



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS
CARRERA DE INGENIERÍA AGROPECUARIA



TRABAJO DE TITULACIÓN

Componente práctico del Examen de Grado de carácter
Complejivo, presentado al H. Consejo Directivo de la Facultad,
como requisito previo para obtener el título de:

INGENIERO AGROPECUARIO

TEMA:

“Estrategia para la comercialización de cacao (*Theobroma cacao*)
fino de aroma en la Provincia de Los Ríos”

AUTOR:

Jefferson Joel Alava Lamilla.

TUTOR:

Ing. Agr. Tito Bohórquez Barros, MAE.

Babahoyo - Los Ríos – Ecuador

2023

RESUMEN

El plan planteado en el documento es que la Provincia de Los Ríos comercialice cacao fino de aroma (*Theobroma cacao*). El objetivo es delinear las tácticas para la comercialización de cacao de aroma de alta calidad (*Theobroma cacao*) en la Provincia de Los Ríos. Los hallazgos muestran que el establecimiento de fábricas para la producción de bienes intermedios utilizando los granos de cacao ecuatoriano como materia prima superior no ha incentivado la inversión nacional y/o extranjera, y que quienes se benefician del bajo precio de las materias primas cosechadas en el Ecuador provincia de Los Ríos se deben al alto potencial agroecológico natural para la producción de cacao fino de aroma. Una pequeña porción de productores vende su cacao a través de asociaciones, donde se les compensa con precios superiores a los del mercado y también reciben apoyo técnico. Las estrategias son aumentar la producción por hectárea y así mejorar científicamente el rendimiento de producción actual de 6 a 8 quintales por hectárea, realizar seminarios para agricultores; para evitar mezclar el cacao fino de aroma con el cacao normal; desarrollar una estrategia de reemplazo más sólida para las plantaciones de cacao obsoletas que no han sido rehabilitadas; e identificar las mejores ubicaciones para cultivar el cultivo basándose en estudios científicos.

El precio del cacao actual está a 138 dólares el Quintal.

La variedad mas comercializada en el ecuador es la CCN-51

Palabras claves: cacao, producción, comercialización, mercado

SUMMARY

The plan outlined in the document is for the Province of Los Ríos to market fine aroma cocoa (*Theobroma cacao*). The objective is to outline the tactics for the commercialization of high-quality aroma cocoa (*Theobroma cacao*) in the Province of Los Ríos. The findings show that the establishment of factories for the production of intermediate goods using Ecuadorian cocoa beans as a superior raw material has not encouraged national and/or foreign investment, and that those who benefit from the low price of raw materials harvested in the Ecuador province of Los Ríos are due to the high natural agroecological potential for the production of fine aroma cocoa. A small portion of producers sell their cocoa through associations, where they are compensated with prices above market prices and also receive technical support. The strategies are to increase production per hectare and thus scientifically improve the current production yield of 6 to 8 quintals per hectare, conduct seminars for farmers; to avoid mixing fine aroma cocoa with normal cocoa, avoid exporting it; develop a more robust replacement strategy for obsolete cocoa plantations that have not been rehabilitated; and identify the best locations to grow the crop based on scientific studies.

Keywords: cocoa, production, commercialization, market

CONTENIDO

RESUMEN.....	II
SUMMARY	III
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
MARCO METODOLÓGICO	3
1.1. Definición del tema caso de estudio	3
1.2. Planteamiento del problema	3
1.3. Justificación.....	3
1.4. Objetivos	4
1.4.1. General	4
1.4.2. Específicos	4
1.5. Fundamentación teórica	4
1.5.1. Generalidades del cacao.....	4
1.5.2. Comercialización de cacao fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.....	7
1.5.3. Estrategias para comercializar cacao fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.....	18
1.6. Hipótesis	20
1.7. Metodología de la investigación	20
CAPÍTULO II.....	22
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	22
2.1. Desarrollo del caso	22
2.2. Situaciones detectadas (hallazgo).....	22
2.3. Soluciones planteadas.....	23
2.4. Conclusiones.....	23
2.5. Recomendaciones	25

Las recomendaciones propuestas son:.....	25
BIBLIOGRAFÍA	26

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia las exportaciones de materias primas a nivel mundial han permitido generar ingresos económicos para los países que la producen, en este caso las exportaciones mundiales de cacao en grano y elaborados han registrado un crecimiento importante. La producción de cacao a nivel mundial ha crecido de forma constante a través de los años, principalmente en el africano. Entre los países latinoamericanos se destaca el Ecuador con un 4% y Brasil el 3% de participación en el mundo en la producción. Nuestro país desde el año 2019 se convirtió en el primer exportador de cacao en grano en América y ocupa el cuarto puesto en el mundo, lo que esto ha significado ingresos económicos para el país, permitiendo que la balanza comercial tenga menos déficit (Córdova *et al.* 2021).

Diferentes culturas del continente americano han valorado económica y socialmente el cacao. En la cultura Inca, el cacao sirvió como símbolo y producto de comercio y consumo, actuando como forma de moneda para las transacciones entre comunidades y pueblos indígenas. Debido a esto, actualmente se siembran diferentes especies, como el cacao fino de aroma, el cual se exporta a diversas latitudes donde es muy apreciado por sus propiedades químicas y sensoriales.

En el Ecuador, la superficie de cacao está distribuida a lo largo de 18 provincias. La mayor concentración se encuentra en las provincias de Los Ríos, Guayas, Manabí, Esmeraldas y El Oro. En los últimos años, en las provincias de Orellana y Sucumbíos, la superficie sembrada se ha incrementado a por lo menos 14.000 ha de cacao, 75% de las cuales corresponde al tipo Nacional, esta zona, en dos o tres años se constituirá como una de las principales proveedoras de cacao para la exportación, los principales nichos de consumo del cacao ecuatoriano se encuentran en el mercado internacional, hacia donde se dirige aproximadamente el 88% de la producción total de cacao, sea en forma de cacao en grano, o en forma de elaborados y semielaborados (García *et al.* 2019).

Los mismos autores indican que los principales nichos se encuentran en Europa (Alemania, Francia, Países Bajos e Inglaterra) y los Estados Unidos, por actores, son seis las empresas que abarcan cerca del 50% de las exportaciones ecuatorianas: Transmar, Comodity Group, Blommer Chocolate, Walter Matter S. A, ED & F Man Cocoa, Daarnhouwer (García *et al.* 2019).

Ecuador utiliza tanto el mercado interno como el externo para comercializar su cacao. En cuanto al comercio internacional, la nación exporta granos en dos variedades: Sabor Arriba y Colección Castro Naranjal CCN51; cereales semiacabados como licor, mantequilla, tortas y polvos; y granos procesados como barras, tabletas, chocolates, toppings, polvos, rellenos, baños y un sinfín de otros productos manufacturados elaborados a partir de combinaciones con otros productos o frutos secos.

Entre las estrategias más adecuada se tiene la aplicación del pago diferenciado por calidad; agregación de valor reconocido y valorado por el consumidor final; experiencias de agroturismo desarrolladas por organizaciones de productores; casos de circuitos cortos de comercialización (tienda gourmet de chocolate que se abastece de dos fincas) (Guzmán y Chire 2019).

CAPÍTULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1. Definición del tema caso de estudio

El presente documento detalló sobre la estrategia para la comercialización de cacao (*Theobroma cacao*) fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.

El proceso de comercialización se presenta cuando el agricultor acude a los centros poblados más cercanos a vender su producto a intermediarios, quienes acopian el cacao en lotes más grandes para entregarlo al exportador.

1.2. Planteamiento del problema

La baja competitividad en toda la cadena de valor del cacao afecta a todo su entorno económico por carencias de política y ausencia de financiamiento recomendaron mejorar la administración en todas las unidades productivas en la comercialización y productividad aplicando mejor tecnología.

Las condiciones climáticas, así como las enfermedades y plagas que atacan al cultivo de cacao son los principales factores que afectan la producción.

No obstante, más del 50% de las exportaciones a nivel estatal dependen estrictamente de las asociaciones y los acopiadores (quienes fungen como intermediarios), esto reduce la utilidad de los productores; mientras que menos de 300 productores logran beneficiarse de la exportación de su producción al no depender de intermediarios, sin embargo, al no utilizar intermediarios no logran abarcar muchos mercados ni exportar más de 200 toneladas (aproximadamente) al año.

1.3. Justificación

La cadena de valor; constituyen un esfuerzo invaluable y justificable para

plantear problemas y poder delinear alternativas de solución, enmarcando aspectos de competitividad en el área agronómica, ambiental, de transformación y comercialización a nivel nacional, con propuestas de mejora tecnológica, acercándolo socialmente en forma transversal en las regiones cacaoteras (Guzmán y Chire 2019).

Entre los planes para mejorar la productividad del sector y duplicar el mercado y las exportaciones, están el de sustituir hectáreas de cultivos ilícitos con cacao, renovar hectáreas con más de 60 años, invertir en plantas de postcosecha y transferir conocimiento y tecnología a 30.000 cacao cultores del país.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Describir las estrategias para la comercialización de cacao (*Theobroma cacao*) fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.

1.4.2. Específicos

- Conocer la situación actual de la comercialización de cacao fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.
- Establecer las estrategias para comercializar cacao fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.

1.5. Fundamentación teórica

1.5.1. Generalidades del cacao

El cacao llamado científicamente teobroma, palabra que en griego se interpreta como “comida de los dioses”, es originario de América. Las recopilaciones históricas indican que los mayas lo cultivaban, y la pepa era usada como moneda. Los aztecas lo siguieron cultivando dándole poderes divinos y su

consumo estaba reservado sólo para los considerados de la alta sociedad (León *et al.* 2016).

En Ecuador la siembra del cacao es antigua desde la llegada de los españoles, entonces ya se podía divisar enormes árboles de la “pepa de oro”, en la actualidad se cultivan diferentes tipos de cacao, tales como el cacao Nacional y el Cacao Complejo Nacional x Trinitario Del Cacao Nacional se produce el mejor chocolate, su calidad es de alto nivel debido a que en el cultivo no se usan químicos, que normalmente si se utilizan en otros tipos de cacao (Romero *et al.* 2016).

La industria chocolatera mundial es la principal consumidora del cacao, y su demanda sigue creciendo, existiendo un mercado insatisfecho, representando para Ecuador una gran oportunidad para crear riqueza interna y generar divisas, para lo cual deberá establecer estrategias de inversión, asistencia técnica, líneas de crédito a bajos intereses y mantener la calidad del cacao para satisfacer a los exigentes mercados del exterior a los cuales está llegando el cacao ecuatoriano (León *et al.* 2016).

En el país existen numerosas familias campesinas que se vienen dedicando al cultivo de la pepa de oro, como es conocido también el cacao, el mismo que ha sido calificado como el mejor cacao fino en aroma lo que le ha valido al país ser uno de los principales exportadores de esta gramínea. La provincia de Los Ríos es una provincia eminentemente agrícola, la principal actividad de su población es el cultivo de productos provenientes de la tierra tales como: cacao, café, soya, maracuyá, etc., las dos variedades de cacao que se cultivan son la nacional o fino aroma y la CCN51 en sus 116.426,90 has plantadas (Quimi *et al.* 2020).

En nuestro país, este tipo de producto es considerado como único en el mundo, reconocido por tener una fermentación muy corta, por ello el chocolate que se produce con este cacao se torna de buen aroma y sabor suave, en los países extranjeros es reconocido con la clasificación de Cacao Fino de Aroma (Romero *et al.* 2016).

El cacao ecuatoriano es mundialmente apreciado por su sabor y aroma, ya que son claves para la producción de los más finos chocolates. Existen grandes marcas de chocolates reconocidas como las mejores del mundo; las cuales llevan un porcentaje de cacao ecuatoriano. El cacao será receptado, clasificado, tratado y envasado en sacos con logotipo de la empresa lista para ser comercializados como se lo puede apreciar en la imagen previa (Garrido 2019).

Las plantaciones comerciales de cacao se encuentran localizadas principalmente en tres zonas características: norte, centro y sur. La zona norte comprende las provincias de Esmeraldas, Manabí, las estribaciones occidentales de la Cordillera en las provincias de Pichincha y Cotopaxi. Dentro de ellas las plantaciones de cacao se ubican en: Esmeraldas: Quinindé, Viche, Esmeraldas, San Lorenzo y Muisne; Manabí: Chone, El Carmen, Calceta, Rocafuerte y Pichincha; Pichincha: Santo Domingo de los Colorados; Cotopaxi: La Maná, El Corazón y San Miguel. La zona central comprende la parte norte de la Cuenca del Río Guayas y la provincia de Los Ríos. Guayas: Balzar, Colimes, Santa Lucía, Urvina Jado, Los Ríos: Vinces, Palenque, Baba, Guare, Isla Bejucal San Juan, Pueblo Viejo, sur de Ventanas, Catarama, Ricaurte, Babahoyo y Quevedo. La zona sur corresponde a la parte sur de la provincia del Guayas y la provincia de El Oro: Guayas: Milagro, Naranjito, Naranjal, Balao Chico, Tenguel; El Oro: Santa Rosa, Machala, El Guabo y Tendales (Romero *et al.* 2016).

En la actualidad la producción de cacao en grano, exportado, independiente del tipo ordinario o fino, está concentrada en Costa de Marfil, Ghana, Países Bajos, Nigeria, Indonesia, Camerún, y en séptimo lugar Ecuador, que representa el 4,96% del total de exportaciones en el mundo (León *et al.* 2016).

Los pequeños productores de cacao tipo Nacional se encuentran en una difícil situación socioeconómica debido a la baja productividad que presentan sus plantaciones originadas por factores como grave impacto de las enfermedades y el bajo desempeño de muchas plantaciones por razones genéticas y de manejo. Un mal tratamiento en post cosecha como mezcla, almacenamiento con

otros productos pueden generar contaminación cruzada. Además, la falta de financiamiento para los pequeños productores es otro escenario que aqueja a este sector (Quimi *et al.* 2020).

1.5.2. Comercialización de cacao fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.

La comercialización de cacao enfrenta el problema de los “intermediarios”, que son las personas que compran “al pie de la finca” o “en la misma huerta” pagando en “efectivo”, pero a precios de explotación, que en muchos casos no cubren ni los costos de producción. Estos llamados “intermediarios” a la vez revenden el cacao a las empresas mayoristas, que a su vez venden el cacao a las empresas exportadoras (León *et al.* 2016).

El cacao fino de aroma es un producto que asegura una demanda significativa, porque se destaca no solo por su sabor sino también por las propiedades nutritivas que posee, por lo tanto, lo convierte en accesible a todo tipo de público. Los principales mercados para el grano de cacao ecuatoriano son: Estados Unidos, Indonesia, Malasia, Países Bajos, México, Bélgica Italia y Alemania (González *et al.* 2022).

Existen más de 500.000 productores de cacao, aunque exclusivamente la economía campesina depende de este producto, en años anteriores este producto contribuyó de forma sustancial al ingreso económico del productor, aunque no sea en gran cantidad, pero por lo menos es un flujo permanente que coadyuva a su subsistencia. Por este motivo es que ahora la “pepa de oro” ha demostrado estabilidad en los precios, en un nivel muy bueno, hay interés en la mayor parte de las personas en volver a sembrar y aprender a manipular su manejo (Romero *et al.* 2016).

El mercado del Cacao es muy amplio, su consumo se realiza a nivel nacional e internacional, el Ecuador hasta el año 2018 ocupó el cuarto lugar a nivel mundial como productor del grano de Cacao (Corporación Financiera Nacional, 2018). En el Ecuador existen dos Asociaciones Privadas que son las

que colaboración con la correcta exportación del grano y sus derivados, estas son; ANECACAO Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, APROCAFA, Asociación de Productores de Cacao Fino y de Aroma (Párraga 2021).

En Ecuador existen muchos problemas en la cadena de comercialización del cacao, por lo que se considera que el gobierno debe intervenir para regularla, eliminando la intermediación, ubicando reglamentos de cumplimiento obligatorio para las exportadoras, quienes deben comprar directamente al agricultor, pagándole los precios establecidos en forma técnica de acuerdo a la variación de los precios internacionales (Mata 2019).

Los pequeños productores de cacao tipo Nacional se encuentran en una difícil situación socioeconómica debido a la baja productividad que presentan sus plantaciones originadas por factores como grave impacto de las enfermedades y el bajo desempeño de muchas plantaciones por razones genéticas y de manejo. Un mal tratamiento en post cosecha como mezcla, almacenamiento con otros productos pueden generar contaminación cruzada. Además, la falta de financiamiento para los pequeños productores es otro escenario que aqueja a este sector (Intriago *et al.* 2018).

Otra problemática identificada en la actividad cacaotera se presenta durante el proceso de comercialización, debido a que esta muestra una larga cadena de intermediación y de baja calidad. De este modo, el precio se ve reducido afectando de forma directa al pequeño productor. Las formas de comercialización del cacao que se presentan en Ecuador son para el mercado interno y externo. En cuanto a la comercialización externa, el país exporta en granos en sus dos variedades Sabor Arriba (fino de aroma) y Colección Castro Naranjal CCN-51 (González *et al.* 2022).

Es de gran relevancia mencionar que el mercado de este producto es tan bueno que debido a esto se vende todo lo que se produce. En Ecuador los compradores buscan directamente al productor para realizar la negociación, es significativo asegurar las ventas sobre todo negociar de forma correcta aprovechando las oportunidades, fortalezas y sobre todo manejar las amenazas

y debilidades que tienden a existir (Romero *et al.* 2016).

El proceso de comercialización se presenta cuando el agricultor acude a los centros poblados más cercanos a vender su producto a intermediarios, quienes acopian el cacao en lotes más grandes para entregarlo al exportador. Otra forma de realizar este proceso, es cuando el agricultor generalmente tiene una producción mayor, vende su producto directamente al exportador. La práctica que se utiliza en estas transacciones, es la calificación que realiza el comerciante al producto que consiste no solo en la apreciación visual, sino que además toma en sus manos un puñado de granos de cada saco, corta varias almendras para evaluar el grado de fermentación, así como el porcentaje de humedad, que sirve para ocasionar al productor fuertes amonestaciones, que generalmente son descontados en el peso total del cacao (González *et al.* 2022).

La producción, comercialización y gestión del sector del cacao debe ser topado bajo los criterios que sustentan un comercio justo para todos los actores que componen al sector y estos puedan de manera ecuánime participar de esta actividad económica y mejorar las condiciones de vida dedicada a la producción, tratando en lo posible de eliminar a los intermediarios que restan valor a la cadena productiva, minimizan la inversión, impiden la incorporación de los avances tecnológicas (Yépez 2022).

Organizarse es la clave para que la comercialización llegue a ser eficiente y eficaz; la experiencia indica que si no existe asociación no hay posibilidad de tener comercialización directa. Hay que considerar que tanto en Ecuador como en países extranjeros los compradores buscan tres características primordiales: calidad, cantidad y consistencia. (1) Calidad: la que exige el mercado y que cumple con las normas; (2) cantidad: los compradores requieren cantidades suficientes de cacao; y (3) consistencia: a oferta de calidad y volumen deben mantenerse en el tiempo y estar de acuerdo con lo negociado (Romero *et al.* 2016).

Según ANECACAO del total de la exportación ecuatoriana se estima que un 80% es cacao fino de aroma mientras que el restante 20 % pertenece a otras

variedades como CCN51. Ecuador se posiciona como el país más competitivo de América Latina en este campo, seguido de lejos por Venezuela, Panamá y México que son países que poco a poco han incrementado su participación en el Mercado mundial del cacao fino en grano (Párraga 2021).

Además, la calidad del producto es gravemente afectada debido a prácticas inapropiadas en el procesamiento del grano, ya sea por falta de asesoramiento o incentivos, como la mezcla de variedades (CCN51 y Cacao Fino de Aroma) o la contaminación con elementos químicos o pesticidas que son restringidos en los mercados internacionales, los que prefieren prácticas orgánicas. A nivel mundial se han realizado algunos estudios entorno a la cadena de comercialización del cacao, en el cual destacan los estudios de que la cadena de comercialización debe de fortalecerse para obtener mayor beneficio para ambas partes, es decir, tanto para el productor como para las empresas que se dedican a esta actividad (González *et al.* 2022).

Los caminos vecinales son parte fundamental en el momento que los agricultores tienen que transportar su producto hasta los comerciantes, si estos no se encuentran en buen estado (huecos, muros, etc.), los productos que se desean vender no van a ser transportados con facilidad y además van a sufrir daños. Esto no es favorable para el agricultor ni tampoco para el comerciante, porque no se va a obtener la cantidad prevista de dinero y va a existir un gran porcentaje de rechazo en el momento que los comerciantes vayan a exportar el cacao. Los caminos vecinales, por la acción de los municipios, su red se ha ampliado mucho, pero así mismo su mantenimiento no es el adecuado (Romero *et al.* 2016).

El poder de negociación de los compradores es alto, esto debido a que el Cacao Fino de Aroma, debe cumplir con varios requisitos de calidad para ser entregados en las empresas exportadoras, esto hace que los precios sean establecidos por conveniencia de los grandes capitales, sin embargo, en Ecuador la política de control de mercado asegura en algo que la fluctuación de precios no afecte al productor ni al comercializador, dado es una cadena que al ser inestable podría causar grandes pérdidas (Párraga 2021).

En la cadena de comercialización interna intervienen los productores y los intermediarios, existen los pequeños y medianos productores, los pequeños productores tienen una superficie de la finca 11 y 50 has. De los intermediarios se puede decir que la mayoría de las veces compran en el pueblo o en la ciudad mientras que los agricultores entregan el cacao en la bodega del intermediario, muy pocos son los intermediarios que compran el cacao en las fincas (Garrido 2019).

La importancia de la calidad del cultivo de cacao fino y de aroma en Ecuador, la diferencia de precios en comparación con el cacao ordinario, siempre ha estado presente tanto en organizaciones nacionales y extranjeras, asociaciones de pequeños productores, gremios privados y públicos. Por ello, existen algunas iniciativas para potenciar la jerarquía del cacao fino y de aroma en el país, dirigida para los pequeños productores, buscando mejorar su organización, brindando asesoría y financiando algunos estudios, entre sus objetivos esta mejorar la producción en el país (Romero *et al.* 2016).

Un sistema de pago diferenciado por fidelidad para todos aquellos proveedores que entregan toda su producción a la comercializadora, este asegura la permanencia del mismo. Es necesario establecer vínculos y convenios comerciales a largo plazo, en el cual se defina un porcentaje atractivo sobre el precio internacional del Cacao para la entrega de la producción a la exportadora, de esta manera se asegura el precio y el impacto de la variación de la balanza de precios será menor (Párraga 2021).

Los comerciantes reciben el cacao en su bodega, pesan, primero mira el aspecto del cacao, después toma un puñado de pepas de cada saco, se cortan algunas con una navaja y calcula el grado de humedad enterrando la uña; para esta estimación no necesita ninguna maquina especializada ya que él cuenta con su experiencia y destreza, lo secan si es necesario. Normalmente no les gusta comprar cacao en baba, pero cuando falta cacao lo compran en cualquier estado, y cuando hay bastante exigen un mínimo de uno o dos días de sol (Garrido 2019).

Los actores de la cadena de comercialización dentro de la producción de cacao, se inician como productores individuales que producen cacao en grano y terminan en el mercado interno y externo en el que se encuentran involucrados, las unidades de producción asociadas, los intermediarios, la industria artesanal, industria de elaborados y exportadores de cacao en grano (Yépez 2022).

La comercializadora a futuro debe implementar un sistema de producción de la fase de fermentación y secado, semiautomática, a fin de mejorar sus niveles de producción sin necesidad de elevar la cantidad de trabajadores, esto generaría un mayor nivel de utilidad anual y, en consecuencia, una mayor tasa de rentabilidad (Párraga 2021).

En la provincia de Los Ríos, la comercialización de los pequeños productores de cacao se realiza por medio de tres canales; el 73,2 % vende al comerciante intermediario de los cuales el 53 % al intermediario que compra en la finca y el 47 % al intermediario del poblado más cercano, el 12.5 % vende de manera directa al exportador y el restante 14,3 % entrega su cacao a asociaciones quienes luego lo comercializan de manera directamente (Yépez 2022).

A través de los años la comercialización de la producción es uno de los principales problemas que afectan a los pequeños agricultores. Asimismo, se mantienen todavía fuertes críticas sobre la forma en que se establecen los estándares y el rol que los pequeños productores asumen en el proceso de comercialización (Mata 2018).

La comercialización de bienes agropecuarios es un proceso de intercambio desarrollado en los mercados, en donde los productos se transfieren de manos de los productores a los intermediarios, aquí involucra la formación de precios y la remuneración. La comercialización de productos agropecuarios son componentes más complejos del sistema agro productivo, dado que en él se juntan todas las fortalezas y limitaciones de la oferta, para atender la diversa, cambiante y cada vez más exigente demanda en los diferentes mercados globales, regionales, nacionales y locales (Yépez 2022).

Otra problemática identificada en la actividad cacaotera se da durante el proceso de comercialización, el autor antes mencionado señala que esta presenta una larga cadena de intermediación y de baja calidad. De esta forma el precio se ve mermado afectando directamente al pequeño productor (Intriago *et al.* 2018).

Los procesos de comercialización difieren en función de las estructuras agrarias propias de cada país y de otras características internas del sistema de comercialización. La estructura agraria típica de la mayor parte de los países en desarrollo no es una excepción, es una estructura dual que incluye, por un lado, una agricultura campesina de subsistencia y por otro una agricultura comercial (Anchundia 2020).

La comercialización interna se da cuando los intermediarios recorren las fincas para comprar directamente el producto en el estado en que se encuentre, generalmente secado al sol; después, el intermediario completa el proceso de secado mezclando varios tipos de cacao, ocasionando de esta forma pérdida de calidad. Otra manera de comercializar el cacao, es efectuando la venta a los acopiadores rurales de la zona, que reúnen lotes más amplios y a su vez lo venden a los mayoristas para que eventualmente sea entregado a los exportadores (Intriago *et al.* 2018).

La comercialización del cacao se produce de diferentes formas a través de intermediarios, por medio de productores asociados o exportadores; los intermediarios utilizan diferentes estrategias en diferentes provincias del Ecuador, así unos intermediarios recorren las fincas en busca del producto y otros se sitúan en los pueblos cercanos de las zonas productoras de cacao, para luego vender el producto a los centros de acopio más grandes; por otra parte, aquellos agricultores que se encuentran organizados pueden vender su producto a los exportadores directamente (Orbea 2018).

A través de los años la comercialización de la producción es uno de los principales problemas que afectan a los pequeños agricultores. Asimismo, se mantienen todavía fuertes críticas sobre la forma en que se establecen los

estándares y el rol que los pequeños productores asumen en el proceso de comercialización (Anchundia 2020).

Un tercer circuito es cuando el agricultor va a los centros poblados más cercanos a vender su producto a intermediarios, quienes acopian el cacao en lotes más grandes para entregarlo al exportador. Una cuarta forma, es cuando el agricultor, generalmente el que tiene una propiedad más grande, vende su producto directamente al exportador (Intriago *et al.* 2018).

Otra problemática identificada en la actividad cacaotera se da durante el proceso de comercialización, esta presenta una larga cadena de intermediación y de baja calidad. De esta forma el precio se ve mermado afectando directamente al pequeño productor. Las formas de comercialización del cacao en Ecuador son para el mercado interno y externo (Quimi *et al.* 2020).

La actual comercialización de productos agrícolas arroja cuantiosas pérdidas provocadas por deficiencias en la infraestructura de los mercados, por las demoras en el transporte y descarga de los productos. Además, una parte importante es la pérdida postcosecha, debido a la deficiente manipulación de los productos que representa una parte importante de la comercialización (Mata 2018).

En la actual comercialización de productos agrícolas arroja cuantiosas pérdidas provocadas por deficiencias en la infraestructura de los mercados, por las demoras en el transporte y descarga de los productos. Además, una parte importante es la pérdida postcosecha, debido a la deficiente manipulación de los productos que representa una parte importante de la comercialización. La producción de cacao tiene todo un grupo de actores de la cadena de comercialización que inician a nivel de los productores individuales que producen cacao en grano y terminan en el mercado interno y externo en el que se encuentran involucrados, las unidades de producción asociadas, los intermediarios, la industria artesanal, industria de elaborados y exportadores de cacao en grano (Anchundia 2020).

La práctica que se aplica en estas transacciones, es la calificación que realiza el comerciante al producto que consiste no solo en apreciación visual, sino que además toma un puñado de granos de cada saco, corta varias almendras para estimar el grado de fermentación, así como el porcentaje de humedad, que sirve para someter al productor a fuertes amonestaciones, que normalmente es descontado en el peso total del cacao. Además, la calidad del producto es seriamente afectada debido a prácticas inapropiadas en el procesamiento del grano, ya sea por falta de asesoramiento o incentivos, como la mezcla de variedades (CCN51 y Cacao Fino de Aroma) o la contaminación con elementos químicos o pesticidas que son restringidos en los mercados internacionales que prefieren optar por prácticas orgánicas (Intriago *et al.* 2018).

Dentro de los problemas más relevantes en la comercialización de los productos agropecuarios para los pequeños productores se encuentran: la falta de organización de los productores para comercializar sus productos, la diferenciación de los productos que se comercializan, la distancia entre el productor y el consumidor final y la calidad en las relaciones entre los actores que participan en los procesos de compra y venta, incluido el grado de formalidad de los acuerdos que establezcan, además, existe una limitada visión de mercado con fuerte énfasis en lo productivo (Mata 2019).

En cuanto a la comercialización externa, el país exporta en granos en sus dos variedades Sabor Arriba y Colección Castro Naranjal CCN51; los semielaborados como licor, manteca, torta, polvo y los elaborados como barras, tabletas, bombones, coberturas, polvo, relleno, baños y un sin fin de manufacturas más obtenidos a partir de mezclas con otros productos o frutos secos (Quimi *et al.* 2020).

Se debe incentivar la participación de los productores para implementar nuevas técnicas que contrarresten la poca productividad actual en las plantaciones y elevar la calidad del producto (Intriago *et al.* 2018).

La producción de cacao tiene todo un grupo de actores de la cadena de comercialización que inician a nivel de los productores individuales que producen

cacao en grano y terminan en el mercado interno y externo en el que se encuentran involucrados, las unidades de producción asociadas, los intermediarios, la industria artesanal, industria de elaborados y exportadores de cacao en grano. Los criterios son reforzados al considerar que la problemática del proceso de comercialización del cacao en Ecuador, está caracterizada por una alta volatilidad en los precios internacionales, así como un elevado número de intermediarios en toda la cadena (Mata 2018).

Como alternativa para evitar a los intermediarios, algunos pequeños productores forman parte de asociaciones, los mismos que acumulan su producto y hacen exportación directa de cacao tipo orgánico certificado, obteniendo de esta forma un precio mayor. El sector agrícola es uno de los pocos sectores en que las asociaciones de productores son legales en la mayoría de los países, y con frecuencia se fomenta su creación, Además la inversión en asociaciones de productores puede reducir los costes de transacción, fortalecer la posición negociadora con los proveedores y estimular la producción en las explotaciones (Intriago *et al.* 2018).

En Ecuador el 90 % de los productores se encuentran registrados en asociaciones, pero no todos venden como parte de estas. Con estos antecedentes el trabajo realizó un análisis de la cadena de comercialización del cacao Nacional producido por pequeños productores en la provincia de Los Ríos (Quimi *et al.* 2020).

Estudios anteriores señalan que en el diagnóstico realizado a los cantones Buena Fe, Valencia, Mocache y Quevedo, se determinó que el proceso de comercialización del cacao fino de aroma presenta problemas en todo el proceso, dada las deficiencias analizadas en las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades en la cadena de comercialización de este cultivo. Se construyó un procedimiento para la comercialización del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo, el cual concibe un grupo de acciones que fortalecen el proceso de comercialización con enfoque de Comercio Justo, y que se implementan a través de etapas, pasos y actividades lógicas, como guía para determinar la comercialización del mismo con enfoque (Mata 2019).

Estudios en la provincia de Los Ríos señalan que el 11.5% de los entrevistados que comercializan el cacao por medio de asociaciones respondieron que su producto lo entregan a organizaciones privadas, las que dan asesoría técnica en la producción y en varios casos entregan insumos para la plantación, resaltando que no tenían apoyo de organismos gubernamentales; sin embargo, son pocos los productores que están asociados y reciben ayuda del sector privado. Además, los productores destacaron como beneficio de estar asociados recibir entre 20 y 25 dólares más por saco de 45,45 kg de cacao (Intriago *et al.* 2018).

Los productores de la Provincia de Los Ríos requieren de condiciones operativas necesarias al momento de darle tratamiento a la producción de granos de cacao, con el propósito de obtener excelente calidad del producto, capacidad de almacenamiento en las instalaciones, aspectos administrativos, permisos legales y técnicos para desarrollar las diligencias correspondientes (Contreras 2022).

Investigaciones efectuadas a comerciantes de la provincia de Los Ríos demuestran que el precio del producto, el 76,2% alega que ellos tienen en cuenta la calidad del grano, la humedad y el peso. De igual modo los aspectos de porcentaje de humedad (90,4 %), la variedad y las impurezas lo tienen en cuenta para realizar su compra. Estos aspectos afectan a los pequeños productores porque influyen en la compra y el precio de sus productos. Por otro lado, consideran (66,7 %) que para comprar el cacao en fresco se debe considerar la humedad, la falta de certificación, la calidad interna de la pepa, las impurezas y el embalaje: El 85,7 % de los comerciantes entrevistados no poseen una infraestructura adecuada para completar el ciclo de comercialización del cacao en seco (Anchundia 2020).

La misma fuente señala en encuesta realizadas a productores que el 47,4 % de los productores refieren vender sus producciones en el intermediario de cabecera cantonal, lo que propicia una cadena de comercialización más larga y con un precio muy bajo pagado a los productores. De igual manera el 83,8 %

considera que si se eliminan los intermediarios en la cadena del cultivo del cacao ellos mejorarían sus ingresos. Otro de los problemas diagnosticados fue la baja producción del cacao fino de aroma, que según el 68,4 % es de 1 a 4 qq por hectáreas. En relación a la capacitación los pequeños productores plantean haber recibido asesoría en: Tecnología del cultivo (12,6 %), asesoramiento del manejo del cultivo (11,6 %), capacitación en temas generales (14,9 %) y diversificación de la producción (13,5 %). Sin embargo, el 47,4% informan que no han recibido capacitación en ninguno de los aspectos señalados anteriormente (Anchundia 2020).

1.5.3. Estrategias para comercializar cacao fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.

Los resultados evidencian cómo Ecuador podría aumentar significativamente la producción y exportación de cacao para lo cual se proponen estrategias tales como: Establecer normas por parte del gobierno, para controlar la calidad del cacao que se exporta y evitar la mezcla del cacao de fino aroma con el cacao ordinario, mezcla que está perjudicando al agricultor ecuatoriano e intensificar el plan para reemplazar las viejas plantaciones de cacao que no han sido rehabilitadas, y determinar zonas geográficas en donde debe cultivárselo, lo cual debe responder a un estudio científico para zonificar las áreas geográficas ideales para este cultivo (León *et al.* 2016).

Como alternativa para evitar a los intermediarios, algunos pequeños productores forman parte de asociaciones, los mismos que acumulan su producto y hacen exportación directa de cacao tipo orgánico certificado, obteniendo de esta forma un precio mayor (Quimi *et al.* 2020).

Con el propósito de intervenir en la cadena por medio de varias estrategias como: mejorar la productividad del cacao fino de aroma; implementar procesos para obtener la mejor calidad en cacao; fortalecer las industrias chocolateras y de producción de derivados del país; y fortalecer el posicionamiento del cacao ecuatoriano en el mundo, creando un impulso del cambio de la matriz productiva, y el fomento a los emprendimientos (Yépez 2022).

Se puede plantear el uso de las estrategias de desarrollo de producto, el cual consiste mejorar el producto como tal, proponiendo un adecuado combo en conjunto con otros productos de otras marcas tales como bebidas energéticas que ya estén posicionadas en el mercado para evitar justamente la falta de interés por comprar el producto (Gómez y Zambrano 2017).

Crear el Instituto de Fomento del cultivo del cacao para en forma permanente dictar seminarios a los agricultores a través de la metodología “escuelas de campo”, obtener el aumento en la producción por hectárea y así mejorar científicamente el rendimiento de producción actual de 6 a 8 quintales por hectárea, considerado uno de los más bajos del mundo y establecer líneas de crédito a bajo interés y con periodos de gracia, en condiciones ventajosas, para este sector, aprovechando el exceso de liquidez de la banca privada ecuatoriana para otorgar créditos (León *et al.* 2016).

El sector agrícola es uno de los pocos sectores en que las asociaciones de productores son legales en la mayoría de los países, y con frecuencia se fomenta su creación. Además, la inversión en asociaciones de productores puede reducir los costes de transacción, fortalecer la posición negociadora con los proveedores y estimular la producción en las explotaciones (Quimi *et al.* 2020).

El Asociativismo y el cooperativismo son estrategias que posibilita trabajar de manera colectiva cambiando la actitud individualista de las personas para formar organizaciones que les permita convertirse en un punto de referencia, por la calidad de sus productos y servicios (Orbea 2018).

El Gobierno y la Asamblea Nacional deben actualizar la Ley de fomento para impulsar el cultivo del cacao arriba, fino o de aroma, mediante la cual se aumentaría la superficie cultivada y especialmente se mantenga la calidad del producto. Las asociaciones de agricultores de cacao tienen que impulsar que el cacao ecuatoriano tenga certificaciones internacionales, con el objeto de asegurar que los productores reciban un precio justo por su producto (León *et al.* 2016).

Se contará con algunas estrategias de marketing para la comercialización del producto ante los potenciales clientes del centro de acopio como lo son las empresas exportadoras de cacao, como producto de calidad, libre de impurezas; convenios entre el centro y exportadores; adecuada logística al momento de entregar el producto; precio competitivo y visitas personalizadas a cada empresa para socializar la oferta del producto en todas sus condiciones (Garrido 2019).

De igual manera, promover la constitución de asociaciones de agricultores y exportadores de cacao, para convertirlas en organizaciones con poder para abrir nuevos mercados internacionales e intervenir en la fijación de los precios internacionales. Se deberán instalar centros de acopio y en forma técnica conservar la pepa de cacao hasta ser exportada o industrializada. - Crear incentivos tributarios para atraer la inversión extranjera, con el objeto de montar empresas que lo industrialicen y aumentar la exportación del cacao semielaborado (León *et al.* 2016).

1.6. Hipótesis

Ho= no son necesarias las estrategias para la comercialización de cacao (*Theobroma cacao*) fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.

Ha= son necesarias las estrategias para la comercialización de cacao (*Theobroma cacao*) fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.

1.7. Metodología de la investigación

El presente documento se desarrolló mediante la recopilación bibliográfica, empleando varias fuentes de información obtenida de sitios web, trabajos investigativos de entidades competentes, como son tesis de pre grado y postgrado, artículos científicos, revistas indexadas de alto impacto y libros.

Una vez seleccionada la información de las diferentes fuentes se efectuó un análisis, síntesis y resumen, con la finalidad de obtener información relevante al tema de estudio, para lograr conclusiones que respondieron a los objetivos

planteados y que sean de fácil interpretación y entendibles para el lector, sobre la temática de estrategias para la comercialización de cacao (*Theobroma cacao*) fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.

CAPÍTULO II

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Desarrollo del caso

La presente revisión bibliográfica detalla la estrategia para la comercialización de cacao (*Theobroma cacao*) fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.

El productor de cacao es explotado porque no recibe precios "justos", y el mismo proceso es el culpable de la baja economía que experimentan entre 500.000 y 600.000 pequeños productores de cacao en Ecuador. Su numerosa familia depende únicamente de estos ingresos, generados por pequeñas propiedades de entre 1 y 10 hectáreas, para pagar todos sus gastos de alimentación, atención médica y subsistencia, manteniendo su calidad de vida en un estado deprimente.

2.2. Situaciones detectadas (hallazgo)

- Las dificultades que enfrenta la industria cacaotera ecuatoriana, particularmente en la Provincia de Los Ríos, durante las etapas de cultivo, comercialización, industrialización y exportación deben ser puestas en conocimiento de las agencias gubernamentales, ya que es imperativo que trabajen en conjunto con las autoridades, asociaciones y empresas, adhiriendo a estrategias preestablecidas para fomentar el desarrollo sostenido y sostenible en la cadena de valor, y formulando sugerencias de soluciones.

- La falta de incentivos hace que la inversión extranjera en la industria del cacao de Ecuador sea poco atractiva. Además, no se han puesto en marcha programas de asistencia técnica para aumentar la productividad por hectárea, intensificar la industrialización del cacao, aumentar las exportaciones de cacao semielaborado y, de otro modo, aumentar los ingresos en divisas y equilibrar la balanza comercial de esta industria.

- La situación de las carreteras locales, que están en mal estado y provocan retrasos, es el mayor desafío que enfrentan los productores y comerciantes de cacao. Esto impide que el producto se comercialice adecuadamente, lo que se traduce en pérdidas.

2.3. Soluciones planteadas

- El Gobierno debe intervenir para controlar la cadena de comercialización del cacao en la provincia de Los Ríos, eliminando intermediarios y estableciendo normas vinculantes para los exportadores, que deben comprar directamente al agricultor, pagando los precios técnicos establecidos, y deben ser revisados continuamente en función de Cambios en el precio del cacao en el mercado mundial.
- Dentro de la gestión de la comercialización y producción del país son importantes las ideas de la cadena de comercialización y del cacao fino de aroma. Así, se determinó que, en términos de la cadena de comercialización ideal, las empresas compran el producto directamente al agricultor, a quien se le paga justamente por ello.
- Hay exportadores que no necesitan intermediarios para vender sus productos en el extranjero porque el mercado global ya está establecido. Debido a su menor poder adquisitivo, los otros centros de acopio solo pueden distribuir el producto a nivel nacional, por lo que necesitan un intermediario que pueda transportar el producto por ellos y establecer conexiones con las fábricas que lo compran para que lo transformen en diferentes productos.

2.4. Conclusiones

Las conclusiones planteadas, de acuerdo a los objetivos son:

Objetivo 1: Situación actual de la comercialización de cacao fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.

- La instalación de fábricas dedicadas a la producción de bienes intermedios, utilizando la materia prima superior que son los granos de cacao ecuatoriano, no ha promovido la inversión nacional y/o extranjera, y son quienes se benefician del bajo precio de las materias primas cosechadas en la provincia ecuatoriana de Los Ríos.
- La comercialización de cacao fino y aromático de comercio justo en la provincia de Los Ríos se aprovecha de la presencia en nichos de mercado especializados, de la demanda del mercado de una producción limpia y saludable, y de la existencia de una importante demanda de cacao fino. Debido a las cualidades únicas que posee, el alto potencial agroecológico natural para la producción de cacao fino de aroma y la experiencia acumulada para su inserción en el mercado global, el cacao fino de aroma es muy demandado y reconocido a nivel mundial.
- En la provincia de Los Ríos, los intermediarios dominan la cadena de comercialización del cacao y sirven como principal punto de contacto para los pequeños agricultores en las negociaciones. Un pequeño porcentaje de productores vende su cacao a través de asociaciones, donde se les compensa con precios superiores a los del mercado y también reciben asistencia técnica.
- Un método para aumentar los ingresos de los agricultores es dirigir la creación de organizaciones que resuelvan el problema del marketing eliminando a los intermediarios. La demanda de cacao y la longitud de la cadena de suministro que conduce a su comercialización son dos variables importantes que inciden en su precio, que es inestable. Debido a la alta demanda del mercado a nivel mundial, particularmente del cacao ecuatoriano por ser principalmente fino y aromático, el diferencial de precios ha ido aumentando en los últimos años.

Objetivo 2: estrategias para comercializar cacao fino de aroma en la Provincia de Los Ríos.

- Desarrollar una estrategia de reemplazo más sólida para las plantaciones de

cacao obsoletas que no han sido rehabilitadas e identificar las mejores ubicaciones para cultivar el cultivo con base en un estudio científico.

- Para aumentar la producción por hectárea y así mejorar científicamente el rendimiento de producción actual de 6 a 8 quintales por hectárea, impartir seminarios a los agricultores.
- Para garantizar que los productores reciban un precio justo por sus productos, las asociaciones de productores de cacao deben trabajar para que el cacao ecuatoriano sea certificado internacionalmente.

2.5.Recomendaciones

Las recomendaciones propuestas son:

- Con el fin de maximizar el sistema de distribución (exportadores), incrementar el sistema logístico administrativo que coordine e integre todas las operaciones que se realizan en el centro agrícola desde la cosecha hasta la comercialización.
- Mejorar la capacidad institucional de los centros agrícolas para que pueda ofrecer servicios efectivos de apoyo a la producción y comercialización a los agricultores.
- Promover que los agricultores cacaoteros vendan su producto directamente a las empresas evitando la participación de intermediarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Anchundia, D. M. 2020. Proceso de comercialización del cacao fino de Aroma en la provincia Los Ríos, Ecuador. *Avances*, 20(4), 385-400. Disponible en <https://www.redalyc.org/journal/6378/637869147003/637869147003.pdf>
- Andrade Almeida, J, Rivera García, J, Chire Fajardo, GC, Ureña Peralta, MO. 2019. Propiedades físicas y químicas de cultivares de cacao Theobroma cacao L. de Ecuador y Perú. *Enfoque UTE*, 10(4), 1-12. Disponible en http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-65422019000400001&lng=es&tlng=es.
- Contreras Zamora, J. I. 2022. *Estudio situacional de centros de acopio destinados a comercialización de cacao fino de aroma en la zona del cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos* (Bachelor's thesis, BABAHOYO: UTB, 2022). Disponible en <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/13214/E-UTB-FACIAGING%20AGROP-000248.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Córdova, K. S. A., Campoverde, J. Q., Unda, S. B., Montealegre, V. J. G., Romero, H. C. 2021. Análisis económico de la exportación del cacao en el Ecuador durante el periodo 2014–2019. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(3), 2430-2444. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926903>
- García Batista, R. M., Quevedo Guerrero, J. N., Socorro Castro, A. R. 2019. Valoración del estado agronómico de las plantaciones de cacao nacional en el Ecuador. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 2(2), 109-119. Recuperado de <http://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA>
- Garrido Delgado, P. D. 2019. *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio, secado y comercialización de cacao fino de aroma cultivado en el Recinto Balzalito del cantón Muísne provincia de Esmeraldas* (Doctoral dissertation). Disponible en <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/355/1/GARRIDO%20DELGADO%20PAULINA%20DANIELA.pdf>
- Gómez Cevallos, J. G., & Zambrano Nazareno, E. J. 2017. *Propuesta de plan de negocios para comercializar en la Ciudad de Guayaquil el NIBS de cacao*

elaborado por la asociación de productores orgánicos de Vinces apovinces de la provincia de los Ríos (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas). Disponible en https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59217517/Tesis_Nibs_de_Cacao20190511-42612-1rvhjt4-libre.pdf?1557630565=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DUNIVERSIDAD_DE_GUAYAQUIL_FACULTAD_DE_CIE.pdf&Expires=1695661954&Signature=ldlr~bk5hLZtsMRqcL0ntBvQqa0yCgJmBdaDIV-dRwul5svrEW79EJsVzKfWvTtA9DshXKfuoCvxuBWkDmpLCeD3211Afy5ORIVHh~2wZtt5rVgO4c~F-IUj-T~T-kaUmaqyvFkpUnO2FJkukOx5zybSmIVJ04pT42lvezkKEo6uKD-CcUKzXmzsSLm8K4ib1c7emiSnTLj7alsqmXDSdahCVHJvEfPOyNzAeZyzawfQ691qoUbC1Dw5evZLTtAnoXJMsLZZHblppEOA8zsf9cWe7tI9q9slhSek03aViQoZ0oV~NkfuJ2VhKZghTqw2NctKfY0KBQDetVz7I3X~Q__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- González Rosado, L., Moreira Sornoza, W., Dueñas Rivadeneira, A. 2022. La cadena de comercialización del cacao fino de aroma, cantón Pichincha, Ecuador ECA Sinergia, vol. 13, núm. 3, pp. 86-95. Disponible en <https://www.redalyc.org/journal/5885/588572826008/588572826008.pdf>
- Guzmán-Bautista, JH, Chire-Fajardo, GC. 2019. Evaluación de la cadena de valor del cacao. *Theobroma cacao* L. peruano. *Enfoque UTE*, 10(1), 97-116. <https://doi.org/10.29019/enfoqueute.v10n1.339>
- Intriago, F. L. M., Zenteno, M. D. C., Neto, J. A. F., Galeas, M. M. P., Caicedo, W. R. B., & Moyano, M. N. A. 2018. Cadena de comercialización del cacao nacional en la provincia de Los Ríos, Ecuador. *Revista Ciencia y Tecnología*, 11(1), 63-69. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6550318>
- León-Villamar, F., Calderón-Salazar, J., & Mayorga-Quinteros, E. 2016. Estrategias para el cultivo, comercialización y exportación del cacao fino de aroma en Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI*, 9(18), 45-55. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/5826/582663825007.pdf>
- Mata Anchundia, D. 2018. Proceso de comercialización del cacao fino de Aroma en la provincia Los Ríos, Ecuador. *Avances*, 20(4), 385-400. Disponible en <https://www.redalyc.org/journal/6378/637869147003/html/>

- Mata Anchundia, D. 2019. Procedimiento de comercialización de cacao fino de aroma en la provincia Los Ríos, Ecuador Procedure for the marketing of fine aroma cocoa in the province Los Ríos, Ecuador. vol. 21, núm. 1. Disponible en <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/145/145662008/145662008.pdf>
- Orbea Herrera, M. E. 2018. *Asociatividad para la comercialización de cacao de los pequeños productores del recinto Aguacate de Pise, cantón Valencia-provincia de Los Ríos* (Master's thesis, Quito, 2018.). Disponible en <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/19615/1/CD-9019.pdf>
- Párraga Villavicencio, J. M. 2021. *Plan de negocio para la creación de una empresa de comercialización de cacao fino de aroma orgánico en el Cantón Quinindé* (Bachelor's thesis, Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica). Disponible en <https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/1767/1/PARRAGA%20VILLAVICENCIO%20JIMENA%20MARIA.pdf>
- Quimi, W. D. C., Castro, M. B. A., Risco, G. S. C., & Cabezas, Y. K. P. 2020. Evaluación socioeconómica del cultivo de cacao (*Theobroma cacao* L.) en la zona norte de la Provincia de los Ríos. *Journal of business and entrepreneurial studie*, 4(2). Disponible en <https://journalbusinesses.com/index.php/revista/article/view/79/197>
- Romero Cárdenas, É., Fernandez Ronquillo, M., Macias Onofre, J., & Zuñiga Gurumendi, K. 2016. Producción y comercialización del cacao y su incidencia en el desarrollo socioeconómico del cantón Milagro. Disponible en <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3123/1/PRODUCCION%20Y%20COMERCIALIZACION%20DEL%20CACAO%20Y%20SU%20INCIDENCIA%20EN%20EL%20DESARROLLO%20SOCIOECONOMICO%20DEL%20CANTON%20MILAGRO.pdf>
- Yépez Peralta, A. N. 2022. *Análisis de la cadena productiva y comercialización del cacao fino de aroma en la Provincia de Los Ríos* (Bachelor's thesis, BABAHOYO: UTB, 2022). Disponible en <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/13210/E-UTB-FACIAG-ING%20AGROP-000246.pdf?sequence=1&isAllowed=y>