos obtenidos por (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021), se realizó un análisis de las exportaciones, teniendo una variación del -3% en el cacao en grano.

Figura 10.

Valor de FOB de Cacao en Grano Exportado en Ecuador.

Principales Productos de Exportación	2020 (Ene-Feb) (Millones USD FOB)	2021 (Ene-Feb) (Millones USD FOB)	Valor FOB	
			Variación (%)	Participación en Total 2021
Banano	634	582	▼ -8 %	47 %
Rosas	134	135	▲ 1 %	11 %
Cacao en grano	115	112	▼ -3 %	9 %
Madera en bruto y elaborados	113	96	▼ -15 %	8 %
Aceite de palma crudo y refinado	27	14	▼ -50 %	1 %
Otras flores y capullos frescos o secos	41	49	▲ 20 %	4 %
Café sin tostar y tostado, café soluble y preparaciones a base de café	7	9	▲ 23 %	1 %
Brócoli congelado	25	26	▲ 2 %	2 %
Otros	269	223	▼ -17 %	18 %
Total Exportaciones Agropecuarias	1,365	1,245	▼ -9 %	

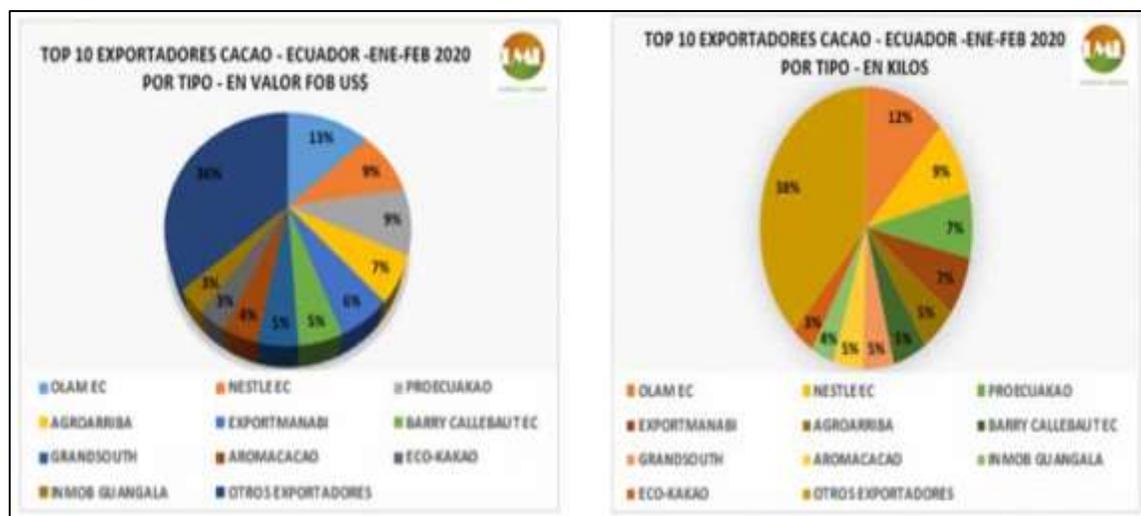
Fuente: (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021).

De acuerdo con la Superintendencia de Compañías, en el 2019 se registraron 26 empresas que se dedican al cultivo y cosecha de cacao, de las cuales siete mantienen sus oficinas en Pichincha, seis en Guayas y cinco en Manabí, sin embargo, de acuerdo con ANECACAO, existen más de 200.000 familias vinculadas a la producción de cacao, pero que no se encuentran formalizadas por diversos motivos, sobre todo porque pertenecen a la agricultura familiar campesina (Cobos, 2021).

De acuerdo con (LML Consultores, 2020), en el período enero – mayo 2020, se exportó un total de 114 mil 899 toneladas de producto, incluyendo cacao procesado y en polvo, el cacao en grano representa el 86% del total de estas exportaciones, los 10 principales exportadores, hacen el 60% del total exportado en este período, la participación de estas empresas incluye los tres tipos de cacao exportado.

Figura 11.

Top 10 de Exportadores de Cacao en USD y KILOS.



Fuente: (LML Consultores, 2020)

Las empresas exportadoras de cacao sí se encuentran dentro de los registros societarios, para el 2020 se contabilizaron 137 empresas que enviaron cacao y sus derivados a mercados internacionales, las cinco principales capturaron 39,3% de los \$ 869 millones exportados.

Figura 12.

Principales Empresas Exportadoras en el 2020.

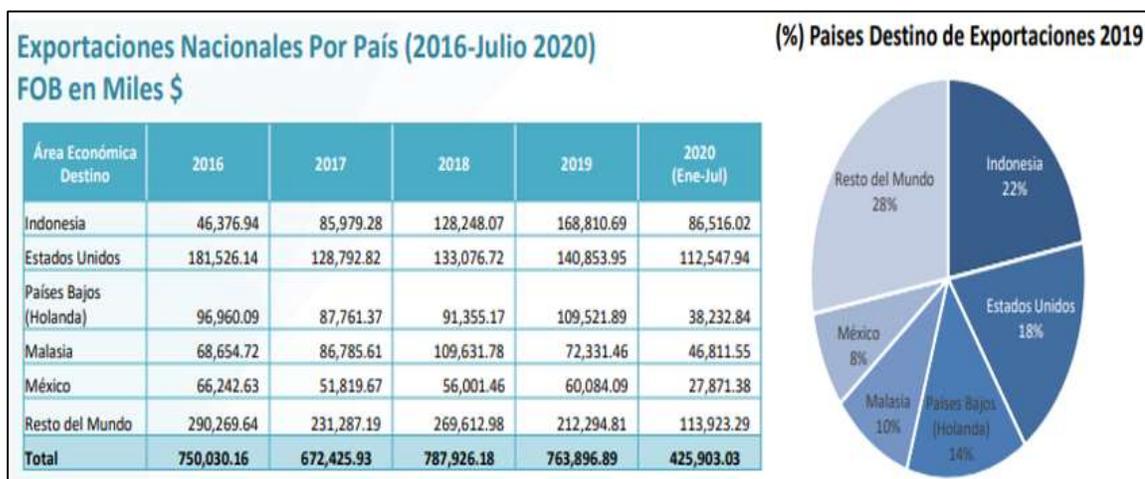


Fuente: (Cobos, 2021).

Ecuador en 2019 exportó \$763.9 millones siendo los principales países de destino: Indonesia (22%) y Estados Unidos (18%), cabe mencionar que en el 2019 Estados Unidos pierde su posición del principal país de destino (CFN, 2020).

Figura 13.

Principales Destinos de Exportaciones de Cacao en Ecuador.



Fuente: (CFN, 2020).

Transportista

Tradicionalmente, el cacao en grano se transportaba en fuertes sacos de fibra de yute. Durante los últimos años, ha ido adquiriendo importancia el transporte a granel, para el cual el cacao suelto se introduce sin apretar en contenedores, se prevé que, con el tiempo, predomine este método de transporte más moderno, que tiene importantes consecuencias para el comercio del cacao, así como para la carga y descarga de los buques (ECA, 2016).

Los puertos a los que llegan los cargamentos de cacao deben tener una ubicación favorable a la industria elaboradora del cacao. Ámsterdam cumple con este requisito. Por este motivo, la región de Ámsterdam es el mayor centro de distribución a nivel mundial (ECA, 2016).

Las líneas navieras su rol es de vital importancia para el transporte marítimo de cacao en grano, en el mercado ecuatoriano existen actualmente 23 líneas navieras con presencia en el país.

De acuerdo con un informe realizado por Nieves en el 2016, detalla el transporte marítimo desde el 2010 al 2015, teniendo estadísticas en TEUS, que es la unidad de medida equivalente a un contenedor de 20 pies, estos datos son del puerto de Guayaquil, teniendo las diferentes líneas navieras que operan dentro del país, exportando cacao en grano a otros países.

Figura 14.

Principales Líneas Navieras que Operan en Ecuador del 2010 al 2015.

Línea Naviera	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL	Participación
MSC	4003	4484	2864	6035	7734	6733	31853	38%
H. SUD	1685	2133	2384	2926	2106	3977	15211	18%
MAERSK	699	2407	1630	2187	2993	4150	14066	17%
HLAG	295	360	1054	1367	1886	1789	6751	8%
CSAV	1853	2568	1124	354	0	0	5899	7%
NYK	377	325	962	360	301	536	2861	3%
EVERGREEN	194	26	343	479	612	638	2292	3%
MOL	127	409	801	79	10	143	1569	2%
APL	500	81	152	121	88	50	992	1%
CMA	51	149	241	201	188	110	940	1%
OTROS	122	18	128	460	194	675	1597	2%
TOTAL	9906	12960	11683	14569	16112	18801	84031	100%

Fuente: (Nieves, 2016).

Importador

En 2018 generó ingresos por alrededor de 766 millones de dólares, resultado de la exportación de unas 313.000 toneladas de cacao en grano, semielaborados y chocolate (MAG, 2019).

De acuerdo con la CFN, 2020 las importaciones fueron de 9.22 miles de toneladas métricas correspondiente a \$43.44 MM en términos FOB, en particular, el volumen de importación de cacao en Ecuador es menor a la cantidad que se exporta.

Figura 15.

Importaciones de Cacao desde el 2016 al 2020 en Ecuador.

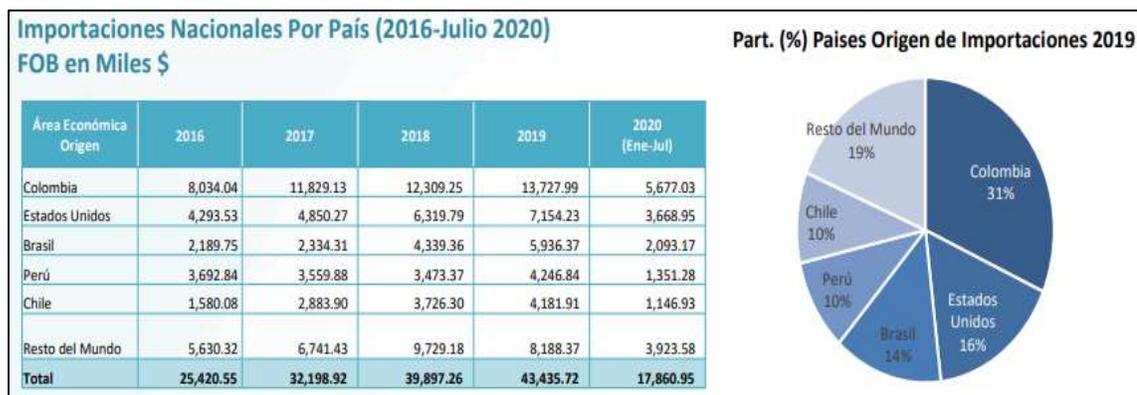


Fuente: (CFN, 2020).

Al igual en el informe realizado por la CFN, se tomó en referencia los países que importan el producto al Ecuador, teniendo a Colombia en primer lugar con un participación del 31%, seguido de Estados Unidos con el 16%.

Figura 16.

Países de Origen de Importaciones en 2019 en Ecuador.



Fuente: (CFN, 2020).

Mayorista

Para el caso del cacao ecuatoriano, el conjunto de actores y etapas involucrados en la elaboración de productos de cacao y distribución hasta llegar a manos de los consumidores finales, en el caso del cacao que es procesado para la obtención de

semielaborados, existe un grupo de empresas que se dedican a esta tarea y a su exportación. Datos del BCE sobre exportaciones de los rubros de semielaborados manteca y pasta de cacao en 2015 registran a 24 exportadores, de los cuales 22 fueron personas naturales o compañías privadas y 2 correspondían a corporaciones u organizaciones campesinas (ESPAE, 2016).

Los principales actores de esta industria comprenden tanto empresas locales, como subsidiarias de corporaciones multinacionales, así como firmas orientadas al mercado interno y aquellas con importantes ventas al exterior, entre las más reconocidas se incluyen a Ferrero del Ecuador S.A, Nestlé Ecuador S.A., Confiteca C.A., Universal Sweet Industries S.A., Mondelez Ecuador C.Ltda., Ecuador Cocoa & Coffee Ecuacoffee S.A., Cacaos Finos Ecuatorianos S.A. Cafiesa, entre otras (ESPAE, 2016).

De acuerdo con un estudio realizado por (Carrera, 2018), menciona el chocolate artesanal en el Ecuador tiene una década de crecimiento, para el año 2018 ha incrementado considerablemente empresas que producen y comercializan chocolate artesanal o gourmet, que en la mayoría se direccionan a clientes extranjeros, entre ellas tenemos, Pacari, Kallari, Republica del Cacao, Hoja Verde, Valdivian Chocolate, Caoni, Chocolate Tavoro, Chchukululu.

Supermercado

Todas las marcas detalladas anteriormente tienen a disposición sus productos en cadenas de supermercados reconocidos a nivel nacional, al igual que puntos de venta directos esto más en los negocios que suelen ser familiares o de poco tiempo de creación.

Como se ha mencionado la comercialización de cacao puede darse hacia el mercado interno o externo, en distintas presentaciones: en grano (crudo, tostado, o

residuos) o industrializado (pasta de cacao, manteca, grasa y aceite de cacao, cacao en polvo, chocolate y demás preparaciones alimenticias) (Ramirez, 2006).

El proceso de transformación sigue una serie de pasos entre los que se indican: la selección y limpieza del cacao en grano, la tostada y trituración, la separación de la cascarilla y otros residuos, luego se realiza el conchado y aplicación de aditivos que permiten obtener el licor o pasta de cacao, utilizado para la elaboración de chocolates. Si se quiere obtener manteca de cacao, y torta, se realiza un proceso de apresamiento del licor de cacao (Ramirez, 2006).

En la cadena del cacao existen dos circuitos que agregan valor: a) los semielaborados: licor de cacao, manteca, grasa, etcétera, y b) los elaborados: chocolates y crema, cuya participación en las exportaciones de la cadena es de un 1%. Estos dos circuitos constituyen menos del 15% de la producción de cacao. Existen 15 agroindustrias que concentran el proceso; considerando el total de la agroindustria exportadora (sin incluir chocolates), hay cuatro empresas que concentran el 91% del total: Nestlé, Ecuacofe, Ecuacocoa y Transmar (Varsallo, 2016).

Sus principales puntos de venta en el país están concentrados en Quito, Guayaquil, Cuenca y Galápagos, en cuanto a chocolates artesanales (Carrera, 2018).

Como venta indirecta: Corporación La favorita: Megamaxi, Supermaxi, Gran Aki, Aki y Juguetón, Corporación el Rosado: Hiper Market, Rio Store y Mi Juguetería, Cadenas Farmacéuticas: Pharmacy's, Fybeca y Medicity, Consulados: Estados Unidos, Canadá, Brasil, Costa Rica, China, Egipto, Alemania, entre otros (Carrera, 2018).

Como venta directa: Galería Gourmet Reina Victoria, Galería Gourmet Centro Histórico, Galería Gourmet, Aeropuertos Mariscal Sucre, José Joaquín Olmedo, Baltra y Mariscal Lamar (chocolates artesanales) (Carrera, 2018).

Consumidor

La industria mundial del chocolate tiene un tamaño aproximado de USD 100.000 millones y en los últimos años ha crecido a un ritmo del 3% anual, sin embargo, durante la cuarentena, su consumo aumentó de forma importante, en Europa están los países que mayormente lo consumen a nivel mundial, Suiza es la población que más consume chocolate: 8,8 kilogramos per cápita, las vecinas Austria y Alemania también ocupan un lugar destacado, con 8,1 y 7,9 kilogramos anuales, les sigue el Reino Unido y Suecia, en el top 10, veremos que aparecen países como Estados Unidos, Japón y China. En representación de América del Sur está Brasil con 1,2 kilogramos (EKOS, 2020).

Figura 17.

Consumo Mundial de Chocolate Per Cápita.

Consumo de chocolate per cápita		
Posición	País	Kilogramos anuales
1.	Suiza	9,9
2.	Austria	8,1
3.	Alemania	7,9
4.	Reino Unido	7,6
5.	Suecia	6,6

Fuente: (EKOS, 2020).

De acuerdo con datos presentados en junio de este año, por la Cámara de Comercio e Industria Franco-ecuatoriana, los ecuatorianos consumen 300 gr de chocolate natural per cápita anual, esto muestra que, a pesar de ser productores de cacao, el consumo es insuficiente en comparación con países como Suiza, Alemania o Reino Unido (El Comercio, 2018).

Hoy en día el chocolate es muy accesible para todos, la gran variedad va desde su forma, calidad, presentación, mezclas, entre otros han generado gran expectativa y

esta diversidad se puede observar en los países extranjeros y muy poco en nuestro país, el mercado chocolatero artesanal para el Ecuador es poco común, una de las principales razones, es que los ecuatorianos no distinguen un chocolate artesanal de un supuesto chocolate (Carrera, 2018).

La relación en ganancia y valor agregado es aplicada por empresas como Pacari y Republica del Cacao, exportando más de 12 años el chocolate, el 10,89% de la producción ecuatoriana en cacao se centra en productos elaborados y se distribuye en las empresas para la exportación y venta nacional (El Universo, 2018).

Elaboración de un Diagnóstico de la Comercialización del Cacao y sus Principales Mercados.

El Ecuador ha sido un país productor y exportador de cacao, siendo el más importante de América, situándose en 2019 como el cuarto principal productor mundial, los principales socios comerciales del Ecuador, que compraron 69,5% del total de las exportaciones del 2019 son: Indonesia (26%), Estados Unidos (17,1%), Holanda (15,4%) y Malasia (11%) (Cobos, 2021).

Empresas ecuatorianas creadas hace poco tiempo se dirigen a mercados extranjeros, estas empresas han sido reconocidas en el mundo por las propiedades y la calidad del producto, enfocándose en los países de alto territorio económico, consumidores extranjeros en su mayoría prefieren chocolates amargos por sus propiedades nutricionales, mientras que los clientes ecuatorianos prefieren y perciben como golosina (Carrera, 2018).

Entre las perspectivas en el sector cacaotero, se menciona Carrera, que la comercialización de un producto primario debe llevar consigo la promoción, tradición, costumbres, historia del país, siendo un importante valor agregado y exótico en los mercados meta extranjeros, a pesar de ser un país exportador de millones de toneladas

anualmente, la creación de microempresas de chocolate y sus derivados no ha tenido gran apertura a nivel nacional y/o local (Hora, 2007).

En el Ecuador se han desarrollado ideas innovadoras en la producción de chocolate artesanal –gourmet o fino– que se observa en mercados europeos, americanos y africanos que en la actualidad han puesto en marcha a diferentes empresas como Chocolate Caoní, Kallarí, Bíos, Hoja Verde, Pacarí, Republica del Cacao, entre otros (EKOS, 2020).

Freire ha trabajado en todos los eslabones productivos del cacao, desde el cultivo hasta su transformación, piensa que el desarrollo del sector es mucho más beneficioso que el crecimiento de una sola marca, por lo que las estrategias públicas y privadas tienen que apuntalar hacia un desarrollo del cacao (Cobos, 2021).

Papá cacao, brinda capacitación y venta de insumos para la elaboración de chocolates, cosméticos, incluso da asesoría a nivel de productores, es una escuela que busca impartir conocimientos en temas financieros, empresariales, de propiedad intelectual, marketing, entre otros, por sus enseñanzas han cursado más de 2.000 personas, Freire busca vincular a productores con compradores, en cualquier eslabón de la cadena; quiere que la cultura cacaotera sea propia de los ecuatorianos (Freire, 2021).

Realización de una Evaluación In-Situ sobre las Principales Problemáticas que Afronta el Sector.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Cultivo tradicional en su mayoría de productores en agricultura familiar y es parte de la cultura productiva del país. • Ecuador es conocido en el mercado internacional del cacao por su capacidad productiva y la calidad de su cacao. • Ecuador tiene una cadena que integra en sus etapas a diversos agentes, desde el inicio hasta el consumo final, en el país o fuera del mismo, y llega a todos los actores y espacios geográficos del país. • Ecuador tiene producción natural de un cacao de calidad: Cacao Arriba o Cacao Nacional Fino y de Aroma (CNFA). 	<ul style="list-style-type: none"> • La producción y baja productividad de la fase agraria, y los problemas tecnológicos de base: disponibilidad de semillas, manejo, uso de insumos, enfermedades, etc. • La fase de comercialización interna: una cadena con excesiva intermediación y baja calidad. • El precio del cacao, desde la baba a la exportación. • La inserción de Ecuador en el mercado internacional del cacao.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Producto con características buenas para la exportación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de los precios por fluctuación en los precios internacionales.

<ul style="list-style-type: none">• Conformar un bloque productivo para ganar poder de negociación en los mercados internacionales.• Tendencia mundial al aumento del consumo de chocolate.• Gran potencial de encadenamiento con el sector privado y desarrollo de nuevos mercados y canales de comercialización con mejores precios.	<ul style="list-style-type: none">• La competitividad creciente en el mercado internacional del cacao.• Pérdida de productores familiares dedicados al CNFA, como sistema principal o combinado con otros rubros.• Falta de proyectos enfocados a organizaciones de pequeños productores en combinación con mayor asistencia técnica.
--	---

Capítulo III

Metodología

Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, debido que se busca la caracterización de la cadena de valor agroalimentaria del cacao (*Theobroma cacao* L.) como uno de los principales rubros en la economía ecuatoriana en la actualidad.

Esta investigación está dirigida a técnicas explicativas, con el fin de la recolección de la información como son: observación, entrevista, cuestionario, teniendo así referencias del tema investigado, dentro de un marco de tiempo y espacio específico.

La investigación en si describe la realidad, dentro de las características fundamentales, teniendo así la perspectiva e interpretación correcta los resultados que se arrojen.

Modalidad de investigación bibliográfica

El análisis de la información se la realizara de forma rigurosa, en proporción con el problema de investigación, teniendo dinámicas con materiales de lectura científica, libros, revistas, tesis de grados, artículos de internet, entre otras..., nos permitirán relacionar el pasado con el estado actual de la cadena de valores agroalimentarios del cacao, con el propósito de interpretar, comprender y explicar el problema objeto de estudio.

Investigación de campo

La información recopilada a primaria instancia, es la misma que será la más efectiva, puesto que el investigador tendrá contacto directo con la realidad, teniendo mayor conocimiento sobre la problemática que atraviesa las organizaciones. La presente investigación comprende la observación insitu y entrevista a participantes representativos dentro de las industrias cacaotera ecuatoriana.

- **Análisis de contenido:** Mediante la observación documental o bibliográfica actualizada de entidades y compañías avaladas dentro de la industria.
- **Observación in situ:** Visita a centros de acopio de cacao, entrevistas y conversaciones con productores de cacao, gestores de la cadena y principales representantes del gremio.

Población y muestra

Se consideraron las poblaciones de los tres eslabones de la cadena de valor del rubro de cacao ecuatoriano: (productores, exportadores y consumidores)

Tamaño de la muestra

Para saber el número de muestras para la encuesta de productores y exportadores utilice la formula “Finita” detallada a continuación:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

- n= Tamaño de muestra buscado
- N= Tamaño de la población o universo
- Z= Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza (NC)
- e= Error de estimación máximo aceptado.
- p= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
- q= (1- p)= Probabilidad de que no ocurra un evento estudiado

Para saber el número de muestras para la encuesta de consumidores utilice la formula “Infinita” detallada a continuación:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2}$$

- n= Tamaño de muestra buscado
- Z= Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza (NC)

- e = Error de estimación máximo aceptado.
- p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
- $q = (1 - p)$ = Probabilidad de que no ocurra un evento estudiado

Cálculo para productores

Se consideró a 1900 predios productores específicamente de cacao que según UNOCACE, (2020) Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador se encuentran registradas en la base de datos de la misma institución

- $N = 1900$ Productores de Cacao
- $Z\alpha = 1,96$ Seguridad de formula (95%)
- $p = 5\% = 0,5$ Proporción esperada
- $q = 5\% = 0,5$ Proporción no esperada
- $e = 8\% = 0,08$ Margen de error

$$n = \frac{1900 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,08^2 * (1900 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{1824,76}{13,114} = 139 \text{ Encuesta para los productores.}$$

Cálculo para exportadores

Para el sector exportador se tomó el listado oficial publicado por Revista Gestión, (2021) detalla a 137 empresas registradas para exportación en la base de datos de la página pertenecientes al sector.

- $N = 137$ Exportadores de Cacao
- $Z\alpha = 1,645$ Seguridad de formula (90%)
- $p = 5\% = 0,5$ Proporción esperada
- $q = 5\% = 0,5$ Proporción no esperada
- $e = 10\% = 0,01$ Margen de error

$$n = \frac{137 * 1,645^2 * 0,5 * 0,5}{0,1^2 * (137 - 1) + 1,645^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{92,68}{2,03} = 46 \text{ encuesta para los exportadores.}$$

Cálculo para consumidores

Para sacar la población de consumidores se consideró emplear un muestreo de población infinita para la ejecución de las entrevistas, donde se aplicó la siguiente encuesta:

$$n = \frac{Z\alpha^2 * p * q}{e^2}$$

- $Z\alpha = 1,96$ Seguridad de formula (90%)
- $p = 50\% = 0,5$ Proporción esperada
- $q = 50\% = 0,5$ Proporción no esperada
- $e = 8\% = 0,08$ Error de margen

$$n = \frac{1,960^2 * 0,5 * 0,5}{0,08^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0064} = 150 \text{ Encuestas para consumidores}$$

Modelo de encuesta para cada uno de los eslabones en el cultivo de cacao

Se realizaron tres tipos de encuestas para los eslabones de la cadena agroalimentaria en el cultivo de cacao de las cuales una fue dirigida al sector de productores, otra dirigida hacia los exportadores y la última dirigida hacia los consumidores. Cada encuesta consta de diez preguntas y se las realizo en las principales provincias cacaoteras del país.

Encuesta a productores

ENCUESTA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA EL APORTE AL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR DE LA CARRERA DE INGENIERÍA AGROPECUARIA DE LA SRITA. MONICA NATHALY MOLINA GAVILANES

“CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR AGROALIMENTARIO DEL CACAO (*Theobroma cacao L.*) COMO UNO DE LOS PRINCIPALES RUBROS EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA”

ENCUESTAS PARA PRODUCTORES

Nombre/Razón social: _____

Teléfono: _____ Cedula: _____ Email: _____

1. Dentro del siguiente rango seleccione su edad.

- De 18 a 25 años ()
- De 25 a 35 años ()
- De 35 a 45 años ()
- De 45 a 55 años ()
- Mayor a 55 años ()

2. ¿Qué área tiene su predio?

- De 1 a 5 ha ()
- De 5 a 10 ha ()
- De 10 a 20 ha ()
- Más de 20 ha ()

3. ¿Qué variedad de cacao tiene sembrado en su predio?

- Cacao CCN-51 ()
- Cacao Nacional ()

4. ¿Cuál es la producción promedio semestral que genera el rubro?

- De 1 a 5 q ()
- De 5 a 10 q ()
- De 10 a 20 q ()
- Más de 20 q ()

5. ¿En qué grado de fermentación o presentación ud vende su producción de cacao?

- Baba ()
- Ecurrido ()
- Semi- seco ()
- Seco ()
- Producto procesado ()

6. ¿Cuál es su ingreso semestral de la producción de cacao?

- Entre \$ 50 – 100 ()
- Entre \$100 – 200 ()
- Entre \$200 - 300 ()
- Más de \$ 300 ()

7. ¿Qué destino tiene su producción después de la cosecha?

- Comerciales (intermediario) ()
- Exportador ()
- Planta procesadora ()

8. ¿Cuál o cuáles de los siguientes factores considera que pueden ser los que afecten o sea una amenaza para la producción del cacao?

- Condiciones climáticas ()
- Falta de capacitaciones ()
- Presencia de enfermedades ()
- Caída de los precios. ()
- Competitividad del mercado. ()

9. ¿Cuánto gasta en insumos (fertilizantes, funguicidas, etc.) semestralmente en su cultivo?

- Entre \$ 50 – 100 ()
- Entre \$100 – 200 ()
- Entre \$200 - 300 ()
- Más de \$ 300 ()

10. ¿Cuánta mano de obra (jornales) invierte semestral en el mantenimiento de su cultivo?

- De 1 a 5 jornales ()
- De 5 a 10 jornales ()
- De 10 a 20 jornales ()
- Más de 20 jornales ()

FIRMA DEL ECUESTADO

Encuesta exportadores



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**Sede
Santo Domingo**

ENCUESTA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA EL APORTE AL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR DE LA CARRERA DE INGENIERÍA AGROPECUARIA DE LA SRITA. MONICA NATHALY MOLINA GAVILANES

“CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR AGROALIMENTARIO DEL CACAO (*Theobroma cacao* L.) COMO UNO DE LOS PRINCIPALES RUBROS EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA”

ENCUESTAS PARA EXPORTADORES

Nombre de la empresa	
Ubicación de la empresa	
Nombre del encuestado	
CI	
Contacto	
Email	

1. **¿Qué tipo de cacao tiene mayor demanda en los mercados internacionales?**
 - CCN-51 ()
 - Cacao fino de aroma ()
2. **¿En qué estado ud comercializa el producto al exterior ?**
 - Cacao en grano ()
 - Semielaborados ()
3. **¿En qué periodos del año calendario existe mayor demanda de exportación de Cacao?**
 - De Enero a Junio ()
 - De Julio a Diciembre ()
4. **¿Cuál es el principal destino del cacao que exporta su empresa?**
 - Indonesia ()
 - EE. UU. ()
 - Malasia ()
 - Holanda ()
 - México ()
 - Alemania ()
 - China ()
 - Bélgica ()
 - Canadá ()

- 5. ¿A cuánto ascienden sus exportaciones del primer semestre del 2021?**
- De 1 a 2 TM ()
 - De 2 a 5 TM ()
 - De 5 a 10 TM ()
 - Más de 10 TM ()
- 6. ¿Cuál o cuáles de los siguientes factores considera que pueden significar una amenaza para la exportación del cacao ecuatoriano?**
- Aranceles Aduaneros ()
 - Faltas de políticas Agrarias ()
 - Sobre oferta y baja de demanda ()
 - Otro -----
- 7. ¿Del 100 % de su producción cuanto se destina al mercado nacional e internacional?**
- Mercado Nacional ()
 - Mercado Internacional ()
- 8. Un plan estratégico exportador puede ayudar a mejorar la economía en el Ecuador**
- Si ()
 - No ()
- 9. Promueve su producto en el exterior**
- Si ()
 - No ()
- 10. ¿Especifique un porcentaje en el que según la empresa se ha visto afectado últimamente por el tema de la pandemia del COVID 19?**
- 1 al 10% ()
 - 10 al 20% ()
 - 20 al 30% ()
 - Otro -----

Gracias por su colaboración para llenar esta encuesta y contribuir así a la recopilación de información para el desarrollo del tema de Integración Curricular referente al sector exportador de cacao ecuatoriano desarrollado por el Srita. Molina Gavilanes Mónica Nathaly.

Encuesta consumidor



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**Sede
Santo Domingo**

ENCUESTA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA EL APOORTE AL TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR DE LA CARRERA DE INGENIERÍA AGROPECUARIA DE LA SRITA. MONICA NATHALY MOLINA GAVILANES

“CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR AGROALIMENTARIO DEL CACAO (*Theobroma cacao* L.) COMO UNO DE LOS PRINCIPALES RUBROS EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA”

ENCUESTAS PARA CONSUMIDORES

Nombre del encuestado	
País o ciudad de residencia	
CI	
Contacto	
Email	

1. Con qué frecuencia Ud consume productos derivados del cacao

- Diario ()
- Semanal ()
- Mensual ()
- Otro ()

2. En qué presentación ud consume el producto derivado del cacao

- Cacao en polvo ()
- Licor de cacao ()
- Chocolate ()
- **Mencione el o los motivos por el cual usted consume tal producto**
- Por costumbre ()
- Es nutritivo ()
- Transmite sentimientos ()

3. Qué tipo(s) de chocolate prefiere consumir

- Chocolate negro ()
- Chocolate blanco ()
- Chocolate con relleno ()
- Chocolate orgánico ()

4. A la hora de comprar un chocolate en que basa su decisión

- Precio ()
- Calidad ()

- Marca ()
 - Otro ()
- 5. Que marcas de chocolate ecuatoriano ud conoce**
- Pacari ()
 - Choco Art ()
 - Hoja verde ()
 - Ecuartesanal ()
- 6. A que grupo de consumidor pertenece**
- Adolescente (13-17 años) ()
 - Joven (18-35 años) ()
 - Adulto (36-64 años) ()
 - Tercera edad (> 65 años) ()
- 7. Cuando suele adquirir productos derivados del cacao ¿de qué canal de distribución lo hace preferentemente?**
- Exportadores ()
 - Productores artesanos ()
 - Asociaciones de productores ()
- 8. ¿Cuánto pagaría por un producto elaborado de cacao ?**
- 1 a 3 dólares ()
 - 3 a 5 dólares ()
 - 5 a 8 dólares ()
 - Mayor a 8 dólares ()
- 9. Según su apreciación como consumidor de los derivados del cacao ¿Qué calificación le merecería la calidad del cacao ecuatoriano?**
- Excelentes ()
 - Buenos ()
 - Regulares ()
 - Pésimo ()

Gracias por su colaboración para llenar esta encuesta y contribuir así a la recopilación de información para el desarrollo del tema de Integración Curricular referente al sector consumidor de cacao ecuatoriano desarrollado por el Srita. Molina Gavilanes Mónica Nathaly

Capítulo IV Resultado

Productores

1. Dentro del siguiente rango seleccione su edad.

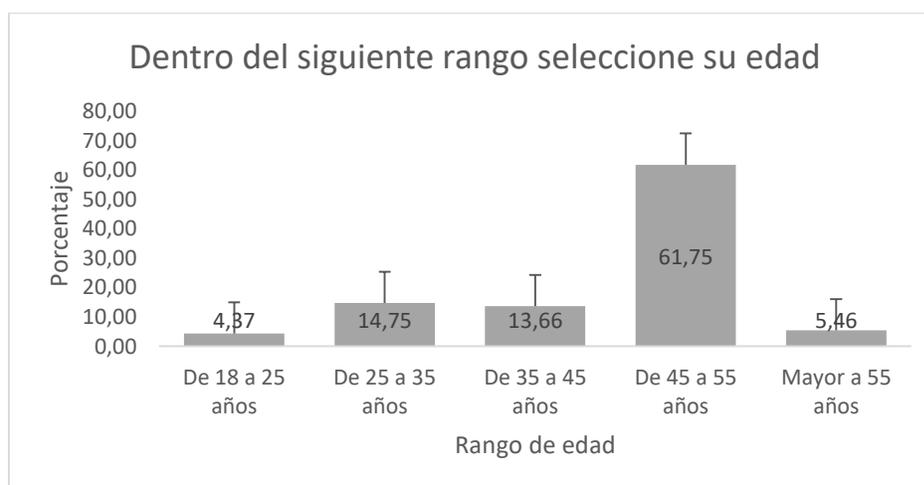
Tabla 1.

Pregunta #1 encuesta para los productores.

Descripción	Porcentaje
De 18 a 25 años	4,37
De 25 a 35 años	14,75
De 35 a 45 años	13,66
De 45 a 55 años	61,75
Mayor a 55 años	5,46

Figura 18.

Pregunta #1, encuesta para los productores.



De acuerdo con la figura 18, se observa como el rango de edad promedio de productores de cacao del Ecuador es de 45 a 55 años, siendo personas que se dedicaron a sembrar y cosechar cacao para el sustento de sus familias, este rango forma parte del 61,75% de productores encuestados.

2. ¿Qué área tiene su predio?

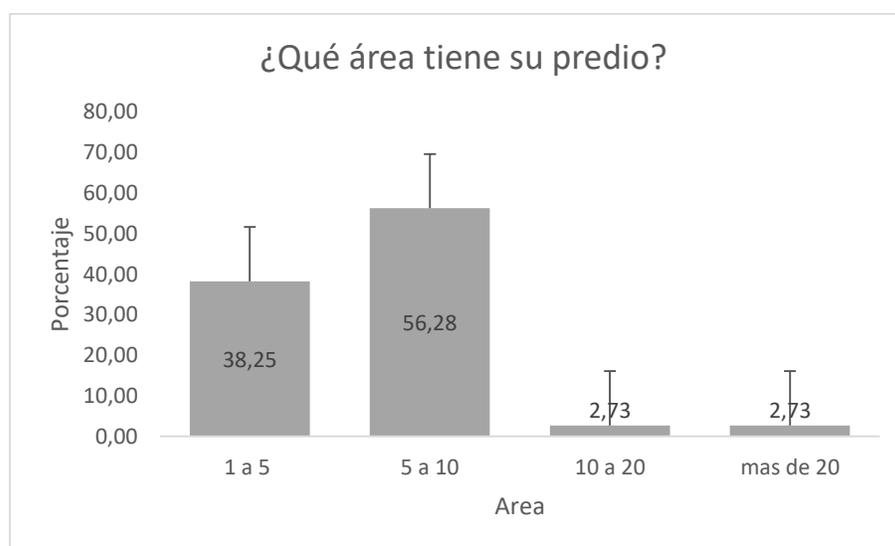
Tabla 2.

Pregunta #2, encuesta para los productores.

Descripción	Porcentaje
1 a 5	38,25
5 a 10	56,28
10 a 20	2,73
más de 20	2,73

Figura 19.

Pregunta #2, encuesta para los productores.



De acuerdo con la figura 19, se detalla que el área del predio que prevalece es de 5 a 10 ha, con 56,28% de 183 como la población total, de igual manera los de 10 a 20ha y más de 20 obtuvieron rangos iguales con 2,73% cada uno, de esta forma se verifica que la mayoría son pequeños productores que tiene menos de 10ha de terreno dedicados al cultivo de cacao.

3. ¿Qué variedad de cacao tiene sembrado en su predio?

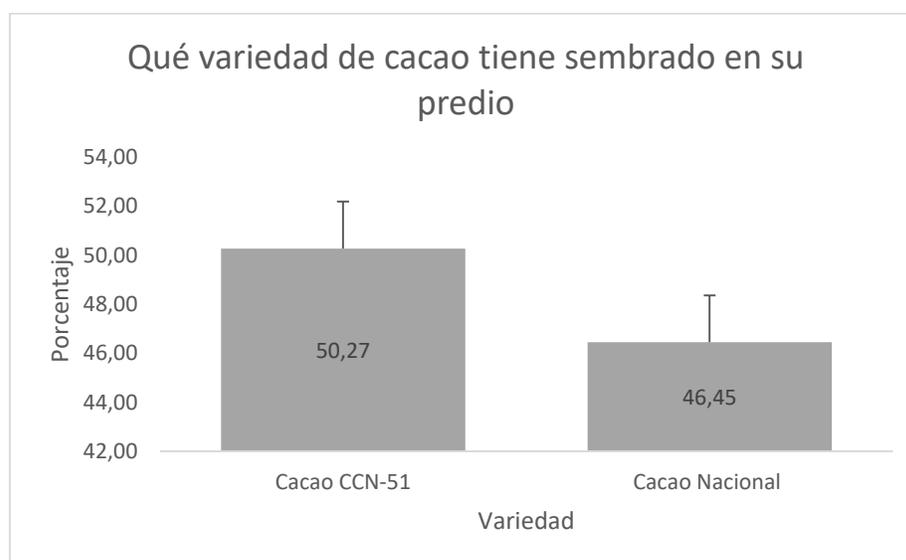
Tabla 3.

Pregunta #3, encuesta para los productores.

Descripción	Porcentaje
Cacao CCN-51	50,27
Cacao Nacional	46,45

Figura 20.

Pregunta #3, encuesta para los productores.



En la figura 20, se observa como prevalece la variedad CCN-51 con 50,27% de productores y Cacao Nacional con 46,45% de los productores, esto se debe a la diferencia de producción que existe entre las dos variedades, sin embargo, las características organolépticas le dan un rol más importante al cacao nacional, por esa razón aún existen productores que se dedican exclusivamente a esta variedad.

4. ¿Cuál es la producción promedio semestral que genera el rubro?

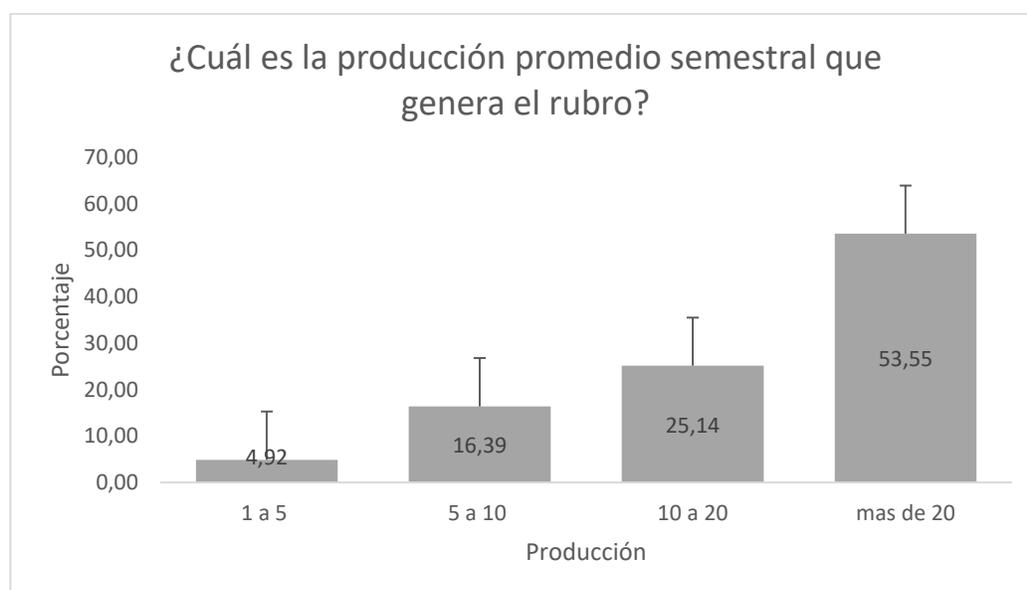
Tabla 4.

Pregunta #4, encuesta para los productores.

Descripción	Porcentaje
1 a 5	4,92
5 a 10	16,39
10 a 20	25,14
más de 20	53,55

Figura 21.

Pregunta #4, encuesta para los productores.



Para la figura 21, sobre la producción promedio que se obtiene semestralmente se obtuvo para la respuesta de más de 20 quintales un rango de 53,55% encuestados de 183, seguido por 25,14% que obtienen promedios de 10 a 20 quintales, todo esto se debe al manejo que realizan cada productor.

5. ¿En qué grado de fermentación o presentación ud vende su producción de cacao?

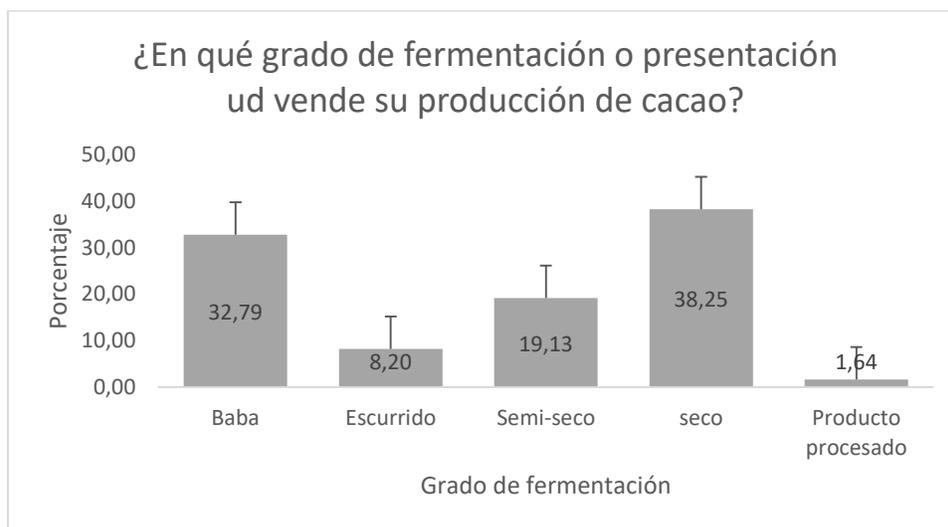
Tabla 5.

Pregunta #5, encuesta para los productores.

Descripción	Porcentaje
Baba	32,79
Escurrido	8,20
Semi-seco	19,13
Seco	38,25
Producto procesado	1,64

Figura 22.

Pregunta #5, encuesta para los productores.



De acuerdo con la figura 22, el grado de fermentación tiene variantes entre sus respuestas, puesto que el de mayor rango fue seco con 38,25%, seguido de en baba con 32,79%, no es una diferencia muy notoria, pero de acuerdo con sus relatos, los productores apuestan a vender en baba por el peso que se adquiere.

6. ¿Cuál es su ingreso semestral de la producción de cacao?

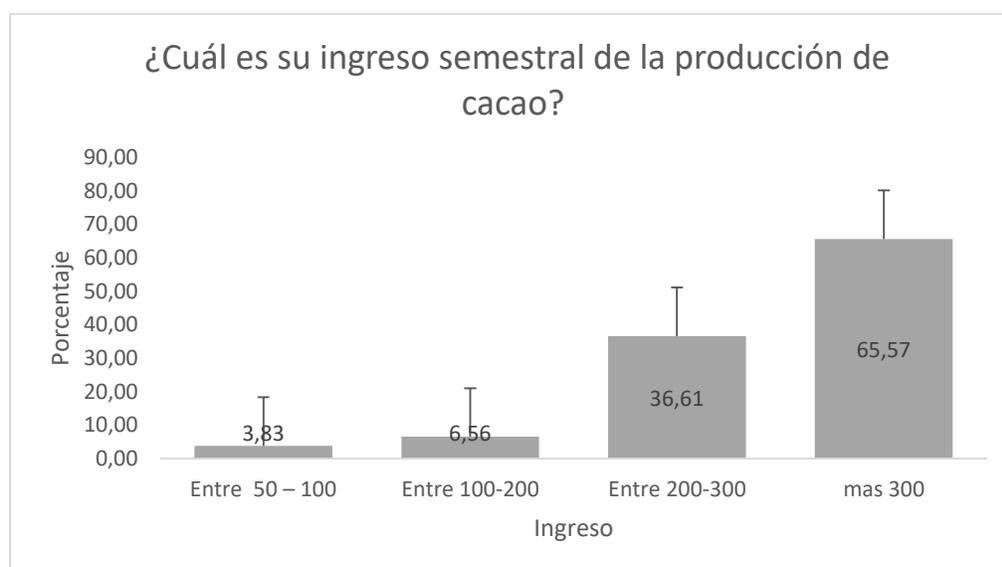
Tabla 6.

Pregunta #6, encuesta para los productores.

Descripción	Porcentaje
Entre 50 – 100	3,83
Entre 100-200	6,56
Entre 200-300	36,61
más 300	65,57

Figura 23.

Pregunta #6, encuesta para los productores.



En cuanto a la figura 23, se muestra como para el ingreso semestral el 65,57% de productores encuestados, mencionaron obtener ingresos mayores a los 300 USD del cultivo de cacao, esto se debe a que en su mayoría son personas dedicadas al rubro del cacao con asociación, para los ingresos menores como 50 a 100USD y 100 a 200USD, se puede deber a factores como monocultivos, menores ha de cultivo, entre otras cosas.

7. ¿Qué destino tiene su producción después de la cosecha?

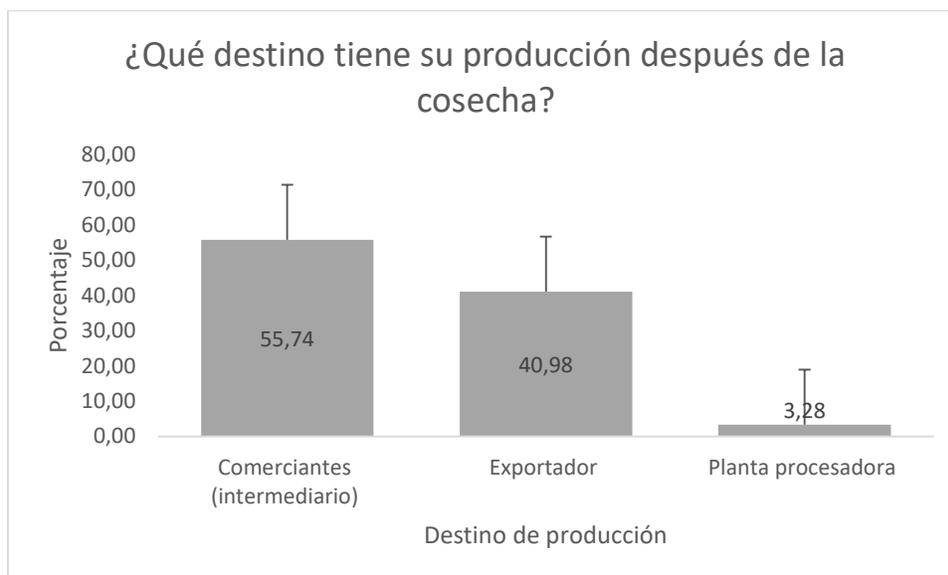
Tabla 7.

Pregunta #7, encuesta para los productores.

Descripción	Porcentaje
Comerciantes (intermediario)	55,74
Exportador	40,98
Planta procesadora	3,28

Figura 24.

Pregunta #7, encuesta para los productores.



Para la figura 24, se obtuvo que el 55,74% de los productores mencionaron que su producción es destinada a comerciantes (intermediarios), detallando así, centros de acopios, personas que les compran el producto en sus predios, pero siempre a precios menores de lo que está en el mercado, esto lo hacen por no tener un canal directo, evitando el eslabón de los intermediarios, de igual forma el 40,98% de productores los vende a exportadores directos y solo el 3,28% de productores a una planta procesadora.

8. ¿Cuál o cuáles de los siguientes factores considera que pueden ser los que afecten o sea una amenaza para la producción del cacao?

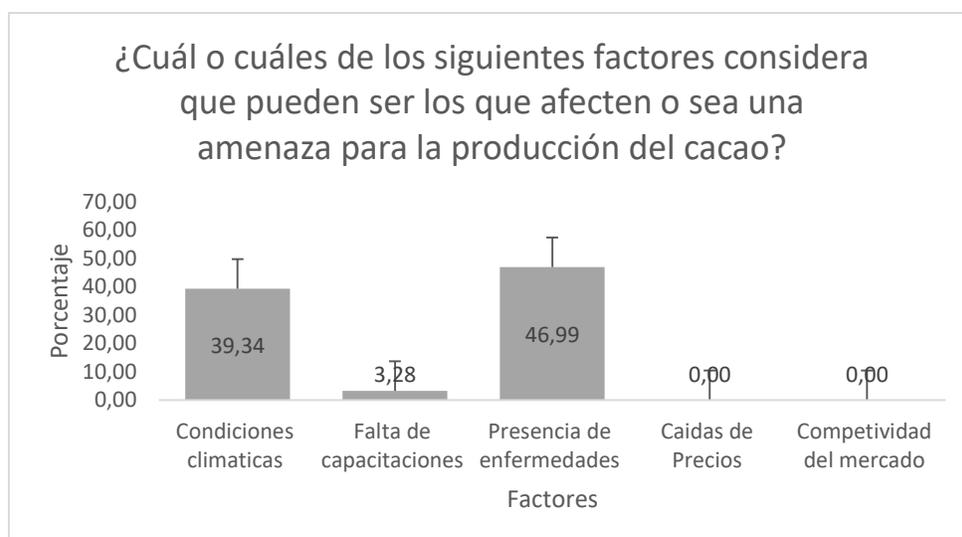
Tabla 8.

Pregunta #8, encuesta para los productores.

Descripción	Porcentaje
Condiciones climáticas	39,34
Falta de capacitaciones	3,28
Presencia de enfermedades	46,99
caídas de Precios	0,00
Competitividad del mercado	0,00

Figura 25.

Pregunta #8, encuesta para los productores.



De acuerdo con la figura 25 los factores mencionados que afectan a su producción son las condiciones climáticas con 39,34% expresaron ese factor y 46,99% por presencia de enfermedades, 3,28% por el contrario expresan que es la falta de capacitación, para obtener mejores rendimientos en sus predios.

9. ¿Cuánto gasta en insumos (fertilizantes, funguicidas, etc.) semestralmente en su cultivo?

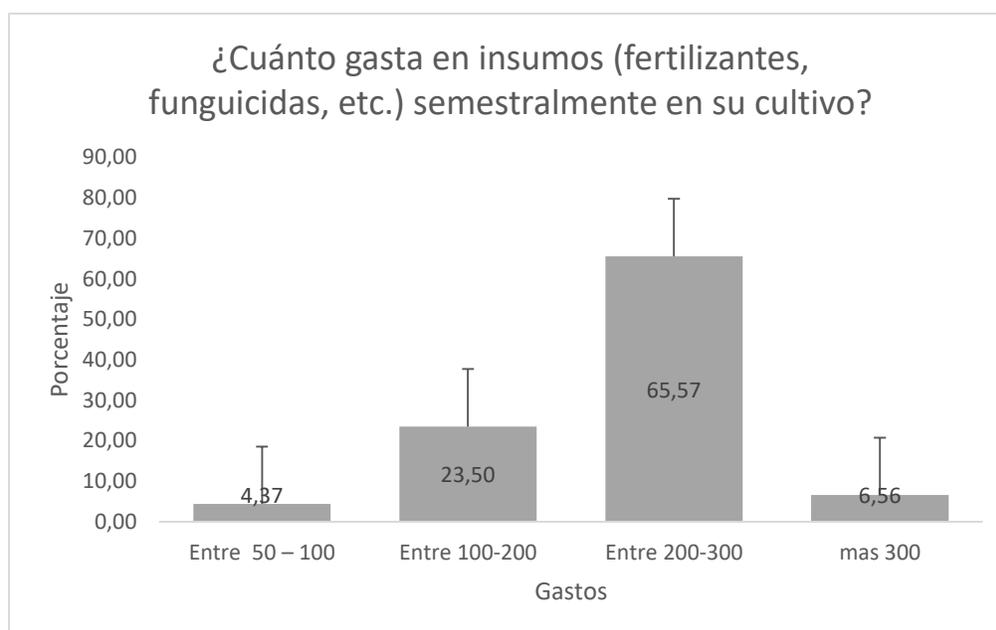
Tabla 9.

Pregunta #9, encuesta para los productores.

Descripción	Porcentaje
Entre 50 – 100	4,37
Entre 100-200	23,50
Entre 200-300	65,57
más 300	6,56

Figura 26.

Pregunta #9, encuesta para los productores.



Para la figura 26, donde se describe cuanto es el gasto en insumos la mayor parte de la población encuestada con 65,57% mencionaron valores de entre 200 a 300 USD, expresando que es la forma en que tratan de cuidar y brindarle todos los nutrientes al cultivo para obtener mejores ganancias.

10. ¿Cuánta mano de obra (jornales) invierte semestral en el mantenimiento de su cultivo?

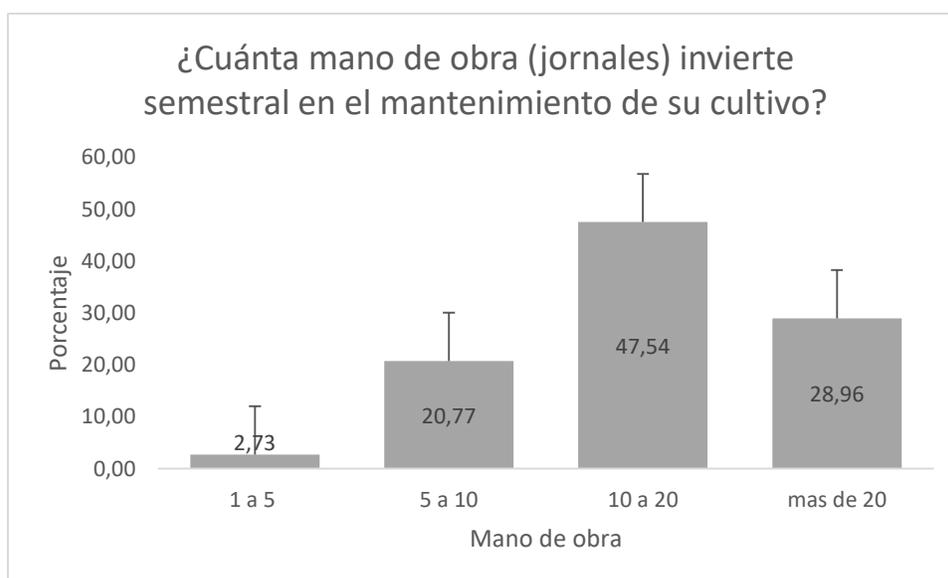
Tabla 10.

Pregunta #10, encuesta para los productores.

Descripción	Porcentaje
1 a 5	2,73
5 a 10	20,77
10 a 20	47,54
más de 20	28,96

Figura 27.

Pregunta #10, encuesta para los productores.



De acuerdo con la figura 27, el total de jornales que invierten en su cultivo de cacao se describe al 47,54% con un rango de 10 a 20 jornales, seguido por 28,96% que mencionaron invertir más de 20 jornales semestralmente, esto depende del área de trabajo, y del cuidado del cultivo y las labores que se debe realizar dentro del mismo.

Exportadores

1. ¿Qué tipo de cacao tiene mayor demanda en los mercados internacionales?

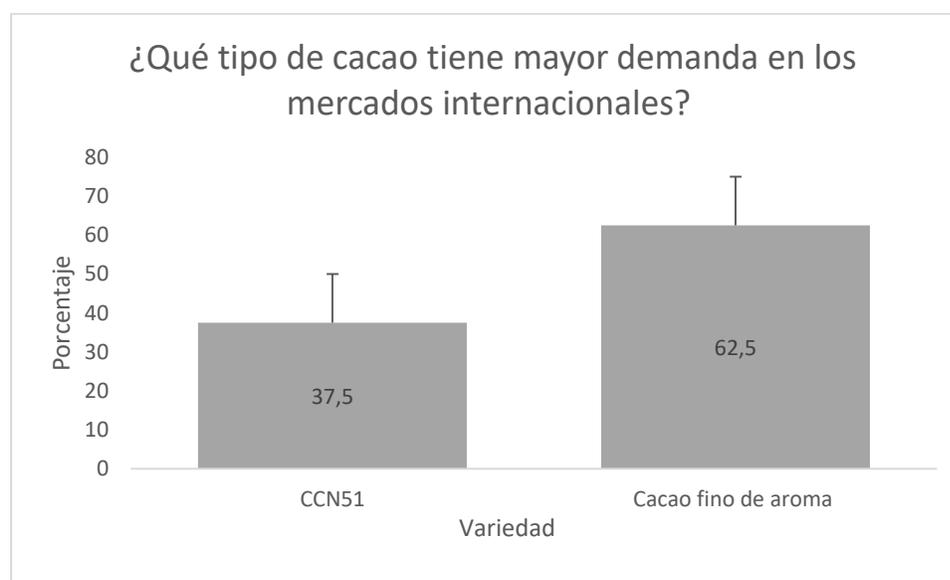
Tabla 11.

Pregunta #1, encuesta para los exportadores.

Descripción	Porcentaje
CCN51	37.5
Cacao fino de aroma	62.5

Figura 28.

Pregunta #1, encuesta para los exportadores.



De acuerdo con la figura 28, que describe la variedad con mayor demanda en mercados internacionales se tiene al fino de aroma o nacional con 62.5%, mientras que 37.5% mencionaron al CCN-51, esto depende al mercado que lo exportan y los derivados que hacen en cada país, puesto que donde demanda características organolépticas mayores predomina el fino de aroma.

2. ¿En qué estado ud comercializa el producto al exterior?

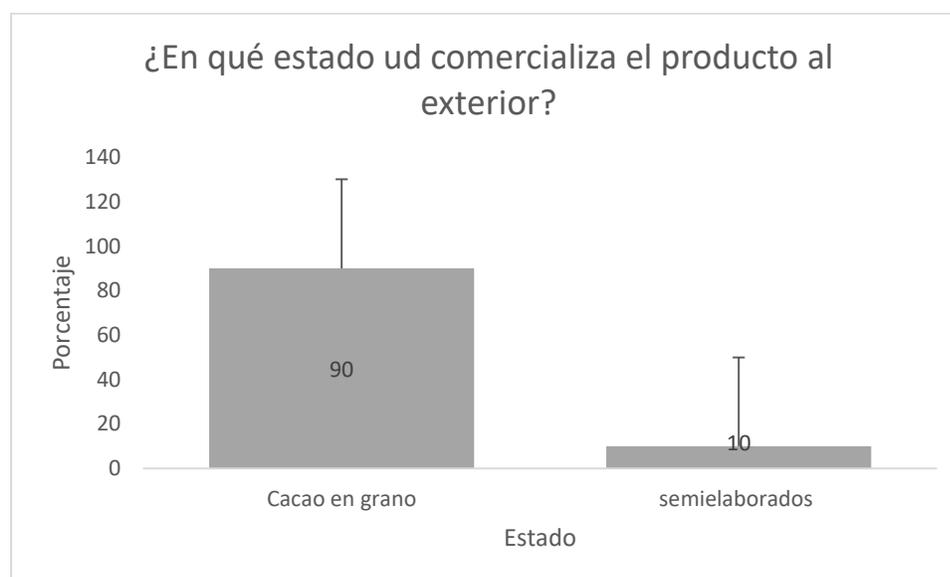
Tabla 12.

Pregunta #2, encuesta para los exportadores.

Descripción	Porcentaje
Cacao en grano	90
Semielaborados	10

Figura 29.

Pregunta #2, encuesta para los exportadores.



En la figura 29 se muestra el estado en el que es comercializado al exterior el producto, teniendo la mayor demanda con el cacao seco en grano con 90% y apenas 10% que exportan semielaborados, esto es porque aún en el país existen pocas empresas dedicadas al procesamiento del cacao para darle un valor agregado a su producto dentro y fuera del país.

3. ¿En qué periodos del año calendario existe mayor demanda de exportación de cacao?

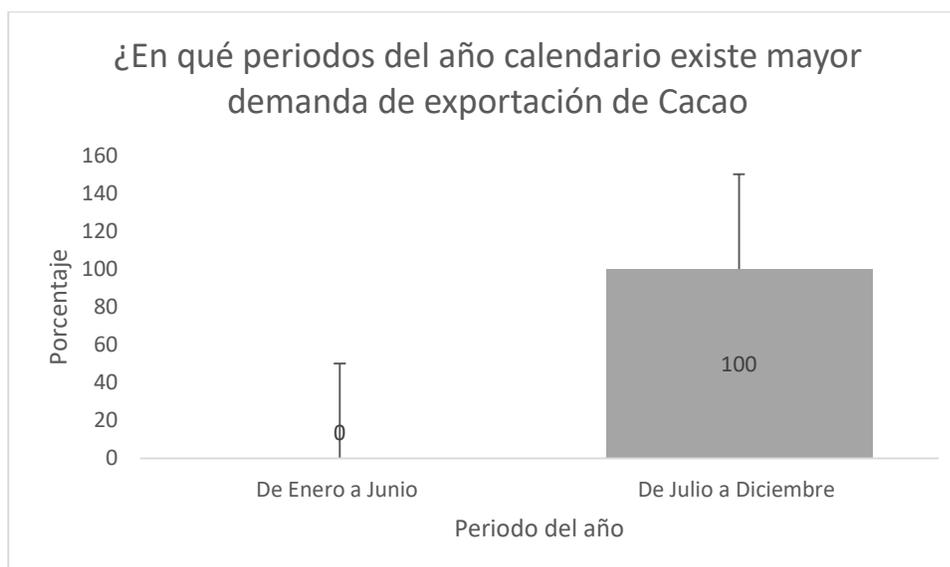
Tabla 13.

Pregunta #3, encuesta para los exportadores.

Descripción	Porcentaje
De enero a Junio	0
De Julio a Diciembre	100

Figura 30.

Pregunta #3, encuesta para los exportadores.



De acuerdo con la figura 30 el 100% de los exportadores encuestados expresaron que su mayor demanda al exterior es en los meses de julio a diciembre, teniendo 0% de respuesta para el primer semestre del año, esto se debe por la estación del año, de acuerdo con ciertos comentarios expuestos por los exportadores, asumen que los productores tienen más baja producción de cacao y por ende menos acopio del producto para exportar.

4. ¿Cuál es el principal destino del cacao que exporta su empresa?

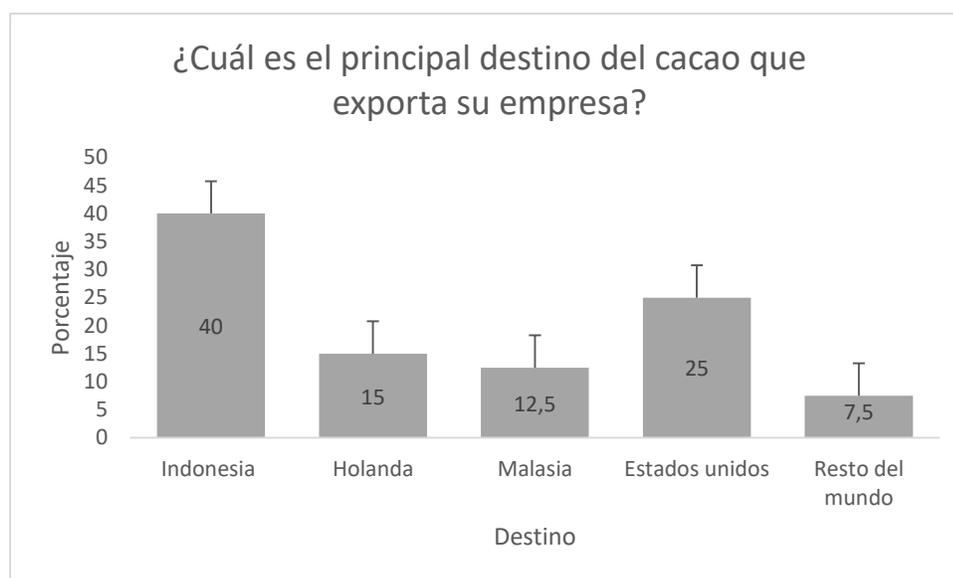
Tabla 14.

Pregunta #4, encuesta para los exportadores.

Descripción	Porcentaje
Indonesia	40
Holanda	15
Malasia	12.5
Estados unidos	25
Resto del mundo	7.5

Figura 31.

Pregunta #4, encuesta para los exportadores.



En la figura 31 podemos notar como el principal destino de exportación es Indonesia con 40%, seguido por Estados Unidos con 25%, Malasia con 12.5%, Holanda con 15% entre otros países que conforman el 7.5% restante de exportadores encuestados.

5. ¿A cuánto ascienden sus exportaciones del primer semestre del 2021?

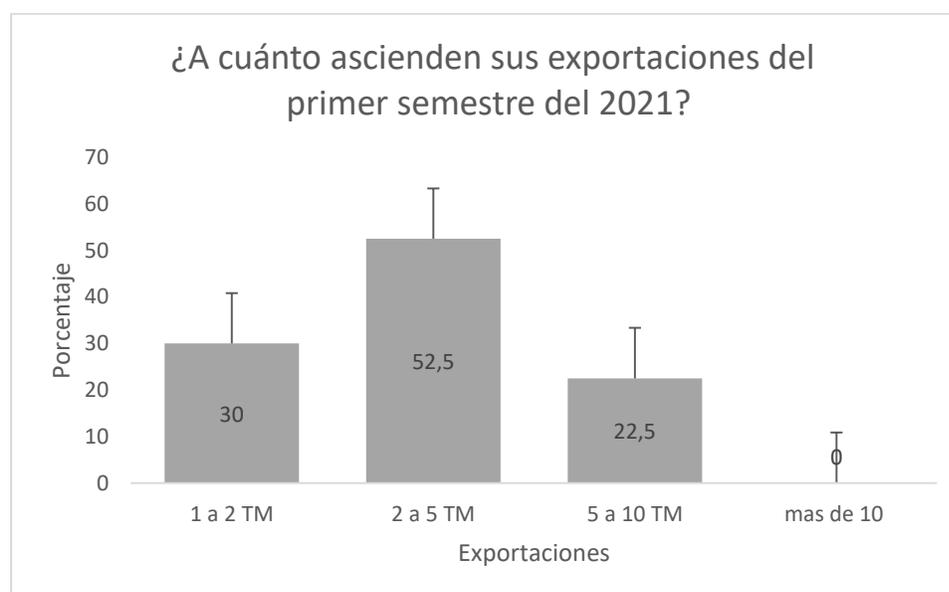
Tabla 15.

Pregunta #5, encuesta para los exportadores.

Descripción	Porcentaje
1 a 2 TM	30
2 a 5 TM	52.5
5 a 10 TM	22.5
más de 10	0

Figura 32.

Pregunta #5, encuesta para los exportadores.



De acuerdo con la figura 32, el 52,5% de exportadores encuestados menciono exportar de 2 a 5TM en el primer trimestre del 2021, luego está el 30% con 1 a 2TM, seguido por 22,5% exportadores que tiene valores de 5 a 10TM, y 0% para exportadores con más de 10TM, de esta forma nos damos cuenta de que el rubro del cacao está empezando a tomar más fuerza en temporadas del año que generalmente no es tan común su alta exportación.

6. ¿Cuál o cuáles de los siguientes factores considera que pueden significar una amenaza para la exportación del cacao ecuatoriano?

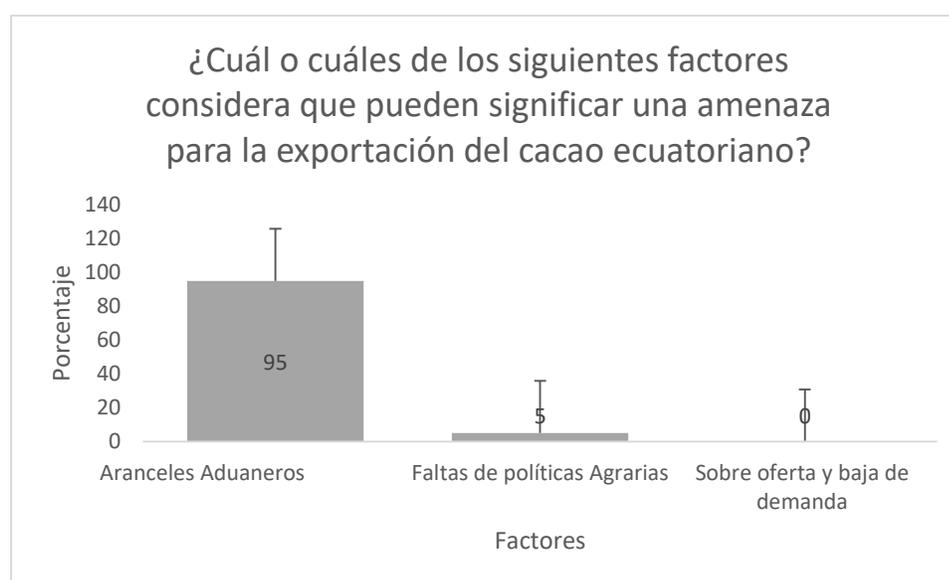
Tabla 16.

Pregunta #6, encuesta para los exportadores.

Descripción	Porcentaje
Aranceles Aduaneros	95
Faltas de políticas Agrarias	5
Sobre oferta y baja de demanda	0

Figura 33.

Pregunta #6, encuesta para los exportadores.



La figura 33, describe los factores que puede ser una amenaza para la exportación de cacao, teniendo 95% de exportadores encuestados que expresaron a los aranceles aduaneros la principal amenaza para una exportación fluida, seguido por un 5% que menciona a las faltas de políticas agrarias, estos dos factores son las principales amenazas que se tiene en el eslabón de los exportadores.

7. ¿Del 100 % de su producción cuanto se destina al mercado nacional e internacional?

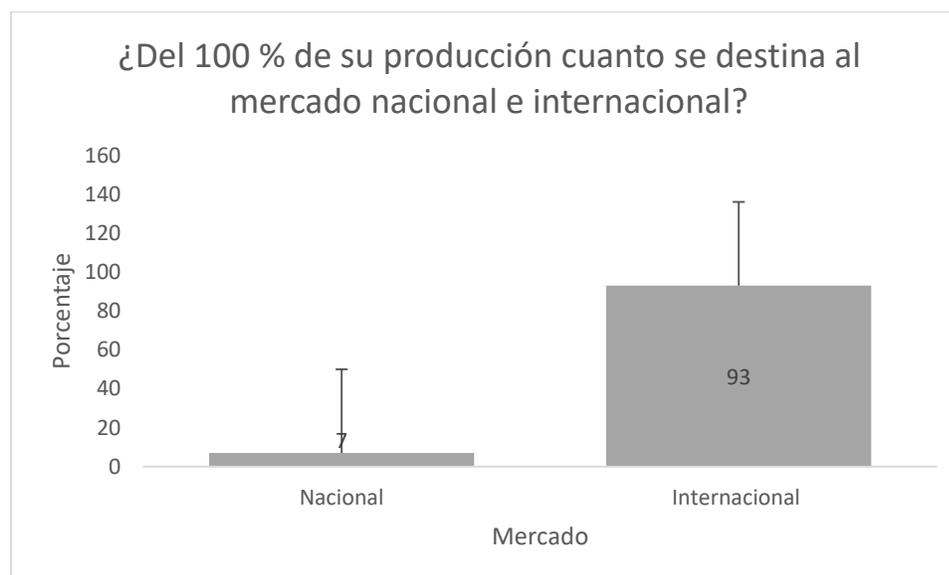
Tabla 17.

Pregunta #7, encuesta para los exportadores.

Descripción	Porcentaje
Nacional	7
Internacional	93

Figura 34.

Pregunta #7, encuesta para los exportadores.



Para la figura 34, donde se describe a que mercado nacional o internacional se dirige su producción, el 93% expreso que, al mercado internacional, por tener más campo para la venta y posterior procesamiento de la materia, y un 7% que expreso para el mercado nacional, este pequeño porcentaje hace referencia a las pequeñas empresas que procesan el producto y le dan un valor agregado en el país.

8. ¿Cuáles son los principales canales de distribución que utiliza para sus exportaciones?

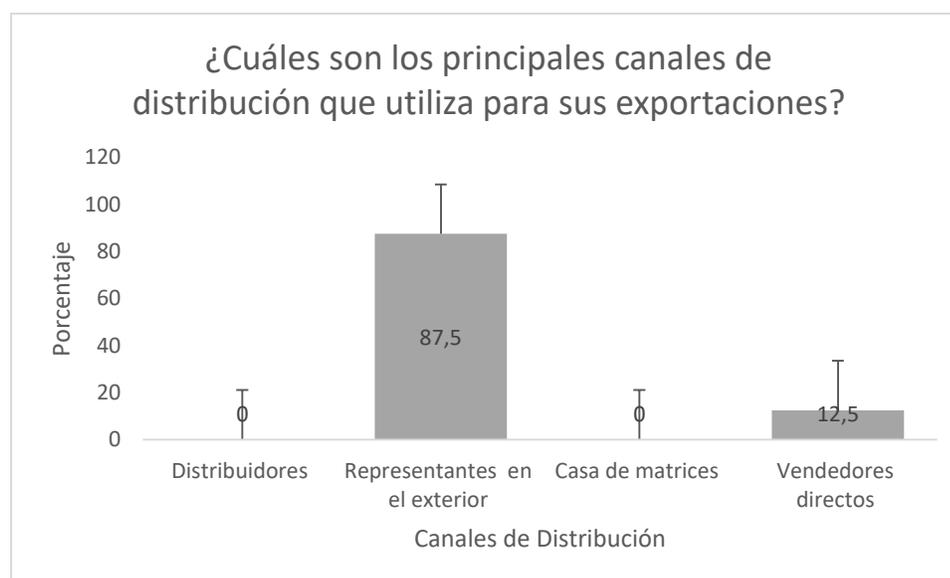
Tabla 18.

Pregunta #8, encuesta para los exportadores.

Descripción	Porcentaje
Distribuidores	0
Representantes en el exterior	87.5
Casa de matrices	0
Vendedores directos	12.5

Figura 35.

Pregunta #8, encuesta para los exportadores.



En la figura 35 se puede observar cómo el 87.5% de exportadores, mencionaron que sus principales canales de exportación están destinados a representantes en el exterior, mientras que un 12.5% tienen vendedores directos en el exterior, de esta forma es como la producción de cacao se distribuye en el exterior.

9. ¿Promueve su producto en el exterior?

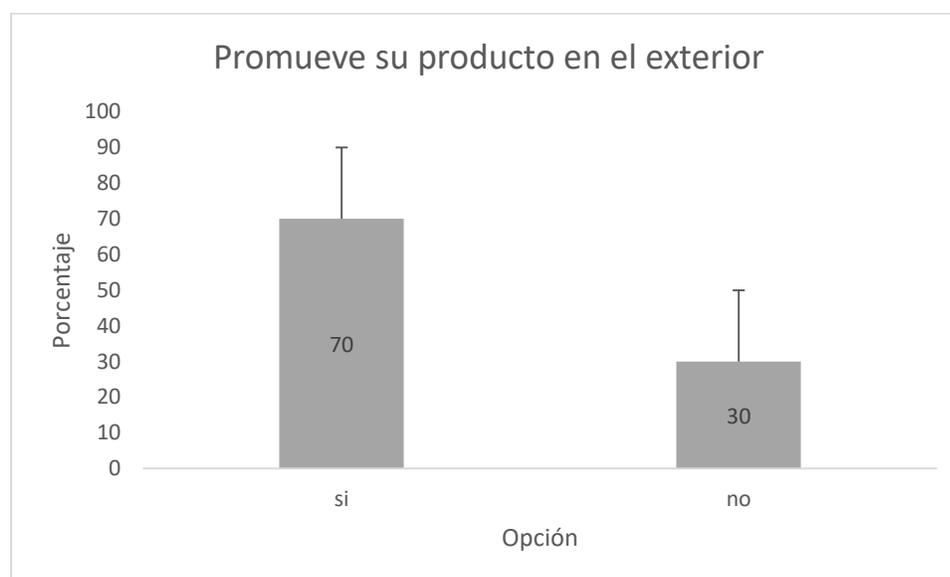
Tabla 19.

Pregunta #9, encuesta para los exportadores.

Descripción	Porcentaje
Si	70
No	30

Figura 36.

Pregunta #9, encuesta para los exportadores.



En cuanto a la figura 36, por medio de una pregunta cerrada se interrogó a los exportadores si promueven su producto en el exterior, teniendo un 70% que mencionaron que, si lo hacen por diferentes medios como redes sociales, mencionando sus propiedades organolépticas y el origen del producto, y un grupo pequeño del 30% de exportadores encuestados que mencionaron no hacerlo, por diferentes factores.

10. ¿Especifique un porcentaje en el que según la empresa se ha visto afectado últimamente por el tema de la pandemia del COVID 19?

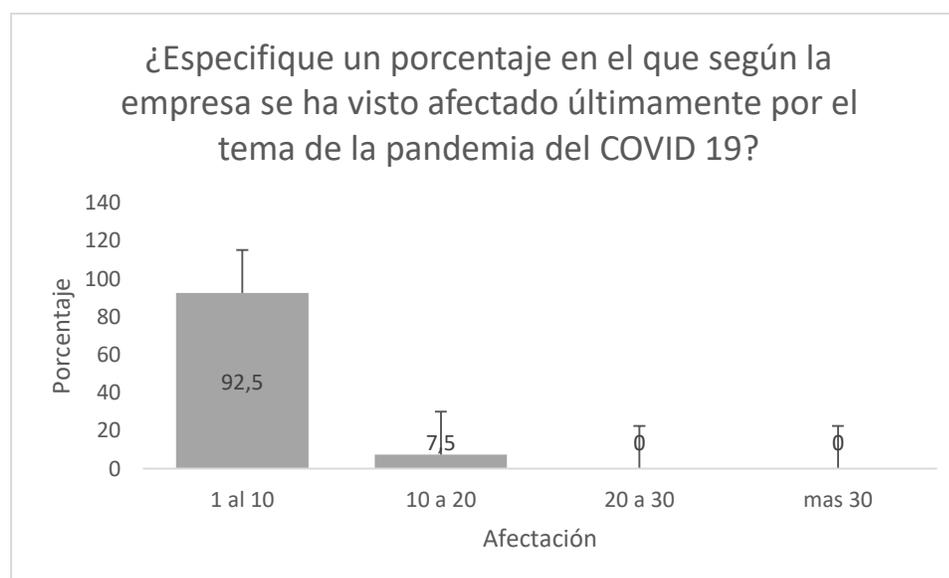
Tabla 20.

Pregunta #10, encuesta para los exportadores.

Descripción	Porcentaje
1 al 10	92.5
10 a 20	7.5
20 a 30	0
más 30	0

Figura 37.

Pregunta #10, encuesta para los exportadores.



Para la figura 37, se menciona el porcentaje que tuvo de afectación la empresa con la pandemia de COVID-19, la mayoría de los exportadores mencionaron de 1 a 10% de afectación siendo el 92.5% de los exportadores encuestados, mientras que un 7.5% mencionaron de 10 a 20% de afectación.

Consumidores

1. Con qué frecuencia Ud consume productos derivados del cacao

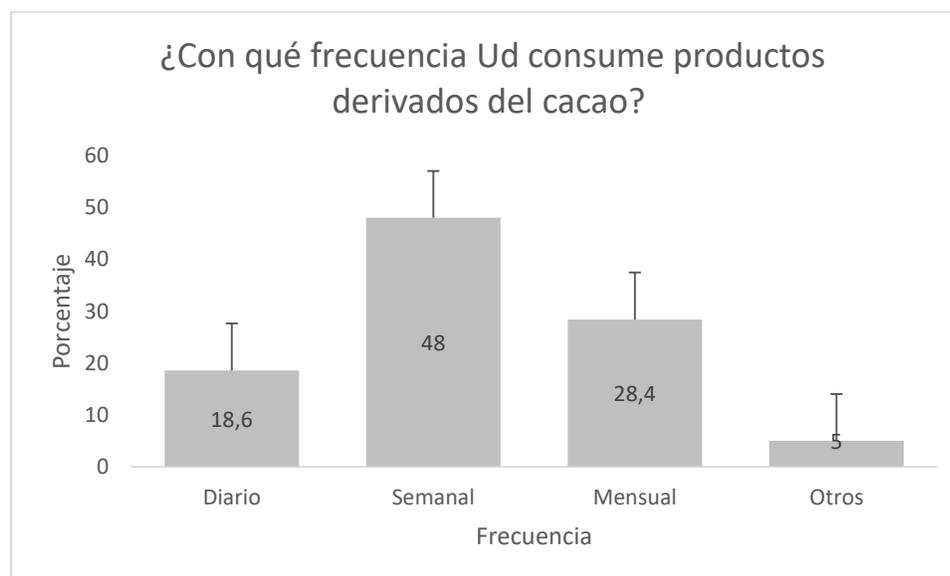
Tabla 21.

Pregunta #1 encuesta para los consumidores

Descripción	Porcentaje
Diario	18,6
Semanal	48
Mensual	28,4

Figura 38.

Pregunta #1, encuesta para los consumidores.



De acuerdo con la figura 38, que describe cual es la frecuencia de consumo de los productos derivados del cacao tenemos el mayor consumo es el semanal con 48%, seguidos del mensual con 28,4% y el consumo diario con 18,6% de un total de 150 encuestados.

2. ¿En qué presentación ud consume el producto derivado del cacao?

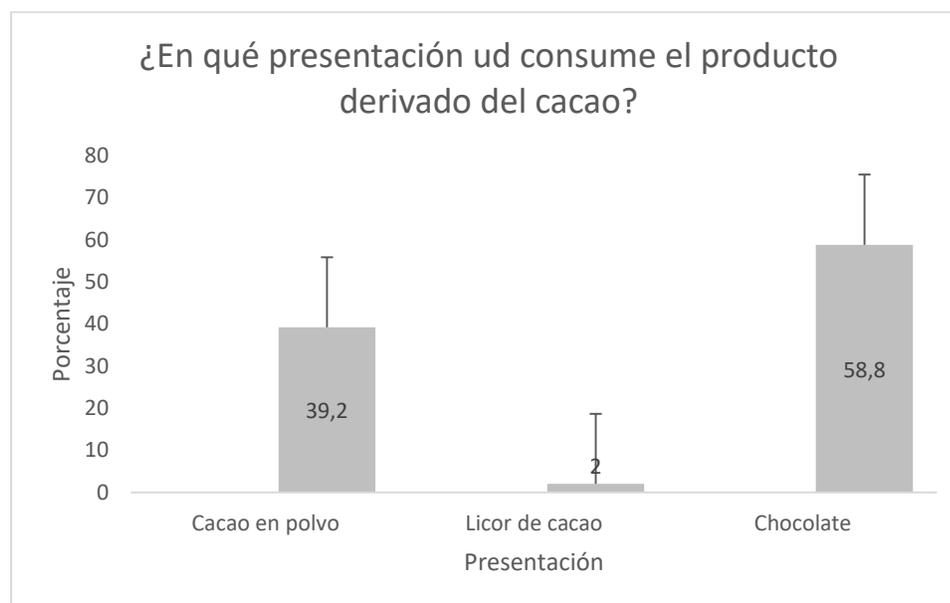
Tabla 22.

Pregunta #2 encuesta para los consumidores

Descripción	Porcentaje
Cacao en polvo	39,2
Licor de cacao	2
Chocolate	58,8

Figura 39.

Pregunta #2, encuesta para los consumidores



De acuerdo con la figura 39, se observa que la mayor presentación de consumo de los derivados del cacao es chocolate con 58,8%, seguido por el cacao en polvo con 39,2% y el de menor consumo el licor de cacao con 2%.

3. Mencione el o los motivos por el cual usted consume tal producto

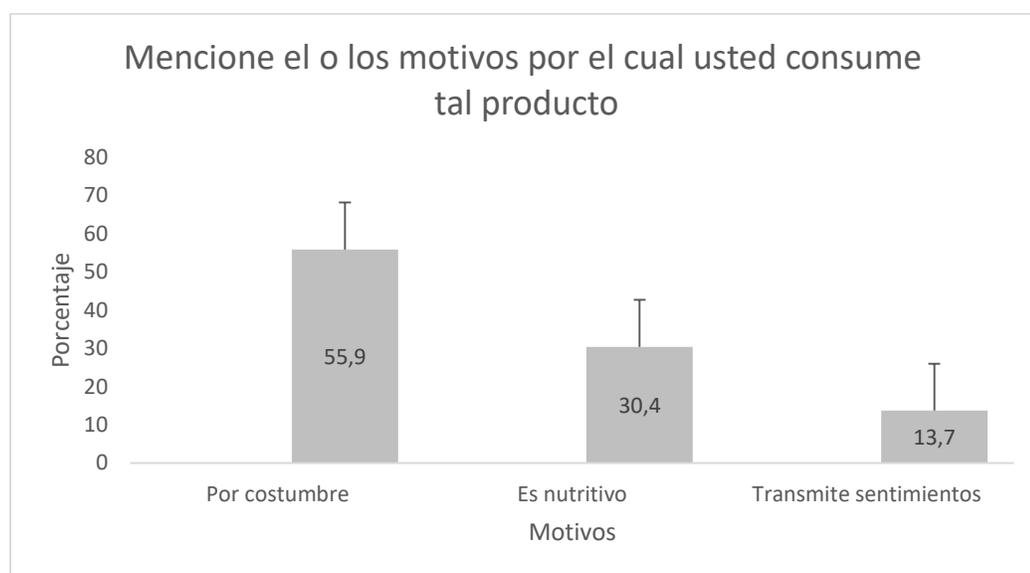
Tabla 23.

Pregunta #3, encuesta para los consumidores

Descripción	Porcentaje
Por costumbre	55,9
Es nutritivo	30,4
Transmite sentimientos	13,7

Figura 40.

Pregunta #3, encuesta para los consumidores



Como se muestra en la figura 40, los encuestados opinan que el motivo principal por el cual se consume cacao es por costumbre con 55,9%, seguido con un 30,4% porque es nutritivo y en menor porcentaje con 13,7 porque les transmite sentimiento.

4. Qué tipo(s) de chocolate prefiere consumir

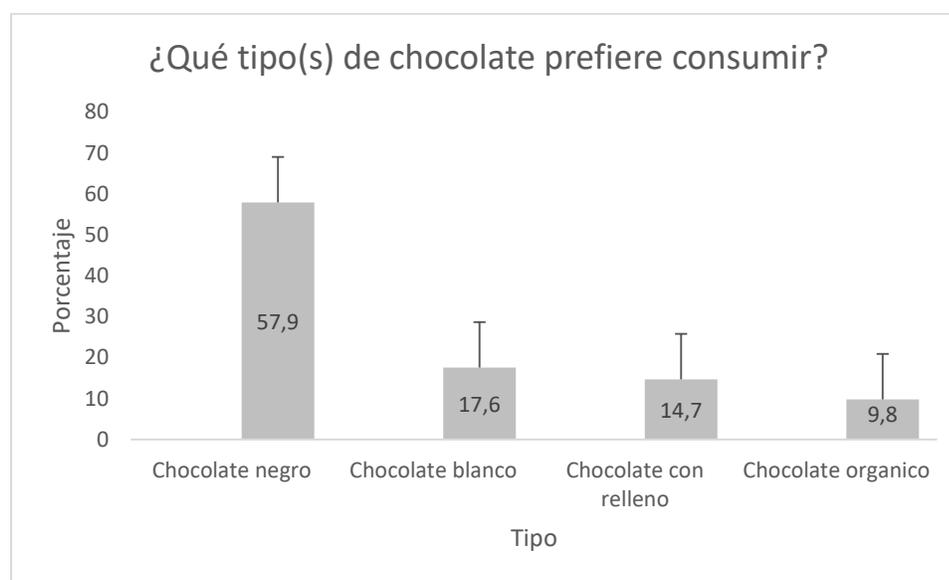
Tabla 24.

Pregunta #4, encuesta para los consumidores

Descripción	Porcentaje
Chocolate negro	57,9
Chocolate blanco	17,6
Chocolate con relleno	14,7
Chocolate orgánico	9,8

Figura 41.

Pregunta #4, encuesta para los consumidores



De acuerdo con la figura 41, la mayor preferencia de consumo de chocolate es el chocolate negro con 57,9%, chocolate blanco con 17,6%, chocolate con relleno con 14,7% y el de menor preferencia es el chocolate orgánico con 9,8%.

5. A la hora de comprar un chocolate en que basa su decisión

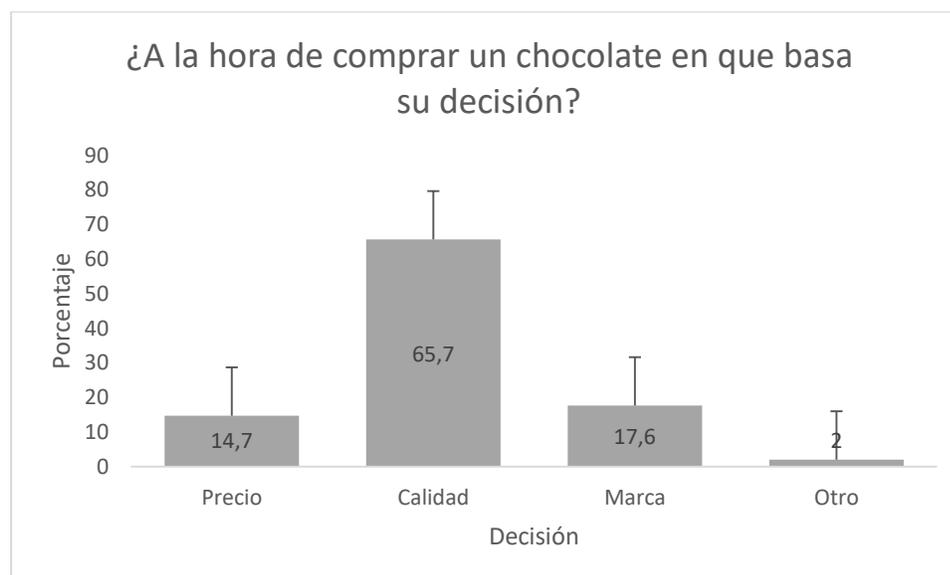
Tabla 25.

Pregunta #5, encuesta para los consumidores

Descripción	Porcentaje
Precio	14,7
Calidad	65,7
Marca	17,6

Figura 42.

Pregunta #5, encuesta para los consumidores



De acuerdo con la figura 42, según la opinión de los encuestados tenemos que a la hora de comprar chocolate el 65,7% basa su decisión en la calidad, el 17,6% lo hace en la marca y el 14,7% lo hace en el precio.

6. Que marcas de chocolate ecuatoriano ud conoce

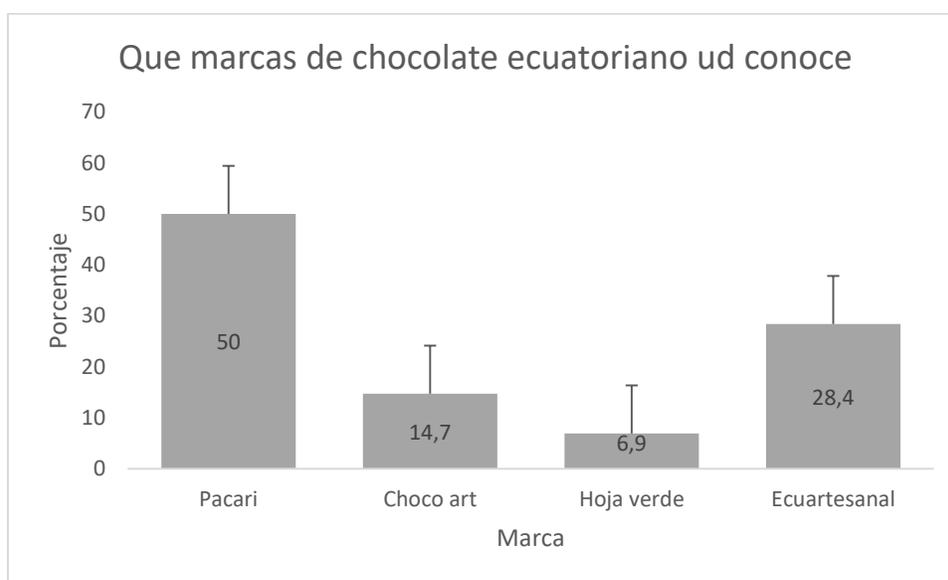
Tabla 26.

Pregunta #6, encuesta para los consumidores

Descripción	Porcentaje
Pacari	50
Choco art	14,7
Hoja verde	6,9
Ecuartesanal	28,4

Figura 43.

Pregunta #6, encuesta para los consumidores



Según muestra la figura 43, la marca más conocida por los consumidores de chocolate en la población encuestada fue la marca Pacari con 50%, seguida de Ecuartesanal con 28,4%, y las menos conocidas fueron Choco art con 14,7% y Hoja verde con solo el 6,9%.

7. A que grupo de consumidor pertenece

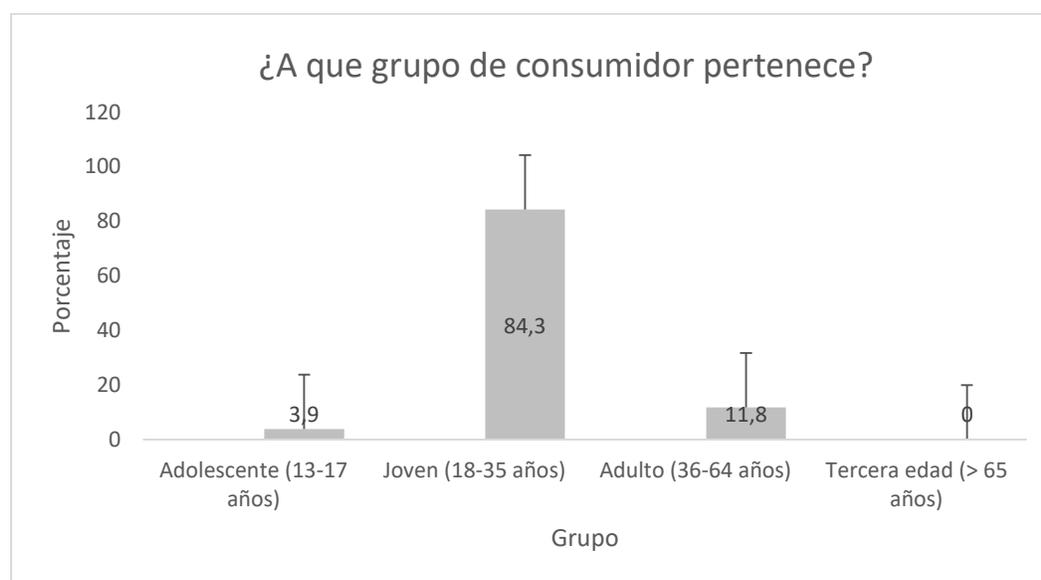
Tabla 27.

Pregunta #7, encuesta para los consumidores

Descripción	Porcentaje
Adolescente (13-17 años)	3,9
Joven (18-35 años)	84,3
Adulto (36-64 años)	11,8
Tercera edad (> 65 años)	0

Figura 44.

Pregunta #7, encuesta para los consumidores



Como se muestra en la figura 44, el mayor grupo de consumidores de chocolate son los que se encuentran en el grupo de jóvenes (18-35 años) con 84,3%, siendo los menores el grupo adulto (36-64 años) con 11,8% seguido del grupo adolescente (13-17 años).

8. Cuando suele adquirir productos derivados del cacao ¿de qué canal de distribución lo hace preferentemente?

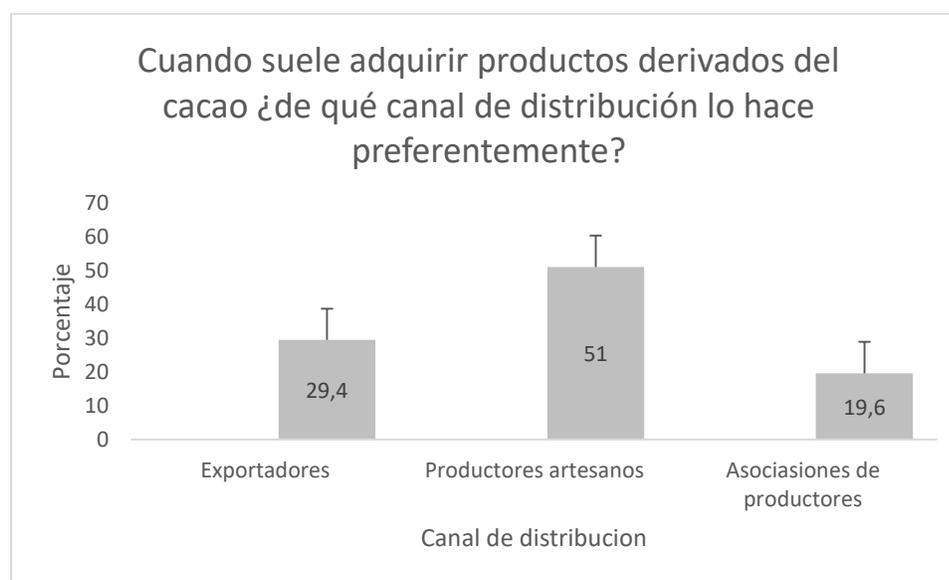
Tabla 28.

Pregunta #7, encuesta para los consumidores

Descripción	Porcentaje
Exportadores	29,4
Productores artesanos	51
Asociaciones de productores	19,6

Figura 45.

Pregunta #8, encuesta para los consumidores



De acuerdo con lo reflejado en la figura 45, el mayor canal de distribución de los productos derivados del cacao son los productores artesanos con el 51%, los exportadores alcanzan el 29,4% y en último lugar tenemos a las asociaciones de productores con el 19,6%.

9. ¿Cuánto pagaría por un producto elaborado de cacao?

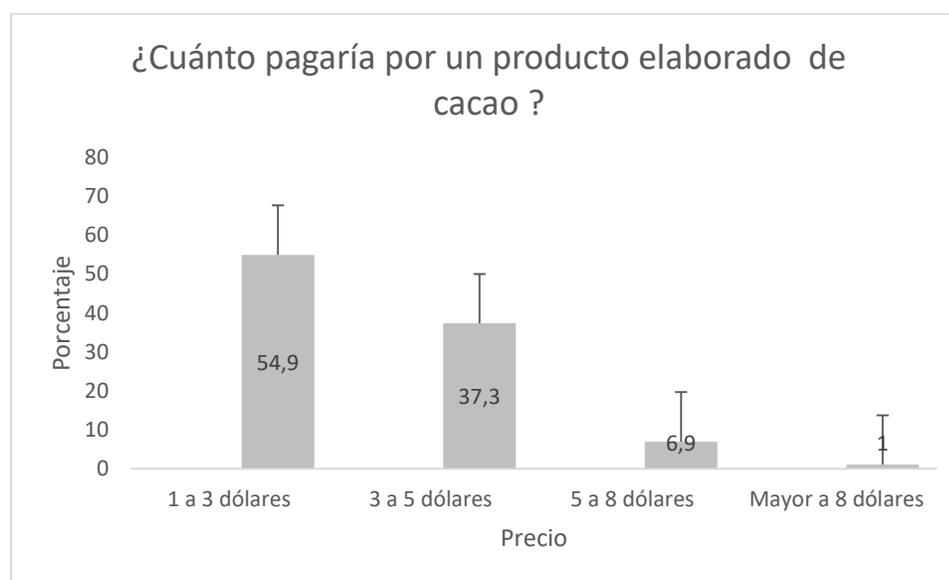
Tabla 29.

Pregunta #9, encuesta para los consumidores

Descripción	Porcentaje
1 a 3 dólares	54,9
3 a 5 dólares	37,3
5 a 8 dólares	6,9
Mayor a 8 dólares	1

Figura 46.

Pregunta #9, encuesta para los consumidores



Según nos indica la figura 46, sobre los precios que estarían dispuestos a pagar los consumidores por los productos elaborados con cacao la gran mayoría manifestó que el precio varía entre 1 a 3 dólares con 54,9%, de 3 a 5 dólares el 37,3%, de 5 a 8 dólares el 6,9% y solo el 1% pagaría más de 8 dólares.

10. Según su apreciación como consumidor de los derivados del cacao ¿Qué calificación le merecería la calidad del cacao ecuatoriano?

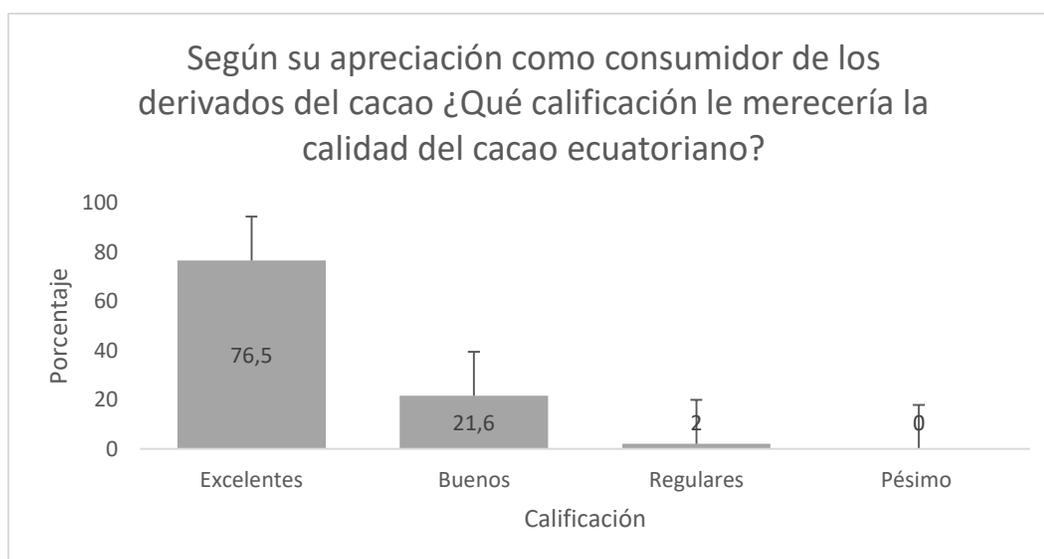
Tabla 30.

Pregunta #10, encuesta para los consumidores

Descripción	Porcentaje
Excelentes	76,5
Buenos	21,6
Regulares	2
Pésimo	0

Figura 47.

Pregunta #10, encuesta para los consumidores



De acuerdo con la figura 47, sobre la calificación que merece la calidad del cacao ecuatoriano el 76,5% de la población encuestada opinaron que es excelente mientras que solo el 21,6% dijo que es buena y una minoría con el 2% opino que es de mala calidad.

Capítulo IV

Discusiones

Para productores

Es importante conocer que las caracterizaciones realizadas con anterioridad nos demuestran como para cada eslabón de la cadena productiva de cacao, el productor es el eslabón que tiene un mayor problema, puesto que desde malos manejos por falta de capacitación en sus terrenos, no tener compradores directos, la caída de los precios y demás factores se ven propensos al declive del cultivo y la poca importancia del mismo, como menciona FONTAGRO, en el 2019, el productor cacaotero, en promedio, tiene 58 años de edad, dispone de alrededor de cinco hectáreas dedicadas al cultivo de cacao, los ingresos económicos de la finca, además de la producción del cacao, lo alcanzan de otras actividades como el comercio, negocio propio, producción de otros rubros y trabajos ocasionales, el 58% de los productores han declarado haber recibido algún tipo de capacitación y el 25% pertenece a una asociación, esto en relación a los datos obtenidos en esta investigación se demuestra que las edades son similares teniendo un rango de 45 a 55 años, la mayoría de los productores encuestados cuentan con un rango de 5 a 10 ha teniendo 139 productores, de igual manera los ingresos que alcanzan superan los 300USD semestralmente, y esto se debe a cultivos en asociación, otros trabajos adicionales y demás de igual manera la capacitación brindada por parte de asociaciones ha sido muy baja, de manera que existe cierta desventaja dentro del sector.

De acuerdo a la variedad que predomina esta investigación fue el cacao de variedad CCN-51, teniendo así 50,27% productores encuestados de una población de 183 con este dato y 46,45% que siguen apostando por el Cacao Nacional, esto como lo describe El Productor, (2019) los indicadores de producción y precio determinan que, la cosecha de cacao de CCN-51 se inicia a los dos años con una producción mínima de 2

quintales, en el tercer año se tiene una producción de 12 quintales al cuarto año se tiene una producción de 26 quintales, al quinto año se puede llegar a una producción de 34 quintales, a partir del sexto año se estabiliza la producción en 41 quintales.

Por otro lado existieron opiniones de personas que pertenecen a asociaciones, tienen un poco más de acceso a capacitaciones de manejo de insumos agrícolas, un poco más de ingresos para invertir y mejorar los rendimientos semestrales del cultivo, y que en su mayoría es su único sustento, pero al dedicarle el tiempo completo al cuidado del mismo obtienen resultados sobresalientes, de acuerdo a Cobos, (2021) los productores de cacao, a nivel de producción familiar o empresarial han demostrado ser capaces de suplir con la demanda mundial, por más altos estándares de calidad y fitosanitarios que los mercados establezcan. ahora, el reto se encuentra en consolidar un sector exportador que agremie a las empresas y a los productores que quieran generar mejores condiciones de venta y alcanzar nuevos nichos de mercado.

De igual forma la inversión que realizan el 65,57% de los productores es de 200 a 300USD semestrales, de igual manera 47,54% productores mencionan un gasto de 10 a 20 jornales semestrales para mantener sus cultivos de cacao, esto es un precio muy bajo para la cantidad de hectáreas que tienen y el tiempo en el que realizan labores, de manera que se evidencia la falta de capacitación por parte de profesionales para guiar al productor a mejorar sus rendimientos, menciona Gonzalez (2021) que, los agricultores deben diversificar su producción para financiar el cultivo de productos ganadores, que ayuden a mejorar las condiciones de vida de las familias del campo, además, los negocios tengan un buen técnico, con conocimiento de los conceptos relacionados al agro; un buen administrador, así como un buen vendedor, tenemos magníficos productos reconocidos por su calidad, pero no sabemos vender, hay que atacar estos problemas estructurales, incluyendo al joven y a la mujer rural.

Para exportadores

De acuerdo a la encuesta realizada a los exportadores de cacao, tenemos varias pautas que nos indican que el mercado internacional para el rubro de cacao ecuatoriano está tomando mayor importancia y fuerza, pues de acuerdo a las preguntas realizadas se demuestra que la variedad que se exporta masivamente es el cacao fino de aroma (62.5%) por sus propiedades organolépticas y la importancia que ha tenido en productos elaborados en el exterior, y un 37.5% para el CCN-51 como lo menciona Borja, Vite, Garzón, & Carvajal, (2021) se estima que 90% de la producción de cacao fino Nacional se realiza en sistemas tradicionales y semi tecnificados, mientras que la mayoría de la variedad CCN-51 se efectúa en sistemas tecnificados.

El producto mayormente se lo exporta en cacao en grano, más que semielaborados por diferentes razones como no tener un mercado apto para procesar la materia prima en el país, de acuerdo al estudio realizado por Alcivar, Quezada, Barrezueta, Garzon, & Carvajal, (2021), la exportación de cacao ha representado durante décadas una fuente de generación de empleo, crecimiento económico y desarrollo en varios países del mundo, en el Ecuador las exportaciones de cacao han sido lideradas por grandes empresas, no obstante, se reconoce como proveedores de la materia prima a los pequeños productores.

Otra de las interrogantes expuestas fue el semestre del año en donde más se exporta cacao, teniendo respuesta del 100% de exportadores que lo hacen en el segundo semestre por temas del cambio de estación que es en donde el cacao produce más volumen de mazorcas y de mejor calidad y mejores factores climáticos, sin embargo al realizar otra pregunta de cuanto exportaron en el primer trimestre del 2021 los valores más significativos fueron de 2 a 5 TM, siendo el 52.5% de la población encuestada esto se hizo referencia por el tema de pandemia los productores estuvieron más inmersos en el control de sus cultivos y por ende sus únicos medios para subsistir

en este tiempo crítico para muchos, con esto se hace relación al artículo publicado por (El Universo, 2020), donde expresan que el sector cacaotero nacional fue uno de los que no se paralizó durante los meses más críticos de la pandemia del COVID-19 y al contrario de contraerse cierra el año con un récord de producción y de exportación.

De acuerdo al lugar de destino del producto la mayoría de los exportadores menciono a Indonesia con un 40%, por otro lado el destino que tiene el producto es mayoritariamente al exterior con un 93% esto se debe a la falta de empresas que se dediquen a procesar el cacao en grano para elaborar productos que son importados, de acuerdo a León, Calderon, & Mayorga, (2016) Ecuador exporta su producción de cacao en alrededor del 83% en forma de cacao en “grano”, principalmente a EEUU, México, Holanda y otros países de la Unión Europea e importa productos terminados de dichos países, tales como chocolate, bombones, etc., productos que son elaborados con el cacao en “grano” ecuatoriano, dando como resultado una balanza comercial negativa entre exportación e importación del sector cacao.

Cabe resaltar que la mayoría de los exportadores ofrece su producto al exterior por diversos canales como son representantes en el exterior cubriendo un 87.5% de la población encuestada y 12.5% de vendedores directos y la afectación de la pandemia a sus empresas en los cuales se obtuvo resultados de 1 a 10% de afectación con 92.5% de población encuestada esto se debe que al existir canales seguros para el mercado internacional de cacao las afectaciones no fueron significativas tal como lo describe Francisco Miranda presidente de ANECACAO, el cacao tiene un mercado internacionalizado, una estabilidad bastante buena en el precio, con pisos en los últimos cinco años bastante resilientes que han sido atractivos para la inversión del agricultor pequeño que han ido transformando a cuenta gotas sus plantaciones de estos otros cultivos tradicionales que tenían hacia cacao.

Para consumidores

De acuerdo con la encuesta que se realizó a los consumidores se obtuvo que la frecuencia de mayor consumo de productos derivados de cacao es semanal con 48%, siendo la presentación más aceptada el chocolate con el 58,8%, además cabe destacar que el tipo de chocolate que los consumidores más prefieren es el chocolate negro con el 57,9% de aceptación ya que según lo mencionado una de las razones principales por la que lo consumen es por costumbre con el 55,9%, de acuerdo con lo mencionado por CFN, (2018), Ecuador ocupa el cuarto lugar como productor de cacao en grano a nivel mundial siendo el chocolate uno de los derivados de mayor preferencia entre los consumidores destacando entre ellos el chocolate negro, además pese a la gran producción de cacao y sus derivados que existe en el país el consumo per cápita de chocolate en el Ecuador es uno de los más bajos del mundo con un valor de 300g al año mientras que en otros países su consumo es diez veces más. Por otra parte en una entrevista realizada por Revista Líderes, (2016) los productores coinciden que los cambios en las tendencias de consumo de chocolate a escala mundial elevan las ventas. Francisco Miranda, gerente general de la exportadora de cacao Guangala, dice que cada vez gana más terreno el consumo del chocolate negro o 'dark' que la tradicional barra de leche y azúcar. El chocolate oscuro, el cual contiene entre 70% y 80 % de cacao, se lo compra cada vez con más frecuencia.

Otro de los aspectos importantes a la hora de consumir chocolate los encuestados mencionan que su decisión se basa en su calidad con un 65,7% y la marca ecuatoriana de chocolate más conocida por los consumidores es Pacari con el 50%, de acuerdo a lo descrito por ANECACAO, (2020) el chocolate fino se distingue por su pureza, específicamente, el sabor y fragancia que el cacao tiene teniendo así los estándares más altos de calidad y características organolépticas lo que lo hace único y atractivo para los consumidores. La empresa Pacari se ha convertido en un referente

de calidad y procesos de producción en la categoría, priorizando al productor y ayudándole a generar cosechas de calidad de manera orgánica, cuidando su tierra y su futuro, brindando un precio justo por su labor, permitiéndoles ampliar sus conocimientos acerca del cuidado de la tierra y logrando que sean parte de un proceso humano y social de producción de chocolate de la más alta calidad a nivel nacional y mundial obteniendo así varios reconocimientos y certificaciones teniendo hasta la fecha 35 sabores diferentes (Pacari, 2021).

El grupo al que pertenecen la gran mayoría de consumidores de chocolate pertenece al grupo joven con un rango de edad entre 18 y 35 años con el 84,3%, puesto a que este grupo pertenece a la población económicamente activa del país los mismos que manifestaron que el valor que estarían dispuestos a pagar por el chocolate varía entre 1 a 3 UDS y que el mayor canal de distribución del chocolate es por parte de los productores artesanales con el 51%, según lo referido por Revista Líderes, (2016) el gasto per cápita del ecuatoriano en chocolate se mantiene en este año en USD 7,5 al año. De acuerdo con un estudio realizado por la Revista Líderes, (2012) en cuanto a tendencias de consumo de chocolate en el país se especifica que existen dos tipos de paladares para el chocolate. El primer paladar es de tipo masivo, el cual prefiere un chocolate dulce con leche y ve al chocolate como una golosina, mientras que el otro paladar, es el que busca chocolate elaborado con cacao fino de aroma, es selecto y recientemente se encuentra formando un nicho. Este busca calidad, aprecia el chocolate puro o con altos porcentajes de pureza (desde el 60% de concentración de cacao) y experimenta con tipos de granos cultivados que cambian el sabor del producto. Se indica que este tipo de chocolate negro o puro es consumido normalmente por personas que tienen desde veinte años en adelante.

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Se establece que el cacao es uno de los rubros más importantes a nivel mundial y nacional, el cual pasa por un proceso de comercialización y este empieza con la obtención de la materia prima la cual se obtiene en las diversas fincas de los productores como granos y posteriormente culmina en el mercado internacional, nacional ya sea como producto elaborado, semielaborado o propiamente como materia prima.

De acuerdo con las entrevistas realizadas se logró obtener una perspectiva más cercana de la situación actual de los productores dedicados a este rubro tan importante en la cadena agroalimentaria como lo es el cultivo de Cacao, arrojando resultados donde los productores sobrepasan los 45 años y poseen alrededor de 5 a 10 hectáreas destinadas para este cultivo. También se logró encontrar como dato clave que la variedad más cultivada en las provincias cacaoteras del país es la variedad CCN-51 debido a lo manifestado por los propios productores de dicha variedad la cual tiene como característica significativa el ser más resistente al ataque de plagas y enfermedades.

Sin embargo, uno de los principales factores que amenazan la producción es la presencia de enfermedades fitosanitarias demandando así el uso de insumos semestrales para el cuidado y a su vez el incremento de los jornales generando esto un incremento su costo de producción. En lo que respecta al rendimiento del cultivo el cacao CCN-51 tiene una producción superior a los 20qq/semestre siendo este mayor a los rendimientos con respecto al cacao fino de aroma.

Cabe recalcar que como punto fundamental que se estudió el problema que incide significativamente con la economía de los productores es la falta de capacitaciones con respecto a producción, también se detectó como causa subyacente la comercialización a terceros(intermediarios) en los cuales no se produce la comercialización directa a exportadoras, es por esta razón que dichos intermediarios en la mayoría de los casos no generan con los pagos adecuados a los productores por sus cosechas producidas, y su margen de ganancias se ve afectado el cual puede mejorarse y alcanzar mayores valores a los que actualmente se están manejando, otro problema que tiene el cacao es que en el país no se le da muy poco valor agregado a este rubro comercializándolo en su mayoría en materia prima para la exportación y solo una pequeña parte transforma la materia prima en productos elaborados como el chocolate el cual es el preferido por los consumidores.

Recomendaciones

Se establece como una opción de mucha importancia por parte de las entidades gubernamentales del país que están aporten, con capacitaciones y asesorías a los productores para que les den un mejor manejo a los cultivos de cacao sin dejar de lado las buenas prácticas agrícolas que demanda el cultivo para que estas sean amigables con el ambiente sin que afecte la flora y fauna de la región y lograr así la obtención de materia prima de calidad para que estos alcancen una buena remuneración.

Por otra parte, es estrictamente necesario que se formen asociaciones de productores para formar un centro de acopio administrado por entes regulatorio como el MAGAP que garantice el cumplimiento de sus derechos para que sean ellos los que comercialicen directamente sus productos con las empresas exportadoras y productores de la industria del chocolate, recibiendo precios justos que ayuden a la economía y sustentación de sus hogares.

Es necesario incentivar el consumo de chocolate en el país dándole un valor agregado y capacitando a los productores y artesanos en la elaboración de productos ya que en la actualidad son pocas las empresas que se dedican a la transformación de la materia prima en el país.

Capítulo VI

Bibliografía

- Organización Internacional del Cacao (ICCO). (2016). *Boletín Trimestral de Estadísticas del Cacao*. Recuperado el 29 de 04 de 2021
- Alcivar, K., Quezada, M., Barrezueta, S., Garzon, V., & Carvajal, H. (2021). *Análisis económico de la exportación del cacao en el Ecuador durante el periodo 2014 – 2019*. Machala - Ecuador: Polo del Conocimiento. Recuperado el 10 de 08 de 2021, de file:///C:/Users/OFERCO~1/AppData/Local/Temp/Dialnet-AnalisisEconomicoDeLaExportacionDelCacaoEnElEcuador-7926903.pdf
- ANECACAO. (Mayo de 2020). Obtenido de <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/cacao-nacional.html>
- Anzulez, V., Borjas, R., Castro, V., & Julca, A. (2018). Caracterización de fincas productoras de cacao (*Theobroma cacao L.*) en Santo Domingo de Los Tsáchilas, Ecuador. *Bosques Latitud Cero*, 39-50. Recuperado el 30 de 04 de 2021, de <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/bosques/article/view/493/388>
- Borja, K., Vite, H., Garzón, V., & Carvajal, H. (2021). *ANALISIS DE LAS EXPORTACIONES DEL CACAO ECUATORIANO EN GRANO EN EL PERIODO 2008 AL 2018*. Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas. Recuperado el 10 de 08 de 2021, de <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/422/442>
- Carranza, W., Angulo, M., Cedeño, G., & Prado, Y. (2020). *Evaluación socioeconómica del cultivo de cacao (*Theobroma cacao L.*) en la zona norte de la Provincia de los Ríos*. Los Ríos- Ecuador: Journal of Business and entrepreneurial. Recuperado el 30 de 04 de 2021
- Carrera, E. (2018). *INVESTIGACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING QUE UTILIZAN EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL CHOCOLATE ARTESANAL EN*

EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO (DMQ). Sangolqui: ESPE.

Recuperado el 19 de 05 de 2021, de

<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/14862/1/T-ESPE-040353.pdf>

- CFN. (Abril de 2018). Recuperado el 10 de Agosto de 2021, de
<https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/04/Ficha-Sectorial-Cacao.pdf>
- CFN. (2020). *FICHA SECTORIAL: CACAO-CHOCOLATE*. GDPS – SUBG. DE ANÁLISIS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.
- Cobos, E. (11 de 03 de 2021). *Gestion Digital*. Recuperado el 05 de 05 de 2021, de
<https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/ecuador-tiene-en-el-cacao-una-oportunidad-de-oro>
- Diario La Hora. (2015). *EL CACAO ECUATORIANO*. Guayaquil - Ecuador: ANECACAO. Recuperado el 04 de 05 de 2021, de
<http://www.anecacao.com/index.php/es/noticias/el-cacao-ecuadoriano.html>
- ECA. (2016). Obtenido de <https://www.eurococoa.com/es/historia-del-cacao-el-cacao-como-materia-prima/cocoa-story-cultivo-comercio-y-transporte/>
- EKOS. (16 de 11 de 2020). *EKOS*. Recuperado el 19 de 05 de 2021, de
<https://www.ekosnegocios.com/articulo/rk-paises-con-mayor-consumo-de-chocolate#:~:text=Suiza%20es%20la%20poblaci%C3%B3n%20que,Estados%20Unidos%2C%20Jap%C3%B3n%20y%20China.>
- El Comercio. (20 de 11 de 2018). *El Comercio*. Recuperado el 19 de 05 de 2021, de
<https://www.elcomercio.com/tendencias/chocolate-nutricion-alimentacion-produccion-ecuador.html#:~:text=De%20acuerdo%20con%20datos%20presentados,chocolate%20natural%20per%20c%C3%A1pita%20anual.>

- El Productor. (2019). *CACAO, El sabor dulce del Ecuador*. Revista el Productor. Recuperado el 09 de 08 de 2021, de <https://elproductor.com/wp-content/uploads/2019/04/REVISTA%20MAYO%20CACAO.pdf>
- El Telégrafo. (2019). *Exportaciones de cacao subieron 4,65% en 2018*. Quito - Ecuador: El Telegrafo. Recuperado el 05 de 05 de 2021, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/exportaciones-cacao-ecuador>.
- El Universo. (2018). *Chocolates son el 1 % de las ventas de cacao de Ecuador*. Quito - Ecuador: El Universo. Recuperado el 19 de 05 de 2021, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/06/01/nota/6787145/chocolates-son-1-ventas-cacao/>
- El Universo. (28 de 12 de 2020). *Pese al COVID-19, cacao rompe récord del 2018 y exporta 345.000 toneladas en 2020*. Ecuador: ANECACAO. Recuperado el 05 de 05 de 2021, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/12/27/nota/8993653/cacao-record-exportacion-produccion-2020/>
- ESPAE. (2016). *ESTUDIOS INDUSTRIALES ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA TOMA DE DECISIONES "Industria de Cacao"*. Guayaquil - Ecuador: ESPO. Recuperado el 19 de 05 de 2021, de <https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2016/12/industriacacao.pdf>
- FONTAGRO, E. I. (2019). *La Cadena de Valor del Cacao en América Latina y El Caribe*. Quito-Ecuador: FONTAGRO. Recuperado el 29 de 04 de 2021, de https://www.fontagro.org/new/uploads/adjuntos/Informe_CACAO_linea_base.pdf
- Freire, J. (2021). *Papá cacao*. Recuperado el 27 de 05 de 2021, de <https://www.papacacao.com/conoce-a-papacacao/>

- Gonzalez, P. (2021). *CARACTERIZACIÓN AGRO-SOCIOECONOMICA DE LOS PRODUCTORES DE CACAO (Theobroma cacao L.) EN EL RECINTO EL ROSARIO, CANTON NARANJITO, GUAYAS*. Guayaquil - Ecuador: UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR. Recuperado el 09 de 08 de 2021, de [https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/GONZALEZ%20RAMIREZ%20PEDRO%20LUI S.pdf](https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/GONZALEZ%20RAMIREZ%20PEDRO%20LUI%20S.pdf)
- Hernandez, M., & Zambrano, J. (2019). *Plan estratégico para la exportación de pasta de cacao orgánico desde la Asociación Kallari de la provincia de Napo hacia el mercado de Bélgica*. Quito-Ecuador: UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR.
- Hora, L. (2007). *Chocolate ecuatoriano genera microempresas*. Quito - Ecuador: La Hora. Recuperado el 27 de 05 de 2021
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2017). *Estado actual sobre la producción, el comercio y cultivo del cacao en América*. San José, C.R.: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, Fundación Colegio de Postgraduados en Ciencias Agrícolas. Recuperado el 29 de 04 de 2021, de <https://repositorio.iica.int/BVE18019631e>
- León, F., Calderon, J., & Mayorga, E. (2016). *Estrategias para el cultivo, comercialización y exportación del cacao fino de aroma en Ecuador*. Revista Ciencia UNEMI. Recuperado el 10 de 08 de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/5826/582663825007.pdf>
- LML Consultores. (25 de 06 de 2020). *El Productor*. Recuperado el 05 de 05 de 2021, de <https://elproductor.com/2020/06/top-10-exportadores-cacao-ecuador-ene-may-2020/>
- Lopez, A. (2019). *Situación de los pequeños productores de cacao en el Ecuador*. Facultad de Ciencias Economicas. Quito - Ecuador: Universidad Central del

Ecuador. Recuperado el 04 de 05 de 2021, de

<https://coyunturaueiie.org/2019/04/01/situacion-de-los-pequenos-productores-de-cacao-en-el-ecuador/>

- M.A.G. (2019). *Sistema de Informacion Publica Agropecuaria*. FICHA DEL CULTIVO DE CACAO, Ministerio de Agricultura y Ganaderia, Quito - Ecuador. Recuperado el 04 de 05 de 2021, de <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cacao>
- MAG. (2019). *El nuevo boom cacaotero inicia con la presentación del PMC*. Guayas - Ecuador: Ministerio de Agricultura y Ganaderia. Recuperado el 04 de 05 de 2021, de <https://www.agricultura.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/boletin-Cacao.pdf>
- MAG. (2019). *Plan de Mejora Competitiva se presenta en Esmeraldas para transformar la producción de cacao y sus derivados*. Esmeraldas - Ecuador: Ministerio de Agricultura y Ganaderia. Recuperado el 04 de 05 de 2021, de <https://www.agricultura.gob.ec/plan-de-mejora-competitiva-se-presenta-en-esmeraldas-para-transformar-la-produccion-de-cacao-y-sus-derivados/>
- Ministerio de Agricultura y Ganaderia. (2019). *Características de la producción de Cacao almendra seca, año 2019*. Ecuador: MAG. Recuperado el 04 de 05 de 2021, de http://sipa.agricultura.gob.ec/descargas/caracterizacion/cacao/caracterizacion_produccion_cacao_2019.pdf
- Ministerio de Agricultura y Ganaderia. (2021). *Panorama Agroestadístico*. Quito - Ecuador: MAG. Recuperado el 04 de 05 de 2021, de http://sipa.agricultura.gob.ec/descargas/panorama_estadistico/panorama_estadistico.pdf
- Moreira, G. (28 de 06 de 2019). Ecuador busca nuevo 'boom' cacaotero. *EL TELEGRAFO*. Recuperado el 30 de 04 de 2021, de

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/moreno-acuerdonacional-cacao-chocolate>

- Nieves, S. (2016). *“TRANSPORTE MARÍTIMO PARA LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE CACAO EN GRANO”*. Guayaquil - Ecuador: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL. Recuperado el 19 de 05 de 2021, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14068/1/TESIS%20SINDY%20NIEVES.pdf>
- Pacari. (2021). Recuperado el 10 de Agosto de 2021, de <https://www.pacari.com/nuestra-historia/>
- Quinde, V., Bucaram, R., Bucaram, M., & Bueno, M. (2019). *Factores productivos de la producción de cacao nacional de la Provincia del Guayas*. Guayaquil - Ecuador : Revista Espirales. Recuperado el 30 de 04 de 2021, de <https://revistaespirales.com/index.php/es/article/view/720/html>
- Ramirez, P. (2006). *Estructura y Dinamica de la Cadena de Valor del Cacao en el Ecuador*. Quito - Ecuador: GESOREM. Recuperado el 19 de 05 de 2021, de http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/12/Dinamica_cadena_cacao_Ecuador.pdf
- Revista Gestión. (11 de Marzo de 2021). Recuperado el 10 de Agosto de 2021, de <https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/ecuador-tiene-en-el-cacao-una-oportunidad-de-oro>
- Revista Líderes . (13 de Septiembre de 2016). Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/chocolatenacional-cifras-produccion-consumo.html>

- Revista Líderes. (2012). Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/chocolate-fino-ecuador-conquista-paladares.html>
- Samaniego, S. (2019). *Gobernanza de la cadena de cacao en Ecuador*. Escuela Agrícola Panamericana, CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE AGRONEGOCIOS. Honduras: Zamorano. Recuperado el 04 de 05 de 2021, de <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/6622/1/AGN-2019-T032.pdf>
- Torres, M. (2016). *CADENA DE VALOR PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO DE LOS PRODUCTORES DEL RECINTO TAZONE*. ESMERALDAS - ECUADOR: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS. Recuperado el 04 de 05 de 2021, de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/844/1/TORRES%20MURILLO%20%20MARIA%20FERNANDA.pdf>
- UNOCACE. (Abril de 2020). Recuperado el 10 de Agosto de 2021, de <https://unocace.com/>
- Varsallo, M. (2016). *Diferenciación y agregado de valor en la cadena ecuatoriana del cacao*. Quito - Ecuador: Instituto de Altos Estudios Nacionales.