

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRÍA NEGOCIOS INTERNACIONALES Y GESTIÓN DE
COMERCIO EXTERIOR

“TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL”
PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES Y GESTIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

“ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA
INTERNACIONALIZACIÓN DE INSUMOS ELABORADOS DEL
CACAO ECUATORIANO EN EL MERCADO DE E.E.U.U.”

AUTORA: CARLITA BELEN MANZANO VERGARA

TUTORA: Econ. SILVIA ELIZABETH TAGLE LEÓN, Msc.

GUAYAQUIL – ECUADOR

SEPTIEMBRE 2016

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL		
TÍTULO: “ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE INSUMOS ELABORADOS DEL CACAO ECUATORIANO EN EL MERCADO DE E.E.U.U.”		
AUTOR: CARLITA BELEN MANZANO VERGARA	REVISORES:	
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: CIENCIAS ECONOMICAS	
CARRERA: MAESTRIA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y GESTION DEL COMERCIO EXTERIOR		
FECHA DE PUBLICACIÓN: SEPTIEMBRE 30 DEL 2016	N° DE PÁGS.: 55	
ÁREA TEMÁTICA: COMERCIO INTERNACIONAL		
PALABRAS CLAVES: Comercio Internacional, Plan Estratégico, Internacionalización, Ventaja Comparativa		
<p>RESUMEN: Este trabajo de investigación tiene como objetivo principal es analizar la tendencia de las exportaciones ecuatorianas de cacao y sus productos derivados hacia los EE.UU, y elaborar un plan estratégico que permita mejorar la competitividad de las mismas en el mercado norteamericano, cuyo resultado es la búsqueda de alternativas para lograr la industrialización e internacionalización, incrementar los ingresos provenientes de las exportaciones, la creación de valor que mejorará la competitividad de nuestros productos, ya que el ingreso de divisas es uno de los pilares fundamentales para el mantenimiento de dolarización de nuestra economía. Los beneficiarios de este plan serán los productores del sector cacaotero que potenciarán la internacionalización de sus productos elaborados e implementarán nuevas estrategias de comercialización.</p>		
N° DE REGISTRO(en base de datos):	N° DE CLASIFICACIÓN: N°	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR: CARLITA BELEN MANZANO VERGARA	Teléfono: 6028626 0993155464	E-mail: carlitamanzano@gmail.com
CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN	Econ. Natalia Andrade Moreira. Msc. Secretaría de la Facultad de Ciencias Económicas –Universidad de Guayaquil E-mail: nandramo@hotmail.com Teléfono: 2293052 Ext 108	

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del estudiante Carlita Belén Manzano Vergara, del Programa de Maestría/Especialidad Negocios Internacionales y Gestión del Comercio Exterior, nombrado por el Decano de la Facultad de Ciencias Económicas CERTIFICO: que el estudio de caso del examen complejo titulado: “ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE INSUMOS ELABORADOS DEL CACAO ECUATORIANO EN EL MERCADO DE E.E.U.U.” en opción al grado académico de Magíster (Especialista) en Negocios Internacionales, cumple con los requisitos académicos, científicos y formales que establece el Reglamento aprobado para tal efecto.

Atentamente

Econ. Silvia Elizabeth Tagle León, MSc.

TUTORA

Guayaquil, Septiembre 30 de 2016

DEDICATORIA

A Dios, Mi familia, A mi hija.

Todo este trabajo es posible gracias a ellos.

AGRADECIMIENTO

Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado y poder hacer realidad este sueño anhelado. A la Universidad de Guayaquil, la Facultad de Ciencias Económicas, a la Unidad de Postgrado, y a la Econ. Silvia Tagle León he logrado terminar mis estudios.

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación especial, me corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL”

CARLITA BELEN MANZANO VERGARA

ABREVIATURAS

- ANECACAO:** Asociación Nacional de Cacao
- CIG:** Cámara de Industrias de Guayaquil
- MAGAP:** Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca
- MIC:** Ministerio de Industrias y Competitividad
- UNOCACE:** Unión Nacional de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador
- FEDECADE:** Federación Nacional de Cacaoteros del Ecuador
- APROCAFA:** Asociación de Productores de Cacao Fino y de Aroma
- CORPCACAO:** Corporación de Agroindustriales de Cacao del Ecuador
- ASOCACAO:** Asociación Nacional de Cacaoteros
- CORPEI:** Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones
- INIAP:** Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias
- FAO:** Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
- HA:** Hectáreas
- PEA:** Población Económicamente Activa
- TLC:** Tratado de Libre Comercio
- TN:** Toneladas
- TM:** Toneladas métricas
- GTZ:** Agencia Alemana de Cooperación Técnica
- NIBS:** Virutas de cacao tostado y triturado.
- INEN:** Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización
- NTE:** Norma Técnica de Estándar
- ATPDEA:** Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga
- IICA:** Instituto Iberoamericano de Cooperación para la Agricultura

Tabla de contenido

Resumen.....	1
Introducción.....	3
Delimitación del problema.....	3
Formulación del problema.....	4
Justificación.....	4
Objeto de estudio.....	4
Campo de acción o de investigación.....	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos.....	5
La novedad científica.....	5
Capítulo 1 MARCO TEÓRICO	6
1.1 Teorías generales.....	6
1.2 Teorías sustantivas	6
1.3 Referentes empíricos.....	8
Capítulo 2 MARCO METODOLÓGICO	12
2.1 Metodología	12
2.2 Métodos	12
2.3 Premisas o Hipótesis.....	15
2.4 Universo y muestra.....	15
2.5 CDIU – Operacionalización de variables	16
2.6 Gestión de datos.....	17
2.7 Criterios éticos de la investigación	17
Capítulo 3 RESULTADOS	18
3.1 Antecedentes de la unidad de análisis o población	18
3.2 Diagnostico o estudio de campo:	20
Capítulo 4 DISCUSIÓN	23
4.1 Contrastación empírica.....	23
4.2 Limitaciones.....	25
4.3 Líneas de investigación	25
4.4 Aspectos relevantes.....	25
Capítulo 5 PROPUESTA	28
Conclusiones y Recomendaciones.....	35
Bibliografía	37
Anexos	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1: Operacionalización de las Variables.....	16
Tabla No. 2: Análisis FODA de Producción de Cacao.....	30
Tabla No. 3: Análisis FODA Producción y Comercialización-con Valor Agregado.....	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No.1: Árbol del Problema.....	4
Figura No.2: Mapa de Zonas productivas de cacao en Ecuador.....	39
Figura No.3: Dinámica de la cadena del valor del Cacao.....	39
Figura No.4: Principales destinos de exportación de elaborados de cacao 2011.....	40
Figura No.5: Principales destinos de exportación del cacao en grano y cascaras 2011.....	40
Figura No.6: Principales importadores mundiales de derivados de cacao.....	41
Figura No.7: Cadena de Abastecimiento de Cacao, Semielaborados y Chocolates.....	33
Figura No.8: Cadena de Abastecimiento, Transformación y Distribución de Cacao.....	34

TITULO: “ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE INSUMOS ELABORADOS DEL CACAO ECUATORIANO EN EL MERCADO DE E.E.U.U.”

RESUMEN

Las estadísticas actuales de ANECACAO, demuestran que en el 2015 hubo un incremento del 10% (260.000 TM) en las exportaciones de cacao y derivados en relación al 2014; el 87% correspondía a exportaciones de granos de cacao, 12% a semielaborados de cacao; y apenas un 0.8% a productos terminados de cacao. Esto se debe a la falta de desarrollo del comercio internacional de este tipo de productos, así como la ausencia de inversiones extranjeras que permitan aumentar los niveles de industrialización del cacao. El objetivo principal es analizar la tendencia de las exportaciones ecuatorianas de cacao y sus productos derivados hacia los EE.UU, y elaborar un plan estratégico que permita mejorar la competitividad de las mismas en el mercado norteamericano.

Se procederá a estudiar la problemática actual, mediante la utilización de una metodología cuali-cuantitativa, investigación, recopilación y análisis de las estadísticas, así como el estudio de los efectos del comercio del cacao ecuatoriano en el mercado internacional a fin de concienciar a los productores sobre la situación actual.

El resultado de este estudio estará enfocado en la búsqueda de alternativas para lograr la industrialización e internacionalización, incrementar los ingresos provenientes de las exportaciones, la creación de valor que mejorará la competitividad de nuestros productos, ya que el ingreso de divisas es uno de los pilares fundamentales para el mantenimiento de la dolarización de nuestra economía. Los beneficiarios de este plan serán los productores del sector cacaotero que potenciarán la internacionalización de sus productos elaborados e implementarán nuevas estrategias de comercialización.

Palabras Claves: Comercio Internacional, Plan Estratégico, Internacionalización, Ventaja Comparativa.

TITLE: “ELABORATION OF A STRATEGIC PLAN FOR THE INTERNATIONALIZATION OF PROCESSED INPUTS OF ECUADORIAN CACAO IN THE US MARKET.”

ABSTRACT

The Current statistics of Anecacao show that in 2015 there was an increase of 10% (260.000 TM) in cacao exports and derivatives in relation to 2014; 87% corresponding to exports of cacao beans, 12% semi-processed cocoa; and just 0.8% to finished products of cocoa. This is because to the lack of development of international commerce of this type of products, and the absence of foreign investments that allow being increased the levels of industrialization of cacao. The main objective is to analyze the trend of Ecuadorian exports of cacao and derivatives products to the US, and develop a strategic plan to improve their competitiveness in the North American market.

It will proceed to study the current problematic, using a qualitative and quantitative methodology, research, collection and statistical analysis and the study of commerce effects of Ecuadorian cacao in the international market to raise awareness to the producers on the current situation.

The result of this study will focus in the search of alternatives for effecting the industrialization and internationalization, increase the revenues from exports, value creation that will improve the competitiveness of our products, as currency income is one of the essential pillars for the maintenance of dollarization of our economy. The beneficiaries of this plan are the producers of the cocoa sector that promote the internationalization of the finished products and will implement new commercialization strategies.

Keywords: International Commerce, Strategic Plan, Internationalization, Comparative Advantage.

INTRODUCCIÓN

El interés de este estudio es profundizar en las exportaciones de productos industrializados provenientes cacao, el cual resulta de la falta de desarrollo comercial internacional existente en este tipo de productos; ya que la promoción de exportaciones se centra principalmente en las exportaciones tradicionales de productos primarios como: banano, cacao, flores y camarón; los cuales han ganado mayor representación internacional en EE.UU y Europa a través de los últimos años gracias a su potencial productivo y exportador. Es por esto que se necesita realizar un estudio pormenorizado de los factores que intervienen en la producción y elaboración de productos semielaborados del cacao para la exportación.

Frente a este panorama, el fin principal es buscar alternativas para solucionar la baja industrialización y poder mejorar la competitividad, otorgándole mayor valor agregado a los productos elaborados de cacao, y así poder incrementar los ingresos provenientes de las exportaciones mediante la introducción de un plan estratégico, tomando en consideración que uno de los factores importantes para el mantenimiento y fortalecimiento de la dolarización en nuestra economía es el ingreso de divisas.

A fin de aprovechar los recursos existentes, se debe incentivar al sector cacaotero ecuatoriano a explotar el producto en toda su cadena de valor, desde el cultivo, producción, industrialización a todo nivel y exportación, siendo la industrialización un factor importante para la creación de ventaja comparativa, referente en el mercado internacional y la industria del chocolate.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

En la Figura N° 1, se determina como problema principal la falta de desarrollo comercial del Cacao, elaborados y semielaborados; lo cual genera bajos niveles de industrialización, políticas poco atractivas para el sector inversionista, bajos niveles de competitividad, cuyos efectos son la exportación de productos sin valor agregado, la ausencia de inversiones extranjeras y por ende nuestros precios internacionales son más altos que los de nuestros competidores.

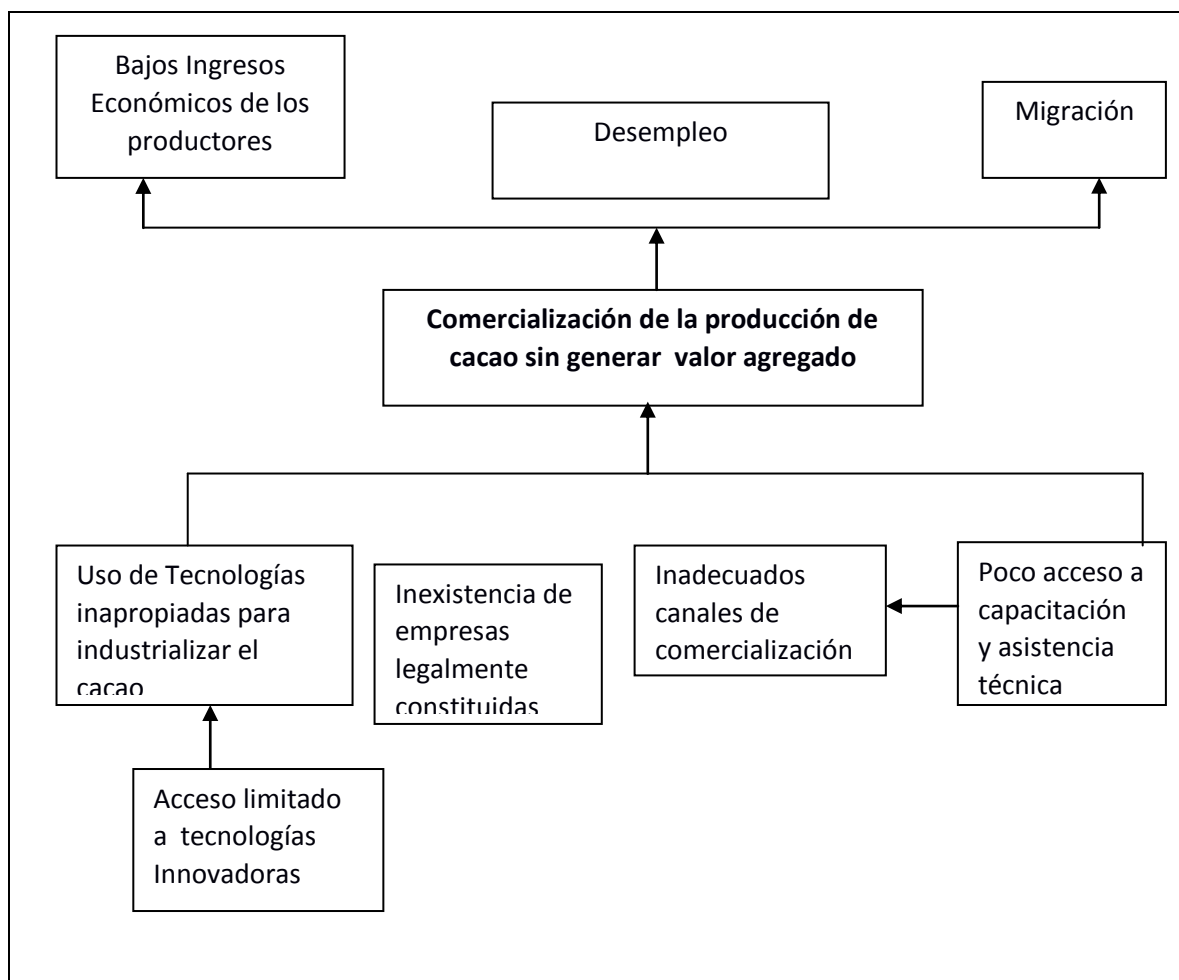


FIGURA N°1: Árbol del Problema

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo ha incidido la falta de desarrollo comercial, en los niveles de industrialización, inversión extranjera y competitividad del Ecuador para incrementar la exportación de los productos derivados del Cacao?

JUSTIFICACIÓN

Dado que nuestros niveles de competitividad son bajos, y partiendo de que nuestra única ventaja es la posición cualitativa del cacao ecuatoriano frente a nuestros clientes internacionales y dando solución a problemas como: falta de inversión extranjera, baja industrialización, mejora de la competitividad, se puede garantizar el incremento de oportunidades comerciales de nuestros productos elaborados de cacao en el mercado estadounidense.

OBJETO DEL ESTUDIO:

Comercio Internacional

CAMPO DE ACCIÓN:

El sector cacaotero e industrial ecuatoriano.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan estratégico que permita mejorar la competitividad de las exportaciones ecuatorianas de cacao y sus productos derivados hacia los EE.UU.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudiar los principios y generalidades del Cacao en Ecuador
- Analizar la producción e industrialización del Cacao en el Ecuador.
- Analizar las oportunidades de exportar insumos elaborados del Cacao de Ecuador a Estados Unidos.
- Determinar los efectos en la economía del Ecuador en base a las exportaciones de Insumos de Cacao del Ecuador a EE.UU
- Evaluar los factores por la falta de industrialización del Cacao en el Ecuador.

LA NOVEDAD CIENTÍFICA

Mediante la esquematización de un plan estratégico, elaboración de análisis FODA se establecen las causas principales sobre la falta de desarrollo comercial y se determinan ventajas del cacao ecuatoriano frente a nuestros competidores internacionales. La introducción del comercio justo para el cacao orgánico ecuatoriano y su certificación internacional como estrategia exitosa para la comercialización.

Capítulo 1

MARCO TEÓRICO

1.1 Teorías generales

Comercio Internacional

La apertura a nivel externo de mercados se inició a mediados del siglo XX, pero los inicios del intercambio o comercio se remontan al nacimiento de la agricultura, la utilización de animales y otras herramientas creadas por el hombre para su incremento y mejoras en la producción.

¿Por qué se comercia entre dos o más países?, el comercio internacional ha ido evolucionando, desde las primeras teorías clásicas de Adam Smith y David Ricardo, de donde se desprenden la teoría neoclásica y las nuevas teorías sobre el Comercio Internacional.

La teoría del comercio internacional es el resultado de la aplicación del paradigma clásico del trabajo y la relación con la productividad, en base a tres factores: las ganancias del comercio, los patrones del comercio y los términos del comercio

El comercio internacional ha ido evolucionando, desde sus inicios de la economía doméstica o feudalismo, luego el mercantilismo y el libre comercio. En cada una de estas etapas se generaron teorías que llegaron a explicar científicamente las relaciones comerciales entre países.

Entonces podemos citar que “el comercio internacional es la rama de la economía que trata sobre el intercambio de bienes y servicios entre diferentes países para la satisfacción de diferentes mercados. Este intercambio de bienes y servicios implica necesariamente la introducción de productos extranjeros a un país (importación), y el envío de sus propios productos a otros países (exportación)” (Marcue, 1998).

1.2 Teorías sustantivas

(Smith, 1776) **Adam Smith** en su libro “la riqueza de las naciones”, publicado en (1776) estableció que la verdadera riqueza de los países no radicaba en tener grandes pilas de oro y plata en la tesorería, si no en un constante incremento en la calidad de vida de sus

ciudadanos. De aquí nacen sus aportaciones sobre la teoría de la ventaja absoluta y la teoría de la división del trabajo.

En la teoría de la Ventaja Absoluta, Smith determinó que un país, debido a la habilidad de sus trabajadores o a la calidad de sus recursos, podía producir los mismos productos que otros países en menos horas de trabajo, a esta eficiencia la denominó ventaja absoluta. (Smith, 1776)

La teoría de la división internacional del trabajo, consistía en que los estados debían especializarse en la producción de aquellos productos de exportación en los cuales tuvieran mayor ventaja comparativa, por su alta calidad y bajo precio.

Teoría Comparativa:

(Ricardo, 1817) David Ricardo observó que aun cuando un país tuviera ventaja absoluta en la elaboración de dos productos, podría ser relativamente más eficiente que otro país en la producción de un bien determinado.

Teoría de la demanda recíproca:

John Stuart Mill, afirmaba que “dentro del sistema de costos comparativos y la división internacional del trabajo, el comercio de exportación de un país se fortalecerá, en la medida en que el mismo compre o importe los bienes producidos en otro”. (Mill, 1863)

Mill, sostiene que “el éxito económico de un país reside en mantener un superávit relativo de sus exportaciones sobre sus importaciones”. (Mill, 1863)

Teoría de la inversión internacional

Surge de la idea básica de la movilidad de capital. El comercio es la producción de un bien o servicio en un país y su posterior venta a un comprador en otra nación, esta transacción no la realizan los países sino las empresas o personas con libertad para comerciar en el ámbito nacional e internacional. Esta teoría ha pretendido dar respuesta a preguntas como: ¿qué motiva a las empresas a ir más allá de las exportaciones y las licencias?, ¿qué beneficios espera alcanzar una empresa multinacional al establecer su presencia física en el extranjero? (Hymer, The international operations of national firms, 1960)

Hymer planteaba que la explicación a la inversión directa extranjera debía buscarse en las imperfecciones de los mercados.

(Hymer, The internacional operations of nacional firms, 1960) Hymer decía que para invertir en el mercado internacional de forma directa, estas empresas debían tener ventajas propias y específicas de la propia empresa, además debía superar las desventajas que ocasiona costos relacionados con la operación en el extranjero y no en el país de origen.

Teoría de la Internacionalización

(Buckley P. y., 1999) Se basa también en las imperfecciones del mercado, parte de la idea que la empresa tiene una ventaja sobre sus competidores. En 1976, en Inglaterra, los académicos Peter Buckley y Mark Casson constataron que la principal motivación para que determinadas empresas realicen inversiones en el extranjero responde a los beneficios originados de la capacidad de transformar una relación comercial, en una relación de propiedad.

El postulado oficial de Buckley y Casson, se basa en que las inversiones extranjeras se da cuando se internalizan o interiorizan (internamente en una misma empresa) actividades o procesos entre países, las cuales resultarían muy ineficientes realizarlas entre empresas que solo se relacionan contractualmente; y no a través de lazos societarios que permitan la transmisión de bienes intermedios. (Buckley P. y., 1999) Inicialmente las empresas que solo mantenían relaciones comercial con otras como proveedores, ahora buscan convertir en una relación de propiedad, es decir adquirir a las empresas proveedoras, para así asegurar el suministro de materia prima y los insumos para la producción, con lo cual contrala toda la cadena de suministro de la empresa.

1.3 Referentes empíricos

Tema: Cacao y su aporte al desarrollo colombiano

Autor: Jorge Agustín Ruiz Pacheco

Resumen: Colombia ostentaba el puesto 9 del ranking mundial de productores de cacao según la FAO (1990), y el tercer lugar dentro del continente americano luego de Brasil y Ecuador e incluso superando a México; anualmente la producción colombiana fue de 56 153 TNM. La eficiencia de la producción colombiana aún necesita ser mejorada y según el estudio elaborado en forma conjunta por la Universidad Nacional de Colombia y el Ministerio

de agricultura y desarrollo rural se determinó que existen países con resultados excelentes, como Belice que en el año 2003 tuvo rendimientos superiores a 2,5 tn/ha, pero este hecho no se ha repetido y los principales países productores no logran superar el rango de 1,5 tn/ha.

Es importante recalcar que los mayores rendimientos han sido obtenidos por países que no son los principales exportadores mundiales de cacao en grano como: Indonesia y Granada. Colombia presenta un comportamiento constante en los bajos rendimientos obtenidos. Según la dirección de estudios de la CIG, en su investigación de los Acuerdos comerciales de abril 2011, la posición endógena de Ecuador en relación a sus vecinos Colombia y Perú queda aislada en lo que respecta a exportaciones y a su vez desarrollo productivo; ya que Colombia y Perú, ya firmaron acuerdos con mercados grandes como el Acuerdo del Pacífico y el TLC.

Además los esfuerzos por estimular las inversiones se ve afectado mientras no se defina una política de comercio exterior que cumpla el rol de atraer dichas inversiones y puedan estas mismas acceder a oportunidades en mercados ampliados como EEUU y Europa. A nivel europeo nuestros principales competidores son los países africanos que ofrecen el chocolate normal. En Latinoamérica, Colombia y Perú también producen este tipo de cacao pero no en las mismas proporciones que Ecuador, pero se debe considerar que son mercados emergentes que a futuro puede convertirse en importantes competidores para nuestro país.

Se recomienda que nuestro país forme parte de la Alliance of Cocoa Producing Countries (COPAL), conformado por diez países productores de cacao hasta los actuales momentos, como son: Brasil, Camerún, Costa de Marfil, Republica Dominicana, Gabón, Ghana, Malasia, Nigeria, Sao Tome y Príncipe y con Togo. Además de promover el intercambio de información científica y técnica, interviene en el mercado internacional buscando negociar mejores precios para el grano e impulsar la demanda de productos elaborados a base de cacao. Recomienda establecer una alianza sólida de productores de cacao que posibilite mitigar la intervención de los “traders” en la especulación de los precios negociados en las bolsas de Londres y Nueva York.

Tema: Análisis costo-beneficio de la aplicación de la agricultura de precisión caso cacao

Autor: Marco Ricardo Reinoso Villamil

Resumen: El objetivo principal es el análisis costo-beneficio de la implementación de la agricultura de precisión en el cultivo de cacao, para lo cual se realizó una revisión bibliográfica donde se detalla la fundamentación teórica tanto microeconómica como de evaluación de proyectos, además de revisar la teoría concerniente a la agricultura de precisión. Estas teorías se contrastan posteriormente con el análisis de la situación de dos empresas dedicadas al cultivo de cacao, donde las dos presentan las mismas características cualitativas y cuantitativas, sin embargo la única diferencia en la utilización de la agricultura de precisión.

Para entender a mayor profundidad la importancia de la agricultura de precisión, se presenta un análisis del sistema productivo de cacao en el Ecuador, con la evolución de la producción, rendimientos, precios, comercio exterior y su importancia para el Ecuador. En este contexto se analizó el costo benéfico de la aplicación de la agricultura de precisión en la modalidad de manejo de sitio específico que consiste en el análisis comparativo entre las dos empresas, determinándose los costos y los beneficios de la aplicación o no de este sistema de producción.

Tema: Cacao: cadena de valor de Costa Rica

Autor: Elizabeth Nadurille Santos – IICA-CATIE

Resumen: El Lejano Oriente desplazó a América Latina del tercer lugar que ocupaba antes de 2007, puesto que representa un crecimiento acelerado llegando a un aumento del 2.7%, debido principalmente a su país líder, Indonesia, quien ha superado sus rendimientos previstos a la fecha. Según la FAO, las políticas gubernamentales de dicho país han impulsado la expansión de áreas de producción promoviendo el uso de híbridos en plantaciones convencionales (el producto más rentable en los últimos 20 años).

Las proyecciones de crecimiento hasta 2010 se presentan con un 2.5 % para Latino América, siendo Brasil quien lidera el continente, tendrá un crecimiento del 2.2 % aunque su producción no alcanzará los niveles obtenidos en el decenio pasado debido a las grandes pérdidas que sufrió debido a la escoba de bruja. Ecuador, por el contrario, experimenta avances importantes por el descubrimiento de una nueva variedad resistente a la misma enfermedad. Colombia tiene un declive del 3.2 %.

África sufrirá de un decremento del 1% debido “al brote de enfermedades (virus del edema de los brotes, podredumbre negra de las mazorcas del cacao, y míridos), a una mayor competencia en el mercado mundial, y a los bajos precios de exportación.” (FAO, Perspectivas a plazo medio de los productos básicos agrícolas: Cacao, 2010)

Tema: Las transnacionales del sector del cacao

Autor: Observatorio de Corporaciones Transnacionales – IDEAS Boletín # 9

Resumen: El cultivo del cacao tiene una enorme importancia en los países empobrecidos, tanto para las comunidades encargadas de su uso y explotación, como para la biodiversidad y las condiciones ambientales de enormes extensiones del planeta.

El cacao es una de las materias primas agrícolas más importantes del comercio internacional y como tal, es una fuente indispensable de divisas para los países productores. La contribución del comercio de cacao en muchos países al intercambio con el exterior varía tremendamente con las fluctuaciones del precio, pero puede suponer entre el 30 y el 50% de las exportaciones. La gran mayoría de la producción del cacao se realiza a través de pequeñas comunidades productoras, solamente en África del Oeste, el cacao es la fuente directa de ingresos de más de 11 millones de agricultores, que dependen directamente de los precios internacionales del mercado.

Del mismo modo, la producción mundial del cacao ocupa aproximadamente en la actualidad unos siete millones de hectáreas, la mayoría de ellas en áreas de bosque lluvioso tropical, considerándose junto al café, como uno de los cultivos que mayor influencia tiene sobre la biodiversidad. Su impacto en el medio está íntimamente ligado a las políticas comerciales globales y el empuje hacia la liberación económica.

El consumo mundial de cacao ronda los 3 millones de toneladas anualmente. El 90% de la producción mundial se concentra en ocho países (Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Nigeria, Brasil, Camerún, Ecuador y Malasia), y el número de trabajadores que están envueltos en su producción asciende a 14 millones, de los cuales 10 millones se encuentran solamente en África. Se enfrentan a un mercado muy concentrado con pocos compradores (también llamados traders), que venden el cacao en grano a una industria de transformación igualmente concentrada.

Capítulo 2

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Metodología:

La metodología a utilizar en la presente propuesta será Cualitativa-cuantitativa. El procedimiento es la investigación y recopilación de información referente al sector del Cacao en el Ecuador; una revisión breve de las áreas productivas y otras generalidades del Cacao obtenidas principalmente de organismos oficiales del sector y la industria del Cacao; se elaborará tablas y figuras de los datos recolectados, así como la interpretación de los resultados.

Por otro lado se analizarán los efectos de carácter cualitativo frente a nuestros competidores internacionales y finalmente describir el impacto en la Economía del Ecuador, en virtud de factores macro.

2.2 Métodos:

2.2.1 Métodos Teóricos: método histórico

Sinopsis Mundial

La historia nos dice que en 1502 Cristóbal Colón fue el primer en descubrir el cacao, pero fue Hernán de Cortés quien descubrió el cacao cuando en 1519 una de sus expediciones lo llevo a desembarcar en México y fue recibido por los aztecas con una bebida a base de cacao, maíz y varias especias, al que lo llamaban “bebida de los dioses”. Los mayas consideraban el cacao un producto muy valioso por lo que lo utilizaban como moneda y como medida. El invento del chocolate, fue una bebida creada por monjas mexicanas que consistía en una mezcla de cacao, azúcar, canela y vainilla. A pesar de que Colón había llevado granos de cacao a España, estos no fueron apreciados por los españoles hasta cuando se dio a conocer la forma de preparación de la bebida por un monje de Cister, quien envió al Monasterio de la Piedra en Zaragoza las indicaciones para su preparación. Poco después el chocolate se volvió muy popular en España, y su uso se propago rápidamente a Francia y luego al resto de Europa.

Durante el siglo XVII las exportaciones de cacao se realizaban únicamente a España, luego a principios del siglo XIX, luego estos junto a los portugueses propagaron sus cultivos hacia África; y los holandeses por su parte, llevaron el cacao hasta el sudeste asiático.

Sinopsis Nacional

A nivel nacional, el cacao fue un negocio rentable durante la segunda mitad del siglo XVI, este captó el interés de los empresarios guayaquileños, y que a pesar de las prohibiciones de la Corona iniciaron el cultivo del cacao en la provincia.

En 1623, Diego de Portugal, quien actuaba como el corregidor de la ciudad para la Corte de España, anuncia la proliferación de sembríos de cacao en la localidad, y la comercialización clandestina hacia puertos en Acapulco, Nicaragua y Guatemala. El comercio clandestino de cacao desde Guayaquil fue aumentando entre 1593 a 1778, al mismo tiempo aumentaron las quejas a la Corte española, lo cual motivó al Rey Carlos IV a autorizar en 1789, el cultivo y exportación de cacao desde Guayaquil.

El cultivo de cacao a lo largo de la costa ecuatoriana durante la Colonia, comenzó en el año 1600 con pequeñas plantaciones de cacao sembradas a orillas del río Guayas, y paulatinamente se extendieron río arriba de los ríos Daule y Babahoyo, lo cual originó la conocida denominación en el mercado internacional de cacao "Arriba".

La variedad que da origen al "Cacao Arriba" se denomina nacional y botánicamente pertenece a los denominados forasteros amazónicos, esta variedad es reconocida mundialmente por su aroma floral y producido exclusivamente por Ecuador.

Durante 1800 a 1822, la producción de cacao fue la fuente más importante para el financiamiento de las batallas para lograr la independencia. Las exportaciones de cacao representaban entre el 40% al 60% de las exportaciones totales del país, y estos ingresos cubría el 68% de los impuestos del Estado.

La Expansión del cultivo y su aporte económico durante el primer siglo de la República entre 1821 y 1920, se basó en nuevas leyes de la República sobre concesiones de tierras; ya que muchas familias adineradas de la costa ecuatoriana adquirieron grandes propiedades y las destinaron a la producción de cacao.

Entre los años 1820 a 1860, la evolución de la producción tuvo variaciones entre 120.000 a 160.000 quintales por aproximadamente, esto se debió internamente a las revoluciones liberales del país, y en parte a la crisis del mercado mundial. Es a partir de estas

épocas donde se produce el mayor crecimiento de la producción de cacao, cuando alcanza las 40.000 TM (880.000 quintales) entre 1915 y 1920.

Este auge productivo, ocasiona que los grandes productores decidan poner el manejo de sus grandes fincas a cargo de personas encargadas de dirigir y administrar sus cultivos, para dedicarse a vivir largas temporadas con sus familias en Europa.

Ecuador fue el mayor exportador de cacao a nivel mundial entre los años de 1880 a 1890, su auge contribuyó a la creación de los primeros bancos en el país y fue trascendental en el soporte para el desarrollo político y económico de aquellos tiempos, el cacao fue el principal producto generador de divisas y recursos importantes para la economía de aquellos tiempos.

El boom cacaotero se dio a finales del siglo XIX y comienzos del XX, Ecuador fue de 1894 – 1905 el primer exportador mundial de cacao, con ventas de 220.000 quintales en 1877, a 1'000.000 en 1917, sitial que comenzó a perderlo a favor de Ghana, hacia fines del siglo. Entre 1915 y 1920 se desencadena enfermedades de la escoba de bruja y la monilla, destruyendo así el cultivo y a su vez generando una notable reducción de la producción.

La Primera Guerra Mundial, la consecuente depresión económica, la falta de transporte en mercados internacionales generó un desastre económico, social y técnico.

Para el 2010, la producción de cacao en grano en el Ecuador fue aproximadamente 137.000 TM, y en el 2011 alcanzó alrededor de 150.000tm, pero dichos volúmenes varían específicamente en función de los factores de orden climático.

Actualmente, la cadena agroalimentaria del cacao es la tercera más relevante después del banano y las flores, el cacao ecuatoriano es mundialmente apreciado por su sabor y aroma, además es un rubro importante dentro de la balanza comercial del Ecuador.

Ecuador se encuentra en la séptima posición como productor mundial de cacao fino de aroma, ya que produce el 63% de cacao fino de aroma en el mundo, y es sexto país exportador, cuenta con reconocimientos internacionales debido a las diversas características que este posee.

2.2.2 Métodos Empíricos

A través del uso del método teórico – empírico, se analizará el caso de la producción e internacionalización de los productos elaborados del cacao en el Ecuador, además emplearemos teorías referentes a metodologías de evaluación financiera que serán determinantes al momento de obtener los resultados. La combinación de estas bases teóricas y el análisis de los resultados, nos permitirá maximizar los beneficios y costos durante el proceso de internacionalización.

2.3 Premisas o Hipótesis

A través de la elaboración y aplicación de un plan estratégico para las exportaciones de cacao y productos derivados del cacao hacia EE.UU., incidirá en el mejoramiento de la competitividad, el aumento de la diversificación e internacionalización de los productos derivados del Cacao en el Ecuador.

2.4 Universo y muestra

En la comercialización interna del cacao intervienen los productores y los intermediarios, quienes están ubicados principalmente en las provincias: Guayas, Los Ríos, Manabí y El Oro. Los productores se subdividen en dos grupos: pequeños productores, los mismos que tienen una superficie de la finca inferior a 10 has, que representan el 54% de las unidades de producción; y los medianos productores, que tienen una superficie de la finca de 11 y 50 has que representan el 33% de las explotaciones agrícolas.

Los intermediarios en su mayoría compran en el pueblo o en la ciudad, mientras que los agricultores entregan el cacao en la bodega del intermediario, pues muy pocas veces los intermediarios realizan la compra de cacao en las fincas.

Actualmente, la cadena agroalimentaria del cacao es la tercera más relevante después del banano y las flores, a pesar de que Ecuador se encuentra en la séptima posición como productor mundial de cacao fino de aroma (63%), y en sexta posición como exportador; ha centrado sus esfuerzos principalmente para mejorar su posición a nivel mundial como productor de cacao fino de aroma.

2.5 CUADRO CDIU – Operacionalización de variables

En el año 2013 el MICIP indicó que se necesita intervención inmediata a los productos elaborados de cacao, elaborados de café y elaborados de lácteos. El Gobierno Nacional ha priorizado la cadena de valor del cacao para fortalecer, desarrollar y promover el empleo como medio de reducción de la pobreza. Los productores agroindustriales se han organizado en las cadenas de valor del cacao y el manejo participativo de un plan estratégico para la internacionalización de los elaborados y semielaborados del cacao.

En la tabla N° 1 se detallan las diferentes categorías que se han considerado en la investigación, las mismas que persiguen como fin específico aprovechar la oportunidad de promocionar la oferta exportable del cacao y sus elaborados, lo cual contribuirá al cambio de la matriz productiva ofreciendo productos con un alto valor agregado.

TABLA 1:
CDIU – Operacionalización de las Variables

CATEGORIAS	DIMENSIONES	INSTRUMENTOS	UNIDADES DE ANÁLISIS
Asistencia técnica continua, especializada a la agroindustria de cacao y capacitaciones en semielaborados	5 industrias han sido capacitadas en el manejo de semielaborados del cacao.	Visitas al campo del supervisor del proyecto.	Los productores de semielaborados ven con una visión empresarial a sus unidades productivas
Sector agroindustrial cacaotero fortalecido, con oferta productiva homogénea y competitiva	Generación de un 0.5% de incremento al VAB en cada año en miles de dólares de 2007, a partir del 2017	Convenios firmados Transferencia de recursos públicos a los beneficiarios.	Actores Agroindustriales comprometidos en el cambio de la matriz productiva.
Impulsar mecanismos y herramientas de fomento para el encadenamiento productivo en el sector agroindustrial.	20 Estudios de viabilidad y Competencias al 2015.	Informes de la ejecución en el fortalecimiento de cadenas agroindustriales.	Actores de los subsectores priorizados articulados al Proyecto y al cambio de matriz productiva.

2.6 Gestión de datos

Se manejó datos y registros económicos de las diferentes instituciones, como son: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca – MAGAP, Ministerio de Industrias y Competitividad - MIC, Asociación Nacional de Exportadores de Cacao - ANECACAO, Unión Nacional de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador - UNOCACE, Federación Nacional de Cacaoteros del Ecuador - FEDECADE, Asociación de Productores de Cacao Fino y de Aroma - APROCAFA, Corporación de Agroindustriales de Cacao del Ecuador - CORPCACAO, Asociación Nacional de Cacaoteros - ASOCACAO, Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones - CORPEI, Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias - INIAP, etc.

Estos datos se tabularon y serán presentados como parte del trabajo investigativo a través de tablas y gráficos que serán incluidos como anexos.

2.7 Criterios éticos de la investigación

Se procesará toda la información recabada en la investigación, tales como: Textos guías, estudios consultados, referentes empíricos y estadísticas con una estricta ética profesional. Los lectores de este trabajo podrán comprobar su autenticidad ya que las bases de datos utilizadas son mencionadas con fecha de consulta.

Capítulo 3

RESULTADOS

3.1 Antecedentes de la unidad de análisis o población

Desde el siglo XIX, el cacao adquirió la reputación y reconocimiento de “Cacao Arriba”, ya que era cultivado en zonas altas sobre los ríos Daule y Babahoyo, los cuales forman el Río Guayas; y sobre el cual se asienta la ciudad de Guayaquil, principal puerto marítimo del Ecuador, de donde se han realizado hasta el momento todas las exportaciones de cacao hacia el mundo. La zona cacaotera del Ecuador se encuentra dentro de la zona ecuatorial terrestre, en las planicies de la Costa y del Oriente ecuatoriano, que comprende desde las Cordilleras Oriental y Occidental de los Andes, hasta el Océano Pacífico en toda su extensión; a una altitud hasta de 1.200 msnm sobre el nivel del mar.

El cacao se origina en la zona húmeda, con precipitaciones de 2.000 hasta más de 4.000 mm, con pequeños cambios de clima debido a las cordilleras internas en varias zonas de la costa ecuatoriana. Las zonas de producción se caracterizan por tener un poco de pendiente (30%) sobre las estribaciones de la cordillera luego son casi planas debido a los 400 msnm, y con presencia de quebradas y ríos, hasta llegar al mar.

El cacao de Ecuador es mundialmente conocido como uno de los mejores del mundo por su fino aroma frutal y floral, por esta razón es considerado como uno de los países con mejor calidad en la producción de cacao fino de aroma. La actividad agrícola dedicada al cultivo de cacao tiene una historia relevante en la economía nacional; la pepa de oro, como se la conoció en esa época, fue la generadora de divisas durante varias décadas, dando lugar a los primeros capitales y desarrollando sectores importantes para la economía en aquellos tiempos como la banca, la industria y el comercio.

Un total del 90% de la superficie cultivada de cacao, es manejada bajo el sistema tradicional. Las exportaciones de cacao en grano, han fluctuado conforme al volumen producido en cada período anual. Alrededor de 97.000 familias se encuentran vinculadas a la actividad cacaotera actualmente. A esta actividad debemos añadir que los productores, comerciantes, los sectores industriales del cacao y los exportadores de cacao en grano representan aproximadamente el 12% de la PEA agrícola y el 4% aproximadamente de la PEA total del país en los últimos años.

Los productos derivados del cacao, son aquellos que resultan del procesamiento del cacao, los productos derivados mayormente utilizados son la manteca de cacao, el licor de cacao, la masa ó torta de cacao y el polvo de cacao; estos son demandados en el área farmacéutica, cosmetológica, pero mayormente en la industria de chocolates y sucedáneos. Actualmente son muy pocas las empresas que en el Ecuador se dedican a desarrollar este nivel de procesamiento, ya que solo un 10% del sector cacaotero nacional se dedica a la producción de insumos derivados del cacao, ya sea para la venta nacional o la exportación.

Actualmente la provincia de Los Ríos es la mayor productora de cacao, tiene una extensión de cultivos del 35% del total nacional, seguido por Guayas con 25 %, Manabí con 14%, Esmeraldas tiene el 8% de la producción nacional y la provincia de El Oro el 5%. En las zonas andinas también se cultiva el cacao, y entre las provincia de Pichincha, Cotopaxi, Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y la amazonia representan el 13% del total.

Las zonas donde mayormente se encuentran situados los cultivos de cacao es en la costa ecuatoriana del Pacífico, donde el clima generalmente es húmedo, pero actualmente hay un desplazamiento de la producción hacia zonas más secas debido a que en estas localidades se evidencia algunas de las enfermedades de mayor impacto como la “escoba de bruja” ó *Moniliophthora perniciosa* y “monilia” ó *Moniliophthora roreri*. Por esta razón actualmente hay un incremento considerable del cultivo de cacao arriba en zonas sobre la cordillera Occidental, también hacia la zona norte de la provincia de Los Ríos y en la región amazónica.

El área geográfica donde se cultiva y produce cacao se encuentra marcada, con color café, en la Figura N° 2 del mapa de sabores, el cual resultó de la consultoría contratada por CORPEI, a mediados del 2007, con el fin de conocer la distribución del cacao a nivel nacional, en este se puede observar que los puntos rojos señalan las zonas en las que se produce cacao fino de aroma con sabor floral.

El cacao se ha convertido en un rubro importante dentro de la balanza comercial del Ecuador. Pero sin embargo, lo más destacable es el “capital social”, ya que representa la mayoría de las huertas, fincas y parcelas campesinas en el país.

Siendo, mundialmente apreciado por su sabor y aroma, e indispensable para la producción de finos chocolates, existen grandes marcas de chocolates reconocidas como las

mejores del mundo; las cuales utilizan 2% de cacao ecuatoriano y, aunque el aporte parece mínimo, este 2% es un determinante en su calidad y sabor.

El cacao "Nacional" ecuatoriano cuenta con reconocimientos internacionales, debido a las diversas características que le acreditan su excelente calidad, aroma floral y sabor excepcional, convirtiéndose en un producto estrella para la exportación.

En cuanto a la comercialización interna intervienen en esta cadena los productores e intermediarios; los pequeños productores, tienen una superficie de fincas inferior a 10 has, y estos representan el 54% de las unidades de producción, mientras que los medianos productores tienen una superficie de fincas entre 11 y 50 has y representan el 33% de las explotaciones agrícolas. Los intermediarios, en su mayoría establecen centros de acopio en los pueblos o ciudades cercanas, en donde los agricultores entregan el cacao; dependiendo del tipo de negociación y el precio pactado, el intermediario realiza la compra de cacao en las fincas de los productores. Actualmente, la producción y exportación de cacao es un sector importante después del banano y las flores, ya que encentra en séptimo lugar a nivel mundial como productor de cacao fino de aroma, y es el sexto como exportador.

La producción de cacao en grano de nuestro país, alcanzo un aproximado de 137.000 TM en el 2010, y en el 2011 alrededor de 150.000 TM, pero estos volúmenes varían en función de factores climáticos; uno de los problemas fundamentales es el bajo rendimiento en la producción de cacao nacional criollo o forastero, el cual está estimado entre 5 a 6 quintales/hectárea al año, este promedio es considerado como uno de los más bajos comparado con otros países productores, debiéndose a factores como:

- Capacitación y transferencia de tecnología
- Falta de disponibilidad de créditos
- La ausencia de organización y fortalecimiento gremial

3.2 Diagnostico o estudio de campo:

Es importante la adopción de políticas encaminadas al resurgimiento de la explotación del sector cacaotero, a fin de mejorar la eficiencia en la producción de cacao, incrementar los rendimientos de este producto, incursión en nuevas formas de industrialización y la

potenciación de las exportaciones de cacao con mayor valor agregado, productos derivados y terminados.

A esta actividad debemos añadir que los productores, comerciantes, sectores industriales y exportadores de cacao en grano representan aproximadamente el 12% de la PEA agrícola y el 4% aproximadamente de la PEA total del país en los últimos años. Cifras que en la actualidad van en aumento ya que en el 2010, se produjeron 137 mil toneladas de cacao, lo que representó más de \$400 millones al año y alrededor de 100 mil puestos de trabajo. Ante esta tendencia, es trascendental diagnosticar la injerencia de la Industrialización de Cacao en insumos para la industria del Chocolate y otras, así como la repercusión que tendría en la PEA Agrícola y del País. Dado que el cacao es considerado un producto de consumo industrial, puesto que este necesita cierto grado de elaboración, y teniendo en cuenta que en nuestro país el 40% de su producción es procesada, exportándose bajo diferentes tipos de productos industrializados como son: Manteca de cacao 34%, Licor de cacao 28%, Torta de cacao 21% y Polvo de cacao 17%.

Los principales países donde se exporta el cacao ecuatoriano procesado se encuentran ubicados en el continente americano, especialmente en América del Sur (Figura N° 4); sin embargo en la actualidad tenemos como mayores países importadores de cacao “fino y de aroma” a: Francia, Alemania, Japón, Suiza, Inglaterra y Estados Unidos (Figura N° 5).

Actualmente solo el 10% de las empresas del sector cacaotero nacional se dedican a desarrollar procesamiento de insumos derivados del cacao o también llamados semielaborados, ya sea para la venta nacional o la exportación, según Xavier Elizalde, presidente de la Asociación Nacional de Cacaoteros del Ecuador (ANECACAO); existe poco interés de invertir en este tipo de productos, ya que los estándares de calidad y el nivel tecnológico es muy incipiente.

Mediante este análisis, se pretende buscar la solución a la baja industrialización del cacao en el Ecuador, cuyo fin es fomentar la comercialización de productos con mayor valor agregado, a través de la introducción de métodos tecnológicos y procesos de diferenciación que nos permitan posicionar los semielaborados y elaborados del cacao con nuestros compradores logrando mayor prestigio a nivel internacional. Se debe incentivar al sector

cacaotero, aprovechar los recursos y ventajas del cacao para aumentar su producción y desarrollo siendo un referente en el comercio internacional y la industria del chocolate.

La transformación del cacao y la producción de chocolate son dos procesos diferentes que, aunque van relacionados, requieren distintos procedimientos para obtener el respectivo producto final. El procesamiento del cacao inicia el tostado y descascarado del cacao en grano, se realiza diferentes procesos para obtener el licor o pasta, luego la manteca, la torta y finalmente el polvo. Para la fabricación de chocolate se requiere la refinación del licor y la manteca de cacao, así como la adición de diversos ingredientes, principalmente leche y azúcar.

El comercio de los productos elaborados del cacao creció en un 90% en los últimos años. Los principales exportadores a nivel mundial son Alemania (16%), Bélgica-Luxemburgo (10%), los Países Bajos y Canadá (7%), Gran Bretaña (6%) y EEUU (5%) y Argentina (1%). Los primeros importadores mundiales (Figura N° 6) son: Francia con 13%, Alemania con un (12%), EEUU con el (10%), seguido de Gran Bretaña (7%), Japón (6%) y Canadá (4%) y Argentina (0,36%).

Capítulo 4

DISCUSIÓN

4.1 Contratación empírica:

El mercado de cacao es considerado uno de los más volátiles entre los commodities a nivel internacional, ya que su precio lo determinan los fijados en las Bolsa de Londres y Nueva York. Estos precios varían constantemente según las fluctuaciones de los factores de mercado, principalmente la oferta y demanda; además intervienen condiciones como: nuevas plantaciones, aumento de inventarios, elasticidades del ingreso y la situación económica de los países consumidores. Además, se considera que los precios siguen un patrón de largo plazo relacionado al ciclo de producción del cacao, que tiene una duración entre 15 y 20 años.

En los periodos de expansión el excedente de producción genera primero caída de los precios y luego un estancamiento, dando como resultado un impacto negativo sobre las cosechas. Ya que los productores tienden a cambiar de cultivo durante cierto periodo, esto genera un aumento en los precios. Por tanto, el ciclo de precios del cacao se comporta con efectos de expansión y recesión.

Durante 1999 y 2000 los precios colapsaron y se obtuvieron los niveles más bajos en los últimos veinte años. La caída en los precios se debió al debilitamiento de la demanda de los principales consumidores y al incremento de la oferta exportable resultado de mayor producción del grano en el 2000, que presenta la mayor producción en los últimos 15 años. Mientras que en los años 2001 y 2002 los precios se recuperan debido a la reducción de inventarios y a las políticas de restricciones a la producción en los principales países productores. Sin embargo, a partir de mayo de 2003 los precios vuelven a caer en respuesta al incremento de la producción.

Los precios durante el 2004 fueron influenciados por varios factores importantes, entre ellos, la sequía y la inestabilidad política interna de Costa de Marfil, el principal exportador, así como la demanda mundial y el debilitamiento del dólar frente al euro, y además de las condiciones climáticas desfavorables en Ghana, Indonesia y Brasil, que presentaron enfermedades como el virus de “tallo negro”, “la podredumbre negra” y “la plaga barrenillo de la mazorca” respectivamente. Mas es importante resaltar que entre mediados de año del

2008 al 2009 el precio del cacao en la bolsa se ha cotizado regularmente entre USD2700 a USD3000 por tm.

Las oportunidades de mercado del cacao en la actualidad dependen de las fluctuaciones de los precios en las bolsas de commodities, y dichos precios se comportan de acuerdo a las preferencias de los consumidores, mas sin embargo, los precios internacionales del cacao en grano se establecen de acuerdo con la oferta y la demanda del mismo en el mercado mundial. El cultivo del cacao y sus precios se comportan de forma cíclica, las tendencias al alza y baja de los precios se da por períodos determinados, y estos se afectan directamente por las condiciones de oferta y demanda del grano.

Por otro lado, el cacao fino se negocia en mercados secundarios, y los precios que se obtienen en las negociaciones son superiores a los ordinarios, ya que estos reciben un premio (mejor precio), por la calidad del grano. El premio por calidad del cacao fino de aroma aumenta a medida que baja el precio de cacao ordinario, y a su vez el premio disminuye cuando aumenta el precio del cacao ordinario en la bolsa internacional.

En Inglaterra, la compañía Green & Blacks domina el mercado con tabletas de chocolate con el 5,1%, con un producto que cuenta con certificación Fairtrade o Comercio Justo, y utiliza altos contenidos de cacao orgánico. El mercado europeo es el principal destino para los alimentos orgánicos, ya que este represento un aumento de 10% en el 2010 (USD 16 billones) aproximadamente.

A nivel mundial, la producción de cacao orgánico representa el 0.4%, aproximadamente 14.000 tn de la producción mundial de cacao; los mayores productores son República Dominicana (50%), Madagascar, Tanzania, Bolivia, Perú y Ecuador. Según “The World Cocoa Foundation”, ha previsto un aumento del 15% de la producción anual de cacao orgánico.

Los precios de cacao orgánico se obtienen en las diferentes negociaciones y están sujetos a estándares de la Fédération du Commerce des Cacaos, son utilizados para evaluar los contratos. El cacao Premium está en el rango de 1000 a 3000 dólares por tonelada.

Sin embargo existen otras variedades más como Brasil a una empresa de Suiza a un precio de USD 2 120/t. En nuestro país los precios regulares están entre USD75-90/qq pero se han ido ajustando a los precios de los mercados internacionales.

Es destacable que en el Ecuador una asociación integrada por pequeños productores obtuvo un precio de USD 2 200/tonelada en el año 2005, ofreciendo un producto con alta calidad y obteniendo dos certificaciones (comercio justo y orgánico).

4.2 Limitaciones:

- Falta de capacitación y transferencia de tecnología
- Dificultad para acceder a los créditos
- Productores no se organizan y no hay fortalecimiento gremial
- Contracción en la producción, y niveles de sobreoferta en los grandes países productores y exportadores
- Abandono de las plantaciones para dedicarse a otros cultivos
- Sistemas de comercialización interno y externo
- Enfermedades de plantas a causas de factores climáticos.
- Bajo niveles de producción a causa de los bajos rendimientos de las plantaciones.

4.3 Líneas de investigación:

Elaborar un Plan Estratégico para la Internacionalización de productos elaborados del Cacao se encuentra dentro de las líneas de investigación de la Facultad de Ciencias Económicas, específicamente en lo que respecta a: “Estudios Prospectivos para la Transformación de la Matriz Productiva”.

4.4 Aspectos relevantes

El cacao y los productos derivados de él como la manteca de cacao, el polvo de cacao, y la pasta de cacao, representan el 3% de nuestras exportaciones totales agrícolas.

En 1998, las exportaciones de manteca de cacao representaron el 93% del total de las exportaciones de cacao, en los últimos años hemos ampliado nuestras exportaciones a otros derivados como la cascara de cacao, aunque las cifras no sean muy relevantes (2Tn anuales).

Dentro de nuestro comercio de derivados de cacao también tenemos las exportaciones de pasta desgrasada y en menor cantidad de pasta de sin desgrasar, cuyo comportamiento responde a la tendencia mundial de disminuir el consumo de grasas vegetales; dentro de la Comunidad Europea se planea disminuir hasta un 5% la utilización de manteca de cacao en la fabricación de chocolates.

Nuestros principales destinos para la exportación de cacao y derivados son: Bélgica, Holanda y Estados Unidos; seguido de Francia, Alemania, Italia y Reino Unido, y en menor proporción Rusia y Argentina. Los destinos para nuestras exportaciones de chocolates son: Estados Unidos, Bolivia y Colombia.

Los mercados de consumo actualmente buscan en nuestros productos nuevas experiencias, la tendencia hacia lo sano, natural y orgánico son las principales generalidades que buscan los consumidores de chocolates; razón por la cual ha aumentado el consumo de chocolates oscuros, con alto contenido de cacao y la demanda por productos de origen. En la industria del chocolate, especialmente en EE.UU y Europa, actualmente se realizan exposiciones y degustaciones de chocolates (similar a la cata de vinos), dando pie al desarrollo de marcas especiales, cursos de aprendizaje de degustación, eventos culturales que promueven el consumo de chocolates en distintas formas.

En el mercado del cacao encontramos que la participación del cacao orgánico representa una parte mínima, con tan solo un 0,5% de la producción total. Los representantes de ICCO estiman la producción del cacao orgánico certificado en 15.500 toneladas, y sus principales proveedores son los países africanos y los productores de Sudamérica.

Actualmente el crecimiento de la demanda de productos orgánicos, es cada vez mayor, debido a la seguridad y respeto medioambiental que estos otorgan. Según Euromonitor Internacional, las ventas de chocolate orgánico a nivel mundial superaron los USD 304 millones en el 2005.

Los productores dedicados al cultivo de cacao orgánico deben estar certificados y estos a su vez deben cumplir con una serie de requisitos que son requeridos por los países importadores para poder verificar que son orgánicos.

La ventaja de comercializar cacao orgánico es que el precio que se fija en la negociación es más elevado que el convencional, fluctuando entre US\$ 1000 a US\$ 3000 por tonelada. Los precios deben cubrir los costos de producir bajo estándares orgánicos.

El incremento por el consumo de productos de origen étnico, motiva a los fabricantes de chocolates a incluir en sus productos diversas certificaciones como: étnico-eco, Fairtrade, Rainforest Alliance; la más empleada es la certificación de origen orgánico, ya que Europa importa el 90% de la producción orgánica mundial.

Aunque el mercado europeo sea el mayor importador de productos orgánicos, y el consumo de chocolates orgánicos haya aumentado en los últimos años, las preferencias de consumo son principalmente los productos de consumo frecuente como legumbres, hortalizas, frutas, etc.

Capítulo 5

PROPUESTA

Debido a que la industria del chocolate demanda más cacao, actualmente se está destinando una mayor parte de la producción nacional hacia la industrialización, aproximadamente un 30%.

Los principales clientes son Nestlé y Ecuacocoa, quienes requieren la misma calidad de insumos que se destina a la exportación. Nestlé es una marca conocida mundialmente en el sector alimenticio, en el mercado nacional se reconoce sus marcas de chocolates como Tango, Galak y Manicero; esta empresa adquiere se abastece de su materia prima de pequeños y medianos agricultores de las provincias de Los Ríos, Manabí, y el Oro, de esta actividad comercial se benefician alrededor de 50.000 agricultores. Universal Sweet Industries, actualmente también destina parte de su producción para la exportación, y adquiere su materia prima primera calidad de los agricultores de estas zonas de Los Ríos y Manabí. Estas empresas compran directamente y a través de intermediarios.

La comercialización de grandes volúmenes de cacao se realiza a través de comisionistas, intermediarios y exportadores; estas a su vez suministran a las multinacionales, las cuales pueden llegar a procesar hasta 500 toneladas mensuales de cacao criollo y fino de aroma. Esta producción final de tabletas, barras, bombones y recubiertos se venden en el mercado local y se exportan a Colombia y Perú. Los semi-elaborados se exportan a la Unión Europea y Estados Unidos; y dada su gran acogida, la industria de elaborados y semielaborados ha crecido entre el 35% y el 40%.

En el presente estudio se plantea establecer un plan estratégico fundamentado en el diagnóstico situacional actual del sector industrial cacaotero en el Ecuador, y en base a esta información, se propone a las asociaciones gremiales, una serie de objetivos, misión y visión que sirvan para la creación de empresas comunitarias productoras de semielaborados del cacao, y así potencializar su capacidad productora – exportadora, como también mejoras en la calidad y competitividad internacional. Lo cual se realizará aplicando objetivos estratégicos como:

- Desarrollo organizacional, enfocado en procesos inclusivos, concertados, participativos e integrales, que sirvan guía para la eficiente inversión de los recursos que generen las asociaciones.
- Asistencia técnica, mediante procesos de capacitación que permitan mejorar la producción y diversificación del cacao, los niveles de ingresos de los asociados, aumente los niveles de comercialización y la apertura de nuevos mercados internacionales.
- Puntos de acopio debidamente seleccionados según su zona de producción que permita adquirir la más alta calidad de los mejores productores ecuatorianos.
- Plantas de producción de asociaciones gremiales agrupadas geográficamente, que contarán con tecnología de última generación que permita satisfacer la demanda internacional y localmente se conviertan en zonas de desarrollo.
- Promover la calificación de certificaciones de calidad de los estándares normalizados vigentes que le den mayor valor agregado a los productos ecuatorianos y mejore los precios de cotización en el mercado internacional.
- Fomentar las alianzas con empresas multinacionales industrializadoras de productos de cacao que cuentan con presencia en nuestro país para que adquieran sus insumos no solo a nivel nacional sino internacionalmente.
- Fomentar la gestión y ejecución de proyectos de apoyo institucional y de apoyo internacional como la CFN, FAO, GTZ.
- Promover la agricultura orgánica certificada y garantizar la calidad de los productos elaborados de cacao, y mejorar el precio de los mismos.

Una clave fundamental para la definición de estrategias exitosas es el desarrollo del análisis FODA, esta herramienta ayuda al adecuado análisis de condiciones y situaciones de un producto o servicio en un mercado determinado, facilitando así el mejoramiento de los procesos. La base para realizar un adecuado análisis FODA, es la identificación de variables que pueden calificarse como: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Dado que las asociaciones de pequeños y medianos productores necesitan diferentes tipos de apoyo, dependiendo de sus características y el estado de su desarrollo

TABLA 2:*Análisis FODA de Producción de Cacao*

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p><u>Producto</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedad general es única. • Sabores especiales dependen de las regiones y de genotipos. • Con diferentes certificaciones (orgánica, Comercio Justo, Rainforest Alliance). • Alta calidad vía centros de acopio. • Imagen de cacao Nacional-Arriba en el ámbito nacional. <p><u>Infraestructura</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Centros de acopio entre organizaciones de pequeños productores en proceso de mejoramiento permanente. • Escuelas de campo a través de proyectos de Pronorte, CDI/VOCA, BID/FOMINFomin, etc. <p><u>Mercados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Penetración en mercados de nichos. • Promoción del producto con apoyo de diferentes organizaciones como CORPEI, GTZ, Pronorte, Anecacao, etc, los clientes nacionales e internacionales. • Contactos internacionales: • Control de impactos al medio ambiente vía las certificaciones como la orgánica y Rainforest Alliance. • Investigaciones de Iniap con difusión a escala nacional e internacional. 	<p><u>Producto</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente volumen entre las organizaciones de pequeños productores. • Insuficiente calidad. • Falta capacidad de manejo de cultivos de cacao, del proceso de pos-cosecha y manejo de centros de acopio. • Altos costos de producción en comparación con África. <p><u>Infraestructura</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente infraestructura e inversiones. • Falta la licencia de exportación y su infraestructura para la preparación de los embarques. • Falta la filosofía y manejo empresarial. <p><u>Mercados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Faltan contactos. • Falta conocimiento de mercados y sus demandas de futuro. • No hay suficiente conocimiento de los competidores nacionales e internacionales. • Falta capital de trabajo para el manejo de los centros de acopio y compra de cacao de los socios. • No hay acceso a créditos. • Insuficiente número de socios entre organizaciones de pequeños productores.
OPOTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Demanda de los mercados de productos diferenciados. • Cacao de origen y denominación. • Alta calidad vía organizaciones de pequeños productores. • Imagen de las organizaciones de pequeños productores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacer la demanda de los clientes. • Globalización del producto y pérdida de imagen del cacao ecuatoriano por continuación de mezcla de calidad y sabores. • Cambio de clima, Fenómenos Climáticos • Reglamentos locales en los países de exportación. • Baja productividad por mal manejo y antigüedad de los cultivos.

Estas tendrán más probabilidad de éxito cuando sus estrategias están basadas en su desarrollo y capacidad empresarial, pero de manera general para cualquier organización o empresa del mercado ecuatoriano puede considerar los diferentes factores resumidos en la Tabla #2 del análisis FODA de Producción y en la Tabla #3 del FODA de Producción y Comercialización de Productos de Valor Agregado.

TABLA 3:

Análisis FODA para la Producción y Comercialización de Productos de Valor Agregado

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Procesados en el país de origen. • Bajos costos de mano de obra. • Más flexibilidad. • Menos pérdidas durante el transporte causadas por hongos, moho, humedad o polillas. 	<ul style="list-style-type: none"> • No hay competencia con empresas expertas y experimentadas. • Falta de conocimiento, habilidad y asistencia técnica. • Falta de capital de trabajo. • Altos costos en implementación de procesos y adquisición de maquinarias. • No hay cadenas de distribución.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación con grandes empresas de chocolate o de elaboración de los derivados. • Crear un producto con valor agregado. • Productos para el mercado nacional e internacional. • Satisfacer la demanda de los consumidores nacionales de chocolate. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reglamentos para la importación y aduanas. • Reducción de la exportación de las pepas. • Capacidad de las organizaciones que quieren producir derivados. • Higiene, salud y calidad

Se estima que en el Ecuador existen 10 de las mayores industrias que realizan producción de licor, torta, manteca, polvo, otros insumos y elaborados de cacao, mientras que las industrias más pequeñas se centran en la elaboración de chocolates y bombones.

Los factores principales que deben analizarse en el mercado ecuatoriano inician con la disyuntiva de la inversión, se requiere de mucha inversión para tener la maquinaria adecuada y para establecer un proceso de alta calidad. Hay discusiones entre las organizaciones de pequeños productores, organismos de desarrollo y otros para la elaboración de chocolates en las organizaciones de productores.

Si se trata de un proceso artesanal, la principal problemática es cumplir con necesidades básicas como buena calidad e higiene en sus procesos. Las organizaciones de productores artesanales no cuentan con acceso al financiamiento que se requiere para instalar una planta con alto nivel tecnológico.

Teniendo como meta la producción de chocolates de alta calidad, se debe incluir dentro del proceso de mejora, las inversiones en nueva maquinaria, las cuales actualmente son superiores a USD 1,5 millones de dólares, debido a esto cabe hacer el cuestionamiento; ¿quién va a producir un chocolate de alta calidad?, esto está fuera del alcance de los pequeños productores o artesanos, ya que en la fabricación de chocolates no se puede manejar volúmenes pequeños, de existir la factibilidad de que los artesanos puedan obtener acceso a estas, podrán ofrecer productos sanos y de calidad.

El precio del cacao depende básicamente de la negociación, ya sea que este cuente con certificación orgánica o de comercio justo, los cuales reflejan valores como respecto del talento humano, mano de obra, especialización, salarios justos, etc. La calidad de los elaborados y los procesos aplicados a estos es un factor importante, ya que sin procesamientos adecuados no es factible vender a un precio Premium elaborados de cacao solamente basados en la certificación.

La calidad, sabor y demás cualidades tanto físicas como químicas son importantes, inclusive para los productos semielaborados; los cuales se exigen que su elaboración sea de alta calidad. Esta es una de las desventajas para la producción de insumos como el licor de cacao, cuya elaboración requiere de una gran inversión en maquinarias necesarias para la obtención de licor o pasta de buena calidad; es así que muchas empresas que elaboran chocolates tienen que adquirir el licor ya procesado porque el capital que se requiere para interiorizar este proceso es alto. Entonces sin acceso a capitales o inversión, la flexibilidad de costos sería alta y la elaboración de estos insumos poco rentable. Esta misma desventaja se ve en la producción de manteca y polvo de cacao, a pesar de que el polvo no requiere ser de alta calidad.

Existen pequeñas organizaciones que han participado en ferias de Biofach con el desarrollo de recetas a base de cacao, como: chocolates artesanales, galletas y bebidas, y

aunque los consumidores gustan de estos productos; hace falta una adecuada producción y mejor manejo de estándares de calidad y mayor desarrollo de presentaciones.

En general, hay más opciones para vender nibs (trozos de cacao) de alta calidad, sin o con procesamiento adicional, que para la producción de manteca o polvo de cacao nacional. La base de calidad de los nibs tiene su norma NTE INEN 176, pero también se debe considerar los reglamentos de cada país para su exportación.

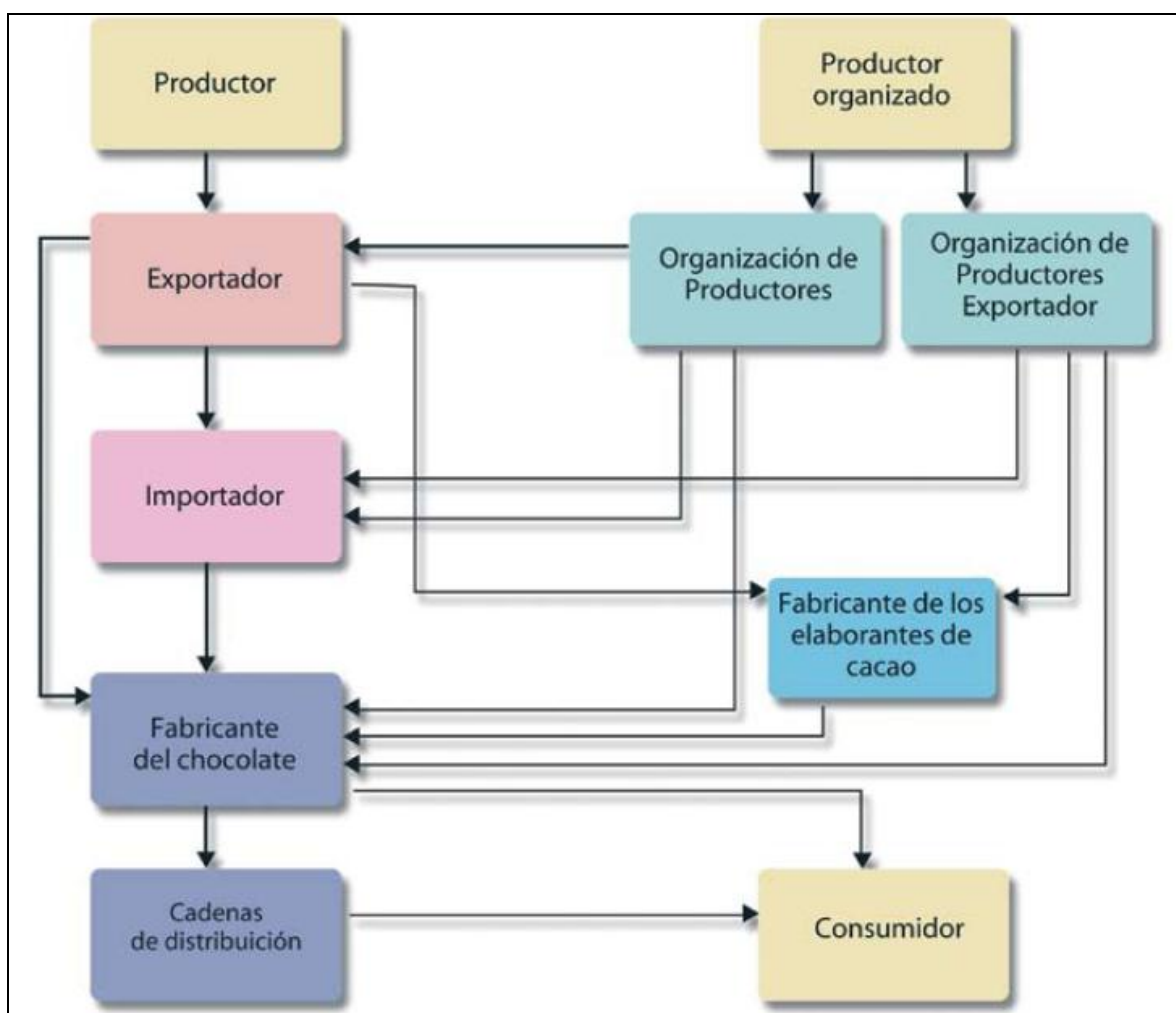


FIGURA N° 7: Cadena de Abastecimiento de Cacao, Semielaborados y Chocolates

En la Figura N° 7 se muestra el proceso logístico de la cadena de valor desde que se realiza la producción del cacao en grano, la comercialización como materia prima o producto semi-elaborado hasta la distribución y el consumo final del producto apto para el consumo humano como es el chocolate.

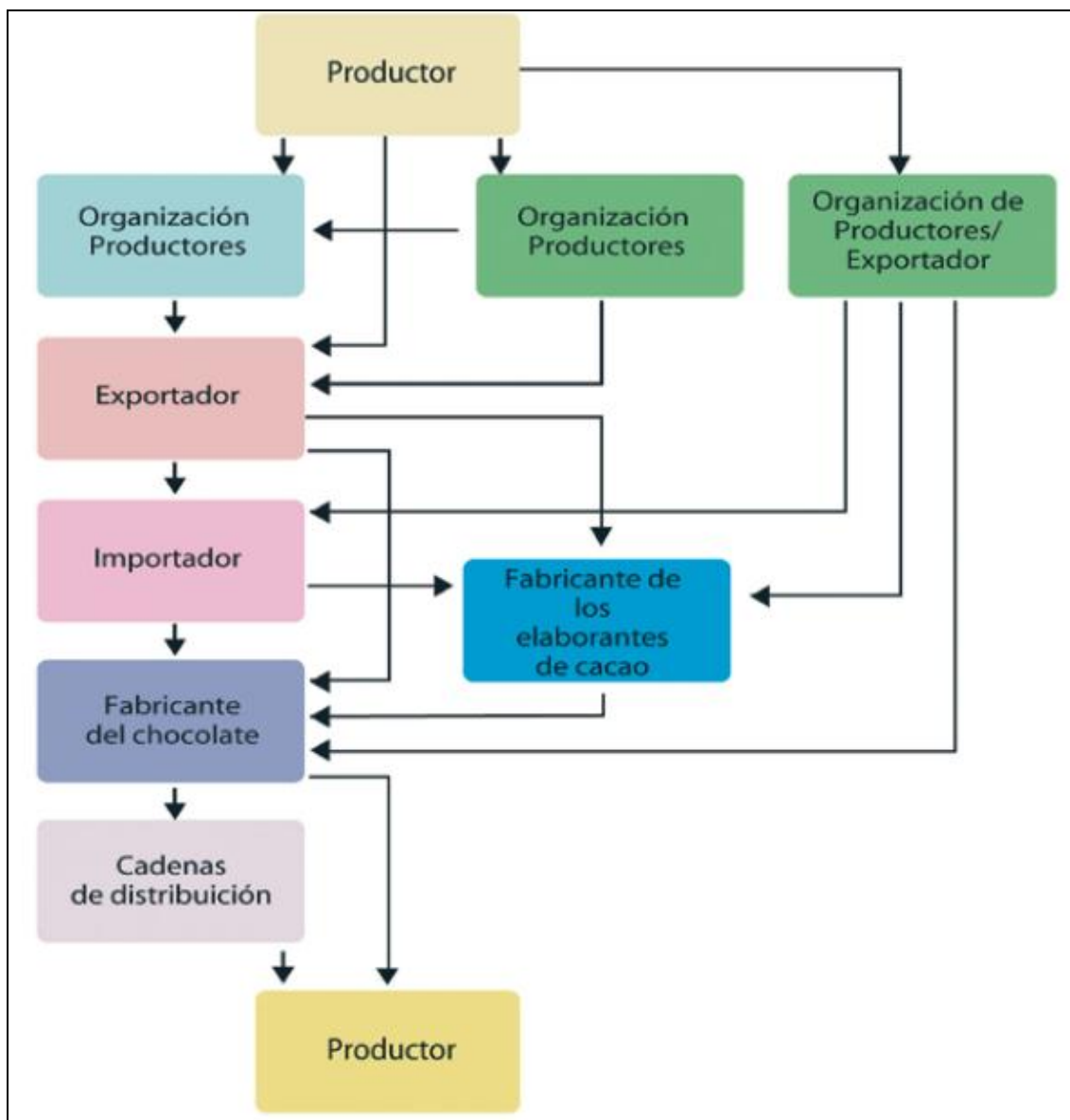


FIGURA N° 8: Cadena de Abastecimiento, Transformación y Distribución de Cacao

En la Figura N° 8 vemos otro comportamiento de la cadena de valor del sector cacaotero, estas diferencias son sumamente importantes pues en el mercado ecuatoriano la producción, comercialización, industrialización del cacao así como su exportación y distribución nacional e internacional se da de las dos formas.

La distribución de productos del cacao, depende de la estructura de la cadena de suministro, la red de distribuidores, la infraestructura disponible, y las restricciones internas en los países de los clientes finales como: reglamentos de importación, certificaciones, impuestos. Por lo cual se considera en el marco de nuestra propuesta la creación de cadenas de abastecimiento agremiadas que logren una mejor negociación en lo relativo a precios, cantidades y estándares de los clientes finales.

CONCLUSIONES

Este estudio concluye con proyecciones alentadoras en lo que respecta a la demanda mundial de cacao y sus elaborados, este cuenta características y ventajas excepcionales frente a otros productos y la competencia internacional. La posición del cacao ecuatoriano y sus características cualitativas lo hacen acreedor de reconocimientos de precio Premium y cuenta con clientes fijos a nivel internacional que garantizan su comercialización y mantenimiento en el mercado.

Actualmente la posición de Ecuador como socio comercial de Estados Unidos no es la más favorable frente a los últimos acontecimientos dados en base a las preferencias arancelarias que se han venido negociando. Pero al momento la firma del tratado con la UE, le da una ventaja de comercialización a Ecuador en el mercado europeo.

La industria cacaotera es la que le otorga valor agregado al producto, la cual está en crecimiento. El Ecuador cuenta con un producto de calidad el cual direccionado a un efectivo proceso tecnológico podrá ingresar a mercados internacionales y aumentar la competencia en iguales condiciones con los demás países líderes en producción.

Respecto a la producción y mercadeo del cacao “fino y de aroma” existen perspectivas a largo plazo, dado que a través de su prestigio, se trata convencer a los compradores que el origen del cacao ecuatoriano es confiable en términos de calidad, cantidad y regularidad de abastecimiento.

Pese a todas las cualidades especiales que le proporciona al cacao ecuatoriano una fama de sabor inigualable, no se ha brindado importancia a la producción de esta variedad, desplazándolo por uno de menor calidad y aroma como el CCN51, lo cual causa un perjuicio a la calidad del cacao fino y de aroma, trayendo consecuentemente la pérdida de su calificación inicial como país productor de un 100 % de cacao “fino y de aroma”, porcentaje que se redujo a un 75 %, según decisión del ICCO.

A nivel internacional, el cacao ecuatoriano presenta grandes oportunidades comerciales dentro del mercado de elaborados. Las exportaciones de sector ecuatoriano han registrado un crecimiento constante durante el período 2006-2011, alcanzando una Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) de 25.45%.

RECOMENDACIONES

Proveer de capacitación e información a los productores e industrializadores sobre nuevas tecnologías, técnicas de producción que le permitan mejorar la productividad de las plantaciones y los productos semielaborados provenientes del cacao. Enfocando la producción en el cacao fino para tener la ventaja de penetrar el mercado mundial con materias primas agrícolas y derivados de excelencia.

Fomento del Estado para la creación de una economía popular integradora que involucre redes de agricultores, cadenas productoras, orientadas a la generación de mayor valor agregado y un plan definido para potencializar la red de compradores.

Definir una estructura de costos de producción a partir del aporte de factores como la organización de trabajo de las familias campesinas, compras globales de los grupos gremiales, entre otros

Obtener una mejor calidad del cacao con resistencia a enfermedades para así ofrecer un producto competitivo a nivel mundial y que además mantenga el sabor y aspectos deseables.

Conocer la tendencia de los precios en el mercado local e internacional para poder responder a las condiciones del mercado, saber manejar la competencia, cumplir con éxito la negociación de los precios de exportación, y así lograr la continuidad de las relaciones comerciales con nuestros clientes finales.

Identificar las estrategias apropiadas para asegurar la viabilidad y correcto funcionamiento de la empresa comunitaria, así como la planificación y manejo adecuado de tiempos de entrega, volúmenes de producción, condiciones contractuales, requisitos comerciales y certificaciones requeridas en el comercio internacional.

Se debe conocer a fondo los participantes en la cadena de valor y sus responsabilidades, para definir una exitosa estrategia de comercialización, así como también identificar mecanismos de distribución y promoción que mejoren la comercialización del producto.

BIBLIOGRAFIA

- AACT. (2010). *American Association of Candy Technologists AACT*, www.aactcandy.org
- “Análisis de la factibilidad de aplicación de una denominación de origen para cacao nacional en el Ecuador”, Cooperación Técnica Alemana - GTZ, y Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo – SNV y CORPEI, 2005
- ANECACAO. (2015). *Asociación Nacional de Exportadores de Cacao*. www.anecacao.com/
- Soria Vasco, J. *Breve historia del cacao en el Ecuador*.
- CBI Países Bajos. *Centro de Promoción de Importaciones*. www.cbi.nl
- Dirección Nacional Jurídica. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y su reglamento*. Registro Oficial 351, 29-XII-2010
- CORPEI. (2005). *Conservación y Desarrollo, Iniciativa Biocomercio Sostenible*.
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Estadísticas de Exportaciones Banco Central*. <https://www.bce.fin.ec/index.php/rendicion-de-cuentas-2015>.
- Anecacao. (2008). *Estadísticas de Exportaciones de ANECACAO*. <http://www.anecacao.com/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html>
- Grijalva, A. (2006). *Estrategia para valorizar un producto con identidad territorial*.
- Corpei. (2008). *Estudio Levantamiento Estadísticas*.
- Radi, C. (2005). *Estudio sobre los mercados de valor para el cacao Nacional de origen y con certificaciones*.
- MAG & IICA. (2008). *Informe de levantamiento estadísticas Corpei 2008*
- Export Helpdesk, http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index_es.html.
- FAO. *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. www.fao.org - <http://faostat.fao.org>
- FCC. *Fédération du Commerce des Cacaos*. www.cocoafederation.com
- FLO. *Fairtrade Labelling Organizations*. www.fairtrade.net
- ICCO. (2012). *Organización Internacional Del Cacao*. www.icco.org
- García - Sordo, J. B. (2001). *Introducción al comercio internacional*. Mc Graw Hill
- Enríquez, G. (2007). *Informe de Proyecto de Mapa de Sabores*. CORPEI.

- MICIP. (2012). *Manual y guía de distribución física internacional*. MICIP.
- MIPRO. (2015). *Preferencias Arancelarias de la Comunidad Europea y EE.UU, para productos ecuatorianos*. <http://www.industrias.gob.ec/>
- MAGAP. (2003). *Reactivación de la Producción y Mejora de la Calidad del Cacao Nacional*.
- Trade Map. (2016). *Centro de Comercio Internacional*, www.trademap.org.
- PBSE. (2008). *Uso de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen para Promover el Biocomercio*. Programa Nacional de Biocomercio Sostenible Ecuador.
- UNCTAD. (2011). *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*. www.unctad.org.

ANEXOS

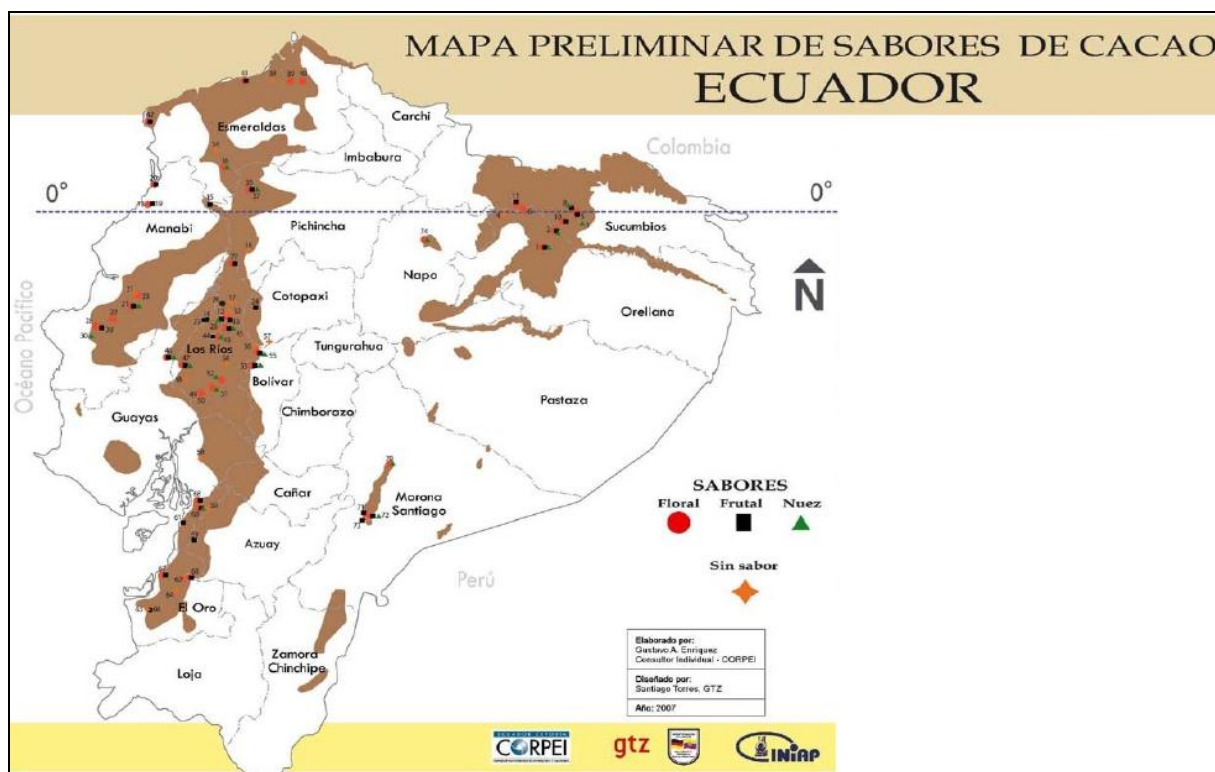


FIGURA N°2: Mapa de Zonas productivas de cacao en Ecuador

FUENTE: CORPEI, Gustavo Enríquez, Informe de Proyecto de Mapa de Sabores, 2007

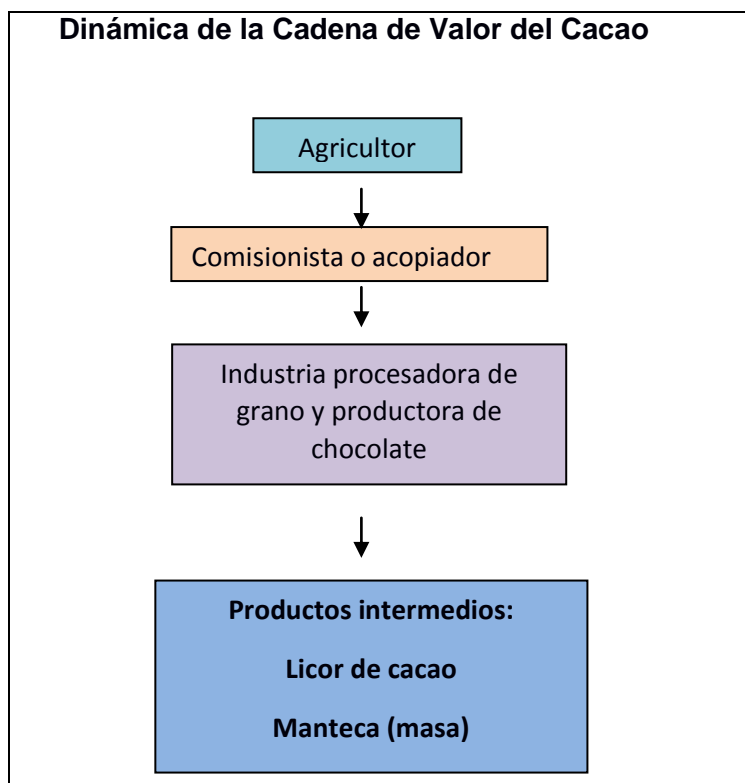


FIGURA N°3: Dinámica de la cadena del valor del Cacao

FUENTE: Elaboración propia



FIGURA N° 4: Principales destinos de exportación de elaborados de cacao 2011
FUENTE: Unidad de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR



FIGURA N°5: Principales destinos de exportación del cacao en grano y cascaras 2011
FUENTE: Unidad de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

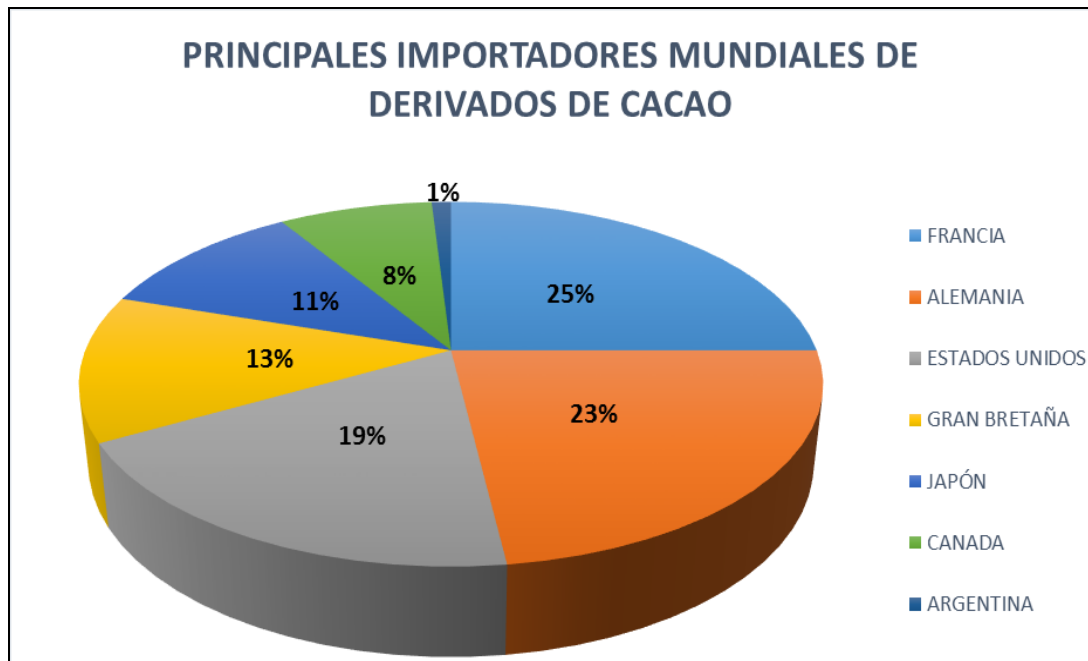


FIGURA N° 6: Principales importadores mundiales de derivados de cacao

FUENTE: Elaboración propia