

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



## FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

### CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: “Análisis de la oferta del sector cacaotero de la provincia de Manabí, y su competitividad en los mercados internacionales”

Trabajo de titulación previa la obtención del  
título de Licenciada en Comercio Exterior

AUTORAS: Campues Neppas Rocio Taña  
Valencia Carranza Nathaly Trinidad

TUTOR: Msc. Navarrete López Oscar Fabrico

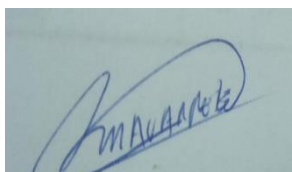
Tulcán, 2022



## CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Campues Neppas Rocio Taña con el número de cédula 100317952 - 8 ha elaborado el trabajo de titulación: “Análisis de oferta del sector cacaoero de la provincia de Manabí y su competitividad en los mercados internacionales”

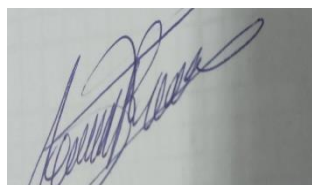
Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



f.....

Msc. Navarrete López Oscar Fabrico

**TUTOR**



f.....

Msc. Ruíz Germán Georing

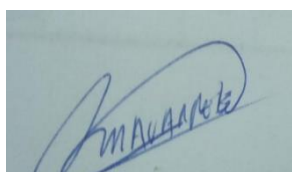
**LECTOR**

Tulcán, septiembre de 2022

## CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Valencia Carranza Nathaly Trinidad con el número de cédula 080342351 - 6 ha elaborado el trabajo de titulación: “Análisis de oferta del sector cacaoero de la provincia de Manabí y su competitividad en los mercados internacionales”

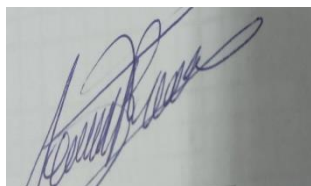
Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



f.....

Msc. Navarrete López Oscar Fabricio

**TUTOR**



f.....

Msc. Ruíz Germán Georing

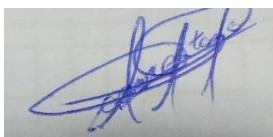
**LECTOR**

Tulcán, septiembre de 2022

## AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Licenciada** en la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Campues Neppas Rocio Taña con cédula de identidad número 100317952 - 8 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



f.....

Campues Neppas Rocio Taña

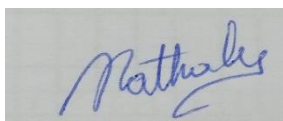
AUTORA

Tulcán, septiembre de 2022

## AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Licenciada** en la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Valencia Carranza Nathaly Trinidad con cédula de identidad número 080342351 – 6 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



f.....

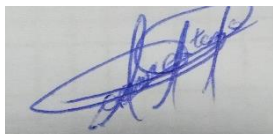
Valencia Carranza Nathaly Trinidad

AUTORA

Tulcán, septiembre de 2022

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

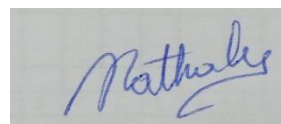
Nosotras, Campues Neppas Rocio Taña con número de cédula 100317952-8 y Valencia Carranza Nathaly Trinidad con número de cédula 080342351-6 declaramos ser autoras de los criterios emitidos en el trabajo de investigación “Análisis de la oferta del sector cacaoero de la provincia de Manabí, y su competitividad en los mercados internacionales” y eximos expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Campues Neppas Rocio Taña

AUTORA



f.....

Valencia Carranza Nathaly Trinidad

AUTORA

Tulcán, septiembre de 2022

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme acompañado en el proceso de formación de mi vida profesional.

A mis padres que a pesar de la distancia física siempre estuvieron a mi lado apoyándome durante la formación de mi vida universitaria, muchos de los logros se los debo a mis padres ya que ellos siempre me han enseñado cada uno de los valores que poseo, las ganas de superación y triunfo siendo los principales motores para poder cumplir cada uno de las metas.

A mis hermanos, sobrinos y demás personas quienes me apoyaron siempre con sus palabras motivadoras y sus buenos deseos, que fue suficiente para seguir adelante en las situaciones que me paso como las noches largas de estudios, el cansancio y bajos ánimos ellos siempre estuvieron ahí motivando a seguir en adelante.

Finalmente agradezco a mis docentes de la carrera Comercio Exterior por enseñarme todo lo que en la actualidad se y más que eso.

**Campes Neppas Rocio Taña.**



## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente quiero agradecer a Dios por permitirme tener y disfrutar a mis padres, por cada apoyo incondicional en cada decisión realizada en el transcurso de mi vida, a los docentes que conforma la carrera de Comercio Exterior que hicieron parte de este proceso integral de formación, que gracias a ellos perduraran cada una de sus palabras de conocimiento y desarrollo que otorgaron en cada una de sus clases, y las demás personas como mis amigos (as), familiares y conocidos por las experiencias vividas.

**Valencia Carranza Nathaly Trinidad.**

## **DEDICATORIA**

### **A mis padres**

Dedico este trabajo de investigación a mis padres, quienes fueron los que me apoyaron en todo momento en el trayecto de la carrera profesional, también dedico a mis hermanos, sobrinos y familiares quienes me apoyaron moralmente con su amor y ánimo de seguir adelante en mis propósitos.

### **A mis docentes**

A mis docentes de la carrera de Comercio Exterior por su tiempo, esfuerzo y dedicación de compartir sus conocimientos, donde me permitieron llegar hasta este nivel de educación que poseo, quisiera destacar la buena actitud que los caracteriza a cada uno de ellos.

### **A Dios**

Finalmente dedico a Dios por haberme dado la vida, por acompañarme con luz y sabiduría para poder alcázar cada uno de mis objetivos propuestos.

**Campues Neppas Rocio Taña.**

## **DEDICATORIA**

Mi trabajo de investigación está dedicado a Dios primero por darme salud y así poder concluir mi carrera, a mis padres por su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida porque siempre han estado presente en cada proceso de mis estudios, por sus consejos para ser cada día una mejor persona y ser una excelente profesional en mi área, a mis hermanos y hermanas, tías y tíos, y demás personas por sus palabras y compañía. Y por último a mis docentes por brindarme sus conocimientos en cada proceso de la carrera.

**Valencia Carranza Nathaly Trinidad.**

## ÍNDICE

I. PROBLEMA .....	25
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	25
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	27
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	27
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	29
1.4.1. Objetivo General .....	29
1.4.2. Objetivos Específicos .....	29
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	30
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	31
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	31
2.1.1. Antecedente 1.....	31
2.1.2. Antecedente 2.....	32
2.1.3. Antecedente 3.....	32
2.1.4. Antecedente 4.....	33
2.1.5. Antecedente 5.....	34
2.1.6. Antecedente 6.....	34
2.1.7. Antecedente 7.....	35
2.2. MARCO TEÓRICO .....	36
2.2.1. Teoría de la ventaja comparativa según David Ricardo .....	36
2.2.2. Teoría de la ventaja competitiva según Porter .....	37
2.2.3. Teoría de la ventaja absoluta según Adam Smith .....	38
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	39
2.3.1. OMA (Organización mundial de Aduanas) .....	40
2.3.2. Constitución de la República del Ecuador (2008).....	40
2.3.3. Plan Nacional de Desarrollo “Toda una Vida” (2017) - 2021 .....	41

2.3.4. “Código orgánico de la producción, comercio e inversiones” (2018).....	42
2.4. BASES CONCEPTUALES .....	45
2.4.1. La oferta en su definición .....	45
2.4.1.1. Tipos de oferta.....	45
2.4.1.2. Factores que determinan la oferta .....	46
2.4.1.3. Oferta exportable .....	46
2.4.2. La competitividad en su definición .....	48
2.4.2.1. La importancia de la competitividad .....	48
2.4.2.2. La competitividad internacional.....	48
2.4.3. Productividad .....	49
2.4.3.1. Factores que determinan la productividad .....	50
2.4.4. Marketing internacional.....	50
2.4.5. Competencia.....	51
2.4.6. Ventaja competitiva.....	51
2.4.7. Exportación .....	51
2.4.8. El cacao en su definición .....	52
III. METODOLOGÍA .....	53
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	53
3.1.1. Enfoque.....	53
3.1.1. Cualitativo.....	53
3.1.2. Cuantitativo .....	53
3.1.2. Tipo de Investigación .....	54
3.1.2.1. Descriptiva .....	54
3.1.2.2. Investigación Acción .....	54
3.1.2.3. De campo .....	54
3.1.2.4. Investigación exploratoria.....	54
3.2. IDEA A DEFENDER.....	55

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	55
3.3.1. Definición de las variables .....	55
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS .....	59
3.4.1. Método deductivo .....	59
3.4.2. Método inductivo.....	59
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	59
3.5.1. Encuesta .....	60
3.5.2. Entrevista.....	61
3.6. ANÁLISIS ESTADÍSTICO .....	61
3.6.1. Población y muestra.....	61
3.6.2. Instrumentos de investigación.....	62
3.6.3. Procesamiento y análisis de datos .....	62
3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	62
3.7.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL SECTOR CACAOTERO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ.....	63
3.7.1.1. Interpretación de resultados del sector oferente.....	63
3.7.1.2. Provincias productoras de cacao en el Ecuador.....	64
3.7.1.4. Productores de cacao en la provincia de Manabí.....	67
3.7.1.5. Exportación de cacao en toneladas métricas. ....	70
3.7.1.6. Diamante de Michael Porter en el sector cacaotero (Micro).....	71
3.7.1.7. Principales países exportadores de cacao.....	83
3.7.1.8. Análisis situacional del cacao ecuatoriano.....	83
3.7.1.9. Acuerdos comerciales en Ecuador para la exportación de cacao.....	86
3.8. COMPETITIVIDAD DEL CACAO EN EL MERCADO INTERNACIONAL... 87	
3.8.1. Análisis de las Cinco fuerzas de Michael Porter.....	87
3.8.1.1. Poder de negociación de los clientes.....	88
3.8.1.2. Rivalidad entre las empresas.....	90

3.8.1.3.	Amenaza de los nuevos entrantes. ....	91
3.8.1.4.	Poder de negación de los proveedores. ....	92
3.8.1.5.	Amenaza de productos sustituto. ....	95
3.8.2.	Países compradores de cacao en el mundo. ....	101
3.8.2.1.	Países importadores de cacao ecuatoriano.....	101
3.8.3	Análisis PESTL entre los países comercializadores de cacao. ....	103
3.8.3.1.	Factores Políticos. ....	104
3.8.3.2.	Factor Económico. ....	105
3.8.3.3.	Factores demográficos.....	111
3.8.3.4.	Factor cultural ....	112
3.8.3.4.	Factor tecnológico.....	113
3.9.	COMPETITIVIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE CACAO. ....	113
3.10.	BARRERAS ARANCELARIAS.....	115
IV.	RESULTADOS .....	116
4.1.	RESULTADOS.....	116
4.1.1.	Resultado de las encuestas a nivel nacional. ....	117
4.1.2.	Resultados de la entrevista a nivel nacional.....	126
4.1.3.	Resultados de las encuestas a nivel internacional (Competitividad).....	137
4.2.	DISCUSIÓN .....	146
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	151
5.1.	CONCLUSIONES .....	151
5.2.	RECOMENDACIONES .....	152
IV.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	153

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Orden jerárquico de aplicación de normas Art.425. ....	39
<i>Figura 2.</i> Definición de las variables .....	56
<i>Figura 3.</i> Proceso de cacao ecuatoriano. ....	70
<i>Figura 4.</i> Diamante de Porter sector ofertante.....	71
<i>Figura 5.</i> Mayor Oferta precio alto. ....	78
<i>Figura 6.</i> Mayor demanda Precio bajo. ....	78
<b>Figura 7.</b> Principales países exportadores de cacao.....	83
<i>Figura 8.</i> Cinco fuerzas de Michael Porter.....	87
<i>Figura 9.</i> Países importadores de cacao ecuatoriano. ....	103
<i>Figura 10.</i> Representación gráfica del PIB per cápita y deuda total.....	107
<i>Figura 14.</i> Tipo de cacao cultiva en el Ecuador. ....	117
<i>Figura 15.</i> El cacao manabita con el de otras provincias disminuye su calidad.....	118
<i>Figura 16.</i> Los niveles de producción de cacao en el país. ....	119
<i>Figura 17.</i> La competencia a nivel nacional e internacional del cacao.....	120
<i>Figura 18.</i> Uso de los intermediarios. ....	120
<i>Figura 19.</i> Tipo de intermediarios posee.....	121
<i>Figura 20.</i> El cacao tiende a tener una variación del precio en el mercado nacional e internacional. ....	122
<i>Figura 21.</i> Tipo de cacao comercializa. ....	122
<i>Figura 22.</i> El consumo del cacao en los mercados internacionales. ....	123
<i>Figura 23.</i> La exportación del cacao a mercados internacionales. ....	124
<i>Figura 24.</i> El mercado que se considera mayor atractivo para la exportación de cacao ecuatoriano. ....	124
<i>Figura 25.</i> La competencia en los mercados internacionales. ....	125
<i>Figura 26.</i> La principal ventaja competitiva del cacao ecuatoriano. ....	126
<i>Figura 27.</i> La producción mensual que importan cacao. ....	137
<i>Figura 28.</i> Principales países que usted importa cacao.....	137
<i>Figura 29.</i> Demanda en relación al cacao. ....	138
<i>Figura 30.</i> Para que utiliza el cacao que procesa e industrializa. ....	139
<i>Figura 31.</i> Los países que usted importa cacao son de mejor calidad. ....	139
<i>Figura 32.</i> Ah decido comprar el producto a otro país.....	140
<i>Figura 33.</i> El nivel de satisfacción de la demanda.....	141



<b>Figura 34.</b> La estrategia de competitiva aplica usted aplica para ofrecer un buen producto. .....	141
<b>Figura 35.</b> Los tipos de cacao disminuye su nivel de calidad al momento de elaborar sus derivados. ....	142
<b>Figura 36.</b> Varía el precio al momento de comprar el producto.....	143
<b>Figura 37.</b> Ecuador es un gran potencial exportador de cacao. ....	143
<b>Figura 38.</b> El precio del cacao en el mercado internacional.....	144
<b>Figura 39.</b> El precio del cacao en el mercado ecuatoriano.....	145

### ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Oferta del sector cacaotero del Ecuador.....	47
<b>Tabla 2.</b> Variable independiente: (Competitividad en los mercados) .....	57
<b>Tabla 3.</b> Variable dependiente (Oferta del sector cacaotero).....	58
<b>Tabla 4.</b> Población sujeta a estudio .....	61
<b>Tabla 5.</b> Superficie cosechada (ha) por provincia de cacao.....	64
<b>Tabla 6.</b> Provincias productoras de cacao por volumen .....	65
<b>Tabla 7.</b> Información nutricional del cacao. ....	66
<b>Tabla 8.</b> Cantidad de productores de cacao en la provincia de Manabí .....	67
<b>Tabla 9.</b> Plaza de expendio de cacao en la provincia de Manabí.....	68
<b>Tabla 10.</b> Oferta de cacao en relación a las técnicas de recolección de datos .....	69
<b>Tabla 11.</b> Exportación de cacao ecuatoriano en toneladas métricas .....	70
<b>Tabla 12.</b> Condiciones de los factores en el sector ofertantes. ....	72
<b>Tabla 13.</b> Métodos para la aplicación del fitomejoramiento. ....	77
<b>Tabla 14</b> Agencia de Regulación y Control Fitosanitario y de Cuarentena Animal (Agrocalidad).....	80
<b>Tabla 15.</b> Las empresas que comercializan productos derivados del cacao en el mercado.....	81
<b>Tabla 16.</b> Las estrategias genéricas que aplican de Michael Porter es la diferenciación de productos.....	82
<b>Tabla 17.</b> Acuerdos comerciales vigentes en Ecuador .....	86
<b>Tabla 18.</b> Países exportadores de cacao en el mundo.....	88
<b>Tabla 19.</b> Participación de los países exportadores de cacao.....	89
<b>Tabla 20.</b> Rivalidad entre las empresas. ....	90

<b>Tabla 21.</b> Países exportadores de cacao como nuevos entrantes en mercado internacional....	91
<b>Tabla 22.</b> Los principales proveedores de cacao y sus derivados en Ecuador.....	92
<b>Tabla 23.</b> Precios referenciales del cacao en Ecuador.....	93
<b>Tabla 24.</b> Precios internacionales relativos.....	93
<b>Tabla 25.</b> Proveedores de productos para cultivo del cacao. ....	94
<b>Tabla 26.</b> Algarroba producto sustituto del cacao en grano.....	95
<b>Tabla 27.</b> Países exportadores de Algarroba.....	96
<b>Tabla 28.</b> Países importadores de Algarroba. ....	97
<b>Tabla 29.</b> Información de las Bellotas. ....	98
<b>Tabla 30.</b> Países exportadores de Bellotas.....	99
<b>Tabla 31.</b> Países importadores de bellotas. ....	100
<b>Tabla 32.</b> Destino del cacao ecuatoriano a países internacionales.....	101
<b>Tabla 33.</b> Exportaciones FOB.....	102
<b>Tabla 34.</b> Acuerdos comerciales.....	104
<b>Tabla 35.</b> Moneda y tasa de crecimiento poblacional.....	105
<b>Tabla 36.</b> PIB Per cápita y deuda total.....	106
<b>Tabla 37.</b> Exportaciones e importaciones.....	107
<b>Tabla 38.</b> Balanza comercial.....	108
<b>Tabla 39.</b> Tasa de inflación.....	109
<b>Tabla 40.</b> Competitividad global.....	110
<b>Tabla 41.</b> Barreras arancelarias.....	110
<b>Tabla 42.</b> Demografía.....	111
<b>Tabla 43.</b> Idioma y escritura.....	112
<b>Tabla 44.</b> Acceso a internet.....	113
<b>Tabla 45.</b> Matriz de competitividad.....	113
<b>Tabla 46.</b> Barreras arancelaria en relaciona a la competitividad.....	115
<b>Tabla 47.</b> Entrevista a la Comercializadora Hermanos Ruiz. ....	127
<b>Tabla 48.</b> Entrevista a la Empresa Mai&Cao.....	131
<b>Tabla 49.</b> Entrevista a Corporación Fortaleza del Valle.....	134

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexos 1.</b> Acta de sustentación de la predefensa.....	157
<b>Anexos 2.</b> Certificado del abstract por parte de idiomas.....	159
<b>Anexos 3.</b> Memorando para Comercializadora de cacao HNO/AS PS .....	161
<b>Anexos 4.</b> Aceptación por parte de la Comercializadora de cacao HNO/AS PS .....	162
<b>Anexos 5.</b> Cuestionario de la encuesta.....	163
<b>Anexos 6.</b> Evidencia 1° de la realización de la encuesta.....	163
<b>Anexos 7.</b> Evidencia 2° de la realización de la encuesta.....	165
<b>Anexos 8.-</b> Cuestionario de la entrevista.....	165
<b>Anexos 9.</b> Entrevista a la Corporación Fortaleza de valle .....	166
<b>Anexos 10.</b> Entrevista a la Empresa Comercializadora Hermanos Ruiz .....	167
<b>Anexos 11.</b> Entrevista a la Explotadora Agrícola Empresa Ma&Cao.....	167
<b>Anexos 12.</b> Encuesta de la competitividad a nivel internacional. ....	170
<b>Anexos 13.</b> Encuesta internacional de la competitividad del cacao.....	171

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1.</b> Técnicas e Instrumentos.....	60
<b>Ilustración 2.</b> Encuesta Comercializadora Hermanos Ruiz.....	61
<b>Ilustración 3.</b> Encuesta Exportadora Mai&Cao.....	62
<b>Ilustración 4.</b> Entrevista Corporación Fortaleza del Valle.....	62
<b>Ilustración 5.</b> Sector cacaotero.....	65
<b>Ilustración 6.</b> El cacao información.....	66
<b>Ilustración 7.</b> Asociación u organizaciones privadas.....	67
<b>Ilustración 8.</b> Asociación de productores de cacao.....	67
<b>Ilustración 9.</b> Variedad de Cacao en Ecuador.....	67
<b>Ilustración 10.</b> Certificaciones para la exportación de cacao.....	67
<b>Ilustración 11.</b> Productos Capari.....	74
<b>Ilustración 12.</b> BeCocoa Ecuador.....	75
<b>Ilustración 13.</b> Soko NaturalBeauty.....	75
<b>Ilustración 14.</b> Artecacao y Hana.....	76
<b>Ilustración 15.</b> Algarroba como producto sustituto del cacao.....	95
<b>Ilustración 16.</b> Información nutricional de la bellota.....	98

<b><i>Ilustración 17.</i></b> Evidencia 1° de la realización de la encuesta. ....	164
<b><i>Ilustración 18.</i></b> Evidencia 1. 1° de la realización de la encuesta. ....	164
<b><i>Ilustración 19.</i></b> Evidencia 2° de la realización de la encuesta. ....	165
<b><i>Ilustración 20.</i></b> Evidencia 2. 2° de la realización de la encuesta. ....	165
<b><i>Ilustración 21.</i></b> Entrevista. Beto Zamora. (Asistente). ....	167
<b><i>Ilustración 22.</i></b> Entrevista. Franklin Ruiz. ....	167
<b><i>Ilustración 23.</i></b> Entrevista. David Cáceres. ....	167
<b><i>Ilustración 24.</i></b> Países aplicados la encuesta internacional. ....	170
<b><i>Ilustración 25.</i></b> Demanda en relación al cacao. ....	171
<b><i>Ilustración 26.</i></b> Cual uso del cacao en el mercado internacional. ....	171

## RESUMEN

**Tema:** “Análisis de la oferta del sector cacaoero de la provincia de Manabí, y su competitividad en los mercados internacionales”

**Autores:** Campues Neppas Rocio Taña - Valencia Carranza Nathaly Trinidad.

El presente estudio tuvo el propósito de analizar la oferta del sector cacaoero de la provincia de Manabí y su competitividad en los mercados internacionales, para ello se adoptó un enfoque mixto que permitió la utilización de datos numéricos y no numéricos, por tal motivo, para la recolección de datos en el sector oferente se utilizó técnicas de recolección que permitieron identificar la percepción de los productores de cacao en relación a los mercados internacionales y su competitividad, además se realizó un diagnóstico interno y externo que permitieron medir la competitividad de cacao en el mercado exterior. Los resultados del estudio muestran que Manabí es la tercera provincia con mayor volumen de producción de cacao, según las últimas estadísticas en el año 2020 de 39 309 toneladas con una superficie de 94 904 cosechas por hectáreas, representando el 13% de la producción nacional, ahora bien, en relación a la competitividad el cacao manabita posee una ventaja competitiva por la calidad del este producto gracias a su situación geográfica que lo diferencia de su competencia, representando el 63% de la exportación de cacao a nivel mundial, por tal motivo, para el año 2020 se obtuvieron ingresos de 816.392 millones en dólares por la exportación de cacao, representando 106.130 millones a la provincia de Manabí. Sin embargo, los pequeños agricultores de esta provincia requieren de infraestructura y el acceso a créditos productivos para competir en el mercado global, por su parte, es importante mencionar que los principales competidores en el mercado internacional son Ghana y Costa de Marfil siendo los principales exportadores en el mercado internacional con un gran volumen de exportación, donde se ha tomado en consideración, la calidad del cacao ecuatoriano como la principal fortaleza en el mercado internacional.

**Palabras Clave:** Oferta, cacao, mercado internacional, competitividad, exportación.

## **ABSTRACT**

**Theme:** “Analysis of the supply of the cocoa sector in the province of Manabí, and its competitiveness in international markets”

**Authors:** Campues Neppas Rocio Taña - Valencia Carranza Nathaly Trinidad

The purpose of this study was to analyze the offer of the cocoa sector in the province of Manabí and its competitiveness in international markets, for which a mixed approach was adopted that allowed the use of numerical and non-numerical data. For this reason, for the data collection in the supplying sector, collection techniques were used that allowed identifying the perception of cocoa producers in relation to international markets and their competitiveness. In addition, an internal and external diagnosis was made that allowed measuring the competitiveness of cocoa in the international market. The results of the study show that Manabí is the third province with the highest volume of cocoa production, according to the latest statistics in the year 2020 of 39,309 tons with an area of 94,904 crops per hectare, representing 13% of national production. However, in relation to competitiveness, Manabí cocoa has a competitive advantage due to the quality of this product thanks to its geographical location that differentiates it from its competition, representing 63% of cocoa exports worldwide. So that, for the year 2020, income of 816,392 million dollars was obtained from the export of cocoa, representing 106,130 million to the province of Manabí. However, the small farmers of this province require infrastructure and access to productive credits to compete in the global market. On the other hand, it is important to mention that the main competitors in the international market are Ghana and the Ivory Coast, being the main exporters in the international market with a large export volume, where the quality of Ecuadorian cocoa has been taken into consideration as the main strength in the international market.

**Keywords:** Offer, cocoa, international market, competitiveness, export.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente Ecuador se ubica entre los principales países productores y exportadores de cacao a nivel mundial, siendo Manabí una provincia con mayor oferta de cacao a nivel nacional, representada por el 13% de la producción nacional gracias a sus riquezas biológicas y condiciones geográficas que le permiten producir cacao fino y de aroma. Por lo tanto, el Ecuador representa el 63% de la producción mundial, ubicándolo como el país más competitivo en Latinoamérica, además el mercado cacaotero a nivel mundial es fuerte debido a la gran variedad de este producto de las diferentes regiones que aprovechan sus recursos para su exportación, por ello la ejecución de este estudio se basó en diagnosticar la oferta de del sector cacaotero de la provincia de Manabí y su competitividad en los mercados internacionales, dentro la presente investigación se conforman los siguientes capítulos:

**Capítulo I:** Se exhibe la problemática del estudio sobre la oferta del sector cacaotero en la provincia de Manabí y la competitividad en el mercado global, seguido de la importancia de esta investigación denominada justificación de la investigación, además se presenta el propósito del estudio u objetivos con sus respectivas preguntas de investigación que fueron respondidas mediante su ejecución.

**Capítulo II:** Se muestra la fundamentación teórica sobre la oferta del cacao y la competitividad en los mercados internacionales, partiendo de previos estudios, comúnmente llamados antecedentes investigativos, por lo consiguiente se expone el marco teórico basado en argumentos sólidos mediante autores predominantes que sirvieron como soporte teórico del estudio.

**Capítulo III:** En el capítulo presenta la metodología de la investigación, adoptando un enfoque mixto por la utilización de datos numéricos y no numéricos, también se expone las técnicas e instrumentos para la recolección de datos que permitieron obtener información primaria y secundaria sobre el fenómeno de estudio. Cabe mencionar que en este apartado se muestra un análisis de la oferta del cacao en la provincia de Manabí y la competitividad de este producto en el mercado exterior, identificando el nivel competitivo del cacao ecuatoriano.

**Capítulo IV:** En este se expone los principales hallazgos de la investigación, gracias a la investigación de campo y la estadística descriptiva que permitió recoger, analizar e interpretar los resultados obtenidos del sector oferente del cacao en la provincia de Manabí, mediante el uso de encuestas y entrevistas. También se exhibe un contraste entre los hallazgos y las bases teóricas, llamada discusión de estudio.

**Capítulo V:** Este capítulo muestra de forma objetiva de las conclusiones y recomendaciones de la investigación que se realizó, cumpliendo con lo establecido en el propósito del estudio que se basó en la problemática expuesta.

**Capítulo VI:** Finalmente, el sexto capítulo presenta las referencias bibliográficas que fueron adoptadas en la investigación, donde permitieron consolidar el estudio por las fuentes secundarias utilizadas para la obtención de información en base al fenómeno de estudio.



## **I. PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

Según el Fondo Monetario Internacional (2020) afirma que la globalización está involucrada en el desarrollo tecnológico, de este modo ofrece mejores oportunidades en el comercio nacional e internacional esto permite un desarrollo con mayor amplitud generando impactos positivos y negativos, en algunos países que no han logrado integrarse al desarrollo económico y es ahí donde inicia el desempleo y la pobreza, vinculando a esto la tecnología que está sustituyendo al ser humano dando inicio a un sinnúmero de afectaciones en los diferentes factores sociales, económicos, culturales y políticos.

Mediante años la exportación del cacao ha tenido bajos y altos en base a la comercialización, para el año 2020 inicio una pandemia denominada Covid – 19 que afecto y afecta a la economía global cerrando algunas pequeñas, medianas y grandes empresas, destacando el cierre de fronteras que afecta a las empresas que se dedican a la exportación e importación de bienes y servicios, algunas optaron por cambiar sus estrategias para captar clientes, mediante el uso de los medios tecnológicos como fuente principal para ingresar al mercado.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020) afirmo: “Que impactará más a una debilitada economía, que afecta la oferta y la demanda, a través de la interrupción de las cadenas de producción que golpeará de manera severa al comercio internacional” (p.7). Como la pérdida de ingresos y ganancias debido a un alza del desempleo, que genera baja inversión extranjera.

En el mundo existe grandes productores de cacao como: “Costa de Marfil, Ghana, Indonesia y Nigeria estos grandes productores se encuentran en África occidental que producen más del 70% del cacao consumido a nivel global, teniendo un impacto negativo en los productores porque ellos solo tienden a tener el 4% de beneficios de la comercialización que llega a los 90.000 de euros anuales” (Iwasaki, 2019, p29). Representando 190.346,40 dólares americanos anuales. Por lo tanto, América Latina gobierna solo 15% del mercado del cacao que está conformado por Perú, Ecuador y Colombia, que contienen una gran variedad de cacao.

El mercado internacional de cacao es uno de los productos a nivel del mundo con mayor demanda, es considerado un alimento fundamental en cuanto para las familias.

Sin embargo, al existir gran producción en el continente africano los demás países que se dedican a la producción deben competir y muchas de las veces para la negociación existen intermediarios que llevan mayor ganancia mientras que los productores de cacao buscan recuperar lo invertido y a veces tener una ganancia mínima en la negociación de su producto.

Ecuador es uno de los países con mayor exportación de cacao según análisis del Banco Central del Ecuador (BCE, 2020), la producción del cacao ha variado en los últimos años, en el 2017 se cosecharon 467.327 hectáreas de cacao, 13.070 más que en 2016. El diario Telégrafo (2019) afirma: “Pese a que la producción creció en 2017, al llegar a las 205.955 toneladas, estas aún no alcanzan la cifra de 2011 (224.163 toneladas), indicó el Sistema de Información Pública Agropecuaria (SIPA)”. Las exportaciones de cacao en el 2018 superaron la cifra récord, se exportó 315.571 toneladas de cacao, esto representó mayores ventas en el sector cacaotero alrededor de \$ 665 millones que representa el 88% más que en 2017. (Tierra & Mar, 2019)

El país es productor de dos tipos de cacao tal como, el Cacao Colección castro Naranjal (CCN-51) y el denominado Cacao Nacional (Fino de Aroma) y según investigaciones realizadas las principales provincias productoras de cacao en el Ecuador son Manabí representando un 30% de la producción, Guayas con un 11%, Los Ríos con un 23%, Esmeraldas con un 10%, Santo Domingo, Azuay, El Oro y otras provincias representan un 26% de la producción nacional, por lo que esto tiene un decrecimiento según los cambios climáticos, lo cual se ve afectada la producción nacional del país. (BCE, 2019, p. 29).

En base a los datos estadísticos por el Banco Central del Ecuador en el año 2019 los principales factores que incidieron negativamente en el cultivo de cacao en primer semestre fueron: clima desfavorable (36%), heladas, inundaciones, la falta de asistencia técnica (20%), falta de vías de comunicación (14%), alto costo de mano de obra (10%), el precio bajo de venta del quintal de cacao (7%), falta de financiamiento (4%), poca demanda del producto (1%), y altas tasas de interés (1%). Además, los consultados mencionaron el alto costo de los insumos, que se

debe regularizar los precios en los mercados, y la presencia de plagas por la humedad que dejó la época de invierno. (BCE, 2019, pág. 29)

Manabí se encuentra ubicado en el centro- noreste de Ecuador dividida por la línea equinoccial su capital es Portoviejo, esta provincia cuenta con 1,395.249 habitantes es la tercera provincia más poblada del Ecuador, su temperatura es de 25° centígrados y cuenta con un clima subtropical entre húmedo y seco. Manabí cuenta con cantones que se dedican especialmente a la siembra y cosecha de cacao como El Carmen, Chone, Calceta, Bolívar y Junín, donde se ha visto envuelto en factores negativo por las lluvias, el frío son el inicio de la aparición de plagas en el cacao esto afectado directamente a las plantaciones cacaoteras de los cantones (Ecuador, 2019, pág. 1).

La fuente de ingresos económicos, es la agricultura entre ellos resalta el cacao, café, banano, maíz, arroz, algodón, frutas entre otros. Sin embargo, el cacao es uno de los principales productos tradicionales de exportación según la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao - Ecuador (ANECACAO,2015), el cacao manabita es apetecido por las industrias chocolateras del mercado internacional por su calidad, sabor único y floral, esto se debe a la gran calidad del suelo manabita donde muchos de los empresarios extranjeros demandan este producto, pero han perdido espacio en el mercado internacional por una mala reputación por parte de empresas que han mezclado el cacao manabita con otro cacao de otras zonas y esto dando inicio a que los agricultores no tengan rentabilidad e innovación en los sembríos.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo influye la oferta del sector cacaotero de la provincia de Manabí y la incidencia en la competitividad en los mercados internacionales?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación contiene un objeto y sujeto de estudio, la oferta del sector cacaotero y su competitividad en los mercados internacionales, el cacao es considerado una de las frutas tropicales con mayor alto nivel de demanda por su calidad y precio. Es apreciado por los países en desarrollo, dando paso a que sea reconocido como la pepa de oro en el mundo. El

presente plan de investigación se llevará a cabo en la provincia de Manabí por su alto nivel de producción de cacao, donde está conformado por cantones como el Carmen, Chone, Calceta, Bolívar y Junín con un alto nivel de producción de dicho producto, en efecto como propósito el inicio de competir en los mercados internacionales, a su vez este producto es demandado por grandes industriales en el extranjero por su alto nivel de calidad, su sabor único y floral esto permitiendo superar a otras mercancías del mismo tipo, convirtiéndose en un producto reconocido a nivel mundial.

La investigación cuenta con datos cuantitativos y cualitativos de la oferta del sector cacaotero de la provincia de Manabí siendo un producto comercializado a nivel internacional, trayendo beneficios al país y a las empresas una rentabilidad económica con la finalidad de potencializar una materia prima en el mercado internacional. El Banco de Desarrollo de América Latina (2017) afirma. “América Latina es la principal región productora de variedades de cacao a nivel internacional, con cerca del 80% de producción mundial, debido principalmente a su diversidad genética” (p.1). Esto dando como resultado una ventaja competitiva en el mercado internacional.

Ecuador es un productor de materia prima esto permitiendo analizar la ventaja competitiva en cuanto a la producción de cacao. Cámara de Marítima del Ecuador (2019). Asegura que el Ecuador cuenta con más de 200.000 hectáreas (Ha) de producción del cacao, por lo tanto, el país debe aprovechar y potencializar en esta área conjuntamente con el Estado, asociaciones y corporaciones que brinden apoyo en mejorar la calidad en la producción, infraestructura y venta del producto, eso permitiendo obtener una preferencia y posicionamiento en el mercado mundial.

Ecuador es el cuarto exportador de cacao en grano con una participación del 63% en el mercado global. El cacao es considerado como la pepa de oro por que los indígenas consideraban como una de las fuentes principales de la economía en la antigüedad. Sin embargo, en el Ecuador aún se mantiene como una fuente de ingreso en las familias ecuatorianas, porque muchos de ellos se dedican a la siembra, cosecha y venta de este producto.

Para ello es importante analizar las exportaciones del cacao del país para observar la evolución de la comercialización del mismo, con la finalidad de observar los beneficios económicos que este genera al país y así poder satisfacer las demandas de otros posibles mercados. Por lo que este producto se está convirtiendo en uno de los más importantes para los negocios internacionales de un país en desarrollo.

De acuerdo a esto nos permitirá llegar a saber qué cantidad de cacao en toneladas cuenta la provincia de Manabí para ofertar al mercado internacional y de esta manera también se conocerá la demanda de dicho producto y saber cómo llegar a satisfacer el mercado, de esta forma se podrá aprovechar el potencial del producto con la competitividad y así poder buscar mercados que ayuden a las mis pymes nacionales.

El cacao puro es considerado un "superalimento" donde contiene 50 nutrientes y componentes bioactivos como los polifenoles, que cuenta con propiedades antioxidantes y antiinflamatorias esto dando beneficios y una protección para la salud también da energía, especialmente el cardiovascular, ayuda a conservar el peso ideal y mejora el cambio de ánimo.

## **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General.**

Analizar la oferta del sector cacaotero de la provincia de Manabí y su competitividad en los mercados internacionales.

### **1.4.2. Objetivos Específicos.**

1. Fundamentar bibliográficamente la oferta y la competitividad del sector cacaotero de la provincia de Manabí en el mercado internacional.
2. Diagnosticar la oferta del sector cacaotero de la provincia de Manabí que permita establecer la situación actual en relación a su productividad.
3. Establecer la competitividad del cacao de la provincia de Manabí en mercados internacionales.

### **1.4.3. Preguntas de Investigación.**

¿Cómo está la oferta del sector cacaotero de la provincia de Manabí?

¿En qué periodo de tiempo se produce el cacao?

¿Cuáles son los mercados competidores en el mercado internacional?

¿Cuáles son las empresas con mayor índice de exportación de cacao en el Ecuador?

¿Qué tipo de cacao se produce en la provincia de Manabí?

¿En qué situación actual se encuentra las comercializadoras de cacao en la provincia de Manabí?

¿Cuál es la competitividad de cacao en los mercados internacionales?

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

En este apartado, como sustento teórico en el presente estudio fue puntual utilizar previas investigaciones adaptadas de artículos científicos e investigaciones basadas en la problemática del fenómeno de estudio como se presenta a continuación:

#### 2.1.1. Antecedente 1.

Como primer antecedente se adapta la investigación de Alcívar et. al (2021) en su artículo titulado: “ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA EXPORTACIÓN DEL CACAO EN EL ECUADOR DURANTE EL PERIODO 2014 – 2019”, de la revista Redalyc, además esta investigación tuvo el propósito de realizar un diagnóstico económico sobre la exportación de cacao ecuatoriano y como incide en sus ingresos y aporte al PIB, para ello este estudio adoptó una enfoque cualitativo por la descripción del sector cacaotero, mientras que cuantitativamente utilizo datos sobre la producción y exportación de cacao al mercado internacional, sobre todo por la medición en los ingresos percibidos por la venta de estos productos, por tal motivo, este estudio utilizó un tipo de investigación bibliográfica-documental por la utilización de datos estadísticos sobre la exportación de cacao, además utilizó entrevistas y fichas de observación para diagnosticar el comportamiento y la oferta de este producto. Por ende, los resultados de este antecedente muestran que las exportaciones de cacao ecuatoriano en grano inciden directamente en la economía y la generación de empleo, puesto que para el año 2019 se exportaron 325 toneladas obteniendo 720 millones de dólares como ingresos, de hecho, mediante esta cadena cacaotera en el país dependen 240.000 familias.

En este sentido, el aporte de este antecedente al presente estudio se basó en los datos cuantitativos sobre la exportación de cacao y su tendencia en el mercado que permitieron identificar la competitividad del producto ecuatoriano en relación a países exportadores de cacao, también permitió construir el análisis de la oferta de la provincia de Manabí, utilizando datos históricos y la disponibilidad del cacao manabita para la exportación, además de realizar un diagnóstico interno de esta zona para establecer aspectos competitivos.

### **2.1.2. Antecedente 2.**

También se adoptó la investigación de ANECACAO (2017) en la Revista Especializada de cacao, titulado. “LOS PRECIOS DE CACAO EN EL MUNDO, DESAFÍOS Y OBJETIVOS PARA EL SECTOR CACAOTERO”, para ello este estudio utilizó un enfoque mixto por la descripción de los mercados internacionales y un análisis comparativo de los precios de cacao en el exterior, adoptando una investigación descriptiva y exploratoria por la manipulación de documentos para establecer este análisis, en donde se obtiene como resultados que en los últimos años la exportación de cacao ha incrementado pero las hectáreas cultivadas han disminuido considerablemente, en relación al precio del cacao en el mercado internacional se obtuvo que se maneja mediante Bolsas Internacionales de futuros; siendo la Bolsa de Nueva York y la de Londres que establecen el precio de este producto, además como resultado es importante mencionar que Ecuador cubre el 63% de las exportaciones de cacao a nivel mundial por la calidad de su producto, y en los últimos años han aportado al PIB mediante ingresos superiores, de hecho se han presentado record de exportaciones de este producto.

Sobre lo anteriormente expuesto, el aporte de este antecedente al presente estudio se basa en el análisis de las exportaciones en los últimos años, permitiendo realizar una observación de la oferta de cacao y comportamiento en el mercado internacional, por esta razón al identificar la capacidad productiva de este producto y su exportación, finalmente apporto en la construcción del análisis de mercado ecuatoriano y su competencia internacional.

### **2.1.3. Antecedente 3.**

Por consiguiente, la investigación de Amnaska Veliz (2020), de la “Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí”, en su investigación titulada: “ANÁLISIS DE LA POLÍTICA PÚBLICA CACAOTERA Y SUS REPERCUSIONES ECONÓMICAS”, cabe mencionar que el objetivo de esta investigación fue diagnosticar el sector cacaotero desde los contextos macro, meso y micro como identificar el mercado potencial para este producto; en el cual se utilizó un enfoque cualitativo por la descripción de los mercados de cacao en el contexto global y local, de este modo se adoptó una investigación bibliográfica sobre la revisión literaria, en este sentido, los resultados de este antecedente muestran que el sector cacaotero requiere de



nuevas políticas públicas que les permita ser competitivos en los mercados nacionales e internacionales, también se obtuvo que la materia prima debe estar encaminada a los proyectos o actividades en donde se vinculen los agricultores de cacao y el Estado, para encontrar vías que solucionen los problemas internos de este sector, ahora bien, mediante este análisis se ha evidenciado que la producción y exportación en los últimos años se ha mantenido en crecimiento gracias a la formulación y aplicación de la política pública como herramienta que garantiza el desarrollo sostenible del sector cacaotero.

Con lo anteriormente expuesto, el aporte de este antecedente al presente estudio se basa en un análisis sobre el sector cacaotero, permitiendo adoptar un método cualitativo por la descripción del mercado de cacao, en donde interactúan la oferta y demanda de esta manera establecer el comportamiento y disponibilidad del cacao, al mismo tiempo cuantitativamente aportó con la producción de cacao en los últimos años y su crecimiento en términos de exportación, permitiendo realizar un análisis comparativo en cada periodo en relación a la oferta disponible en el mercado de cacao.

#### **2.1.4. Antecedente 4.**

Por consiguiente la investigación de Chiriboga y Ureta (2021) de la revista Sinergia en su investigación titulada: “ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD EN LA ASOCIACIÓN DE CACAO SAN PLÁCIDO, PORTOVIEJO, ECUADOR”, en donde el objetivo de este antecedente fue diagnosticar la competitividad en la asociación San Plácido, para ello este estudio adaptó un enfoque cualitativo, basado en una modalidad analítica que permitieron utilizar ciertos indicadores de calidad, en cuanto a las técnicas de recolección de datos como la observación y el uso de recursos bibliográficos, también fue importante utilizar entrevistas para obtener información detallada sobre el problema sujeto de estudio. En relación a los resultados se obtuvo que esta asociación cumple con los parámetros competitivos, en síntesis, según los hallazgos se evidencia que es puntual realizar un análisis del entorno y microentorno para identificar los escenarios favorables para medir la competitividad en relación a los factores que intervienen en ella.

Desde esta perspectiva, el aporte de esta investigación se basó en el aspecto cualitativo que permitió construir la fundamentación teórica mediante bases teóricas, además permitió

construir la metodología basado en el método sistemático bibliográfico, adoptando ciertas técnicas que permitieron analizar cómo se encuentra el mercado oferente de cacao en Portoviejo y su competitividad a nivel nacional e internacional utilizando modelos teóricos para medir la competencia.

#### **2.1.5. Antecedente 5.**

También como sustento teórico fue importante la investigación de Quezada et al (2020) en su estudio titulado: “ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA EXPORTACIÓN DEL CACAO ECUATORIANO DURANTE EL PERIODO 2015 – 2020” de la Revista Polo del Conocimiento, en donde el propósito de esta investigación fue diagnosticar económicamente la exportación de cacao ecuatoriano y sus ingresos, para ello, en el contexto metodológico, este antecedente tuvo un alcance descriptivo-deductivo, permitiendo seleccionar y discutir los datos obtenidos, en donde se utilizaron fuentes bibliográficas; por tal motivo, en este estudio se obtuvieron los siguientes resultados, identificando que la producción y exportación de cacao representa un factor importante en la economía de las familias, especialmente en el sector rural donde es muchos casos son los únicos ingresos económicos para el hogar, sujetándose esta actividad a variaciones en cambios significativos; además en el periodo 2015 los ingresos por exportación fueron de 210 toneladas, mientras que para 2020 tuvo un aproximado de 413 toneladas, en donde sus ingresos económicos fueron de \$720 millones.

#### **2.1.6. Antecedente 6.**

Por su parte también fue puntual la investigación de Loayza y Zabalo (2018) en su investigación titulada: “ANÁLISIS DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL CACAO ECUATORIANO PARA EL DISEÑO DE UNA POLÍTICA PÚBLICA QUE FOMENTE LA PRODUCTIVIDAD Y LA EFICIENCIA DE LA PRODUCCIÓN CACAOTERA PERÍODO 2007-2016”. De la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, para ello este estudio tuvo la finalidad de determinar todos los factores que pueden incidir sobre la competitividad en la cadena productiva de cacao, permitiendo identificar ciertos lineamientos de la política pública para mejorar su producción, además este antecedente tuvo un enfoque cualitativo por la descripción del sector cacaotero en el Ecuador, mientras que utilizó un tipo de investigación

bibliográfico por el aporte de autores predominantes para diagnosticar las ventajas comparativas y competitivas de la cadena y producción de cacao.

En virtud a ello, los resultados de este estudio muestran que el aumento en la producción y la demanda de precios no mantiene un impacto positivo, sobre todo en la calidad de vida de estos productores, sumado a esto en la producción nacional mediante la tecnología, es decir, se identificó la necesidad de implementar tecnología para optimizar recursos innecesarios, también se obtuvo que en 2016 se presentó la mayor ventaja comparativa, mientras que en 2008 fue la más baja, puesto que el crecimiento sobre la exportación ecuatoriana fue inferior al crecimiento mundial en el contexto del crecimiento.

Ahora bien, el aporte de este estudio en la presente investigación se basa en la modalidad de este antecedente, puesto que describió el mercado de cacao ecuatoriano y su competitividad en el contexto internacional, además aportó para describir la competitividad en los mercados exteriores basado en las ventajas competitivas que mantiene cada uno, y como obtener ventaja competitiva aprovechando los recursos nacionales.

#### **2.1.7. Antecedente 7.**

Finalmente, como sustento teórico fue puntual la investigación de Vélez (2020) en su investigación titulada: “LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO Y LA INCIDENCIA DE LOS INGRESOS DE LOS SOCIOS DE LA CORPORACIÓN DE CACAO FINO DE AROMA DEL SITIO SAN LORENZO DE LA PARROQUIA SAN PLACIDO”; De la Universidad Estatal del Sur de Manabí, la cual tuvo como propósito realizar un diagnóstico sobre la comercialización de cacao y su incidencia sobre los ingresos económicos, para ello, este antecedente tuvo una metodología inductiva, deductiva y bibliográfica, además se utilizaron técnicas como la entrevista, encuesta y observación, en donde la muestra fue a 45 socios activos quienes aportaron con información primaria, cabe mencionar que se obtuvieron resultados sobre los costos de producción, en donde se identificó que no mantienen un adecuado manejo en los ingresos mensuales de la empresa, además el presupuesto de la entidad sujeto de estudio no estaba acorde a sus actividades, esto limita su competitividad en el mercado manabita, debido a que su utilidad no era suficiente por la inexistencia de un estudio de mercado.

Por su parte, el aporte de este estudio en la presente investigación permitió construir la fundamentación teórica, además se adaptó similar metodología por la información utilizada, también permitió entender la comercialización de cacao en los pequeños productores, debido que incide directamente en los ingresos económicos, también se pudo establecer los canales de comercialización que utilizan estas cadenas de comercialización.

## **2.2. MARCO TEÓRICO.**

### **2.2.1. Teoría de la ventaja comparativa según David Ricardo.**

En relación con esta teoría impulsada por David Ricardo en el siglo XIX supone que en la producción de todos los bienes de un territorio o país se puede llevar a cabo con los menores recursos posibles. Sánchez (2015) menciona sobre la ventaja comparativa en relación a David Ricardo como:

Se trata de la idea básica de que los países eligen especializarse para poder comercializar en actividades donde tiene cierta ventaja. Es decir, en lugar de producir lo que hacen mejor de forma absoluta, producen lo que hacen mejor de forma relativa. Por lo tanto, la diferencia con la teoría de la ventaja absoluta radica en que no se produce lo que al país le cuesta menos, sino aquel con menores costes comparativos. (párr. 5)

Se relaciona esta teoría sobre la ventaja comparativa de David Ricardo, busca que cada empresa establezca lo mejor que sabe hacer, por tal motivo, las empresas cacaoteras de la provincia de Manabí buscan estrategias para diversificar sus productos, para un desarrollo sostenible y convirtiéndose en productos competitivos en los mercados internacionales que les permita incursionar nuevos mercados en el exterior para obtener mayor demanda, para ello es necesario la ventaja comparativa en los mercados de cacao.

El sector cacaotero al contar con la ventaja de producir una materia prima donde se especializado ha llevado a tener una baja inversión en las áreas de cultivo o preparación del suelo el alto conocimiento del cultivo, dentro de estas áreas el Ecuador al saber e implementar los conocimientos del cacao por ser una materia prima que ha existido años de exportación al

mundo entero y que ha sido fuente de ingreso económico de muchas familias ecuatorianas de la costa. Sin embargo, esto ha facilitado el comercio del cacao en el mercado internacional dando inicio a la división clásica del trabajo para ambas partes dependiendo de las diferencias en capital, trabajadores y recursos naturaleza, y más.

El cacao ecuatoriano es apreciado en el mercado internacional por su gran calidad, es importante considerar la tendencia que existe en relación a temas de sostenibilidad y trazabilidad en la producción de chocolate, actualmente, Ecuador se encuentra entre los principales proveedores de cacao hacia la región. (OCE, 2018).

### **2.2.2. Teoría de la ventaja competitiva según Porter.**

Acerca de la competitividad de Michael Porter desarrollo una teoría sobre la productividad, en este sentido, es importante mencionar que proviene del valor que se genera al cliente, para ello debe mantenerla constantemente, por ende, según Contreras (2017), la ventaja competitiva según Porter es:

Describió la estrategia competitiva, como las acciones ofensivas o defensivas de una empresa para crear una posición defendible dentro de una industria, acciones que eran la respuesta a las cinco fuerzas competitivas que el autor indicó como determinantes de la naturaleza y el grado de competencia que rodeaba a una empresa y que, como resultado, buscaba obtener un importante rendimiento sobre la inversión. (p.1).

En este sentido, la competitividad a nivel mundial requiere de estrategias fuertes basada en incursionar nuevos mercados que les permita obtener mayor ventaja más allá de su competencia, ahora bien, Ecuador posee ventaja competitiva en el sector cacaotero, debido a sus condiciones climáticas que hace de este producto de calidad y atractivo en el mercado internacional.

Mediante esta ventaja se puede poner en énfasis las tres estrategias como apoyo al desarrollo de la comercializadora hermanos Ruiz, Corporación de la Valle, Exportadoras Ma&Cao como es la política genérica para que las empresas alcancen una posición de largo plazo en la industria para superar al oponente. Como es el liderazgo global en producción, diferenciación en cuanto a los tipos de cacao se produce dentro del Ecuador, esto llevando a tener un enfoque

o concentración diferente a la competencia nacional e internacional. El primero incluye la optimización como reducir los costos a través de políticas funcionales sin descuidar la calidad y el servicio. El segundo se basa en asegurar que el producto se considere único en base a aspectos como tecnología de producción, atención al cliente y Finalmente, el tercero son las estrategias se centran en satisfacer las necesidades de un mercado específico con un servicio de calidad.

El cacao para poder tener una competitividad debe adaptarse a las necesidades de las empresas que se dedican a producción, comercialización nacional e internacional esto permitiendo buscar estrategias que ayuden a la productividad de cacao. Para ello debe enfocarse en dos aspectos como es la estructura del sector cacaotero y el otro aspecto el posicionamiento dentro del mercado global.

### **2.2.3. Teoría de la ventaja absoluta según Adam Smith.**

Es importante mencionar que la ventaja absoluta según Smith puede definirse como aquella capacidad de realizar o producir bienes a un costo determinado, de hecho, esta teoría se la relaciona como ciertos patrones de producción en el comercio internacional que permita su venta en el mercado global en beneficio de su productividad. En este sentido Pedrosa (2016) señala que la ventaja absoluta según Adam Smith afirma:

Destaca la importancia del libre comercio para que la riqueza de las naciones se incremente, basándose en el ejemplo de que ningún jefe de familia trataría de producir en casa un bien que incurriera en un costo mayor que comprarlo. Si se aplicara este ejemplo concretamente a un país extranjero A, se llegaría a la conclusión de que "A" podría proveer a otro país "B" de un bien más barato de lo que el país "B" pudiera producirlo. (p. 2)

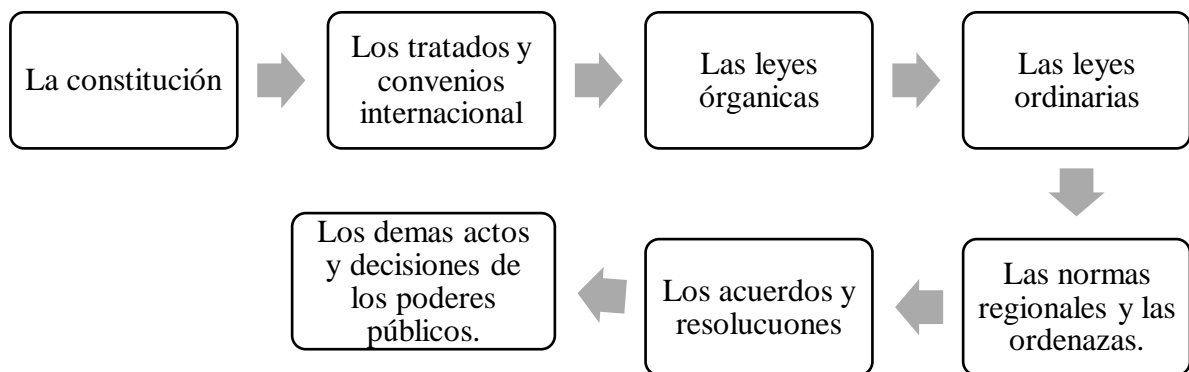
En el Ecuador existe una ventaja absoluta en diferentes materias primas como es el cacao gracias a su posición geográfica, donde ha permitido que sobre salga la producción nacional bien, por lo tanto, al tener una gran producción de cacao puede llegar a los mercados internacionales a satisfacer la demanda.

Es así que como ventaja para poder tener una productividad y calidad de cacao la venta es mejorar las plantaciones del cacao, es necesario obtener suficiente superficie para una producción sostenible. El área elegida debe tener el tipo de suelo y las condiciones climáticas adecuadas para asegurar que se establezca una plantación productiva con el mínimo trabajo necesario. Respecto a la instalación de una plantación de cacao, esto incluye el costo de instalación: preparación del sitio, plantación de árboles de sombra y cacao, poda de la formación, control de malezas, aplicación de fertilizantes y otros productos. Asimismo, se necesita construir infraestructura que incluya caminos internos, canales de drenaje y riego, viveros, tanques de fermentación y secadores.

En este contexto, esta teoría sustenta teóricamente este estudio debido que el sector cacaotero de la provincia de Manabí y del país deben especializarse en ofertar productos de calidad, de esta manera obtener mayor ventaja partiendo de su productividad, más aún cuando las condiciones climáticas benefician el cultivo de este producto, para ello esta ventaja debe ser aprovechada para mejorar la economía y competir en los mercados internacionales para el posicionamiento del cacao y obtener mayor demanda.

### 2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Para el trabajo de investigación se consideró fundamental tomar en cuenta las normativas nacionales como internacionales esto permitiendo tener una mejor sustentación del trabajo, para ello se tomó el orden jerárquico que se detalla en el artículo 425 que se estipula en la Constitución de la República del Ecuador.



*Figura 1.* Orden jerárquico de aplicación de normas Art.425.

*Fuente:* Constitución de la República del Ecuador 2008

### **2.3.1. OMA (Organización mundial de Aduanas).**

La Organización mundial de Aduanas es un ente regulador que busca el bienestar, transparencia y previsible entre los países miembros que lo conforman ya que busca el desarrollo del comercio no solo a nivel internacional, sino que también a nivel nacional donde busca contribuir en la economía y la inversión extranjera esto dando paso al desarrollo y estabilidad a ciertos factores y sectores.

### **2.3.2. Constitución de la República del Ecuador (2008).**

Es considera como aquella Norma Suprema de la legislación ecuatoriana, constituyéndose por normas y reglamentos que amparan todas las obligaciones, libertades y derechos de los ciudadanos y el Estado, cabe mencionar que esta constitución ampara todos los reglamentos como base legal, para ello se estableció artículos que fomenten el comercio exterior.

## **Título VI.**

Sobre el régimen del desarrollo de la séptima edición sobre la política comercial en el artículo 304 tendrá el siguiente propósito:

Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 144)

En este sentido, la política comercial posee varios objetivos que benefician las exportaciones de productos ecuatorianos, además es importante mencionar que el Artículo 306 establece que



“el Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal” (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 145).

### **Capítulo sexto: trabajo y producción.**

Sobre las “formas de organización de la producción y su gestión” el artículo 320 de la legislación ecuatoriana establece:

En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 145).

Desde este aspecto, la producción de cacao debe ser fortalecida mediante normas de calidad que garantice su desarrollo, producción y exportación a nuevos mercados, para ello el artículo 386 de la constitución ecuatoriana afirma que “el Ecuador impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimicen las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad” Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 145). En este sentido el Estado como ente rector debe fortalecer y garantizar la transparencia y eficacia en los diferentes mercados que permita a los productos ecuatorianos competir en igualdad de condiciones.

#### **2.3.3. Plan Nacional de Desarrollo “Toda una Vida” (2017) – 2021.**

Se considera como un documento en donde se precisas los objetivos nacionales que tiene como prioridad el desarrollo y sustentación del país en base a su desarrollo económico productivo, además permiten apoyar a las pequeñas y medianas organizaciones para su estabilidad económica, de hecho, impulsa a la matriz agrícola para su potencial comercialización en los mercados internacionales.

Entonces en el eje 2 sobre la “Economía al servicio de la sociedad” este plan nacional en su objetivo 5 tiene como propósito “impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria” (Plan Nacional Toda una Vida, 2017, p.82). En este contexto, este instrumento garantiza el crecimiento y desarrollo de los productos nacionales, por tal motivo, el objetivo 5 del Plan Nacional Toda una Vida posee varias políticas como se exhibe a continuación:

Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación, fomentar el desarrollo industrial nacional mejorando los encadenamientos productivos con participación de todos los actores de la economía, incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica, diversificar la producción nacional con pertinencia territorial, aprovechando las ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo, para lograr un crecimiento económico sostenible y sustentable. (Plan Nacional Toda una Vida, 2017, p.82)

La productividad de los productos ecuatorianos es un trabajo del Estado, debido que tiene la potestad de mejorar la matriz productiva para obtener productos de calidad y competitivos en los mercados exteriores, permitiendo de esta manera el crecimiento económico de los pequeños productores.

#### **2.3.4. “Código orgánico de la producción, comercio e inversiones” (2018).**

Este código tiene la potestad de regular e incentivar el comercio nacional e internacional en busca de regular todas las actividades comerciales del país, sean realizadas por personas jurídicas o naturales que garantice una adecuada producción, intercambio, comercio de todos los productos ecuatorianos, por lo cual, este código orgánico en su artículo 4 sobre su propósito y aplicación postula lo siguiente:

Transformar la Matriz Productiva, democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, fomentar la producción nacional comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, generar trabajo y empleo de calidad y dignos que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales y regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía. (COPCI, 2018, p.4)

Ahora bien, el título III sobre “la Generación de un Sistema Integral de Innovación, Capacitación Técnica y Emprendimiento” en el artículo 11 establece que “el Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva” (COPCI, 2018, p.4). Por su parte, sobre las medidas de defensa comercial en el artículo 88 establece “El Estado impulsará la transparencia y eficiencia en los mercados internacionales, fomentará la igualdad de condiciones y oportunidades, de conformidad con lo establecido en esta normativa, así como en los instrumentos internacionales respectivos, adoptará medidas comerciales apropiadas” (COPCI, 2018, p.24). Por esta razón, es importante mencionar que existen diversas medidas comerciales que impulsa a establecer patrones o lineamientos en el comercio de un bien o servicio como se muestra a continuación.

Prevenir o remediar el daño o amenaza de daño a la producción nacional, derivado de prácticas desleales de dumping y subvenciones. Restringir o regular las importaciones que aumenten significativamente, y que se realicen en condiciones tales que causen o amenazan causar un daño grave, a los productores nacionales de productos similares o directamente competidores, responder a medidas comerciales, administrativas, monetarias o financieras adoptadas por un tercer país, que afecten los derechos e intereses comerciales del Estado ecuatoriano, siempre que puedan ser consideradas incompatibles o injustificadas a la luz de los acuerdos internacionales, o anulen o menoscaben ventajas derivadas de un acuerdo comercial internacional, restringir las importaciones o exportaciones de productos por necesidades económicas sociales de abastecimiento local, estabilidad de precios internos, o de protección a la producción nacional y a los consumidores nacionales y las importaciones de productos para proteger la balanza de pagos. (COPCI, 2018, p.24)

Con anterioridad se ha expuesto que los acuerdos internacionales en relación al comercio la correcta aplicación de estas medidas o mecanismo que permitan defender el comercio nacional, al igual que sus exportaciones e importaciones, para ello es necesario que el Estado garantice mediante su legislación la protección del comercio e inversiones en donde se establezcan acciones para fortalecer el intercambio de bienes o productos.

Dentro del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones en el título IV da a comprender sobre el “fomento y la promoción de las exportaciones” donde se tomó en consideración el Art. 93 que menciona que “el Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá en los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno” (COPCI, 2018, p.24). Por tal motivo, mediante este código se pueden obtener los siguientes beneficios:

Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código, derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo, y en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo en los mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional. (COPCI, 2018, p.24)

Desde el punto de vista de la “competitividad sistémica y de la facilitación aduanera” del capítulo VII sobre los regímenes aduaneros basados en el código orgánico de productividad y comercio en el artículo 154 establece sobre la exportación definitiva lo define como un “régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera

del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano” (COPCI,2018, p.51)

## **2.4. BASES CONCEPTUALES.**

### **2.4.1. La oferta en su definición.**

Si bien es cierto, la oferta es la cantidad de productos que se dispone en el mercado para que la demanda pueda adquirirlo a un precio determinado, por tal motivo. Pedrosa (2017) define a la oferta como: “la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado y a un precio dado” (párr. 1). En este sentido, la oferta de cacao en la provincia de Manabí es un mercado fuerte en las exportaciones, puesto que es considerado un producto de calidad que es muy competitivo en los mercados internacionales, siendo una principal fuente de ingresos para la economía del país.

#### **2.4.1.1. Tipos de oferta.**

Existen varios tipos de oferta sobre los mercados en donde se puede identificar algunos tipos de oferentes. Riquelme (2021) afirma que existen tres tipos de oferta, es decir, la oferta competitiva que se caracteriza por los mercados de libre competencia, en donde los productos tienen la potestad de competir con sus productos debido a la gran diversidad de oferentes de un mismo producto o servicio, en donde el precio y la calidad se determina por cada productor, además en esta oferta no existe un dominador en el mercado, por consiguiente, la oferta oligopólica se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por pocos productores, siendo estos los que determina el precio, finalmente la oferta monopólica siendo un productor quien domina el mercado, imponiendo la cantidad, calidad y precio. En este contexto, el mercado de cacao se lo puede definir como competitivo debido que en el mercado mundial no existe un dominador que determine la calidad y el precio debido a la gran variedad de cacao que se encuentra en relación a sus ventajas competitivas.

#### **2.4.1.2. Factores que determinan la oferta.**

Para determinar la oferta existen varios factores como lo señala Riquelme (2021) que entre los principales factores se encuentra es el precio debido que si este aumenta también lo hará la cantidad ofertada, otro factor determinante son los costos de producción, puesto que si la materia prima aumenta también aumentara su producción y su costo de comercialización, cabe mencionar que los costos de producción dependen del proceso productivo que conlleve a la fabricación final del producto, para ello juega un rol de suma importancia la tecnología que ayuda a optimizar los recursos, especialmente la mano de obra, de hecho si se realizan mejoras tecnológicas su precio tiende a aumentar, además el número de productores es un punto esencial, puesto que se aumentara la cantidad ofertada; finalmente los impuestos y subsidios determinar la oferta, es decir, si existen mayores impuesto la oferta tiende a disminuir y si existen mayores subsidios la oferta crece.

#### **2.4.1.3. Oferta exportable.**

La oferta exportable se la define como aquella capacidad propia de un país u organización de disponer a la venta en los mercados internacionales, para ello es necesario todas las condiciones que sean necesarias como estándares de calidad que le permitan satisfacer la demanda internacional. Rozo (2017) como se cita en Tóala (2019) menciona: “la oferta exportable se puede definir como los productos que se encuentran en condiciones de exportación dentro de un país, al ser elaborados a mayor volumen están en capacidad de cubrir la demanda nacional e internacional” (p. 6). En este sentido, esta oferta tiene el propósito de actuar y desarrollar estrategias mediante un valor agregado y la calidad de los productos frente al mercado internacional, de hecho, permite asegurar todos los volúmenes demandados que satisfagan las exigencias de la demanda internacional.

*Tabla 1.* Oferta del sector cacaotero del Ecuador

<b>Sector analizar</b>	<b>Producto</b>	<b>El cacao y sus derivados.</b>	<b>Subpartidas arancelarias</b>	<b>Posibles países de destinos</b>
		1801 cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.	1801.00.19.10 organismo certificados 1801.00.19.90 los demás.	Estados Unidos - Perú
		1802 cáscara, películas y demás desechos de cacao	1802.00.00.00 cáscara, películas y demás desechos de cacao	Estados Unidos
		1803 pasta de cacao, incl. desgrasada.	1803.10.00.00 sin desgrasar 1803.20.00.00 desgrasada total o parcialmente.	Colombia – Reino Unido – Chile – Francia- EEUU.
<b>Sector Cacaotero</b>	Cacao y sus derivados	1804 manteca, grasa y aceite de cacao	1804.00.20.00 Con un índice de acidez expresado en ácido oleico superior a 1,65 %	Estados Unidos de América.
		1805 cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	1805.00.00.00 cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	Perú – Colombia – EEUU – Brasil – China – Reino Unido- Italia – Malasia – Países Bajos.
		106 cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	1806.10.00.00 Cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante	EEUU – Brasil - España China – Alemania.

*Fuente:* (TRADEMAP, 2020)  
*Elaborado por:* Autoras

## **2.4.2. La competitividad en su definición.**

Si bien es cierto, es términos de competitividad el sector oferente busca nuevas alternativas que les permita incursionar diferentes mercados y obtener ventaja competitiva, esto debido que a nivel global la competitividad de los mercados ha pernoctado en la economía de las naciones, en este sentido. Medeiros et al (2019) postulan: “la competitividad puede definirse como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible” (p.7). Desde esta perspectiva, la competitividad depende de ciertos factores propio de una empresa, puesto que mide la capacidad que tiene una organización mediante sus recursos internos, además de la aplicación de estrategias, ahora bien. Acerca de Porter como se cita en Milenio (2020) afirma: “La Competitividad de una nación que depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar; las compañías a su vez ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto” (párr. 3). Cabe mencionar que la competitividad de cacao en el mundo es sólida por la gran cantidad de productores que disponen en los mercados de este producto con diferente valor agregado.

### **2.4.2.1. La importancia de la competitividad.**

La competitividad conlleva importancia en los mercados nacionales e internacionales, puesto que los productores ofertan productos de calidad mediante beneficios propios de estos productos, permitiendo satisfacer la demanda sobre sus necesidades, además de generar ingresos. Medeiros et al (2019) señalan: “La importancia de la competitividad puede observarse en su relación positiva con el crecimiento económico a largo plazo. Un país puede considerarse competitivo cuando logra manejar sus recursos y competencias, además de aumentar la producción de sus empresas” (p.8). Por ende, la importancia de la competitividad permite el crecimiento de la organización o empresa, además de posicionarla en el mercado para obtener mayor rentabilidad.

### **2.4.2.2. La competitividad internacional.**

Actualmente la competencia en el contexto internacional es fuerte, convirtiéndose en un mercado sólido y atractivo para la exportación de productos tradicionales y no tradicionales



de un país, además ser competitivo requiere de estrategias internas que le permita a una organización incursionar mercados, en donde sus principales fortalezcas les permita consolidarse como un sector fuerte a nivel de la competencia, por tanto. Roldan (2016) menciona:

Cuando un país es competitivo, es capaz de soportar la competencia impuesta por la oferta de otros países en el mercado internacional, vender sus productos y servicios de manera rentable y/o atraer inversiones internacionales. Todo lo anterior resulta en mayor crecimiento económico con potenciales beneficios para los ciudadanos. (p.3).

En este contexto, la competitividad de un país no se la establece mediante sus límites geográficos, más bien se mide por la capacidad de sus organizaciones de optar por tener ventaja competitiva, para ello es necesario la interacción del Estado mediante políticas públicas que garanticen fomentar su sector industrial para obtener mayor ventaja a nivel internacional.

#### **2.4.3. Productividad.**

Álvarez (2021) menciona: “La productividad se define como la cantidad de producción de un producto o servicio por insumo de cada factor utilizado por unidad de tiempo. Mide la eficiencia de producción por factor utilizado en unidad de trabajo o capital utilizado” (párr. 2). Por tal motivo, la productividad dispone en el mercado la cantidad ofertada en relación a las necesidades y niveles productivos en una organización. Por esta razón la productividad de cacao depende de ciertos factores como la cantidad demandada y sobre todo los cuidados que requiere este producto para erradicar aspectos desfavorables como la presencia de plagas o enfermedades que afectan una productividad efectiva.

Desde esta perspectiva, es importante mencionar que al aumentar la productividad esta se convierte en un impulso al crecimiento socioeconómico de una región, además la productividad de cacao se ha visto afectada especialmente por los limitados recursos del sector cacaotero más aun en los pequeños productores de este producto, para ello requieren de políticas públicas encaminadas a mejorar la productividad del cacao ecuatoriano.

#### **2.4.3.1. Factores que determinan la productividad.**

Por lo tanto la productividad existen varios factores que intervienen en la producción de un bien o servicio, por su parte Álvarez (2021) afirma que los factores que determinan la productividad son la calidad y disponibilidad de los recursos que permite elaborar el producto en las mejores condiciones, también se encuentra la estructura de la industria y la capacidad instalada que permite obtener un escenario amplio que beneficia la productividad; otro factor es la tecnología que permite obtener productos de calidad en un menor tiempo posible, permitiendo a la organización optimizar recursos, por su parte la calidad de los recursos humanos interviene directamente en la productividad, puesto que son los principales actores para obtener mayor producción, finalmente el entorno macro y micro económico son factores que le permiten medir la situación productiva en los aspectos económicos que involucran a una organización.

#### **2.4.4. Marketing internacional.**

Al hablar del marketing internacional se refiere a toda técnica de gestión empresarial y estrategias, en donde las organizaciones buscan obtener un beneficio en los mercados exteriores frente a la competencia internacional. Llamazares (2019) señala:

El marketing internacional, como toda estrategia empresarial, cuenta con una serie de variables controlables y otras ajenas al control de la empresa. Entre las primeras, se encuentran su propia infraestructura y capacidades: la capacidad de producción, el nivel de I+D, la experiencia y conocimientos de marketing, la capacidad financiera, las actitudes y predisposición de los directivos a la internacionalización de la empresa, etc. Las variables incontroladas conforman el entorno externo: económico, cultural, legal y político y la competencia internacional. (p.1)

En este contexto, la gestión del Marketing internacional toma diversas decisiones que forman parte de sus estrategias empresariales, en donde se obtiene las decisiones de internacionalización, además de las elecciones de los mercados objetivos, sobre todo el diagnóstico externo e interno que le permita medir a un producto su competitividad.

#### **2.4.5. Competencia.**

La competencia según Pérez y Gardey (2021) la definen como la vinculación en las habilidades, destrezas y capacidades para realizar una actividad sobre un aspecto en particularidad, además también se la puede definir como aquella rivalidad que tiene un grupo en especial o acceder a un sector determinado de posicionarse en un mercado para atraer mayor cantidad de demanda sobre un bien o servicio, en este sentido, para medir la competencia se lo realiza bajo diferentes criterios sobre todo por la disponibilidad de competir con los suficientes recursos, por tal motivo, la competencia en los mercados internacionales adopta un escenario donde el demandante decide donde realizar la compra en relación a sus requerimientos, entonces, la habilidades y capacidades de una organización definen la competencia de sus productos, creando un valor agregado para satisfacer la demanda y fortalecer su competitividad.

#### **2.4.6. Ventaja competitiva.**

Actualmente la exportación de productos a nivel internacional ha forzado a las organizaciones a crear ventaja competitiva para posicionarse en nuevos mercados para mayor accesibilidad de sus productos o servicios, por tal motivo. Ceballos (2019) afirma que la ventaja competitiva: “Se da cuando una nación que tiene una o varias ventajas sobre otras naciones, es decir, mayor accesibilidad a recursos o mano de obra de sobra, también lo económico puede considerarse entre las ventajas comparativas” (p. 3). Por ende, un país que posee ventaja competitiva puede comercializar al mercado internacional sus productos con el propósito de cumplir con los requerimientos de la demanda, de hecho, su estabilidad económica mejora y adquiere convenios internacionales que le facilita la ampliación de nuevos mercados.

#### **2.4.7. Exportación.**

La exportación consiste en vender un producto que se ha producido en un territorio determinado en otros mercados a nivel internacional, además permite incursionar nuevos mercados para atraer mayor cantidad de demanda, por esta razón. El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (2020) la define como: “una actividad comercial que consiste en la venta o envío de productos fuera del territorio nacional. Como exportación denominamos la

acción y efecto de enviar, con fines comerciales, bienes y servicios desde un país hacia otro” (párr. 1). Por lo tanto, la exportación permite obtener ingresos a una nación que permite incrementar su PIB, además es importante mencionar que este factor no solamente es vender un producto a otro país, sino un servicio que sea propio de esta región, siendo comercializado a un tercero para su utilización.

#### **2.4.8. El cacao en su definición.**

El cacao ecuatoriano es considerado uno de los principales productos que mayormente se exporta a los mercados internacionales, reconocido a nivel internacional como un producto de calidad por su ubicación geográfica, en este sentido, Martin (2022) define al cacao como: “Un árbol tropical americano amazónico, cuyo cultivo originario está a unos 20 grados al norte y al sur del ecuador. Actualmente se cultiva en el África Occidental, América Central y del Sur y Asia” (párr. 1). En relación a lo anteriormente expuesto, este producto aporta a los ingresos económicos del país por su comercialización, puesto que el cacao ecuatoriano aporta el 63% de la exportación a nivel mundial. Cabe mencionar que el cacao posee ciertos beneficios como lo mencionar. Martin (2022) a continuación:

El cacao puro de buena calidad es un elemento energético y lleno de componentes, más de medio centenar, que colaboran significativamente en la salud. Su mala fama posiblemente se deba al uso del chocolate o el mal uso, mejor dicho. Pero el cacao es un alimento con muchas propiedades científicamente comprobadas. (párr. 6)

En este contexto, el cacao posee varias propiedades en beneficio de su consumo, en Ecuador su productividad es potencial gracias a la exportación, siendo un producto de calidad que cumple con los estándares internacionales para su procesamiento en chocolate, también es importante mencionar que en el territorio ecuatoriano se cultivan los tipos de cacao CCN-51 y Nacional, considerado cacao fino de aroma.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.**

##### **3.1.1. Enfoque.**

El presente estudio adoptó un enfoque mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo como se exhibe a continuación:

##### **3.1.1. Cualitativo.**

Desde la perspectiva cualitativa. Mata (2019) define al enfoque cualitativo como: “una realidad subjetiva, dinámica y compuesta por multiplicidad de contextos, el enfoque cualitativo de investigación privilegia el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas” (párr. 1). Por tal motivo, en el contexto cualitativo se recolectó la información cualitativa que permitió describir el mercado de cacao en la provincia de Manabí, también se analizó el sector oferente de cacao y su competitividad en mercados internacionales, mediante la utilización de recursos bibliográficos que permitieron construir la fundamentación teórica.

##### **3.1.2. Cuantitativo.**

Mientras que cuantitativamente. Arteaga (2020) afirma que el enfoque cuantitativo: “se centran en mediciones objetivas y análisis estadístico, matemático o numérico de los datos recopilados mediante encuestas, cuestionarios y entrevistas, o mediante el uso de técnicas informáticas para manipular los datos estadísticos existentes” (párr. 2). En este sentido, este estudio utilizó datos con medición numérica que permitieron identificar la oferta del sector cacaotero en la provincia de Manabí, es decir, su producción y exportación, además se analizaron factores económicos de los principales países exportadores de cacao para identificar la competitividad del cacao manabita.

### **3.1.2. Tipo de Investigación.**

#### **3.1.2.1. Descriptiva.**

Mediante la investigación descriptiva. Rus (2021) señala:” La investigación descriptiva analiza las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas” (párr. 1). En este contexto, el tipo de investigación se describió que el mercado de cacao en la provincia de Manabí y su competitividad en el mercado internacional, además se describió la competitividad de los principales exportadores de cacao a nivel mundial y su participación en el mercado, también se describieron aspectos relevantes como los acuerdos comerciales, barreras arancelarias entre otros factores que involucra la producción y exportación de cacao.

#### **3.1.2.2. Investigación Acción.**

En este caso este tipo de investigación tiende a tener una investigación donde se basa a la recolección de datos cualitativo y cuantitativos esto dando como resultado una investigación mixta donde se busca la especificación del problema y el caso práctico para ello la comercialización, la oferta en el mercado demandante esto dando como solución abastecer y cubrir la demanda.

#### **3.1.2.3. De campo.**

Este tipo de investigación permitió tener contacto con el sector oferente, es decir, se extrajo información mediante instrumentos de recolección de datos, gracias a la utilización de la técnica de la encuesta y entrevista, en donde se identificó el tipo de cacao de producen y exportan y sobre la competencia en el entorno nacional e internacional, además fue puntual para establecer la perspectiva del sector oferente frente al fenómeno de estudio.

#### **3.1.2.4. Investigación exploratoria.**

Por su parte, la investigación exploratoria según Rus (2020) menciona: “tiene como objetivo la aproximación a fenómenos novedosos. Siendo su objetivo obtener información que permita

comprenderlos mejor; aunque posteriormente esta no sea concluyente” (párr. 1). En este sentido, mediante esta investigación se exploró la oferta de cacao en la provincia de Manabí y su capacidad productiva en los últimos años, además de explorar la competencia de cacao en los mercados internacionales.

### **3.2. IDEA A DEFENDER.**

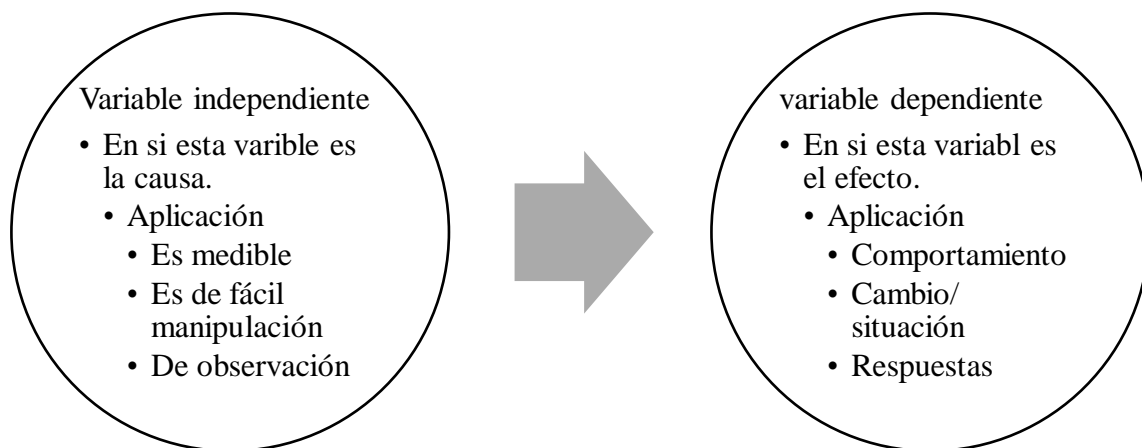
El análisis de la oferta del sector cacaotero de la provincia de Manabí permite identificar el escenario favorable para competir en los mercados internacionales.

### **3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.**

#### **3.3.1. Definición de las variables.**

Las variables representan propiedades medibles que cambian a lo largo del experimento en el que se examinan los resultados. Estos atributos se miden de manera diferente, según las variables, el contexto de investigación o las limitaciones consideradas dentro del trabajo de investigación.

Las relaciones entre las variables en los experimentos respondieron a los modelos que los investigadores asumieron en el estudio. Dividimos estas variables en cinco tipos: independiente, moderado, control, dependiente e intervención. La primera es la causa, la variable dependiente representa el efecto, mientras que la variable intermedia es una conceptualización de lo que sucedió entre la causa y el efecto, muchas veces fuera del control del investigador.



*Figura 2.* Definición de las variables  
*Elaborado por:* Autoras

**Variable independiente: (Competitividad en los mercados).**

La competitividad de los mercados se define como aquella capacidad propia de ciertos agentes económicos que les garantiza la permanencia en un mercado determinado, sea en el contexto nacional o internacional, de hecho, en la competencia un factor puntual es la capacidad de poder competir

**Variable dependiente (Oferta del sector cacaotero).**

Se define como la cantidad que el sector cacaotero está dispuesto a comercializar o poner a la venta este producto, en condiciones de mercado a un precio determinado en un lugar en concreto, de hecho, el precio en la oferta se da por el interés del ofertante o por determinaciones específicas de la economía.



*Tabla 2. Variable independiente: (Competitividad en los mercados)*

<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>	<b>FUENTE</b>	
Competitividad en los Mercados	Demanda	Michael Porter:	Datos secundarios	Fichas bibliográficas	Banco Santander.	
		Poder de negación de los clientes.	- Libros		Banco Central.	
		Poder de negación de los proveedores.	- Publicaciones		Corporación financiera nacional.	
		Amenazas de los nuevos competidores entrantes.	- Artículos		Anecacao.	
		Amenazas de los productos sustitutos.	- Sitios		Gestión digital.	
	Negociación		Rivalidad entre los competidores.	- Libros		Trademap
			Relaciones con otros países.	Datos primarios	Fichas bibliográficas	
			Balanza comercial.	- Encuesta	Cuestionario estructurado	Datos macros.
			Análisis PESTL	- Observación		Banco Santander.
			Análisis PESTL	Análisis bibliográfico		Banco Central.
Cadena productiva		Estudio técnico de las asociaciones.	Encuesta	Cuestionario estructurado	Corporación financiera nacional.	
		Costo de producción	Entrevista		Anecacao	
					Asociaciones del sector cacaotero.	
					Empresas exportadoras.	
					Comercializadora de cacao HNO/AS PS	

*Elaborado por:* Autoras

*Tabla 3. Variable dependiente (Oferta del sector cacaotero)*

<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>	<b>FUENTE</b>
Oferta del sector cacaotero	Oferta	Análisis de la oferta del sector cacaotero	Entrevista		Corporación Fortaleza del Valle.
		Diamante de Michael Porter: Condiciones de los factores, Condiciones de la demanda, Industrias relacionadas y de apoyo, Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas	Encuestas bibliográfico	Cuestionario estructurado	Exportadora Maicao. Documentos de sitio web. Anecacao.
		Capacidades de producir el cacao	Entrevista	Cuestionario estructurado	Comercializadora de cacao HNO/AS PS. Corporación Fortaleza del Valle. Exportadora Maicao. Documentos de sitio web. Comercializadora de cacao HNO/AS PS.
		Estudio de las actividades de financiación de las asociaciones.	Análisis bibliográfico	Fichas bibliográficas	Banco Central del Ecuador Documentos de sitio web. Anecacao.
		Indicadores económicos en cuanto a la producción del cacao en la provincia.	Análisis bibliográfico	Cuestionario estructurado	Sitios web Banco Mundial.
		Principales empresas exportadoras	Entrevista bibliográfico	Cuestionario estructurado	Trademap Banco Central. Anecacao.

*Elaborado por:* Autoras

### **3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.**

A continuación, se detallan los métodos y técnicas a utilizar mediante la cuales se podrán determinar cuáles son los resultados obtenidos de los mismos.

#### **3.4.1. Método deductivo.**

Westreicher (2020) afirma que el método deductivo “consiste en extraer una conclusión con base en una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas” (párr. 1). Por su parte, este método permitió partir de aspectos generales hasta los específicos, es decir, se diagnosticó el mercado internacional y su comportamiento hasta identificar como se encuentra el mercado de cacao en la provincia de Manabí, siendo sujeto de estudio en la presente investigación, también se analizó la problemática hasta determinar las respectivas conclusiones y recomendaciones.

#### **3.4.2. Método inductivo.**

Pérez (2021) manifiesta: “Es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares, se trata del método científico más usual” (párr. 1). Desde esta perspectiva, inductivamente se partirán de aspectos específicos hasta determinar aspectos generales, es decir, se analizó la oferta del sector cacaotero en la provincia de Manabí, hasta determinar la competitividad de cacao en los mercados internacionales mediante herramientas diagnósticas, que permitieron analizar el macroentorno que rodea a la producción y exportación de cacao.

### **3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.**

Para la recolección de información fue necesario utilizar ciertas técnicas que permitan adoptar datos primarios sobre el fenómeno de estudio, para ello se utilizaron encuestas y un fichaje sobre el análisis bibliográfico para obtener información secundaria con sus respectivos instrumentos para conocer sobre la oferta de cacao en la provincia de Manabí y su competitividad en los mercados internacionales.

En virtud a ello se utilizó la encuesta para la obtención de información primaria fue puntual la utilización de encuestas, en este sentido, según la Real Academia Española (2019) define a la encuesta como: “un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afecta” (párr. 2). Por tal motivo, esta técnica se aplicó al sector ofertante de cacao en la provincia de Manabí que permitió recolectar información sobre el tipo de cacao cultivado y comercializado, además de identificar cuáles son las desventajas en su cultivo e identificar el conocimiento de este sector sobre la exportación en los mercados internacionales.

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Observación	Guía de observación
Encuesta	Hoja de encuesta
Entrevista	Cuestionario
Análisis de documentos	Guía de análisis de documentos

*Ilustración 1.* Técnicas e Instrumentos

*Fuente:* (Nava, 2017)

### 3.5.1. Encuesta.

Para la obtención de información primaria fue puntual la utilización de encuestas, en este sentido, según la Real Academia Española (2019) define a la encuesta como: “un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afecta” (párr. 2). Por tal motivo, esta técnica se aplicó al sector ofertante de cacao en la provincia de Manabí que permitió recolectar información sobre el tipo de cacao cultivado y comercializado, además de identificar cuáles son las desventajas en su cultivo e identificar el conocimiento de este sector sobre la exportación en los mercados internacionales.

### 3.5.2. Entrevista.

Según Porto y Gardey (2021) definen a la entrevista, como una “acción de desarrollar un dialogo con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas” (párr. 1). En este sentido, recopilo información amplia detallada sobre la problemática expuesta del cacao en la provincia de Manabí para determinar el conocimiento y la oferta de cacao en el mercado nacional e internacional.


### 3.6. ANÁLISIS ESTADÍSTICO.

Para el desarrollo de la información se analizaron datos del Banco Central del Ecuador, CobusGroup y Trade Map con la finalidad de obtener datos estadísticos de cómo ha sido la evolución, producción y exportación del cacao de la provincia de Manabí hacia los mercados internacionales con la finalidad de analizar cuál es la oferta exportable de este producto, cuáles son las empresas que comercializan para así establecer cuál es la oferta del sector cacaotero y su competitividad. Para ello se analizará datos desde el año 2015.

#### 3.6.1. Población y muestra.

Para determinar el objeto de estudio primeramente se diagnosticó mediante el uso de técnicas como encuestas y datos secundarios cual es la población a estudiar en este caso de la investigación el objeto de estudio es la provincia de Manabí, siendo esta una de las provincias con mayor producción de cacao, además es importante mencionar que en esta provincia existen 386 productores de cacao, por su motivo, a continuación de muestra las entidades cacaoteras que brindaron con información primaria como se exhibe a continuación:

*Tabla 4.* Población sujeta a estudio

Entidad	Nombre	Correo	Teléfono	Evidencia
Comercializador a Hermanos Ruiz	Franklin Ruiz	joseloruiz_cocoa@hotmail.com	09 946 3620	

*Ilustración 2.* Encuesta Comercializadora Hermanos Ruiz.

Exportadora David info@exportadoram 096 926 3752  
Mai&Cao Cáceres aicao.com



*Ilustración 3.* Encuesta Exportadora Mai&Cao.

Corporación Beto info@fortalezadelv 099 907 8915  
Fortaleza del Valle Zamora alle.org  
(Asistente  
)



*Ilustración 4.* Entrevista Corporación Fortaleza del Valle.

---

*Elaborado por:* Autoras

### **3.6.2. Instrumentos de investigación.**

Como se detalló anteriormente se utilizó un cuestionario estructurado para obtener información primaria sobre el fenómeno de estudio; además se utilizaron fichas bibliográficas que permitió realizar un listado sobre la investigación utilizada en relación al sector cacaotero en la provincia de Manabí gracia a la utilización de material bibliográfico como: libros, revistas, entre otros.

### **3.6.3. Procesamiento y análisis de datos.**

Una vez realizada el análisis correspondiente en las entrevistas y encuesta se podrá determinar y diseñar las tablas, para así explicar cuáles son los resultados obtenidos mediante las informaciones recopiladas de los diferentes acontecimientos, que se han desarrollados en cuanto a los criterios expuesto por las asociaciones a quienes se le van a establecer las encuestas y entrevistas así obteniendo el objetivo propuesto y la resolución del problema.

### **3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.**

Para el proceso de la información y su análisis se tomó como referencia a los mercados internacionales de Costa de Marfil, Ghana e Indonesia, siendo los principales exportadores de cacao a nivel mundial y la competencia directa de Ecuador en cuanto a la exportación de este producto, cabe mencionar que se realizó un análisis del macro entorno para identificar la

competencia en estos mercados, basados en herramientas diagnosticas PEST, también se tomó las cinco fuerzas de Michael Porter permitiendo conocer la competitividad internacional de los mercados que se exporta con frecuencia, donde se enfatizó el diamante de Michael Porter para saber cómo está la oferta del Cacao en el Ecuador y en Manabí es decir, factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que permitió diagnosticar los puntos fuertes y débiles de cada país en relación a su competitividad, posteriormente se realizó una matriz de competitividad para establecer el nivel de competencia en los mercados de los países sujetos de estudio, además de identificar como se encuentra el mercado ecuatoriano en el contexto internacional con los lineamientos de poder negociación de los clientes, rivalidad entre las empresas, amenazas de los nuevos entrantes, poder de negociación de los proveedores y amenaza de productos sustitutos.

Dentro de la oferta del sector cacaotero de la provincia de Manabí se entró en contacto con el sector oferente que exporta cacao a mercados internacionales para conocer el tipo de cacao que se cultiva, los factores que disminuyen la producción, además del conocimiento de la competencia a nivel nacional e internacional, también es importante identificar los intermediarios y tipos de intermediarios que requieren los exportadores de cacao, e identificar los factores que fijan el precio en el mercado nacional e internacionales y la competencia interna y externa en el mercado de cacao. Para ello fue puntual la utilización de técnicas como la encuesta con su respectivo instrumento, es decir, se utilizó un cuestionario estructurado para la recolección de información e identificar como se encuentra el sector oferente y demandante del cacao, posteriormente para el análisis e interpretación de resultados se utilizó la estadística descriptiva que permitió recoger, analizar e interpretar los hallazgos del estudio mediante hojas de cálculo como Excel mediante tablas y gráficos estadísticos.

### **3.7.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL SECTOR CACAOTERO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ.**

#### **3.7.1.1. Interpretación de resultados del sector oferente.**

Para el levantamiento de información fue puntual la utilización de técnicas como encuesta y entrevista que permitieron identificar como se encuentra la oferta en el sector cacaotero de la provincia de Manabí, obteniendo que los productores de cacao cultivan este producto de tipo

CCN-51 y cacao nacional, además consideran que mezclar el cacao manabita con el de otras zonas disminuye la calidad de sus producto, considerándose como una producción solido en relación a la competencia nacional; sin embargo, según los productores de cacao afirmaron que los factores que disminuyen los niveles productivos son las plagas y lluvias, en donde deben de hacer frente a esta problemática para ser competitivos en el mercado nacional e internacional, de hecho se identificó que el sector oferente de cacao conoce la competencia a nivel internacional, en este sentido, es importante señalar que estos productos para su comercialización adoptan canales de distribución indirectos, siendo los mayoristas los intermediarios.

Ahora bien, se destaca que el precio de los productores de cacao mencionaron que la sobreproducción es el principal factor en la variación del precio en el contexto nacional e internacional, siendo el cacao húmedo y seco los que mayormente se comercializa, también es evidente que el cacao tiene un gran consumo en el mercado internacional; con lo anteriormente expuesto, los productores de cacao en la provincia de Manabí consideran que el mercado de Europa y América son considerados un mercado provechoso para este producto, además estos mercados son exigentes en el aspecto competitivo, por tal motivo, es necesario optar por una ventaja competitiva en estos mercados, siendo la calidad del producto la principal ventaja del cacao ecuatoriano.

### 3.7.1.2. Provincias productoras de cacao en el Ecuador.

En relación a las provincias con mayor producción de cacao Manabí presenta una producción significativa que aporta al PIB nacional mediante su producción y exportación de cacao debido a sus condiciones geográficas y su tipo de suelo que garantiza obtener un producto de calidad, en este sentido a continuación, se muestra las provincias con mayor producción en toneladas y superficie cosechada por hectáreas, además de su representación a nivel nacional.

*Tabla 5.* Superficie cosechada (ha) por provincia de cacao.

<b>Superficie cosechada (ha) por provincia de cacao</b>						
<b>Año</b>	<b>Guayas</b>	<b>Los Ríos</b>	<b>Manabí</b>	<b>Esmeraldas</b>	<b>Resto</b>	<b>de</b>
						<b>Provincias</b>
2016	89,606.73	96,200.40	94,904.47	61,824.30	111,721.56	



2017	84,869.28	105,502.99	102,206.76	58,162.05	116,585.91
2018	89,330.93	116,426.90	114,552.79	63,719.41	117,920.15
2019	115,932.66	116,897.77	110,446.28	54,596.97	127,561.43

*Fuente:* (ESPAC, 2021)

**Tabla 6.** Provincias productoras de cacao por volumen

<b>Año</b>	<b>Provincia</b>	<b>Producción en toneladas</b>	<b>Superficie cosechada por ha</b>	<b>% a nivel nacional</b>
2019	Esmeraldas	18 083	54,596.97	10%
	Guayas	90 633	115,932.66	28%
	Los Ríos	46 187	116,897.77	23%
	Manabí	39 309	110,446.28	13%
	Resto del país	105 490	127,561.43	26%
	Total	299 702	557 057	100%

*Elaborado por:* Autoras.

Como se puede evidenciar en la tabla la provincia de Manabí se ubica en el tercer puesto de la producción nacional de cacao, seguido de Guayas y los ríos que lideran esta producción, además es importante mencionar según la Corporación Financiera Nacional (2019) la provincia de Manabí para ese año tuvo una producción de 39 309 toneladas con una superficie cosechada de 110,446.28 por cada hectárea, representando el 13% de la producción nacional, en este sentido, se puede evidenciar que esta provincia tiene una importante participación en el mercado nacional e internacional por la comercialización de este producto, en relación a los mercados exteriores contribuye al PIB nacional por la exportación de cacao de calidad, además en el contexto nacional lo realiza para empresas comercializadoras, de hecho, mediante esta actividad contribuye a generar empleo.

### 3.7.1.3. Sector cacaotero



*Ilustración 5.* Sector cacaotero.

*Fuente:* InvestManabí The opportunity

Tabla 7. Información nutricional del cacao.

Información nutricional del cacao			
Cantidad	100 gramos	Potasio	1.524 mg
Calorías	228	Carbohidratos	58 g
Grasas	14 g	Proteínas	20 g
totales	Ácidos grasos saturados		8 g
Colesterol	0 mg	Vitamina C, Calcio, Hierro,	
Sodio	21 mg	Vitamina B6 – B12 –	Magnesio.



Ilustración 6. El cacao información.

Elaborado por: Autoras.

En relación a Chiriboga y Ureta (2021) mencionan que la provincia de Manabí cuenta con 101.000 hectáreas en el cultivo de cacao, representando con la provincia de Los Ríos el primer lugar a nivel nacional en superficie con un porcentaje del 23%, además es importante mencionar que Manabí se encuentra entre las principales zonas de producción de cacao con en 14%, en donde predomina el cultivo de este producto fino y de aroma, también se produce a un menor nivel la variedad CCN51, por su parte la mayor superficie en el contexto nacional se ubica el maíz con más del 60% seguido del cacao con un total de 18.73%, siendo una principal fuente de ingresos económicos para esta provincia provenientes del sector agrícola y beneficiando a miles de familias por su producción y comercialización que permite generar plazas de empleo, por su parte, el cacao es considerado el producto más antiguo de exportación a nivel de la provincia de Manabí, de hecho a nivel nacional.

Las variedades son:

- ✓ Cacao Nacional o Aroma Fino.
- ✓ Cacao CCN-51 o don



Se ubica entre los principales productores y exportadores a nivel mundial



Ilustración 9. Variedad de Cacao en Ecuador.

Existen asociación u organizaciones privadas, estas trabajan conjuntamente con la ADUANA Y Ministerios para la exportación de Cacao y sus derivados.



Ilustración 7. Asociación u organizaciones privadas.

Cuenta con certificaciones para la exportación de cacao



Ilustración 10. Certificaciones para la exportación de cacao.



Ilustración 8. Asociación de productores de cacao.

### 3.7.1.4. Productores de cacao en la provincia de Manabí.

En base a los productores de cacao en Manabí el “Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias” (INIAP) y al MAG según los últimos censos en el año 2020 afirman que es estos productos se distribuye en tres zonas, siendo la oriental, la central o plana y costera como se exhibe a continuación:

Tabla 8. Cantidad de productores de cacao en la provincia de Manabí

Zona	Cantón	Productores	
		Cantidad	Porcentaje
Oriental	Santa Ana	31	8,03
	Pichincha	45	11,66
	Junín	13	3,37
	Portoviejo	30	7,77
	<b>Subtotal</b>	<b>119</b>	<b>30,83</b>
Central	Flavio Alfaro	24	6,22
	Chone	83	21,5

	Tosagua	5	1,3
	Rocafuerte	1	0,26
	24 de mayo	3	0,78
	Bolívar	44	11,39
	El Carmen	64	16,58
	<b>Subtotal</b>	<b>224</b>	<b>58,03</b>
	Pedernales	32	8,29
<b>Costera</b>	Jama	7	1,81
	San Vicente	1	0,26
	Sucre	3	0,78
	<b>TOTAL</b>	<b>386</b>	<b>100,00</b>

*Fuente:* Lizan et al (2021).

Como se puede evidenciar existen 386 productores de cacao en la provincia de Manabí, siendo los cantones ubicados en la zona central los que mayormente producen este producto con un 58,03 % del total de producción en la provincia de Manabí, es importante mencionar que la productividad en las fincas es baja, por ende la rentabilidad es limitada por la presencia de intermediarios que imponen sus condiciones en el mercado ofertante, en este sentido, el cacao nacional es considerado orgánico, no obstante, su comercialización es convencional por la escasa organización, especialmente en los pequeños productores y la baja intervención del Estado y carece de tecnología productiva, por tal motivo, a continuación se muestra el mercado en la provincia de Manabí en el año 2021.

*Tabla 9.* Plaza de expendio de cacao en la provincia de Manabí

<b>MERCADOS</b>	<b>% de productores</b>			<b>TOTAL</b>
	Oriental	Central	Costera	
Asociación	14,19	20,69	4,65	16,09
Minorista	20,11	24,28	23,13	20,03
Mayorista	10,08	8,93	14,28	10,10
Exportación	0,84	1,79	0	1,30
Mercado local	52,26	44,32	53,29	49,37
Finca	2,52	3,13	4,65	3,11

*Fuente:* Lizan et al (2021).

Los ofertantes de cacao en la provincia de Manabí ofrece varios productos en la cadena mayorista y minorista a varias empresas en el mercado nacional e internacional, al igual que a personas naturales, en este sentido, según Lizan *et al* (2021) señala que a nivel nacional, existe diversas empresas que requieren del cacao como materia prima para su posterior transformación en productos terminados mediante su alto valor agregado, en este contexto, se puede identificar a ciertas organizaciones donde se oferta el cacao de la provincia de Manabí cabe mencionar que a nivel nacional existe dos tipos de cacao ofertados son: el Cacao Nacional y Cacao CCN-51, caracterizándose por su aroma fino como la principal calidad de este producto.

En este sentido, según la aplicación de la investigación de campo mediante la técnica de entrevista se pudo obtener información puntual sobre la producción y comercialización de cacao manabita, para ello se tomó como referencia a las empresas: Comercializadora Hermanos Ruiz, Mai&Cao y Fortaleza del Valle como se muestra a continuación:

*Tabla 10.* Oferta de cacao en relación a las técnicas de recolección de datos

Empresa	Producción			Clientes	Ventaja competitiva
	mensual en toneladas	Colaboradores	Canal		
Comercializadora Hermanos Ruiz	500	58 personas	Agricultor/ intermediario/ empresa	Nacional / Internacional	Clima y mercados demandados
Empresa Ma&Cao	600	80 personas	Agricultor/ intermediario/ empresa	Nacional / Internacional	Calidad y clima
Empresa Fortaleza del Valle	100.00	600 personas	Agricultor/ intermediario/ empresa	Nacional / Internacional	Calidad

*Fuente:* Investigación de campo mediante técnicas como entrevistas.

Con lo anteriormente expuesto, la oferta de cacao en la provincia de Manabí es diversa, sin embargo, existen pequeños agricultores de cacao que necesitan fortalecer sus estrategias competitivas, según las medianas y grandes empresas de cacao en Manabí. El cacao ecuatoriano es considerado de calidad, siendo la ventaja competitiva que lleva a este producto

ser competitivo en los mercados internacionales, además es importante mencionar que existen nuevos mercados en donde el cacao ecuatoriano tiene posibilidades de ingresar debido a su calidad, especialmente en Asia, en donde los productores de cacao afirmaron ser un mercado rentable para la comercialización de este producto. Por lo tanto, el canal de comercialización es corto como se muestra a continuación:



*Figura 3.* Proceso de cacao ecuatoriano.

### **3.7.1.5. Exportación de cacao en toneladas métricas.**

Cabe mencionar que la exportación de cacao en los últimos años ha mantenido un crecimiento sostenible por la calidad de este producto que es apetecido en el mercado internacional. Diario El Universo (2021) afirma que el principal destino de este producto es el mercado de Estados Unidos, ocupando el cuarto lugar de la oferta exportable de Ecuador seguido del banano, camarón y flores; por su parte, este crecimiento en la exportación de cacao rompieron un record en relación al año 2020 desde el 2018 que presenta 315 toneladas, mientras que en 2020 se presentó 345.000 toneladas, representando un aproximado de \$850 millones en dólares en ingresos a la economía ecuatoriana por la exportación de cacao, por tal motivo, a continuación se exhibe la exportación de cacao en los últimos años basado en datos de la ANECACAO, siendo una asociaciones que fortalece la producción y exportación de cacao, en este sentido se detalla la cantidad en toneladas métricas, en donde se evidencia un crecimiento sostenible.

*Tabla 11.* Exportación de cacao ecuatoriano en toneladas métricas

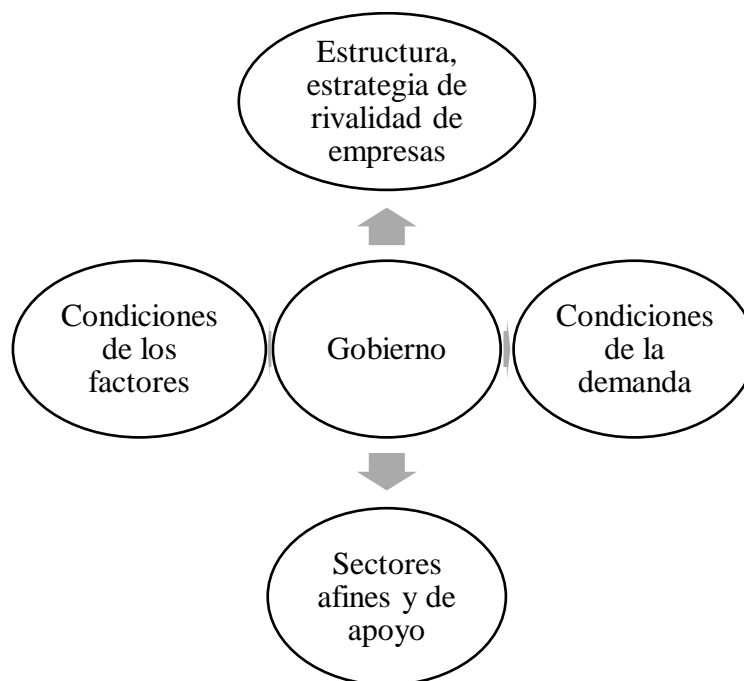
<b>Año</b>	<b>Toneladas métricas</b>
<b>2015</b>	260.540
<b>2016</b>	249.632
<b>2017</b>	301.526

<b>2018</b>	315.571
<b>2019</b>	270.835
<b>2020</b>	299.702

*Fuente:* ANECACAO (2021).

En relación a la tabla expuesta el crecimiento de cacao es evidente en los últimos años gracias a los acuerdos comerciales y la disminución de barreras arancelarias, adquiriendo ingresos económicos sobre esta oferta exportable, siendo un producto que mayores ingresos se obtiene para una economía estable.

### 3.7.1.6. Diamante de Michael Porter en el sector cacaotero (Micro).



*Figura 4.* Diamante de Porter sector ofertante.

*Fuente:* (Porter: 1999: 163)

Es un esquema gráfico en el que se relacionan los indicadores a nivel micro que afectan decisivamente a un país, una región, una comunidad o incluso una empresa con la verdadera competitividad dentro del mercado.

Llego para confirmar que el éxito de un país no se debe a su ventaja comparativa que puede llegar a tener los países en cierta bienes o servicios que exporta, sino a su ventaja competitiva

como en este caso cuenta esta materia prima como es el cacao ecuatoriano sin embargo la comercialización del cacao ha tenido ciertas afectaciones como el exceso de oferta y demanda en mercado esto afectado directamente al precio del producto. Porter afirmó así: “La prosperidad de las naciones se crea, no se hereda. Como afirma la teoría económica clásica, no resulta del regalo de una nación, ni de su fuerza de trabajo, tasas de interés o valor monetario. La competitividad de un país depende de su capacidad para innovar y mejorar sus industrias cacaoteras del Ecuador.

### 3.7.1.6.1. Condiciones de los factores en el sector ofertantes.

Mediante instrumentos de investigación podemos afirmar el sector cacaotero cuenta con ciertas ventajas en cuanto a la producción de cacao ecuatoriano donde existe dos tipos de cacao como el Cacao Fino de aroma y el Cacao Colección Castro Naranjal y que cada uno de ellos se han posesionado en diferentes áreas para poder ser industrializados a nivel nacional e internacional.

*Tabla 12.* Condiciones de los factores en el sector ofertantes.

Entidad	Nombre	factores.
Comercializadora	Franklin	<b>Producción.</b>
Hermanos Ruiz	Ruiz	La producción de cacao dentro la comercializadora hermanos Ruiz tiende a variar sin embargo en ciertos meses tiende a tener una aproximación de 500 toneladas mensuales.
		<b>Mano de obra.</b>
		Cuenta la mano de obra calificado para ciertas áreas durante la siembra, cosecha, secado y venta del cacao al extranjero.
		<b>Infraestructura.</b>
		Para la comercialización de la materia prima cuenta la infraestructura necesaria, mientras para tener ya producto industrializado no cuenta con las suficientes herramientas para el procesamiento.
Exportadora	David	
Mai&Cao	Cáceres	<b>Producción.</b>
		Cuenta con producción mensual de cacao de 600 quintales esto permitiendo llegar al mercado internacional, pero para ello también



ha existido afectación en la producción de cacao como en la época de sequía e invierno.

**Mano de obra.**

La exportadora siempre ha buscado estar ser competitivo en el mercado del cacao para ello realiza capacitaciones al personal en el área de siembra, cosecha, secado, pre - secado y hasta la venta del cacao sea nacional como interaccional.

**Infraestructura.**

La infraestructura tiene casi el 75% para la producción y comarcalización de cacao como materia prima y donde siempre ha buscado la innovación como no depender de los intermediarios ya que afecta al precio del cacao

Corporación Beto

Fortaleza del Valle Zamora **Producción.**

(Asistente) La corporación se ha dedicado a compra venta del cacao esto llegando a tener 100.000 toneladas mensuales esto dando ventaja satisfacer la demanda del sector artesanal y extranjero.

**Mano de obra.**

Las diferentes áreas que lo conforman cuentan con la mano de obra calificada para el procesamiento del cacao para ya ser comercializado.

**Infraestructura.**

La infraestructura sigue en constante cambio para así tener un producto de calidad y eso permitiendo mejorar el precio al momento de la venta.

---

*Elaborado por:* Autoras

**Cambio de materia prima a confitería, cosmetología y farmacéutica.**

El Ecuador es uno de los principales comercializadores de materia como es el cacao en el mundo, esta fruta es un producto tradicional y emblemático para el país sin embargo ciertos sector del ecuador tiende a tener un gran número de producción y venta a intermediarios como

también a mercado internacional, Dicho sector se han dedicado a la agricultura orgánica en base a la utilización de recursos naturales sin implementar productos químicos y así tener un cacao de calidad y sabor único esto siendo apetecido por ciertos países que se dedican a la industrialización en los diferentes países.

### **Cacao ecuatoriano dentro de la confitería.**

Dentro del cacao al tener un numero de desprecio las personas han optado dar un segundo uso en este caso personas o empresas artesanales se han dedicado a realizar jugo del cacao a partir de este se producen jaleas y mermeladas de la pasta o licor de cacao se utiliza para hacer chocolate mientras del polvo de Cacao es utilizado para la preparación de alimentos como pasteles, helados y galletas, también se usa en bebidas y por último la pulpa de cacao con esto se llega a preparar bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

### **Empresa Pacari.**



*Ilustración 11.* Productos Capari.

Chocolate orgánico y sostenible, única empresa en el mundo que utiliza cacao biodinámico, sin embargo, PACARI es más que naturaleza y respeto por el medio ambiente. También promueve el comercio justo y el desarrollo social y económico de las pequeñas comunidades campesinas en las que las mujeres juegan un papel

importante. El cultivo tradicional del cacao en el Ecuador está ligado a su trabajo en las zonas rurales del país, recolectando el fruto que crece en la selva amazónica.

Dentro la transformación del cacao este cambio del paradigma tradicional de la exportación de materias primas fue impulsado por la marca como Pacari donde ha puesto al productor local del Ecuador como protagonista de un modelo de negocios es transformar en un producto terminado para su posterior exportación.

## BeCocoa Ecuador



*Ilustración 12.* BeCocoa Ecuador.

El principal uso del cacao es la elaboración de chocolate, tanto su polvo como la grasa que se obtiene al triturar su fruto tras la fermentación. Tanto el cacao en polvo como la manteca se derivan de esta fruta. Los dos se suelen mezclar con azúcar refinada y leche, dependiendo de la cantidad de cada chocolate aparecen diferentes tipos de chocolate.

## Cacao ecuatoriano dentro de la cosmetología.

El cacao al ser una materia prima en grano desde el proceso de cosecha se aprovecha los resto como es la cascara que se utiliza en alimento para el ganado bovino, la cenizas de las cascara de cacao se da un segundo uso como abono y también sirve para procesar como jabón a nivel nacional, además muchas de las empresa han buscado las mejores propiedades que daría a la piel como es un antioxidante, remedio ansiedad, combate la celulitis por al nivel de cafeína que ayuda la tonificación de tejidos. Además, no solo a esta inmerso dentro de la piel, sino que también en los beneficios en el cabello como es en la estimulación sanguina en el cuero cabelludo dando como resultado una menor caída del pelo y favoreciendo lo que es el crecimiento.

## Empresas que dedican a industrialización y cacao en ecuador.

### Soko NaturalBeauty.



*Ilustración 13.* Soko NaturalBeauty.

Soko NaturalBeauty es una empresa ecuatoriana que se dedica a realizar el cambio de la materia prima como es el cacao se ubicado en Durán. Ofrece como cremas para el rostro, manos y piel corporal, también tiene a sacer aceite en base a la manteca de cacao. (Soko, 2021)

## **Artecacao y Hana.**



*Ilustración 14.* Artecacao y Hana.

Son empresas nacionales que se han dedicado a dar un valor agregado al cacao como materia prima, en este caso Artecacao cuenta con gran número de productos como es bálsamo labial, mascarilla, jabón, sal exfoliante, entre otros. Mientras Hana es un emprendimiento que se ha especializado en crear una crema en base a la manteca del cacao, además, ha utilizado la pasta de cacao donde existe estimulantes como la teobromina que ayuda a estimular la producción de colágeno en la piel y fortalecer el crecimiento del cabello.

### **Preparación de la mascarilla facial:**

- Un recipiente con 50 gramos de cacao puro.
- Una cucharada de aceite de almendra.
- Mezcla los dos productos.
- Después incorpora crema de leche.
- Aplica en el rostro usando una brocha y deja por unos 15 a veinte minutos.
- Finalmente retira con agua tibia de la piel la mascarilla.

### **La innovación, la creación del cacao en la producción.**

#### **Fito – Mejoramiento.**

El cultivo del cacao es de gran importancia económica para el Ecuador, ya que el cacao es conocido mundialmente por sus notables propiedades. El cacao se ve afectado por una variedad de plagas y enfermedades que pueden provocar la pérdida de casi todos los rendimientos. Algunas de las enfermedades más conocidas son la Monilla y el Botryodiplodia. Ante esto, el propósito de este estudio fue analizar la mejora en la calidad del cultivo de cacao en la provincia del Guayas, Ecuador, comparando los efectos de dos fungicidas, uno químico (sulfato de cobre pentahidratado) y un agente biológico (*Trichoderma harzianum*), para el Control de candidiasis (*Moniliophthora roreri*) y pudrición

de frutos negros (*Botryodiplodia theobromae*), que causan daño directo a las mazorcas de las plantas de cacao.

El diseño experimental asume un cultivo de cacao de 5 años con un diseño de cuadrado latino (DCL), 6 tratamientos, incluyendo 6 réplicas de controles absolutos, para un total de 36 unidades experimentales, equivalentes a un árbol por tratamiento donde mostró excelentes resultados a una dosis de 600 g/ha al obtener menos mazorcas enfermas, lo que aumentó significativamente el rendimiento y la calidad de los cultivos de cacao y beneficiaría directamente al medio ambiente y la productividad.

### **Procedimiento del fitomejoramiento del cacao.**

**Tabla 13.** Métodos para la aplicación del fitomejoramiento.

<b>Métodos para la aplicación del fitomejoramiento</b>	
Etapas de proceso	<p><b>Primera fase:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Socializar sobre el fitomejoramiento</li> <li>- Se conforma el grupo de los productores que desean participar.</li> <li>- Seleccionar un árbol (Mayor rendimiento a 80 mazorcas/árbol/año).</li> <li>- Tolerancia a enfermedades del furto y el árbol</li> <li>- Calidad y tolerancia a sequía.</li> </ul> <p><b>Segunda fase:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Selección del árbol y etiquetado.</li> <li>- Reunir características de la fase I.</li> </ul> <p><b>Tercera fase.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Característica morfológica in situ.</li> </ul> <p><b>Cuarta fase.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La inoculación artificial del hongo <i>Monilliophthora roleri</i>. (Carlos, 2019)</li> <li>- Medir la tolerancia que tiene el árbol a ciertas enfermedades para ello se lleva un año de observación.</li> </ul> <p><b>Quinta fase.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Es ultimo procedimiento es el establecimiento de parcelas para realizar ya los ensayos de adaptación y pruebas de patogenicidad</li> </ul>

---

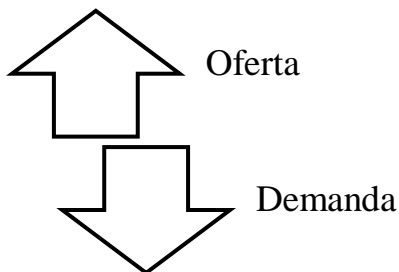
esto permitiendo corroborar la tolerancia a las enfermedades en el árbol y furto del cacao.

---

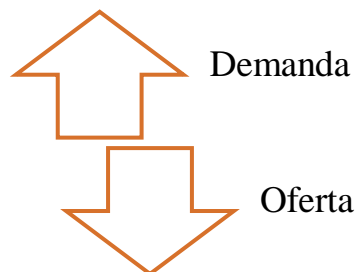
*Elabora por:* Autoras.

El sector cacaotero ecuatoriano ha ido evolucionando cada año en cuanto la producción y calidad de dicho fruto, sin embargo, no se ha podido implementar el fitomejoramiento en todas plantaciones cacaoteras por lo tanto cada empresa pequeña, mediana y grande ha buscado el propio beneficio para poder así mejorar y tener a tener el precio justo dentro del mercado sea nacional como internacional. Donde también la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario (Agrocalidad) es el ente regulador de que el cacao cuente fitosanitario velando que el cacao.

#### **Precio del cacao a nivel nacional.**



*Figura 5.* Mayor Oferta precio alto.



*Figura 6.* Mayor demanda Precio bajo.

El precio de cacao en el Ecuador siempre ha tenido un desbalance económico puede tener a cambiar de un día a otro debió que puede existir un exceso de producción o falta de cacao en el mercado nacional, esto teniendo a afectar al pequeño agricultor en la economía de su hogar

e incluso en la falta de presupuesto para poder volver a invertir el cacao. Además, otras de las afectaciones es el intermediario es quien en este caso tiende a subir o bajar el precio todo dependiendo de cómo se encuentra el sector ofertante y demandante del cacao.

La negociación del cacao en el Ecuador ciertos productores han optado por salir a las ciudades que compran el cacao en ciertos casos esto ha tenido un gran resultado ya que han podido vender a un precio elevado, en la ciudad de Quevedo ciertas comercializadoras compran la materia prima para ello existe un procedimiento en primer lugar realizan lo que es la aplicación o verificación de las normas de calidad que debe tener el cacao que es el 7% de humedad y un 2% de impurezas en el grano, esto ayudando a el precio mejore, los productores han llegado a vender el quintal del cacao a hasta en 99 dólares, sin embargo las comercializadoras llegaron a manifestar que pueden llegar a pagar hasta los 120 dólares siempre cuando el cacao sea de calidad. (Ganadería, 2020)

Dentro de la provincia al existir un gran número de productores de cacao existe la gran variación del precio nacional debido que existe factores externos afectan al producto en si como la acumulación de plagas durante invierno y gran baja temperatura y la helada ha afectado a las plantaciones cacaoteras esto a la calidad. Sin embargo, los agricultores que decidieron asociar sus producciones de cacao CCN-51 a fin de generar mayor volumen del producto y en consecuencia obtener un precio más competitivo por el grano, que anterior se lo comercializaba en un precio menor a los 95 dólares esto obtenido mejoras por su trabajo. (Agrocalidad, Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020)

### **3.7.1.6.2. Condiciones de la demanda.**

Con la diversificación del cacao se puede buscar alternativas de mercados en la cual este tenga una mayor demanda teniendo un punto a favor para las empresas comercializadoras anticipándose a las diversas necesidades los clientes tomando en cuenta que para poder diversificar el producto se debe tener un buen manejo de la tecnología, mano de obra para cumplir las condiciones de la demanda en los mercados externos, así aprovechando los diferentes apoyos que brindan las instituciones financieras para el fortalecimiento del sector cacaotero con mayor amplitud y así cumplir las exigencias del mercado. Es decir que las empresas se ven en la obligación de implementar innovación en los productos que mayormente se lo comercializa en materia prima como es en el caso del cacao, lo que tiene

que realizar es que implementen estrategias con el objetivo de tener mejores ingresos económicos no solo para el país, también para los agricultores en sí.

Con la implementación de derivados de cacao, en si Ecuador tuviese de los mejores chocolates de calidad exportados a nivel internacional, pero como algunas empresas por miedo al fracaso no han diversificación del producto. Hay claros ejemplos como Caoni, Chocoart, Ecuartesanal, Valdivia, Hoja Verde, Kallari y Pacari

### 3.7.1.6.3. Sectores afines y de apoyo.

Este elemento es de carácter interno y se valora más en un país. Se refiere a la alta competitividad que existe entre determinados sectores económicos, lo que eleva el estándar de oferta en la calidad de cacao y beneficia al país frente a otros sectores que intentan competir en el mercado internacional. En lo que a una empresa se refiere, puede comprender la competitividad que puede existir entre sus integrantes para lograr un cierto margen de utilidad sobre la producción. En última instancia, es la empresa la que se beneficia de esta situación.

*Tabla 14* Agencia de Regulación y Control Fitosanitario y de Cuarentena Animal (Agrocalidad).

Mes	N° Inspecciones realizadas 2021	N° certificados emitidos / Cacao fino de aroma	N° Certificados emitidos CCN-51	N° Certificados emitidos
Enero	256	240	36	276
Febrero	257	218	38	256
Marzo	325	275	50	325
Abril	236	201	34	235
Mayo	245	200	44	244
Junio	219	166	52	218
Julio	248	174	74	248
Agosto	301	256	45	301
Septiembre	370	314	56	370
Octubre	413	335	68	403
Noviembre	319	219	47	266
Diciembre	378	311	65	376
Total	3.567	2.909	609	3.518

*Fuente:* (Agrocalidad, 2022)



La certificación de granos de cacao exportados incluye dos áreas importantes en la comercialización de este producto vegetal, la calidad fitosanitaria y del grano, cuyos estándares son verificados por los técnicos de la Agencia de Regulación y Control Fitosanitario y de Cuarentena Animal (Agrocalidad) que examinan los envíos desde Ecuador. al mundo Cada envío en una región diferente. Los envíos de cacao ecuatoriano han seguido creciendo en los últimos 5 años, con 3.567 inspecciones realizadas a nivel nacional en 2021.

El cacao se exporta en diferentes formas como productos vegetales y subproductos vegetales, así tenemos: aceites, trozos, tabletas o barras, sin relleno, cáscaras, cáscaras, chocolate y demás productos alimenticios que contengan cacao, barquillos de cacao, Cacao ornamental, granos, granos partidos, jugo de cacao, licor de cacao, manteca de cacao, pastas, pulpa congelada y cacao en polvo, pero en si lo más comercializado a nivel internacional es materia prima.

#### **3.7.1.6.4. Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa.**

Con la implementación de estrategias se puede lograr obtener altos índices de competitividad y para lograr esto primeramente se debe conocer las empresas a nivel del Ecuador que son rivales para las empresas de Manabí netamente con la finalidad de conocer sus capacidades primordiales en relación a la producción y elaboración de sus derivados para que sean exportados con valor agregado a un mercado tanto nacional e internacional. A continuación, se detallan las empresas que comercializan productos derivados del cacao en el mercado nacional al internacional:

*Tabla 15.* Las empresas que comercializan productos derivados del cacao en el mercado.

<b>Empresas a nivel Nacional (Ecuador)</b>	<b>Producto que comercializa</b>	<b>Ciudad</b>
Pacari	Chocolates y sus derivados	Quito
Nestlé	Diferentes confiterías	Quito
Caoni	Chocolates y snacks	Quito
Chocoart	Chocolates personalizados	Quito

*Elabora por:* Autoras

Las empresas que se presentan en el cuadro son empresas que comercializan el cacao en cantidades mínima, perteneciente a la capital ecuatoriana como lo es Quito han desarrollado una variedad de chocolates y otros productos derivados, conquistando así el paladar de consumidores extranjeros. Las empresas han innovado al crear productos combinados con guayusa, naranja, uvillas, entre otros sabores. Las estrategias genéricas que aplican de Michael Porter es la diferenciación de productos. En relación a las empresas de Manabí como se expresa a continuación:

*Tabla 16.* Las estrategias genéricas que aplican de Michael Porter es la diferenciación de productos.

<b>Empresas / Comercializadoras (Manabí)</b>	<b>Producto</b>	<b>Ciudad</b>
Comercializadora Hermanos Ruiz	Cacao en grano	El Carmen, Manabí. Ecuador
Exportadora Mai&Cao	Cacao en grano	Sede, Manabí
Corporación fortaleza del Valle	Cacao en grano	Manabí

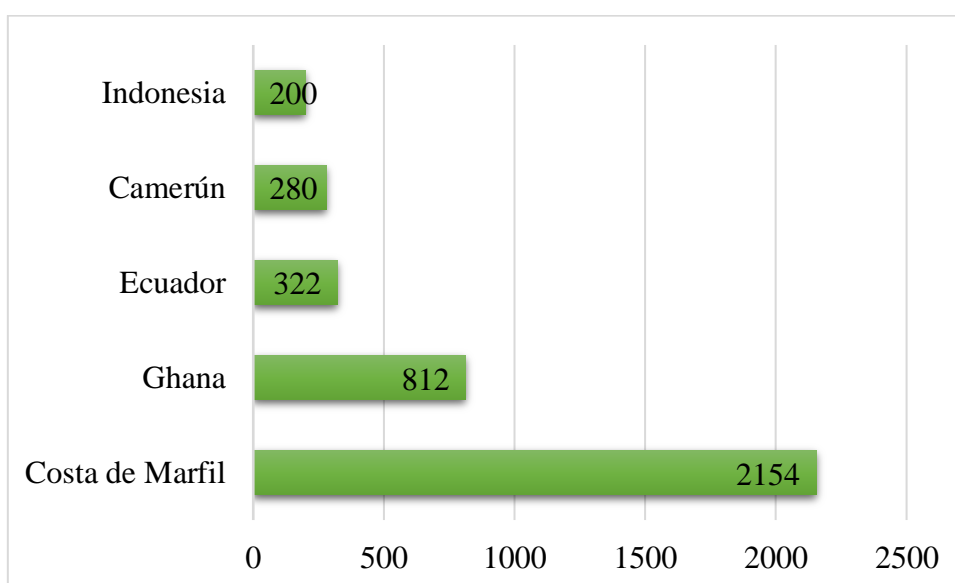
*Elaborado por:* Autoras

Para que puedan ser más competitivos en el mercado internacional estas empresas tienen que aplicar la estrategia genérica de Porter de diferenciación en si comercializar elaborados de cacao cómo son chocolates amargo o dulce, etc., depende mucho cual sea la demanda de uno de esos productos, aunque con el valor agregado que se le aplica es importante seguir manteniendo su sabor que lo hace único e irresistible. Por eso es importante plantear esta estrategia dentro de las empresas para que tenga una demanda alta, pero cabe mencionar que las empresas tienen que estar en actas condiciones para la diversificación del producto con un valor diferenciado.

Para que exista mayor crecimiento en las industrias chocolateras de Manabí, el estado o gobierno juegas un papel muy importante a la hora de un producto nuevo por ende ellos están en la obligación de impulsar, financiar, y que así puedan tener las correctas infraestructuras para un mayor crecimiento económico, pero esto solo podrá realizarse si otorgan subsidios e incentivos financiero.

### 3.7.1.7. Principales países exportadores de cacao.

El mercado internacional de cacao es muy competitivo por su gran variedad de productos, siendo, para ello, se tomó como base en el presente estudio los países con mayores exportaciones, siendo Costa de Marfil, Ghana, Indonesia y Ecuador, por tal motivo fue preciso analizar el externo de estos países para medir la competitividad del cacao ecuatoriano en los diferentes mercados de exportación. En este sentido, la presenta grafica muestra las exportaciones de cacao en el año 2019 de los principales productores y exportadores por volumen en miles de toneladas.



*Figura 7. Principales países exportadores de cacao.*

Como se puede evidenciar Ecuador para el año 2019 exportó 322 mil toneladas de cacao al mercado exterior, ubicándose en la tercera posición, tras Costa de Marfil y Ghana que se consideran la competencia en términos de exportación de este producto.

### 3.7.1.8. Análisis situacional del cacao ecuatoriano.

Para medir la competitividad del cacao ecuatoriano es puntual realizar un diagnóstico situacional externo e interno que permitan identificar factores competitivos, para ello es importante utilizar herramientas de diagnóstico como es el análisis PEST que incluye aspectos políticos, económicos, sociales y tecnológicos, por tal motivo. Quiroa (2020) afirma: “es una

herramienta utilizada en el análisis estratégico que define el entorno de una empresa, por medio del análisis de un conjunto de factores externos” (párr. 1). En este contexto, este análisis permitirá identificar como se encuentra la producción de cacao en Ecuador y determinar su capacidad competitiva, por ende, a continuación, se presenta un diagnóstico del mercado de cacao y sus ventajas competitivas.

#### **3.7.1.8.1. Aspectos políticos.**

Ecuador se ubica entre los principales exportadores de cacao a nivel mundial por la calidad de este producto que sobresale en el mercado, de hecho, el Estado ecuatoriano mediante sus políticas incentiva al desarrollo y crecimiento de esta industria, puesto que actualmente se han fijado varios convenios y acuerdos que han permitido el ingreso de productos ecuatorianos a mercados internacionales, también es importante mencionar que las relaciones bilaterales han fortalecido el comercio exterior siendo favorecidas para atraer nuevos socios estratégicos, por tal motivo, mediante estos aspectos políticos se han establecidos normas y acuerdos estatales para garantizar la producción y exportación del cacao ecuatoriano e incrementar los índices de empleo a nivel nacional.

#### **3.7.1.8.2. Aspectos Económicos.**

En relación a lo económico, Ecuador se ubica entre los países con menor tasa de impuestos a nivel de Latinoamérica, convirtiéndolo en un escenario favorable para la inversión, no obstante, existen aspectos que los pequeños agricultores desconocen como el costo de inversión para la producción; en este contexto, existen convenios entre la ANECACAO y BanEcuador que permiten el fácil acceso a financiamientos a los productores de cacao que le permita incrementar su capacidad productiva mediante el uso de recursos tecnológicos, sin embargo, existe una limitada cobertura de asistencia técnica por parte de entes gubernamentales ocasionando el desconocimiento de los productores de cacao sobre los procesos o requisitos.

#### **3.7.1.8.3. Aspectos sociales.**

Ahora bien el aspecto social en el sector cacaotero al ser un sector agrícola es necesario conocer según el INEC (2010) con proyección al año 2019 afirma que en Ecuador 2'157,18 millones de personas se dedican a la agriculturas de estos el 82% corresponde al género masculino y el 18% al género femenino, por tal motivo, en la regios costa se encuentra el 57%; también es necesario identificar que la edad promedio del agricultor está comprendido en los rangos de 46 a 60 años, en relación a la formación académica la mayoría de los agricultores presentan un nivel primario y tan solo el 7,92% obtuvo un nivel de educación superior.

Con lo anteriormente expuesto, el agricultor presenta edades avanzadas y las industrias de cacao requieren de personal joven, sin embargo, esta población no tiene claramente definida la experiencia en el cacao, por esta razón se dificultan los procesos de mejora en la calidad del producto.

#### **3.7.1.8.4. Aspecto tecnológico.**

Cabe mencionar que el sector cacaotero presenta falencias en el acceso a la tecnología, puesto que es limitado, esto es ocasionado por el escaso financiamiento o el desconocimiento de todas las capacidades técnicas, puesto que este sector requiere de la implementación de tecnología que le permita optimizar recursos y generar mayor rentabilidad.

#### **3.7.1.8.5. Aspecto legal.**

Finalmente el aspecto legal sobre las regulaciones relativas al comercio en Ecuador existe un sólido sistema que busca establecer un escenario sujeto a la ley de todas las actividades mercantiles, en este sentido, la Constitución de la República del Ecuador mediante su normativa fomenta todas las actividades productivas y comerciales, además de la existencia de legislaciones que promueven igualdad de condiciones en los mercados, en consecuencia el marco legal ecuatoriano respalda y es favorable para la industria productora de cacao.

### 3.7.1.9. Acuerdos comerciales en Ecuador para la exportación de cacao.

*Tabla 17.* Acuerdos comerciales vigentes en Ecuador

Acuerdo	País Organización	Fecha de entrada
País Miembro	OMC	21 de febrero de 1996
Tratado de Montevideo	ALADI (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela.	Agosto 1980
Acuerdo de Cartagena	Comunidad Andina	16 octubre 1969
Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación N°29	México	6 de agosto de 1987
Acuerdo de Complementación Económica N°46	Cuba	7 de marzo de 2001
Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica CAN-MERCOSUR N59	MERCOSUR	2005
Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°65	Chile	29 de febrero 2010
Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°42	Guatemala	19 de febrero 2013
Acuerdo Comercial Multipartes	Unión Europea	Noviembre 2016
Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica	El Salvador	16 de noviembre 2017
Acuerdo de Alcance Parcial	Nicaragua	19 de noviembre 2017
Acuerdo de Asociación Económica Inclusivo	Estados AELC (Islandia el Principado de Liechtenstein, El Reino de Noruega y la Confederación de Suiza)	2018

*Fuente:* Ministerio de Comercio exterior e inversión (2018)

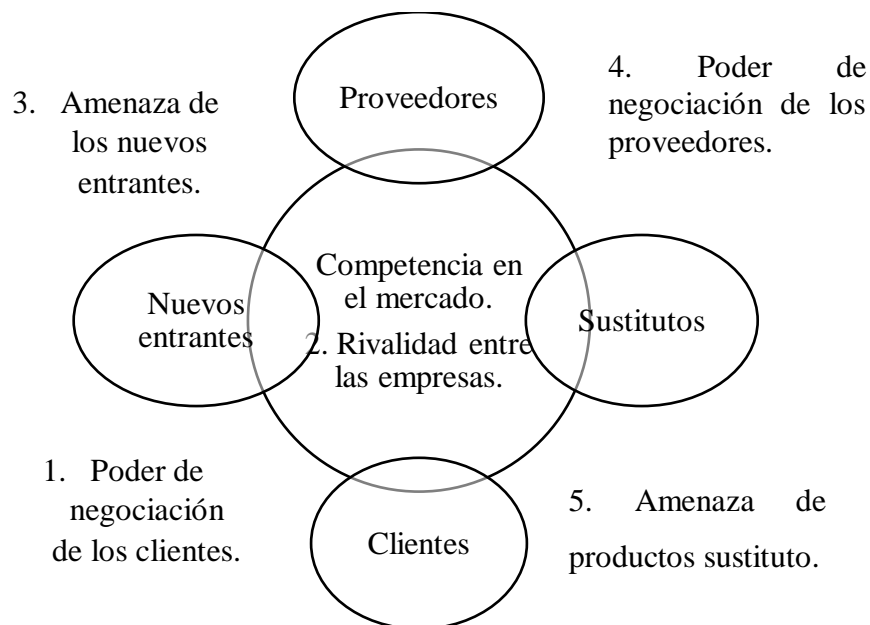
Con lo anteriormente expuesto se puede evidenciar que mediante los acuerdos comerciales Ecuador presente situaciones favorables para explorar a nuevos mercados internacionales que permitan que el cacao presenta mayor competitividad, por ende, Sánchez (2017) define a los acuerdos comerciales como “un convenio entre dos o más partes declara al desarrollo de

una actividad económica común entre ellas. Este tipo de estrategia puede ser emprendida por empresas, organizaciones privadas o incluso naciones” (párr.1). En este contexto, Ecuador en la última década ha fortalecido sus acuerdos comerciales para la entrada de productos ecuatorianos a los mercados internacionales, como es el caso de la entrada a la Unión Europea, un mercado amplio que le permite a todos los productos nacionales posicionarse en el mercado, aún más tratándose del cacao, siendo el producto sujeto de estudio de la presente investigación.

### 3.8. COMPETITIVIDAD DEL CACAO EN EL MERCADO INTERNACIONAL.

Dentro de la competitividad de cacao en el mercado internacional es necesario el análisis situacional de las Cinco Fuerzas de Porter. La utilidad como una herramienta gestión es que las empresas pueden analizar y medir sus recursos. A partir de ahí, estarán en condiciones óptimas para establecer y planificar estrategias que le permita potencializar el producto que desee exportar el extranjero.

#### 3.8.1. Análisis de las Cinco fuerzas de Michael Porter.



*Figura 8.* Cinco fuerzas de Michael Porter.

El cacao en grano a menudo viaja por medio mundo antes de ser elaborado. Por tanto, no es de extrañar que el comercio internacional del cacao tenga un papel clave al momento de

superar diferencias de hora, lugar y precio. Los productores quieren vender cuando el precio es alto, mientras que los compradores prefieren comprar cuando el precio es bajo. Entre estas dos partes se encuentra el comerciante, que está dispuesto a comprar a precios elevados y vender cuando los precios van bajando. Aunque esto parezca poco lógico, los comerciantes se protegen contra los riesgos mediante contratos de futuros. De esta forma, se protegen a sí mismos, a los proveedores y a los compradores contra las fluctuaciones de los precios, y al mismo tiempo obtienen ganancias. Los comerciantes ofrecen a sus clientes varios servicios adicionales: por ejemplo, financian las transacciones por adelantado en nombre de sus proveedores o compradores, y aseguran ciertos tipos de cacao para sus clientes, que de otro modo tal vez habrían comprado el producto en condiciones menos ventajosas.

### 3.8.1.1. Poder de negociación de los clientes.

En los países productores, los comerciantes locales y las organizaciones centrales de ventas preparan el cacao para su exportación. En estos países, son los comerciantes, los compradores, los corredores y otros agentes, los que se encargan de la comercialización; ellos deciden la calidad, el momento, el lugar de entrega, y la cantidad a vender. Dado que la oferta es muy vulnerable a los cambios climáticos, el precio del cacao puede subir o bajar de forma notable a lo largo del año. Los compradores, es decir, la industria elaboradora del cacao y sus clientes lógicamente desean protegerse contra estas fluctuaciones del precio. El mercado de futuros del cacao debe su existencia a estos factores de incertidumbre. En la siguiente tabla se presentan las exportaciones que realizan cada país en el top 10, implicando que son datos de los últimos años:

### Exportadores de cacao en el mundo.

*Tabla 18.* Países exportadores de cacao en el mundo.

<b>Países exportadores</b>	<b>Valor exportado en 2017</b>	<b>Valor exportado en 2018</b>	<b>Valor exportado en 2019</b>	<b>Valor exportado en 2020</b>	<b>Valor exportado en 2021</b>
<b>Costa de Marfil</b>	3.540.983	3.245.320	3.575.416	3.628.552	4.727.354
<b>Ghana</b>	1.642.052	2.437.194	1.851.960	1.472.987	1.777.551
<b>Ecuador</b>	573.016	672.949	657.272	816.392	819.457



<b>Bélgica</b>	623.371	542.750	533.847	632.978	627.059
<b>Camerún</b>	403.021	420.454	679.790	643.457	616.708
<b>Nigeria</b>	176.227	256.168	248.809	279.499	564.118
<b>Países Bajos</b>	508.837	444.261	442.270	213.178	409.218
<b>Malasia</b>	314.655	353.822	259.643	242.542	280.007
<b>República Dominicana</b>	134.338	205.014	182.597	181.164	203.813
<b>Perú</b>	148.705	154.902	150.792	145.747	154.715

*Fuente:* Trade Map, 2021

*Elaborado por:* Autoras

Ah pesar que Costa de Marfil tiene mayor exportación a comparación de los otros países, en las encuestas realizadas a algunas empresas extranjeras señalan que a Ecuador lo preferían por su calidad y sabor único en cacao, aunque a pesar de que algunas empresas ecuatorianas ya exportan chocolates y otros derivados muy baja, para que aumenten la producción y Ecuador sea un potencial exportador de chocolate tiene que mejorar sus prácticas en la producción para que sea más competitivo. Aunque en la tabla a continuación representa la participación porcentual en dos diferentes países en constancia al cacao en grano en los últimos 5 años:

### Participación de los exportadores de cacao.

*Tabla 19.* Participación de los países exportadores de cacao.

<b>Países exportadores</b>	<b>Valor exportado en 2017</b>	<b>Valor exportado en 2018</b>	<b>Valor exportado en 2019</b>	<b>Valor exportado en 2020</b>	<b>Valor exportado en 2021</b>
<b>Costa de Marfil</b>	40,5%	34,6%	38,4%	40%	42,9%
<b>Ghana</b>	18,8%	26%	19,9%	16,2%	16,1%
<b>Ecuador</b>	6,6%	7,2%	7,1%	9%	7,4%
<b>Bélgica</b>	7,1%	5,8%	5,7%	7%	5,7%
<b>Camerún</b>	4,6%	4,5%	7,3%	7,1%	5,6%
<b>Nigeria</b>	2%	2,7%	2,7%	3,1%	5,1%
<b>Países Bajos</b>	5,8%	4,7%	4,8%	2,4%	3,7%
<b>Malasia</b>	3,6%	3,8%	2,8%	2,7%	2,5%
<b>República Dominicana</b>	1,5%	2,2%	2%	2%	1,8%

## Dominicana

**Perú** 1,7% 1,7% 1,6% 1,6% 1,4%

*Fuente:* Trade Map, 2021

*Elaborado por:* Autoras

Es relevante mencionar que la participación de las exportaciones permiten evidenciar a un mercado extenso donde la demanda del cacao es amplia, por lo cual, los clientes o importadores son de gran importancia, porque son extranjeros y tratan de buscar un producto de calidad y productividad para sentirse a gusto con los productos que elaboran ellos al igual que el precio, por lo consiguiente, al existir precios variados en el mercado en algunas temporadas donde el precio varía jugando un papel importante en las exportaciones de estos países. Debido a que la mayoría de los países llegan a satisfacer su demanda al mercado que ellos ofertaron para tener una mejor satisfacción.

### 3.8.1.2. Rivalidad entre las empresas.

Al existir diversas empresas los cuales brindan el mismo proceso de comercialización del cacao se puede constatar que la rivalidad entre estos, esto se da por muchos factores con el fin de posesionarse, por supuesto, cada empresa busca diferenciarse al momento de ofertar sus productos para llamar la atención de los clientes y en si esto se evidencia más al momento de buscar ser líder en el mercado esta competencia toma muchas veces de forma desleal y esto se ve cuando hay mayor demanda de cacao, lo cual incide que las empresas continúen compitiendo y constantemente renovando sus productos, aunque en la actualidad hay muchos países que tienen participación en el mercado al igual que las empresas. Los datos detallados en las tablas son las empresas rivales de Comercializadoras Hermanos Ruiz, Empresa Mai&Cao y Corporación Fortaleza del Valle, pero son las que menos producen y comercializan cacao:

*Tabla 20.* Rivalidad entre las empresas.

<b>Nombre de las empresas</b>	<b>Provincias</b>	<b>Tipo de empresa</b>	<b>Producto</b>
Exportadora Pedro Martinetti	Los Ríos	Exportadora	Cacao en grano
Expococoa S.A.	Sto. Domingo de	Exportadora	Cacao en grano

Los Tsáchilas			
Mashpi Chocolate Artesanal	Pichincha	Exportadora	Chocolate artesanal
Agrícola Forestal El Castillo FORECASAS S. A	Guayas	Productora	Cacao en grano
Fundación Maquita Cushunchic	Guayas	Exportadora	Cacao en grano

*Fuente:* Economía Marketing

La empresa que se detallan está tienen una participación bien baja en el mercado, como materia prima, el cacao representa una fuente importante de ingresos para muchas provincias productoras. Sin embargo, los rendimientos pueden variar de un año a otro. Como es natural, los gobiernos de los países productores se implican a fondo en la lucha por controlar la volatilidad de la producción y exportación del cacao. Como ejemplo, de esta implicación, destaca la firma de tratados internacionales destinados a apoyar a los países productores.

### 3.8.1.3. Amenaza de los nuevos entrantes.

Al momento de existir afluencia de exportadores de cacao, hay una oportunidad de ingresos o financiamiento económico para la establecerse las empresas con baja producción, por lo cual se puede evidenciar la competencia que se genera en estas exportadoras y comercializadoras nuevas como son en este caso los países que tiene poco nivel de exportación entre los 10 menos exportadores, aunque muchas empresas establecidas saben tener dueños o gerentes extranjeros. En los datos que se refleja en la tabla son los países menos importadores de cacao:

### Países exportadores de cacao como nuevos entrantes en el mundo.

*Tabla 21.* Países exportadores de cacao como nuevos entrantes en mercado internacional.

Países exportadores	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021
Guinea	16.101	16.169	28.932	47.241	72.856
Congo	35.019	47.211	66.176	87.274	67.205

<b>Indonesia</b>	53.537	72.443	80.621	75.807	56.290
<b>Estonia</b>	121.226	75.344	27.597	37.062	52.380
<b>Alemania</b>	46.287	29.285	35.149	36.414	40.304
<b>Colombia</b>	27.326	16.780	22.784	28.423	29.870

*Fuente:* Trademap

*Elaborado por:* Autoras

Pero como se analiza Guinea puede llegar a ser un buen competidor en el mercado por ende sería una de las tantas amenazas, que se presentan en el mercado internacional como es en este caso, pero para que los países tengan mayores beneficios, con la aplican la diferenciación tiene a tener mayores demandas, accesos a canales de distribución del producto final y fundamental es el capital o inversión que se va a realizar, cuando se aplica la diferenciación.

#### **3.8.1.4. Poder de negación de los proveedores.**

Los proveedores del cacao son una parte fundamental en cualquier organización puesto que al no contar con estos se podrían decir que ocasionaríamos incomodidades al proceso del cacao, lo cual no ofrecería un producto bueno y de calidad, por ende, cada organización cuenta con proveedores de confianza en sí ellos cuentan con disponibilidad de insumos para brindar mayor servicio, pero los tratos siempre se hacen con el dueño lugar. Los principales proveedores de cacao y sus derivados en Ecuador son;

*Tabla 22.* Los principales proveedores de cacao y sus derivados en Ecuador.

<b>Proveedores</b>	<b>Productos</b>	<b>Provincia</b>	<b>Descripción</b>
Martinetti Cocoa Arriba	Cacao en grano Pasta de cacao	Quito, Pichincha. Ecuador	Ofrecen pasta de cacao 100% cacao arriba fino de aroma ecuatoriano
Agromantis	Pasta de cacao	Santo Domingo, Santo Domingo de los Tsáchilas Ecuador.	Ofrecen distribución de Pasta de cacao 100% cacao ecuatoriano

*Elaborado por:* Autoras.

Como se puede determinar lo que más proveen es el cacao en pasta, aunque cabe mencionar, que estos proveedores se dedican a la manufactura y exportación de cacao en grano y semielaborados de cacao con altos estándares de calidad y certificaciones orgánicas, en desafío que tienen es preservar la calidad del verdadero cacao fino de aroma ecuatoriano ofreciendo productos con 100% cacao nacional “Arriba” de hacienda y maquinaria de última tecnología.

*Tabla 23.* Precios referenciales del cacao en Ecuador.

<b>Precios referenciales del cacao en Ecuador</b>	
<b>Años</b>	<b>Precio</b>
2017	\$82,91 Entre \$85,26
2018	\$45,00 Entre \$80,00
2019	\$105,00 Entre \$150,00
2020	\$90,75 Entre \$125,00
2021	\$42,00 Entre \$45,00

*Elaborado por:* Autoras

Los precios pueden variar dependiendo la oferta y demanda del cacao esto incide mucho en los niveles de producción en el Ecuador, sea por factores climáticos que inciden mucho en las demandas insatisfechas en algunos casos, pero hay meses que el cacao tiene mayor productividad en las cuales se ve afectado por los bajos precios en la que el productor no recupera lo invertido, solo le alcanza para pagar a trabajadores y otras cuestiones del mejoramiento del cacao.

*Tabla 24.* Precios internacionales relativos.






<b>Precios internacionales relativos</b>	
<b>Años</b>	<b>Precio</b>
2017	\$2.050
2018	\$2.110
2019	\$2.170
2020	\$2.240
2021	\$2.300

*Elaborado por:* Autoras.

El precio mundial del cacao viene determinado por el mercado de futuros. En este mercado, compradores y vendedores pueden cerrar contratos para la entrega futura de cacao en grano. En el momento de negociar el contrato, es probable que el cacao en grano objeto del contrato aún no se haya empezado a cultivar; así, este cacao todavía inexistente posibilita un comercio mundial animado e interesante. Los contratos se registran con la Cámara de Compensación. A

través de la Cámara, se puede anular un compromiso de compra mediante la firma de un contrato de venta por la misma cantidad y mes de entrega. La Cámara de Compensación salda la diferencia de precio. Los mercados de futuros más importantes están en Londres y Nueva York. La evolución de los precios se puede seguir desde cualquier parte del mundo.

*Tabla 25.* Proveedores de productos para cultivo del cacao.

<b>Nombre del proveedor</b>	<b>Producto</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Imagen</b>
Agripac	- Fertilizante inorgánico	Guayaquil	
Combat	- Fertilizante orgánico mineral	Palora-Morona Santiago	
Mercalimsa S.A.	- Fertilizantes inorgánicos - Saife-K jabón de potasio - Erradik 3 limpiador	Guayaquil	
Vivero de plantas agroforestales "Maylin"	- Plantas de cacao	Quevedo	
Empresa de vivero agro forestal "El frutal"	- Plantas de cacao nacional fino y de aroma	Ventanas	

*Elaborado por:* Autoras

La gestión de proveedores en el sector cacaotero es un aspecto importante del ciclo de desarrollo del cacao. Es una actividad esencial para cualquier modelo de negocio que necesite la ayuda de los proveedores clave para sus fines comerciales. Por este motivo, una mala gestión puede acarrear grandes pérdidas y disminuir los niveles de producción. Durante el proceso de selección de proveedores se deben analizar todos los elementos que permitan dar el mejor servicio de suministro para el cultivo. Por ello, deben valorar la relevancia, el papel que jugará en la empresa, su trayectoria, referencias profesionales y la calidad de su servicio y los márgenes de beneficio que ofrece. Por lo tanto, parte del trabajo es asegurar de que proveedores satisfagan las necesidades inmediatas.

### 3.8.1.5. Amenaza de productos sustituto.

Dentro del mercado internacional podemos decir que ciertos productos pueden llegar a sustituir la materia prima, para ello el cacao viene a ser una mazorca que está conformada por 40 semillas en su interior. La siembra y cosecha de este fruto tiene a ser dependiendo del país que lo produce donde el medio de manejo agropecuario tienda tener la plantación cacaotera. Una vez que estén lista para cosecha se extrae la semilla posterior se fermentan y se secan para así obtener el cacao en grano.

En el proceso del cambio de la mazorca al cacao en grano se realiza la operación de limpieza, descascarillado, tostado y molturación esto permitiendo tener como resultado la pasta del cacao que será el ingrediente para la realización del chocolate. Además, la pasta del cacao permite obtener otros derivados como es la manteca de cacao y la torta del cacao.

Mediante la investigación podemos decir que si existe dos productos sustitos de la materia prima del cacao como es Las Bellotas y Algarroba.

#### Algarroba producto sustituto del cacao en grano.

El algarroba o algarrobo es una fruta que es en forma de vaina dentro se caracteriza su producto interno que vienen ser 8 a 12 semillas que es de color castaño y oscuro y tiene un sabor dulzón. Esta fruta es una materia prima que ciertos países lo han utilizado para sustituir el cacao en grano.

Tabla 26. Algarroba producto sustituto del cacao en grano.


Información nutricional			
	Cantidad	100 gramos	Potasio 827 mg
	Calorías	222	Carbohidratos 89g
	Grasas	0,7g	Proteínas 4,69
	totales	Ácidos grasos saturados 0,1g	
	Colesterol	0 mg	Vitamina C, Hierro, Vitamina

Ilustración 15. Algarroba como producto sustituto del cacao.

Elaborado por: Autoras

Como se lo ha utilizado la algarroba puede llegar a sustituir el cacao como materia prima pero también los derivados de la algarroba llegan a sustituir ciertos productos como es cacao ya en polvo esto dando a decir que los dos productos tienen una gran competitividad, sin embargo, el cacao ya estar dentro del mercado nacional y ser altamente demandado tiene a tener mayor posibilidad en mercado global mientras la algarroba al no ser tan conocida en el mundo del chocolate.

Parar que sirve la algarroba en el cuidado de la salud gastronómica ya que contiene un alto nivel de fibras (Pectinas) y taninos que ayudan a disminuir las diarreas, mejorar la digestión, evitar la acidez, disminuir los vómitos y mantener la flora intestinal saludable. También se lo ha utilizado en la disminución del colesterol y los triglicéridos y permitiendo controlar la diabetes, en muchas de las empresas también han analizado dentro el cuidado de la salud de los huesos.

### **Países exportadores de Algarroba.**

Partida arancelaria: 12.12 Algarroba, algas, remolacha azucarera.

*Tabla 27.* Países exportadores de Algarroba.

<b>Países exportadores</b>	<b>Valor exportado en 2017</b>	<b>Valor exportado en 2018</b>	<b>Valor exportado en 2019</b>	<b>Valor exportado en 2020</b>	<b>Valor exportado en 2021</b>
<b>China</b>	466.008	493.797	544.990	581.804	691.370
<b>Marruecos</b>	79.942	90.268	109.767	115.613	245.988
<b>Indonesia</b>	165.182	215.391	230.755	200.022	234.966
<b>Chile</b>	130.378	101.633	86.626	87.768	106.524
<b>España</b>	40.257	41.110	43.755	62.603	75.330

*Fuente:* Trademap, 2021

El mercado en el mucho ciertos países se han dedicado a la producción de materia prima y posterior comercializar en el mercado internacional sin embargo cada país tiene afectaciones positivas o negativas pero cada país puede llegar a especializarse en la producto que le coste menos producir es por ello que podemos manifestar que China él es principal exportador de algarroba al mundo donde podemos analizar que ha llegado a tener mayor exportación como en el año 2021 con un valor 691.370 en toneladas, seguido por Marruecos que en el año 2021



tiene a tener una valor de exportación de 245.988, además Indonesia Chile y España también cuenta con gran un volumen exportación esto dando como resultado que pueden ser competitivos en dicho producto.

### **Países importadores de Algarroba.**

Partida arancelaria: 12.12 Algarroba, algas, remolacha azucarera.

*Tabla 28.* Países importadores de Algarroba.

<b>Países</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>
<b>Importadores</b>	<b>Importado en</b>	<b>Importado en</b>	<b>Importado en</b>	<b>Importado en</b>	<b>Importado en</b>
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>China</b>	383.232	404.072	469.808	425.927	531.230
<b>Japón</b>	316.188	302.137	292.062	265.961	240.761
<b>Estados Unidos</b>	169.054	190.463	179.873	198.425	221.328
<b>Italia</b>	56.574	53.303	85.788	95.461	215.977
<b>España</b>	69.666	123.743	103.037	129.193	166.467

*Fuente:* Trademap, 2021

El mercado de importaciones también de gran importancia porque al existir países que necesitan de dicho producto para el procesamiento o industrialización de la algarroba podemos que China al ser un mercado grande china puede llegar a exportar como también importar esto dando como análisis que las grandes industrias se encuentra en el país el valor importado en el año 2021 es de 531.230 seguido por Japón que también cuenta con el valor de importación de 240.761, podemos decir que estos dos grandes mundos del comercio tiene el poder de negociación muy alto, podemos decir que también Estado Unidos, Italia y España también tienen una participación y que pueden a llegar a ser grandes procesadores de materia prima de la algarroba.

### **Bellotas producto sustituto del cacao en grano.**

La bellota son frutos silvestres comestibles, durante muchos los primeros pueblos cazadores, recolectores tanto de Europa como América, en la actualidad existe dos tipos de bellotas como el la dulce y la amarga.

Tabla 29. Información de las Bellotas.


Información nutricional				
	Cantidad	100 gramos	Potasio	539 mg
	Calorías	387	Carbohidratos	41 g
	Grasas	2,4 g	Proteínas	6 g
	totales	Ácidos grasos saturados		3,1 g
	Colesterol	0 mg	Vitamina C, Calcio, Hierro,	
	Sodio	0 mg	Vitamina B6 – B12	

Ilustración 16. Información nutricional de la bellota.

Elaborado por: Autoras.

Para que sirva la bellota parte que ciertos países se han dedicado a explotación de la bellota en la alimentación de los cerdos ya que es un producto nutricional, esto permitiendo que el sector de la carne de chanco sea de mejor calidad para ciertas empresas también han llegado a industrializado como es harina esto permitiendo usar en la creación de sopas para los cerdos.

Los dos tipos de bellotas tiende a tener una competencia el mercado internacional ya que puede llegar a sustituir el cacao como materia, la bellota dulce al realizar el proceso de secado y molido da como resultado un café en polvo dulce mientras que la bellota amarga como resultado el polvo de café viene a ser amarga esto permitiendo tener una gran competitividad frente al cacao, además la bellota también ha incursionado dentro del mundo de la confitería en el mundo de los dulces como es el pastel de chocolate gracias a la harina que se obtiene, también esta sumerjo en el mundo de la cosmetología que se logra realizar jabones e incluso mascarillas.

### Las Bellotas: Cómo preparar café y otros.

El café de bellota tiene a tener el mismo proceso de transformación de en forma de café. Dentro del mercado muchas personas han optado por el este café a modo de reemplazo del café normal con cafeína. Este fruto al realizar el café tiene a ser rico en sabor, sino que además tiene grandes propiedades dentro de la medicina como es: Astringente, antibacterial, hemostático y antiinflamatorio. (Maria, 2017)

### Café de bellotas paso a paso.

- **Primera fase:** Las bellotas deben ser recolectados las que están caída del árbol y que estén maduras.
- **Segunda fase:** Después de la recolección de las bellotas se ponen a pelarlas.
- **Tercera fase:** La bellota deben ser costados en pedazos pequeños.
- **Cuarta fase:** En esta fase ya se realiza el proceso de tostarlas u ornearlas a fuego lento.
- **Quinta fase:** La bellota cuando tenga el color marrón oscuro debe sacarlas y meterlas en una moledora de café.
- **Sexta fase:** En el proceso de molerlas deben quedar en la consistencia de polvo.
- **Séptima fase:** Poner el café de bellota en tu cafetera, al igual que el café normal y preparar tu brebaje. Lo puedes tomar solo o mezclar con leche. Azúcar o miel también es opcional.

### Países exportadores de Bellotas.

**Partida arancelaria:** 2380- bellotas y castañas de indias, orujo y demás.

*Tabla 30.* Países exportadores de Bellotas

Países exportadores	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021
China	101.212	110.597	99.475	100.159	120.775
Brasil	77.066	91.412	89.829	94.495	71.754
Países bajos	33.765	54.120	50.844	44.581	70.643
Argentina	81.594	46.394	38.471	46.362	69.594
Estados Unidos de América	65.840	68.018	48.825	56.657	54.157

*Fuente:* Trademap, 2021

Las bellotas dentro las exportaciones China el principal ofertante en el mundo de este producto con el valor de 120.775 T en el año 2021 esto permitiendo ser gran competidor, que le sigue Brasil que también con un valor de 71.754 T en el año 2021, después estas Países

bajos con el valor de 70.643 T para el año 2021, también está en el mundo de exportación que es Argentina con el valor de 69.594 T en el año 2021 y por ultimo esta Estado Unidos de América con la exportación de 54.157 en el año 2021. Esto permite saber que la bellota está siendo comercializado tanto para el uso dentro de la cosmetología y conferiría y como también se lo ha industrializado en ciertas maneras como es harina para así tener el café en polvo.

### **Países importadores de bellotas.**

**Partida arancelaria:** 2380- bellotas y castañas de indias, orujo y demás.

*Tabla 31.* Países importadores de bellotas.

<b>Países</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>
<b>importadores</b>	<b>Importado en</b>	<b>Importado en</b>	<b>Importado en</b>	<b>Importado en</b>	<b>Importado en</b>
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Reino Unido</b>	107.878	147.940	124.590	129.463	149.888
<b>Irlanda</b>	69.583	117.871	72.325	89.177	104.994
<b>Alemania</b>	74.476	66.857	61.419	63.943	77.458
<b>Estados Unidos</b>	51.961	87.650	58.710	54.113	65.052
<b>España</b>	40.104	46.182	46.351	50.928	62.221

*Fuente:* Trademap, 2021

Los importadores de bellota en el mercado internacional podemos decir al existe una gran demanda de dicho país Reino Unido es el primer importador con el valor de 149.888 en el año 2021 y mientras Irlanda está en segundo lugar con el valor de importación de 104.994 también está Estados Unidos cuenta una importación 77.458 en el año 2021 por consiguiente esta Estado Unidos con un valor de importación de 65.052 por ultimo esta España con el valor de 62.221 en el año 2021, estos datos nos ayudado que saber que si existe este producto en el mundo extranjero y que puede llagar al mercado no como para preparación de comida de chanco sino que también va ser aprovechado para la confitería y cosmetología.

### **Análisis de la exportación de cacao y algarroba.**

La exportación del cacao tiene un alto porcentaje de participación en el mercado mundial tanto como materia prima y derivados, a comparación de la algarroba que es un producto que es más exportado en pocas cantidades a otros países, Ecuador no exporta este producto él solo lo importa para complemento y alimentación de los animales al igual que otros países. Aunque en España es un producto que se utiliza como forraje y en la industria farmacéutica.

### **Análisis de la exportación de cacao y bellota.**

La bellota al igual que el cacao es apetecido en el mercado internacional, aunque no tengan el mismo nivel de participación, las bellotas son importadas con la finalidad de la realización de licores, harinas para animales y otros suplementos alimenticios a comparación que la importación del cacao es para la industria farmacéutica, cosmética y confitería que es una de las más importante por el sector del chocolate por los altos niveles de calidad que tienen el cacao.

## **3.8.2. Países compradores de cacao en el mundo.**

### **3.8.2.1. Países importadores de cacao ecuatoriano.**

Ecuador es considerado uno de los principales exportadores de cacao a nivel mundial debido a la calidad de sus productos, donde se relacionó con el Banco Central del Ecuador en el año 2021 exporto más de 819 millones de dólares gracias a la exportación de cacao en grano, alcanzando un record al año 2020 a pesar de su baja en su precio y se estima que para el año 2022 exista una recuperación, en este sentido, es importante mencionar los países de destino como se muestra en la siguiente tabla sobre los 5 destinos del cacao ecuatoriano.

*Tabla 32. Destino del cacao ecuatoriano a países internacionales.*











<b>Destino</b>	<b>Representación exportada</b>
Estados Unidos	22%
Indonesia	20%
Malasia	12%

Holanda	11%
México	9%

*Elaborado por:* Autoras.

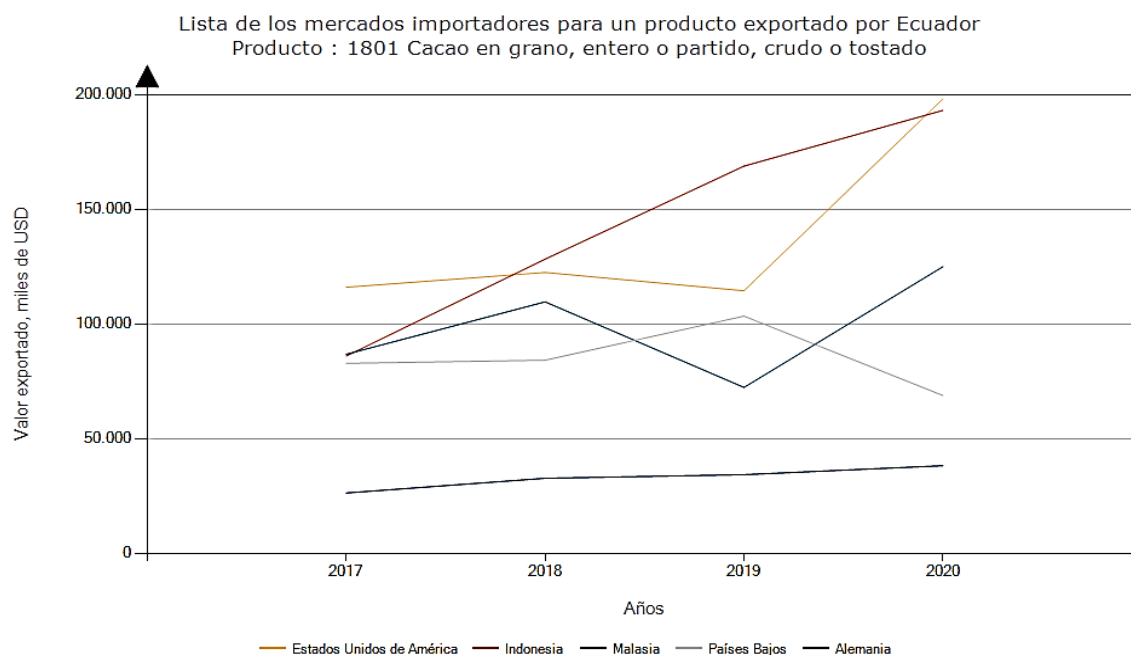
En base a la tabla expuesta Estados Unidos es el principal importador de cacao ecuatoriano, donde se puede identificar que los destinos de este producto cubre a nivel mundial en los mercados con mayor trayectoria del cacao, además es importante destacar que el país mediante esta exportación genera ingresos económicos como se muestra a continuación los 10 principales destinos con sus respectivos ingresos representado por la FOB que abarca tres factores como el precio de la salida de la fábrica, los costos de transporte, los márgenes comerciales entre otros aspectos, por tal motivo, a continuación se exhibe los principales países que importan cacao ecuatoriano y los ingresos que percibe representado en millones de dólares.

*Tabla 33.* Exportaciones FOB

País	Exportaciones FOB (Representado en millones de dólares)
Estados Unidos 	181,47
Indonesia 	160,02
Malasia 	94,71
Holanda 	91,70
México 	72,17
Bélgica 	53,38
Alemania 	42,15
Italia 	40,13
Canadá 	26,45
España 	12,39

*Fuente:* Banco Central del Ecuador, (2021).

En sentido es importante mencionar que los principales destinos del cacao ecuatoriano son Estados Unidos, Indonesia, Malasia, Países Bajos y Alemania, entre otros destinos de suma importancia como Suiza, por esta razón es importa destacar que el mercado de Indonesia desde el año 2017 se ha obtenido mayor volumen de ingresos económicos al país, sobre todo la provincia de Manabí que representa el 13% de las exportaciones de cacao a nivel nacional.



*Figura 9.* Países importadores de cacao ecuatoriano.

Con lo anteriormente expuesto, es importante mencionar que indonesia es el principal importador del cacao ecuatoriano, manteniendo un ascenso en su tendencia en los últimos años, por su parte Estados Unidos en el año 2020 tuvo la cantidad con mayor importancia del cacao ecuatoriano, sin embargo, Malasia y piases bajas mantienen un ascenso y descenso en los últimos, en donde Malasia tuvo una mayor importación en el año 2020, no obstante, Alemania es el país con menor exportación de cacao ecuatoriano como se puede evidenciar en la gráfica expuesta.

### 3.8.3 Análisis PESTL entre los países comercializadores de cacao.

Para identificar la competitividad en los mercados internacionales es necesario conocer ciertos factores en relación a los principales países exportadores de cacao, convirtiéndose en la

competencia directa para el cacao ecuatoriano, para ello es necesario realizar una comparación en relación a factores políticos, económicos, sociales, en este sentido se tomó como referencia las principales competencias que son: Costa de Marfil, Ghana e Indonesia como se muestra a continuación:

### 3.8.3.1. Factores Políticos.

#### 3.8.3.1.1. Acuerdos comerciales

*Tabla 34.* Acuerdos comerciales

País	Acuerdo
	Ecuador
	Costa de Marfil
	Ghana
	Indonesia

Ecuador cuenta con varios acuerdos vigentes que le permiten expandirse en diferentes mercados como el Acuerdo de Cartagena, el MERCOSUR, Acuerdo con Chile, Guatemala, México, Cuba, la Unión Europea, la EFTA, el Acuerdo con Reino Unido, Nicaragua y El Salvador.

Las relaciones de Costa de Marfil con la Unión Europea se basan en el Acuerdo de Cotonú de 2000, en donde intervienen 100 países que incluye compromisos de negociación mediante acuerdos de asociación económica, basándose en relaciones comerciales recíprocas.

Ghana presenta similar acuerdo en relación a Costa de Marfil, además la Unión Europea ha negociado en un nuevo Acuerdo Post-Cotonú, esto tras un acuerdo con el consejo de medidas transitorias, por su parte, este país es miembro de OMC desde 1995 y de la GATT desde 1957.

Indonesia posee algunos acuerdos comerciales, uno de ellos es el Tratado de Libre Comercio con Japón y Pakistán, además como miembro de la ASEAN del grupo de Estados con Nueva Zelanda, Australia, China, India y Corea, También se ha negociado acuerdos comerciales con Chile, Australia y la Unión Europea, en este sentido, también ha mostrado interés de unirse a los Acuerdos Transpacíficos



para adoptar un área de Libre Comercio en la Unión Económica de Euro-Asia.

*Fuente:* Banco Mundial (2021)

Con lo anteriormente expuesto, estos países tienen diferentes acuerdos comerciales que les permite incursionar nuevos mercados internacionales, especialmente existen acuerdos en la región que estos pertenecen por las relaciones con sus países vecinos.

### 3.8.3.2. Factor Económico.

#### 3.8.3.2.1. Moneda y tasa de crecimiento.

*Tabla 35.* Moneda y tasa de crecimiento poblacional

	<b>Ecuador</b>	<b>Costa de Marfil</b>	<b>Ghana</b>	<b>Indonesia</b>
<b>País</b>				
<b>Capital</b>	Quito	<a href="#">Yamusukro</a>	Acra	Yakarta
<b>Moneda</b>	Dólar estadounidense	Franco CFA de África Occidental	Cedi	Rupia indonesia
<b>Crecimiento poblacional</b>	1,5% (2020)	2,5% (2020)	2,1% (2020)	1,1% (2020)
<b>PIB</b>	98,81 miles de millones UDS (2020)	61,35 miles de millones USD (2020)	72,35 miles de millones USD (2020)	1,058 billones USD (2020)

*Fuente:* Banco Mundial (2020)

Según el Banco mundial (2020) afirma que Ecuador con su capital Quito no cuenta con moneda propia, por ende, utiliza el dólar estadounidense puesto que no puede devaluar su moneda, además para el año 2020 presenta un crecimiento poblacional del 1,5% y su PIB en este año fue de 98,81 mil millones de dólares.





Mientras Costa de Marfil con su capital Yamusukro según el Banco Mundial no tiene una moneda propia, siendo de África Occidental llamado franco, por su parte el crecimiento población es del 2,5% y su producto interno bruto es de 61,25 miles de millones de dólares para el año 2020.

Según el Banco Mundial Ghana con su capital Acra tiene su moneda propia denominada cedi, siendo una ventaja porque puede devaluar su moneda, además su crecimiento población es del 2,1% y su PIB de 72,35 miles de millones de dólares para el año 2020.

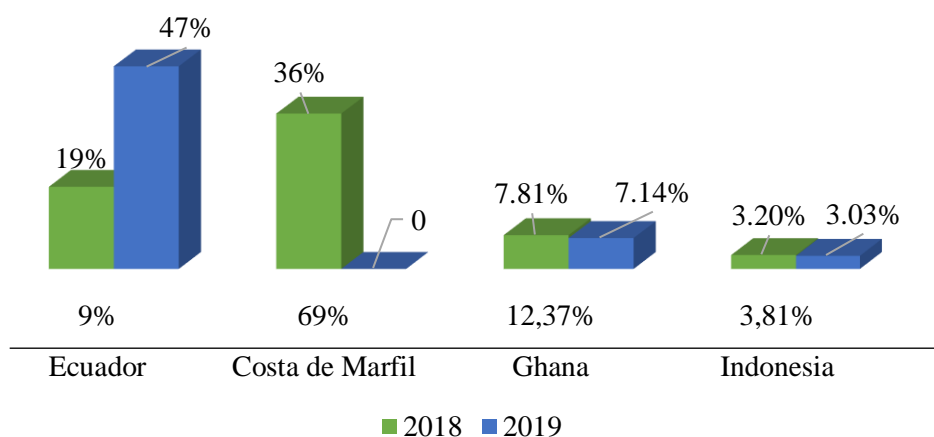
Finalmente, Indonesia con su capital Yakarta tiene su propia moneda denominada rupia indonesia, siendo una ventaja en su economía porque puede devaluar su moneda y su crecimiento poblacional es de 1,1%, con un Producto Interno Bruto para el año 2020 fue de 1,058 billones de dólares.

### 3.8.3.2.2. PIB Per cápita y deuda total.

Tabla 36. PIB Per cápita y deuda total

	Ecuador	Costa de Marfil	Ghana	Indonesia
Año 2020				
PIB Per cápita	4.940 €	2.036 €	1.931 €	3.712 €
Deuda total (M.€)	52.931	25.652	35.326	339.930
Deuda (%PIB)	61,19%	47,74%	62,00%	36,62%

Fuente: Banco Mundial (2020)







**Figura 10.** Representación gráfica del PIB per cápita y deuda total  
**Fuente:** Banco Mundial (2020).

El PIB Per cápita es aquel que busca proporcionar toda la información sobre el potencial económica y poder de los habitantes de un territorio, de hecho, cuando incrementa este indicador el estándar de calidad es directamente proporcional, en este sentido, Ecuador es el país con mayor PIB Per Cápita con 4.940 euros, mientras que Ghana es el país con menor PIB Per cápita, en relación a la deuda total, Indonesia se encuentra con mayor préstamo, siendo 339. 930 millones de euros, mientras que el país con menor deuda es Costa de Marfil con 25. 652 millones de euros. Mientras que la deuda según el porcentaje del PIB Ghana posee una deuda del 62% correspondiente a su PIB, mientras que Indonesia es el país con menor deuda con el 36,62%.

### 3.8.3.2.3. Exportaciones e importaciones.

**Tabla 37.** Exportaciones e importaciones





	<b>Ecuador</b>	<b>Costa de Marfil</b>	<b>Ghana</b>	<b>Indonesia</b>
<b>AÑO 2020</b>				
<b>Exportaciones en M€</b>	17.708,4	10.718,0	12.678,1	142.975,4
<b>Importaciones en M€</b>	15.723,3	9.324,5	10.814,3	123.990,7

**Fuente:** Banco Mundial (2020).

Por lo tanto, la exportación de millones de euros se puede identificar que Indonesia presenta un alto índice de exportaciones con un valor total de 142 975,4 millones de euros en 2020, seguido de Ecuador con un total de 17, 708,4, mientras que el país con menor exportación en los principales exportadores de cacao es Ghana con un total de 12.678,1 millones de euros, ahora bien, dentro de las exportaciones presenta una tendencia igual, puesto que Indonesia presenta mayores importaciones, mientras Ecuador se ubica en la segunda casilla de exportaciones, sin embargo, Costa de Marfil presenta el índice más bajo de importaciones, además estos países presentan cifras inferiores de importaciones que de exportaciones.

### 3.8.3.2.4. Balanza comercial.

*Tabla 38.* Balanza comercial

	<b>Ecuador</b>	<b>Costa de Marfil</b>	<b>Ghana</b>	<b>Indonesia</b>
				
<b>2017</b>	-0,85%	4,34%	1,97%	1,17%
<b>2018</b>	-1,44%	1,62%	2,69%	-0,81%
<b>2019</b>	-0,22%	3,40%	3,30%	-0,32%
<b>2020</b>	2,29%	2,6%	3,11%	2,04%

*Fuente:* Datosmacro (2020)

Según Datosmacro (2020) Ecuador presenta cifras negativas en relación a la balanza comercial, puesto que las exportaciones en los últimos años han tendido a bajar, aunque se ha incrementado respecto al año con el 25%, en este sentido, en el año 2020 las exportaciones de Ecuador cayeron en un 11,22% en relación al año 2019 representando para el año 2020 el 20,47% de su Producto Interno Bruto, situándolo en el puesto 97 de 191 países que se ubican en el ranking de exportaciones en relación a su PIB.

En cuanto a Costa de Marfil según Datosmacro (2020) las exportaciones han descendido en los últimos años, aun se ha incrementado con respecto al año 2010 un 33,14% del PIB, por tal motivo, se ubica en el puesto 81 de los países que imponen sus exportaciones, puesto que para el año 2020 las exportaciones cayeron en un 3,81% en relación al año 2019 y las ventas





externas representan el 19,95% del PIB, situándolo en el casillero N° 100 de los países exportadores en relación su Producto Interno Bruto.

Según Datosmacro (2020) Ghana presenta similar escenario, puesto que tuvo una tendencia a la baja debido que sus exportaciones cayeron, existiendo un superávit en su balanza comercial debido que las importaciones se disminuyeron, incluso fueron menores en comparación con las exportaciones, sin embargo, para el año 2020 las exportaciones cayeron en un 9,41% en relación al año 2019, por ende, las exportaciones representan un 21,13% del PIB, ubicándolo en el puesto 92 en el ranking de exportaciones al PIB.

Finalmente, en Indonesia según Datosmacro (2020) señala que este país presenta similar escenario, es decir, se han mantenido en una tendencia a bajar para el año 2019, sin embargo, en relación al año 2010 las exportaciones se han incrementado, por su parte, para el año 2020 las exportaciones cayeron en un 4,55% en el año 2019, representando el 15,4% de su Producto Interno Bruto, situándolo en puesto 125 de los países exportadores.

### 3.8.3.2.5. Tasa de inflación.

*Tabla 39.* Tasa de inflación.

	<b>Ecuador</b>	<b>Costa de Marfil</b>	<b>Ghana</b>	<b>Indonesia</b>
				
<b>2017</b>	9%	69%	12,37%	3,81%
<b>2018</b>	19%	36%	7,81%	3,20%
<b>2019</b>	47%	-1.11%	7,14%	3,03%
<b>2020</b>	23%	2. 43%	9,89%	1,92%





*Fuente:* Banco Mundial (2020)

La tasa de inflación es importante mencionar que hace referencia a un indicador que se genera por la elevación en los precios de todos los bienes y servicios, de hecho, una inflación baja o es negativa lo cual no garantiza un buen indicador, puesto que esto puede desencadenar aquella deflación bajo ciertos márgenes empresariales, además de una escasa inversión.

Como se puede evidenciar la tasa de inflación en los países sujetos de estudio es positiva, debido que requieren crecer económicamente consolidados mediante una infraestructura sólida en sus relaciones exteriores para fortalecer la inversión y productividad para su desarrollo económico, en este sentido, se puede evidenciar que Ecuador en el año 2020 presente una inflación positiva alta con relación a sus competidores de cacao, obteniendo una débil competitividad en aspectos de inflación.

### 3.8.3.2.6. Índice de competitividad global.

Tabla 40. Competitividad global


	<b>Ecuador</b>	<b>Costa de Marfil</b>	<b>Ghana</b>	<b>Indonesia</b>
				
<b>2017</b>	55,86	56,16	53,14	66,86
<b>2018</b>	55,85	47,57	51,33	64,94
<b>2019</b>	55,74	48,15	51,20	64,63

Fuente: Datosmacro (2020)

Cabe mencionar que este indicador lo proporciona el Foro Económico Mundial en un periodo establecido que mide los recursos que posee todas las capacidades para abastecer a su población, en donde se puede evidenciar que Indonesia presenta cifras mayores y Costa de Marfil en los años 2018 y 2019 presente un mínimo descenso, indicando que estos países presentan similar competitividad en relación a ciertos factores como el entorno macroeconómico, la eficiencia de los mercados de bienes entre otros aspectos.

### 3.8.3.2.7. Índice de barreras arancelarias.

Tabla 41. Barreras arancelarias

<b>País</b>	<b>Barrera arancelaria</b>
 Ecuador	Para el año 2021 Ecuador presenta menor cantidad de barreras comerciales según el “Índice de Barreras al Comercio Internacional” ubicándose en el puesto 40 de 90

países analizados, además se ubica en el quinto puesto con menor barreras al comercio internacional en la región latinoamericana.



Costa de Marfil

El comercio exterior de Costa de Marfil se caracteriza como un régimen abierto en la elaboración de las tarifas aduaneras simplificadas, presentando la tarifa exterior de la UEMOA representada con el 14%, eliminando las licencias de importación.



Ghana

En Ghana el arancel tiene varias bandas, es decir, el 0% para todos los productos básicos, mientras que el 5% para las materias primas, además de todos los bienes de equipo, el 10% corresponde a todos los productos intermedios, el 20% para bienes de consumo y finalmente el 35% en bienes de desarrollo económico.



Indonesia





El régimen sobre las barreras arancelarias en Indonesia ha disminuido en los últimos años entre el 5% y 15% en la mayor parte de sus productos, puesto que el Estado contribuye a la protección del mercado interno y externo que permitan incrementar su capacidad productiva, puesto que estos aranceles utilizan nomenclaturas arancelarias armonizadas de ASEAN a 8 dígitos

*Fuente:* Banco Mundial (2020)

### 3.8.3.3. Factores demográficos.

#### 3.8.3.3.1. Población.

*Tabla 42.* Demografía

	<b>Ecuador</b>	<b>Costa de Marfil</b>	<b>Ghana</b>	<b>Indonesia</b>
				
<b>2017</b>	16.777.000	24.437.475	28.940.000	261.356.000





<b>2018</b>	17.023.000	25.069.226	29.555.000	264.162.000
<b>2019</b>	17.268.000	25.716.554	30.417.858	266.912.000
<b>2020</b>	17.511.000	26.378.275	31.072.945	270.204.000

*Fuente:* Datosmacro (2020)

La población es un indicador de suma importancia para la competitividad entre países, puesto que permite realizar cálculos sobre la demanda internacional insatisfecha, siendo posibles consumidores y compradores que favorecen el desarrollo económico para Ecuador, considerando que es necesario determinar la posible oferta que las empresas cacaoteras deben cumplir, además es importante señalar que este aumento poblacional incide por la disminución de mortalidad. En este sentido, el Ecuador a pesar de contar con excelente cacao para exportación en el mercado internacional su población de la competencia es inferior a Indonesia según los datos demográficos.

### 3.8.3.4. Factor cultural.

*Tabla 43.* Idioma y escritura

	<b>Ecuador</b>	<b>Costa de Marfil</b>	<b>Ghana</b>	<b>Indonesia</b>
				
<b>Idioma oficial</b>	Español	Francés	Inglés	Indonesio
<b>Escritura</b>	Alfabeto latino, braille español	Alfabeto latino (alfabeto francés)	Alfabeto nativo	Latino

*Fuente:* Datosmacro (2020)





El idioma se ha convertido en un factor determinando para el ingreso a nuevos mercados internacionales, como se puede evidenciar los países con mayor exportación de cacao poseen diferente lengua, sin embargo, cabe mencionar que el idioma de Indonesia se denominada indonesio sin embargo como el idioma también se considera el inglés el idioma oficial al momento de hacer una negociación, también siendo este un dialecto del idioma malayo, también es importante mencionar que su escritura es latina.



### 3.8.3.4. Factor tecnológico.

#### 3.8.3.5.1. Internet.

Tabla 44. Acceso a internet

	Ecuador	Costa de Marfil	Ghana	Indonesia
				
<b>Acceso a Internet</b>	86%	36%	53%	69%

Fuente: Datosmacro (2020)

En este contexto de las tecnologías Ecuador lidera el porcentaje de acceso al internet en relación a su competencia, seguido de Indonesia y Ghana. Sin embargo, Costa de Marfil presenta un porcentaje bajo en cuanto a la accesibilidad de internet, además es importante mencionar que las ventajas del acceso a internet permiten a las empresas exportadoras optimizar recursos innecesarios, conllevando una exportación eficaz y eficiente, en donde todos los procesos son óptimos que garantizan al importador un mejor servicio.

### 3.9. COMPETITIVIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE CACAO.

Tabla 45. Matriz de competitividad

País	Ecuador		Costa de Marfil		Ghana		Indonesia	
								
<b>FACTORES POLÍTICOS</b>								
	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.
Acuerdos comerciales	Medio	3	Medio	3	Medio	3	Medio	3
Políticas de exportación	Medio	3	Bajo	2	Medio	3	Alto	3
<b>SUMA</b>		<b>6</b>		<b>5</b>		<b>6</b>		<b>6</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>3</b>		<b>2,5</b>		<b>3</b>		<b>3</b>
<b>FACTORES ECONÓMICOS</b>								
Balanza comercial	Medio	3	Alto	4	Medio	3	Medio	3
Tasa de inflación	Bajo	2	Alto	4	Medio	3	Alto	4

PIB	Medio	4	Bajo	2	Medio	3	Alto	4
PIB Per cápita	Alto	5	Bajo	2	Medio	2	Medio	3
Exportaciones	Medio	3	Bajo	2	Bajo	2	Alto	4
Importaciones	Medio	3	Medio	3	Bajo	2	Alto	4
<b>SUMA</b>		<b>20</b>		<b>17</b>		<b>15</b>		<b>22</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>3,33</b>		<b>2,83</b>		<b>2,5</b>		<b>3,66</b>
<b>FACTORES SOCIALES</b>								
Crecimiento poblacional	Medio	3	Alto	4	Alto	4	Medio	2
Competitividad global	Medio	3	Bajo	2	Medio	3	Alto	4
Población	Bajo	2	Medio	3	Medio	3	Alto	5
<b>SUMA</b>		<b>8</b>		<b>9</b>		<b>10</b>		<b>11</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>2,6</b>		<b>3</b>		<b>3,33</b>		<b>3,66</b>
<b>FACTORES TECNOLÓGICOS</b>								
Acceso a internet	Alto	4	Bajo	2	Medio	3	Medio	3
Gasto en recursos tecnológicos	Medio	3	Bajo	2	Medio	3	medio	3
<b>SUMA</b>		<b>7</b>		<b>4</b>		<b>6</b>		<b>6</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>3,5</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>3</b>

*Fuente:* Ponderación en relación al análisis del entorno.





Una vez identificado el diagnóstico externo mediante herramientas diagnósticas en donde se analizaron aspectos políticos, económicos, sociales y tecnológico, cabe mencionar que su medición se evaluó en relación a niveles con sus respectivos puntos, en donde, se tomó como referencia un valor del 1 al 5, siendo, 1 el de menor competitividad y 5 de mayor competitividad, para ello se obtuvo que la competitividad en relación a los acuerdos comerciales y las políticas de exportación Ecuador mantiene un nivel competitivo similar a su competencia de cacao, mientras que Costa de Marfil mantiene cierta desventaja competitiva en este contexto; en relación a los aspectos económicos Ecuador posee una significativa competitividad debido a los altos índices del PIB y la moneda en relación a su competencia, en este sentido, Indonesia presenta mayor competitividad, considerándose como la competencia directa de Ecuador en factores económicos.

En el contexto social Ecuador presenta una desventaja competitiva por su demografía con un total de 2,6 sobre 5 siendo la calificación más alta, mientras que Indonesia y Ghana presentan un nivel superior por su área territorial y la población de estos países, Finalmente en el

aspecto tecnológico Ecuador posee cierta ventaja competitiva debido que en los últimos años se ha fortalecido el uso de las TIC's en el país, mientras que Costa de Marfil presenta una competencia tecnológica débil.

### 3.10. BARRERAS ARANCELARIAS.

*Tabla 46.* Barreras arancelaria en relaciona a la competitividad

País	Barrera arancelaria
	<p>Ecuador Según la CEPAL (2020) menciona que Ecuador es líder en la producción de cacao fino de aroma, además su participación en el mercado mundial es del 62%, manteniendo altos niveles de productividad, por tal motivo, el sabor de este producto es reconocido durante varios siglos por el sector demandante en los mercados internacionales, según ANECACAO (2021) afirma: “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 han incrementado su participación en el mercado mundial del cacao fino en grano.</p>
	<p>Costa de Marfil El Comercio Exterior de Costa de Marfil se caracteriza como un régimen abierto en elaboración a las tarifas aduaneras simplificadas, presentando la tarifa exterior de la UEMOA representada con el 14%, eliminando las licencias de importación.</p>
	<p>Ghana En Ghana el arancel tiene varias bandas, es decir, el 0% para todos los productos básicos, mientas que el 5% para las materias primas, además de todos los bienes de equipo, el 10% corresponde a todos los productos intermedios, el 20% para bienes de consumo y finalmente el 35% en bienes de desarrollo económico.</p>
	<p>Indonesia El régimen sobre las barreras arancelarias en Indonesia se ha disminuido en los últimos años entre el 5% y 15% en la mayor parte de sus productos, puesto que el Estado contribuye a la protección del mercado interno y externo que permitan incrementar su capacidad productiva, puesto que estos aranceles utilizan nomenclaturas arancelarias armonizadas de ASEAN a 8 dígitos</p>

*Fuente:* Barreras arancelarias de los principales países exportadores de cacao.

## **IV. RESULTADOS**

### **4.1. RESULTADOS.**

#### **Encuesta a nivel nacional “Manabí”.**

##### **Objetivo:**

Obtener información del sector cacaotero de la provincia de Manabí con relación a la oferta.

Con la aplicación de la encuesta masiva en el sector cacaotero específicamente los productores del sector se puede determinar algunas cuestiones como tipo de cacao, factores que inciden en la producción y entre otras situaciones del sector, por ende, la mayor parte de productores que se les realizó la encuesta nos dieron a conocer algunas situaciones del sector como su producción mensual y a continuación se realizó la siguiente encuesta 336 productores de la provincia de Manabí.

#### **Entrevista a nivel nacional “Manabí”.**

##### **Objetivo:**

Adquirir datos secundarios de cómo está la oferta y competitividad del sector cacaotero de la provincia de Manabí.

Con la entrevista realizadas a tres empresas del sector permitieron obtener información relevante con testimonios reales así obteniendo datos diferentes de las empresas como lo son Comercializadora Hermanos Ruiz, Empresa Mai&Cao y Corporación Fortaleza del Valle.

#### **Encuesta internacional.**

##### **Objetivo:**

Analizar la situación actual de la competitividad en el mercado internacional del cacao.

Las encuestas proporcionan información útil para la toma de decisiones y la mejora de procesos. Sin embargo, el idioma puede ser una barrera importante cuando se recopila información de un gran número de encuestados. Sin embargo, la utilización de herramientas digitales se puede realizar encuestas en diferentes países. Mediante la encuesta se obtuvieron datos relativos en relación a la competencia internacional, con la utilización de estas herramientas se envió la encuesta a algunas empresas importadoras de cacao en algunos países, en la cual en algunos casos si respondieron por ende los datos obtenidos son altamente verídicos por las empresas a pesar de que son datos de forma anónima. A continuación, los datos obtenidos en bases a las empresas de Suiza, Estados Unidos, México, Colombia, Brasil y España que importan este producto.

#### 4.1.1. Resultado de las encuestas a nivel nacional.

##### ¿Qué tipo de cacao cultiva?

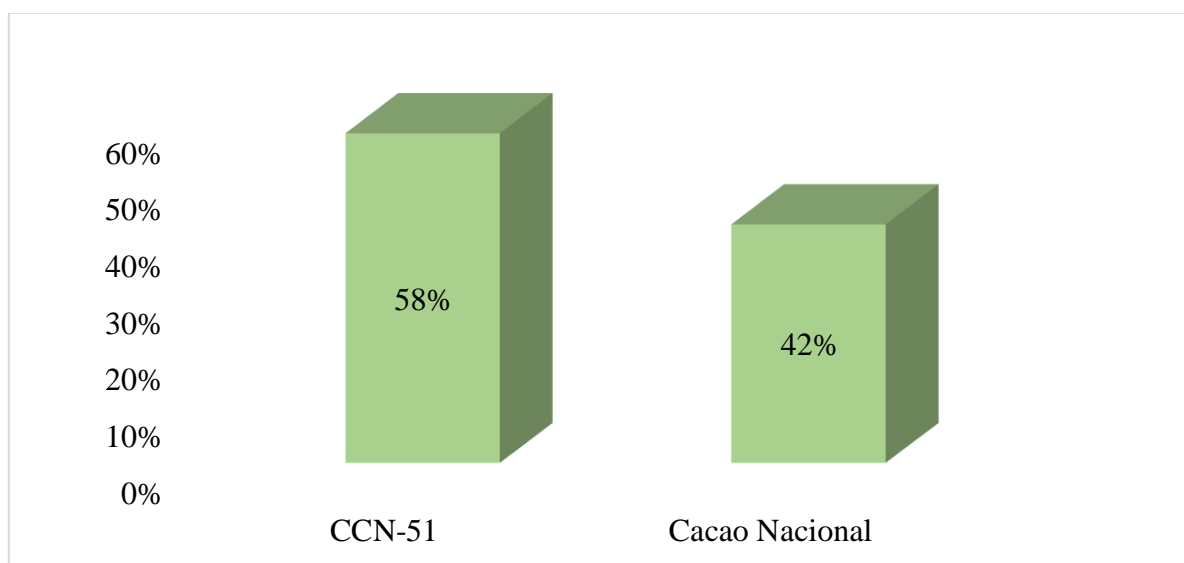


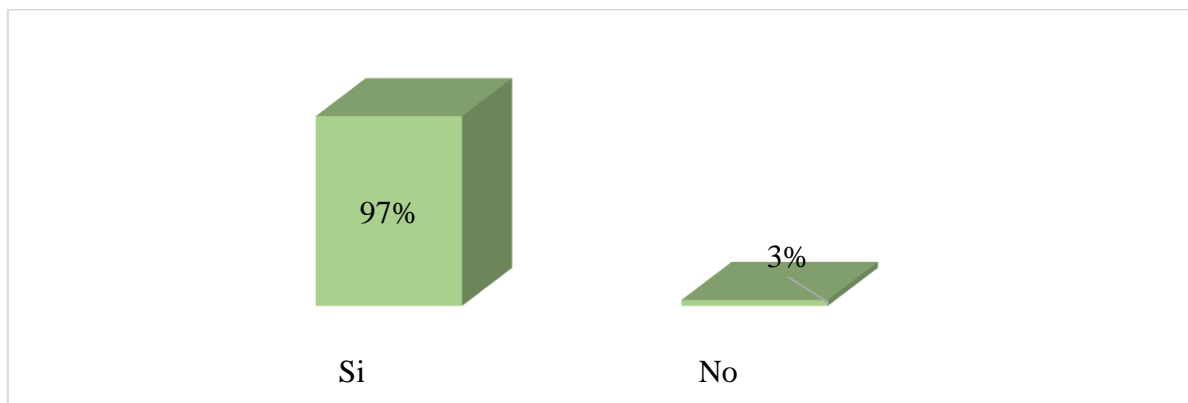
Figura 11. Tipo de cacao cultivado en el Ecuador.

##### Análisis.

El tipo de cacao que se cultiva en la provincia de Manabí varía en relación a su costo de producción y rendimiento, de hecho, a factores climáticos, por tal motivo, los productores de

cacao de esta zona mencionar que cultivan el tipo de cacao CCN-51, representado por un porcentaje superior, seguido de un porcentaje inferior que afirmó cultivar el cacao nacional.

**¿Considera usted que al mezclar el cacao manabita con el de otras provincias disminuye su calidad?**

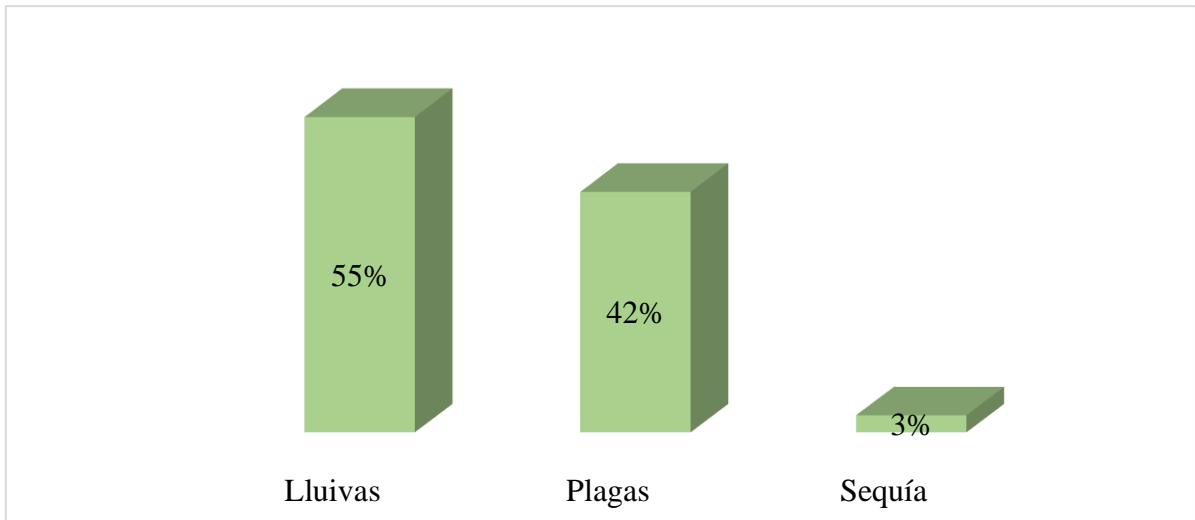


*Figura 12.* El cacao manabita con el de otras provincias disminuye su calidad.

### **Análisis.**

El suelo y condiciones climáticas para el cultivo de cacao en la provincia de Manabí, son considerados factores de suma importancia al momento de cultivar este producto, esto debido que la mayoría de los agricultores, casi en su totalidad mencionaron que al mezclar el cacao manabita con el de otras zonas disminuye su calidad, sin embargo, los agricultores que mencionaron que no disminuye su calidad son escasos, entendiéndose que este producto en esta provincia sobresale por su calidad como lo afirma el agricultor.

**¿Qué factores considera usted que disminuyen los niveles de producción de cacao en el país?**

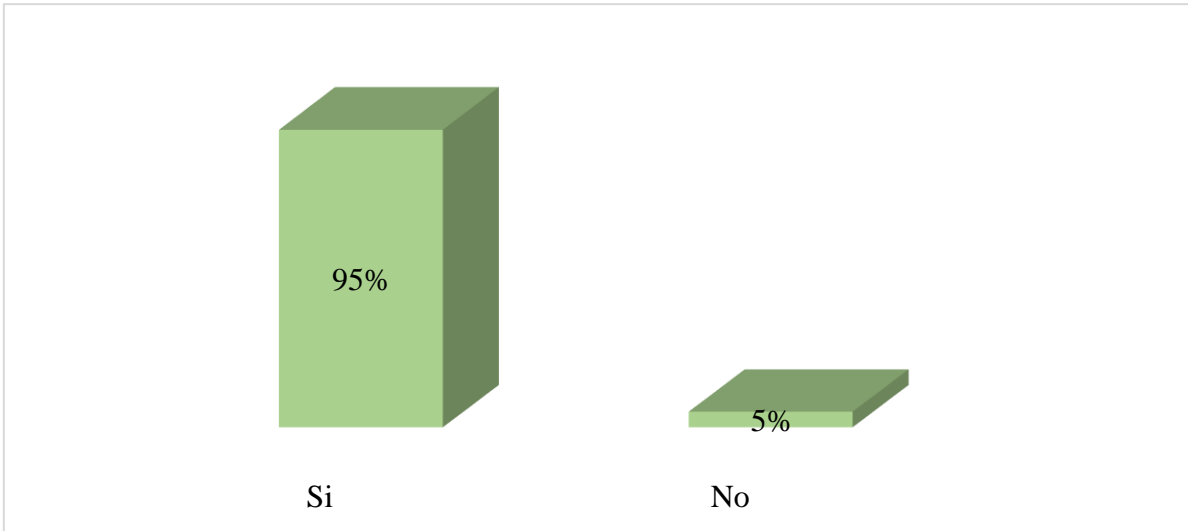


*Figura 13.* Los niveles de producción de cacao en el país.

### **Análisis.**

La disminución productiva del cacao en el país se presenta por varios factores externos e internos que limitan esta producción, en este sentido, según el sector cacaotero de la provincia de Manabí, afirma que el factor que disminuye la producción de este producto son las constantes lluvias que no permiten su adecuado desempeño, mientras que un porcentaje inferior afirmó que se debe por la presencia de plagas dañinas que afectan su cultivo, mientras que son escasos los productores que mencionaron que los deficientes niveles de producción se debe a la sequía, obteniendo de las lluvias y plagas son los principales factores dañinos en el cultivo de cacao.

**¿Usted tiene conocimiento de la competencia a nivel nacional e internacional del cacao?**

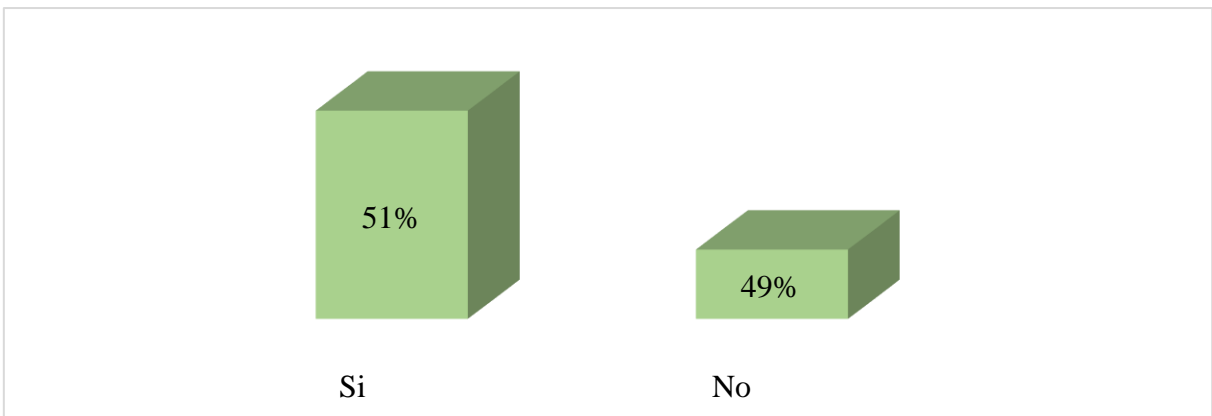


*Figura 14.* La competencia a nivel nacional e internacional del cacao.

**Análisis.**

Según la información de los agricultores de cacao mencionaron conocer sobre la competencia de sus productos a nivel nacional e internacional, siendo un punto a favor para la exportación de este producto, debido que identifica cuáles son sus principales competidores para realizar un estudio de mercado en relación a esta competencia que cada vez toma mayor fuerza en el mercado nacional e internacional, sin embargo, un mínimo porcentaje menciona desconocer sobre su competencia.

**¿Usted depende de los intermediarios “centro de acopios” para poder comercializar el cacao?**



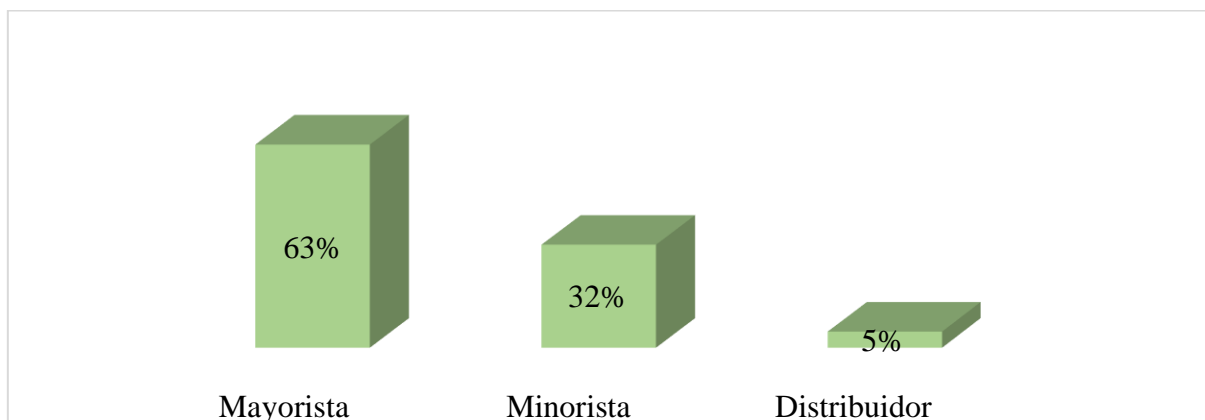
*Figura 15.* Uso de los intermediarios.

**Análisis.**



Según la información obtenida se puede evidencia que el sector ofertante de cacao en la provincia de Manabí posee un criterio dividido en la utilización de intermediarios para la comercialización de sus productos, es decir, se mantiene una tenencia equilibrada entre los productos que, se utilizan intermediarios para la venta de cacao y los que mencionaron mantener una relación directa con el consumidor, es decir, no utilizan una cadena de distribución en sus productos.

**En base a la respuesta anterior “Si su respuesta es SI” ¿Qué tipo de intermediarios posee?**



*Figura 16.* Tipo de intermediarios posee.

**Análisis.**

Ahora bien, en relación a los productores de cacao que afirmaron utilizar intermediarios o centros de acopio para comercializar sus productos, la mayor parte afirmo realizarlo con mayoristas, representados por un superior porcentaje, seguido de aquellos que mencionaron realizarlo con minoristas, mientras que un porcentaje limitado lo comercializan mediante distribuidores, cada intermediario llega a ser parte importante para los productores porque depende el precio del quintal de cacao que ha llegado a producir.

**¿Porque usted cree que el cacao tiende a tener una variación del precio en el mercado nacional e internacional?**

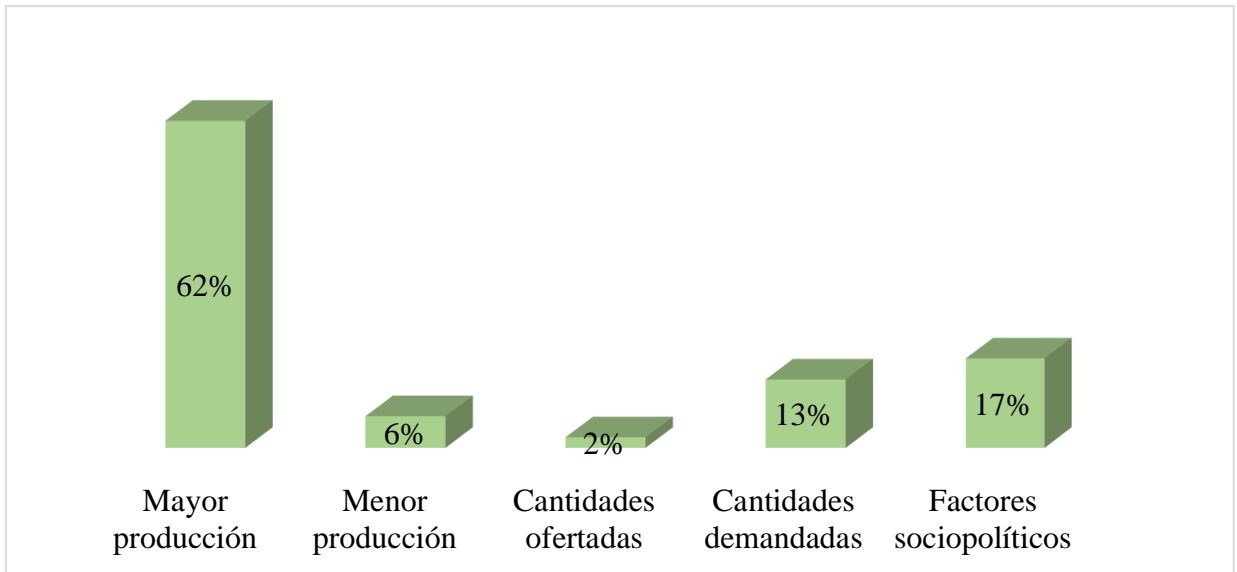


Figura 17. El cacao tiende a tener una variación del precio en el mercado nacional e internacional.

**Análisis.**

El precio del cacao en el mercado nacional e internacional varía en relación a ciertos factores que intervienen y las políticas del sector cacaotero, por tal motivo, los agricultores de cacao afirmaron que el precio de este producto varía cuando existen una sobreproducción, representado por el mayor porcentaje, seguido de un mínimo porcentaje que afirmo que este precio de basa en factores sociopolíticos y cantidades demandadas, sin embargo, son escasos los productores que mencionaron sobre la variación del precio en relación a su menor producción y cantidades ofertadas.

**¿Qué tipo de cacao comercializa?**

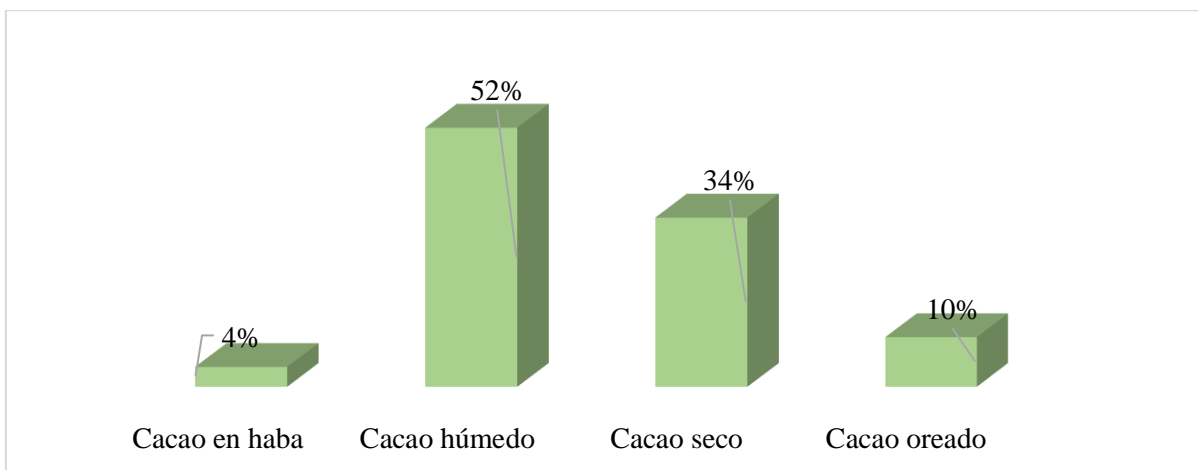
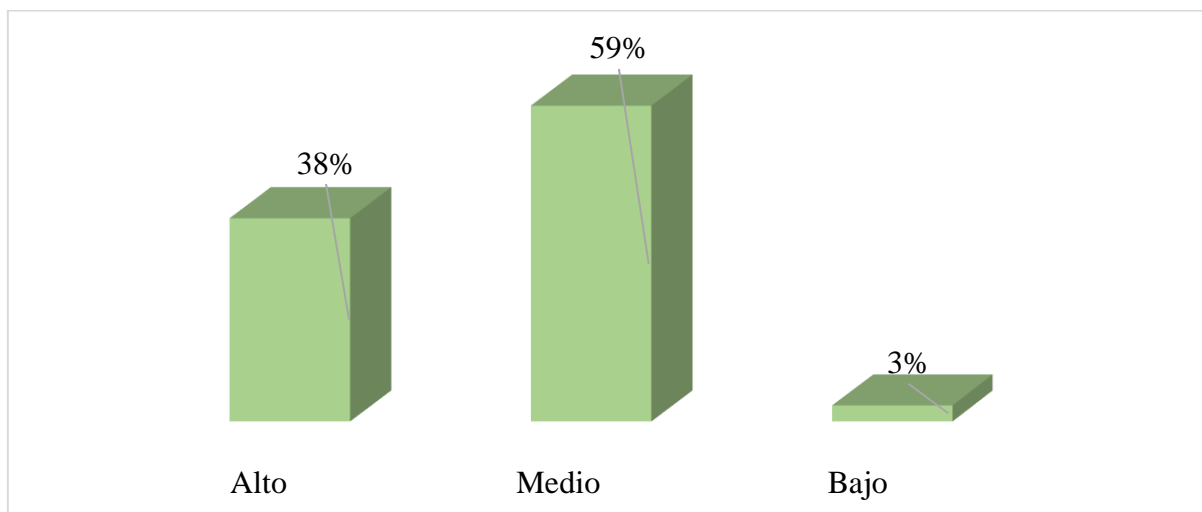


Figura 18. Tipo de cacao comercializa.

### **Análisis.**

En relación al tipo de cacao ofertado según la información obtenida mediante la investigación de campo, el sector cacaotero mencionó en un porcentaje superior que comercializa el cacao húmedo, seguido un inferior porcentaje que menciona distribuir el cacao seco, no obstante, un limitado porcentaje afirmó que comercializa el cacao oreado y en haba, siendo los tipos menos ofertados en el mercado, quizá debido a la escasa aceptación de la demanda en este tipo de cacao.

### **¿Cómo considera usted que es el consumo del cacao en los mercados internacionales?**

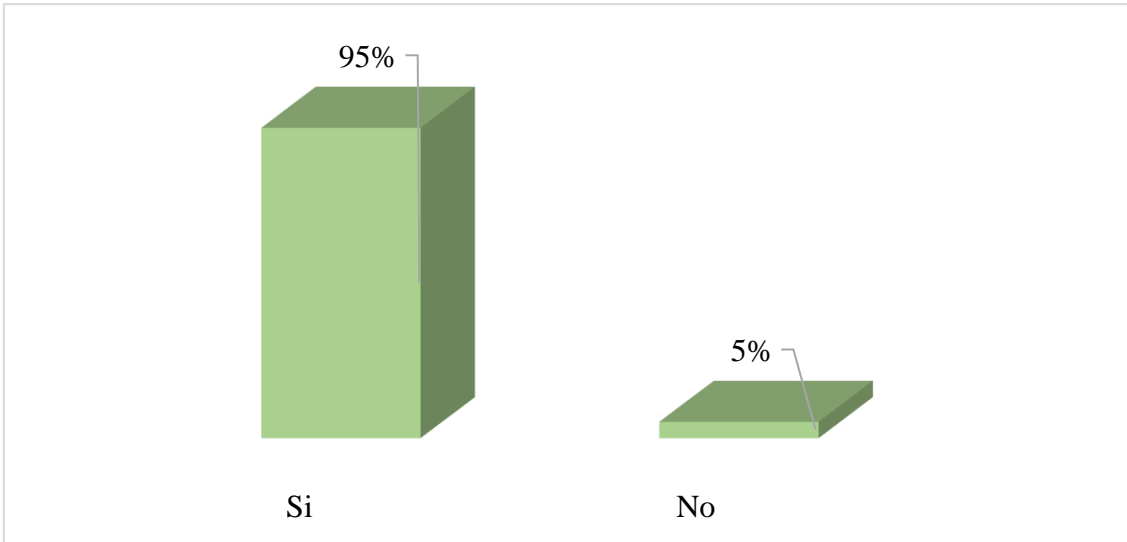


*Figura 19.* El consumo del cacao en los mercados internacionales.

### **Análisis.**

El mercado internacional de cacao es fuerte, debido a sus exigencias y la gran variedad de competencia de este producto, siendo el cacao ecuatoriano como un producto sobresaliente en relación a su competencia, por ende, según los agricultores de cacao de la provincia de Manabí mencionan que el consumo de cacao en los mercados internacionales es medio, mientras que un porcentaje inferior afirmó que es alto, sin embargo, los agricultores que mencionan que este consumo a nivel internacional es bajo son escasos como se observa en la gráfica.

### **¿Usted tiene conocimiento de la exportación del cacao a mercados internacionales?**

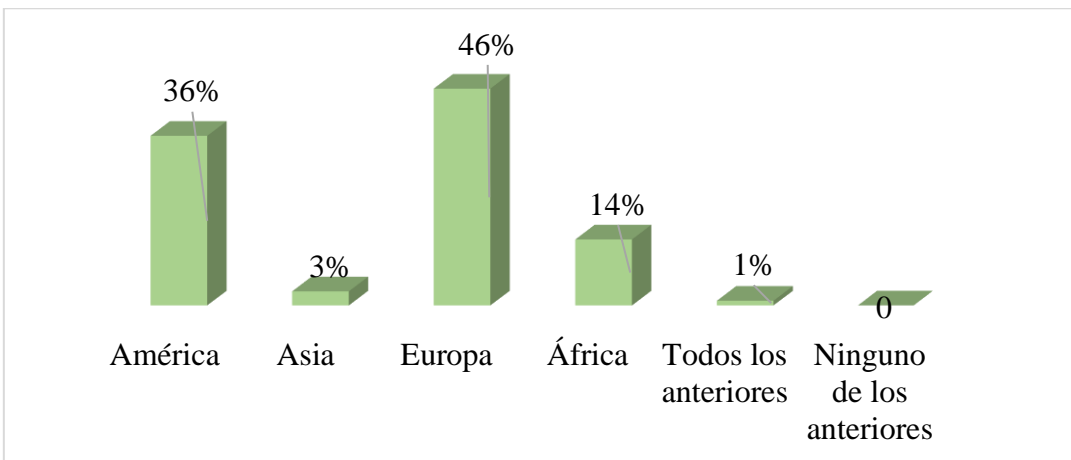


*Figura 20.* La exportación del cacao a mercados internacionales.

**Análisis.**

La comercialización de cacao a los mercados exteriores es el objetivo del sector cacaotero de la provincia de Manabí que les permita mejorar su rentabilidad, por tal motivo, los productores de cacao mencionaron conocer sobre la exportación de cacao a nivel internacional, esto se suscita porque realizan esta actividad, siendo el mercado objetivo en el exterior, no obstante, u grupo muy limitado afirmo desconocer sobre la exportación de sus productos, siendo los pequeños agricultores quienes presentan dificultades de acceso a nuevos mercados.

**¿Cuál mercado considera mayor atractivo para la exportación de cacao ecuatoriano?**



*Figura 21.* El mercado que se considera mayor atractivo para la exportación de cacao ecuatoriano.

## Análisis.

El mercado internacional se ha convertido en un desafío para los productores de cacao, debido a sus exigencias y niveles de competitividad, en este contexto, el mercado europeo y americano son considerados un mercado fuerte y atractivo para la exportación de cacao ecuatoriano según los productores de la provincia de Manabí, por su parte el mercado africano y de Asia son los menos atractivos para sector agrícola, debido a las garantías de importación de este producto en estas regiones.

### ¿Considera que la competencia en los mercados internacionales es fuerte?

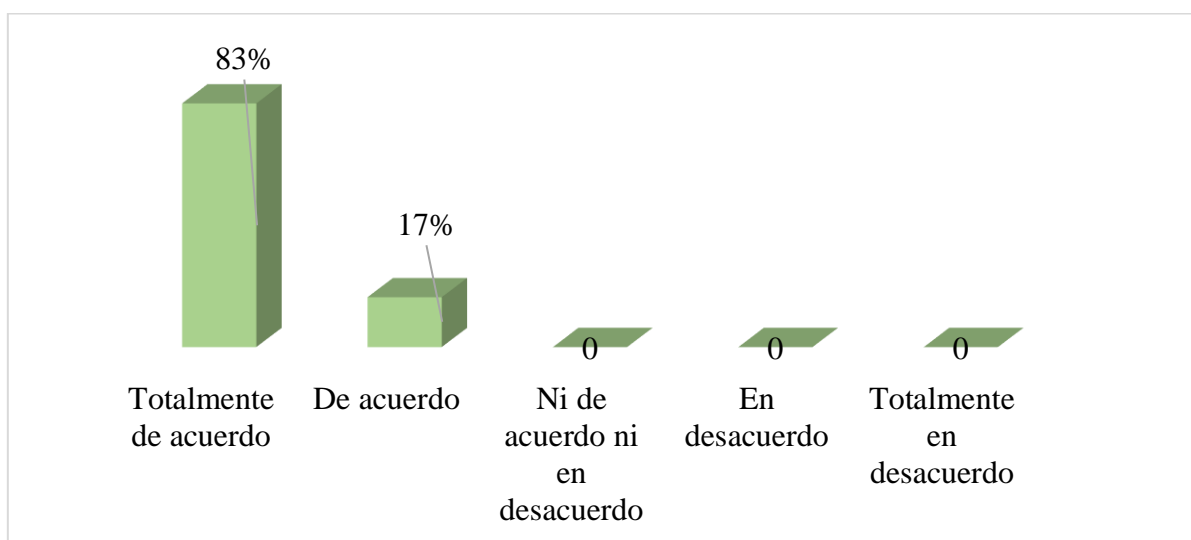
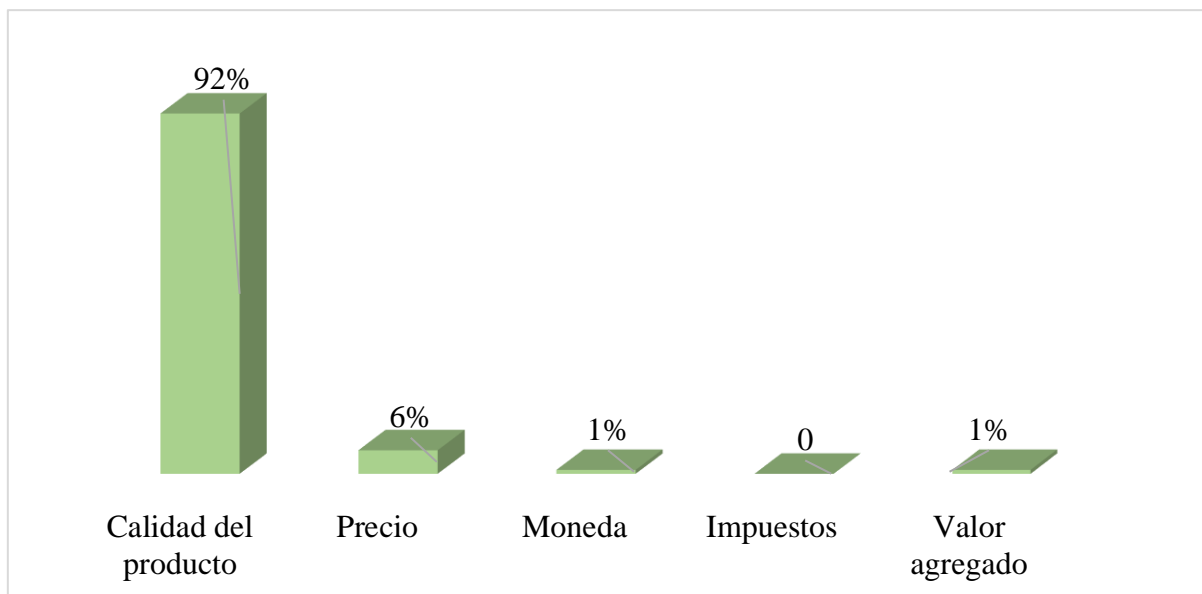


Figura 22. La competencia en los mercados internacionales.

## Análisis.

A nivel mundial los mercados internacionales son exigentes debido a la gran variedad de competidores, en donde el cacao ecuatoriano tiene mayor postula por su calidad, sin embargo, estos mercados presentan exigencias para importar este producto, en este sentido, es evidente que los agricultores están totalmente de acuerdo que el mercado internacional es fuerte por sus condiciones competitivas, además no existen agricultores que mencionen a estos mercados como débiles, puesto que este producto compite en un mercado sólido.

### ¿Cuál creen usted que es la principal ventaja competitiva del cacao ecuatoriano en relación a su competencia internacional?



*Figura 23.* La principal ventaja competitiva del cacao ecuatoriano.

### **Análisis.**

Si bien es cierto el cacao ecuatoriano es considerado como uno de los mejores a nivel mundial, permitiéndole incursionar nuevos mercados internacionales para su comercialización, por tal motivo los agricultores de cacao afirmaron que la principal ventaja competitiva del cacao ecuatoriano en relación a su competencia internacional se basa por la calidad de este producto, cumpliendo de esta manera con las expectativas de la demanda internacional, mientras que son escasos los agricultores que mencionaron el precio como una ventaja competitiva.

#### **4.1.2. Resultados de la entrevista a nivel nacional.**

Como sustento teórico fue puntual la técnica de la entrevista, se muestra los resultados mediante un cuestionario estructurado se exhibe a continuación:

Tabla 47. Entrevista a la Comercializadora Hermanos Ruiz.

Entrevistado	Nombre Empresa /Dirección	Actividad laboral	Objetivo
1	Comercializadora Hermanos Ruiz. El Carmen, Manabí. Ecuador.	Ing. Franklin Ruiz.	Recolectar información de campo en base a la oferta y mercados internacionales.
<b>Nº de Preguntas</b>	<b>de Preguntas</b>		<b>Respuestas</b>
		<b>Oferta</b>	
1	¿Cuál es la producción mensual que tiene su empresa?	Dentro de la comercializadora hermanos Ruiz el sector cacaoero llega a ser incierto ya que en ciertos meses puede llegar a subir como también puede llegar a bajar la producción. Sin embargo, existe una igual en ciertos meses de 500 toneladas al mes.	
2	¿Cuántas personas trabajan en esta empresa?	El personal es cien por ciento calificado en ciertas áreas como: en secado, secado previo, logístico y venta del cacao con un total 58 personas dentro de la comercializadora.	
3	¿Cuántas personas intervienen desde la venta a la comercialización?	Dentro de la comercialización viene a tener un proceso, la comercializadora tiene una conexión con el agricultor del cacao, lo que hace la comercializadora es al tener el cacao busca ya el mercado internacional para su venta en este proceso solo existe tres personas capacitadas en el área.	
4	¿Cuenta con personal calificado?	Si cuenta con el personal calificado en cada área.	
5	¿Sus principales clientes son	Dentro del mercado nacional ciertas empresas son rectoras de cacao que oferta la	

- nacionales y/o internacionales: cuáles son?
- Comercializadora Hermanos Ruiz como es la empresa “La Fabril” que se dedica la fabricación de productos de aseo y cuidado personal está posesionada en el mercado del Ecuador. Además, en el mercado internacional contamos con dos países de destino que es Estado Unidos y Suiza en este país cuentan con dos empresas que conllevan un convenio.
- 6** ¿Con que frecuencia cultiva su producto?
- Es bien cierto Manabí al ser una provincia con un suelo apto para la producción de cacao, pero el cultivo del árbol desde el momento que de siembra lleva dos años el crecimiento después de este tiempo se produce el cacao y todo dependerá del cuidado del árbol su producción y duración de vida para volver a cultivar otro árbol de cacao.
- 7** ¿Ud. Comercializa los productos a nivel local, nacional o internacional?
- Al ser una empresa que cuenta con convenios internacionales y nacionales si es bien cierto al ser una comercializadora también nos dedicamos a ser distribuidores locales dentro de la provincia para ciertos compradores que realicen el proceso de industrialización del cacao y lo comercialicen a nivel nacional.
- 8** ¿Cuál es la cantidad que tiene disponible para vender a un nuevo cliente?
- La comercializadora siempre cuenta con una reserva por motivo que siempre existe nuevos clientes que venden o comprar el producto, en este caso las empresas artesanales son con mayor frecuencia que entes caso compran de 40 a 50 quintales de cacao ya listo, mientras al mercado internacional se exporta de 400 500 toneladas mensual.
- 9** ¿Cuánto es su producción mensual de cacao?
- La producción mensual dependerá mucho del hectareaje.  
Una hectárea se puede llegar a cosechar 5 quintales.
- 10** ¿Cuántas veces cosecha cacao?
- La cosecha del cacao en si es una vez al mes.



mensual?

### **Mercados internacionales**

- 1** ¿Cómo ha evolucionado el sector cacaotero en los últimos años en la ampliación de nuevos compradores internacionales?

El ser cacaotero en el Ecuador ha ido evolucionando y por ende mejora su producción gracias al fito-mejoramiento que es cambiar la planta del cacao de un árbol grande que producía menos y su crecimiento es un largo tiempo, ahora se utiliza plantas más pequeñas que producen más dato adicional.” Sin embargo, La empresa Capari al ser una empresa de chocolate orgánico ha ganado dos veces al mejor chocolate del mundo aplicando el fito-mejoramiento”.
- 2** ¿Cuál es su criterio frente a la exportación de cacao a mercados internacionales?

El cacao Manabita al ser conocido como la pepa de oro es demandado al nivel internacional como nacional, por lo tanto, el cacao al ser industrializado para el consumo del ser humano, también ha incursionado el mercado de los cosméticos esto permitiendo que la balanza del Ecuador tenga mayor exportación de materias primas y no importaciones por si es bien cierto afectaba la industria nacional del sector cacaotero.
- 3** ¿Cuál es la ventaja competitiva del cacao ecuatoriano en relación a la competencia internacional?

La ventaja competitiva del cacao ecuatoriano es conocido en el mundo como el cacao del mundo o cacao fino de aroma, la competitividad se da por alto nivel de calidad que es demandado en ciertos países como Japón, Alemania y Suiza a pesar el mundo del cacao también existe fuertes competidores como es Costar de Marfil que tiene un gran producción y exportación, pero frente a esto el cacao Manabita sigue el mercado internacional.
- 4** ¿Cuáles son las principales

Como estrategia importante es la Exportación directa entre el agricultor y el

estrategias que puedan utilizar los comprador del cacao para su posterior industrialización.  
exportadores de cacao para el ingreso  
a mercados internacionales?

- 5 ¿Cuáles cree que son los mejores internacionales para exportar cacao? La empresa siempre ha estado dentro del mercado tradicional donde existe ya grandes vendedores de cacao y la donde siempre se ha buscado estrategias para mantenerse dentro del mercado para ello debemos siempre estar en constante cambios como es la aplicación del fito-mejoramiento de las asociaciones cacaoteras, el mejor mercado debería ser el primer comprador sería los países asiáticos por el motivo que tiene un gran número de población como es Japón.

---

*Elaborado por:* Autoras

### **Análisis:**

Es una comercializadora dedicada a la compra y venta de cacao fino de aroma, según detalles de las entrevista otorgados por el gerente de la misma, cuenta con 58 personas calificadas para cada área de secado, pre secado y logísticas constando con una producción mensual de 500 toneladas pero muchas veces puede variar las toneladas, sea por los cambios de climas, plagas y entres otros factores que disminuyen la producción, la comercialización es directa entre los agricultores e intermediarios y las empresas que son las encargadas de que llegue el producto a los mercados internacionales. Siendo los principales clientes receptores de los productos a nivel nacional son la empresa Fabril y a nivel internacional los Estados Unidos y Suiza, el cacao en relación a su cultivo es de 3 años para que pueda producir, muchas veces dejan de producir porque es muy largo el periodo de cultivo, y por ende a veces no se puede satisfacer las demandas de los mercados internacionales.

Tabla 48. Entrevista a la Empresa Mai&Cao

Entrevistado	Nombre/Dirección	Actividad laboral	Objetivo
2	Exportadora Agrícola Empresa Ma&Cao Manabí	Economista David Cáceres	Recolectar información de campo en base a la oferta y mercados internacionales.

N° de pregunta	Preguntas	Respuestas
		<b>Oferta</b>
1	¿Cuál es la producción mensual que tiene su empresa?	La producción del cacao en la exportadora Ma&Cao con llega una totalidad de 600 quintales mensual mente, sin embargo, esta cantidad puede llegar a variar según los meses ya que mucho influye el medio ambiente.
2	¿Cuántas personas trabajan en esta empresa?	Dentro de la empresa existe 80 personas que trabajan y que están capacitados para cada área como es de venta y compra del cacao.
3	¿Cuántas personas intervienen desde la venta a la comercialización?	Dentro del área de venta o también dentro de la empresa se lo conoce como punto de venta existe tres personas que ayudan a la comercialización del cacao sea a nivel nacional e internacional.
4	¿Cuenta con personal calificado?	La empresa en si ha aplicado el proceso interno de contar con personal capacitado, pero la empresa también trata de permanecer informados del mercado para ello se realizar capacitaciones internas al personal en ciertos tiempos para mejor rendimiento.
5	¿Sus principales clientes son nacionales y/o internacionales: cuáles son?	Los principales clientes a nivel nacional son las pequeñas y grandes empresas que se dedican a la comercialización del derivado del cacao, mientras a nivel internacional contamos con el país de Estados Unidos y existe ciertas empresas que compran.

- 6 ¿Con que frecuencia cultiva su producto? La cultivación del árbol del cacao con lleva dos años desde el momento de nacer, todo dependerá del cuidado y manejo del agricultor a los dos años tiende a producir el cacao.
- 7 ¿Ud. Comercializa los productos a nivel local, nacional o internacional? La empresa en si dedica a la exportación al extranjero que al mercado nacional por el alto nivel de compra mientras a nivel nacional dependerá que el cliente necesita también se vende el cacao.
- 8 ¿Cuál es la cantidad que tiene disponible para vender a un nuevo cliente? La disponibilidad de cacao para la venda en un día normal es de 100 a 200 quítales dentro del mercado nacional esta cifra viene a ser exacta porque en si nos enfocamos el mercado internacional.
- 9 ¿Cuánto es su producción mensual de cacao? la producción mensual de cacao de 500 mensuales que puede también variar ya que la cosecha se lo realiza cada 22 días.
- 10 ¿Cuántas veces cosecha cacao mensual? En la empresa se cosecha de 15 a 22 días dentro del mes.

### **Mercados internacionales**

- 1 ¿Cómo ha evolucionado el sector cacaotero en los últimos años en la ampliación de nuevos compradores internacionales? El constante cambios se debe a la gran calidad que tiene el cacao esto llevando a que el mercado varíe en los precios, esto conlleva a que la empresa o la asociación ponga en práctica el fito-mejoramiento de producir más a un costo menor. Los comprados en si el mercado internacional es cada vez más estricto en las normas de calidad.
- 2 ¿Cuál es su criterio frente a la exportación de cacao a mercados internacionales? La exportación de cacao ayuda mucho a las familias que se dedican, por que tiende a tener una economía estable y contribuye a no importar de otros países los que podemos producir aquí en el Ecuador.

- |   |   |   |
|---|---|---|
| 3 | ¿Cuál es la ventaja competitiva del cacao ecuatoriano en relación a la competencia internacional?                                 | La ventaja competitiva que tiene el cacao manabita es su gran calidad y su sabor. A pesar que otros países se dedican a la producción y exportación de cacao llega ser una competencia por estar entre los mejores en el mercado para ello este sector se ha enfocado al fito-mejoramiento. |
| 4 | ¿Cuáles son las principales estrategias que puedan utilizar los exportadores de cacao para el ingreso a mercados internacionales? | Como estrategias que tenemos en la exportadora Ma&Cao. <ul style="list-style-type: none"> <li>- La calidad del cacao.</li> <li>- El precio.</li> <li>- Venta directa sin intermediarios.</li> </ul>   |
| 5 | ¿Cuáles cree que son los mejores internacionales para exportar cacao?   | El fito-mejoramiento que se aplicado en la exportadora ha ayudado a estar entre los mejores en sector cacaotero, sin embargo, para ello se ha propuesto objetivos de posesionarnos dentro del mercado internacional.  |

---

*Elaborado por:* Autoras

**Análisis:**

La producción de cacao de la exportadora es de 600 quintales mensuales, teniendo un mayor aporte a esta empresa es la provincia de Manabí, contando con un personal totalmente calificado de 80 personas, aunque en la venta para la comercialización del producto es de un máximo de 3 personas y cabe recalcar que se realizan capacitaciones en todas las áreas, su principal cliente de forma directa es los Estados Unidos solo venden a este país como lo detalla es señor Gerente en la entrevista, teniendo cosechas cada 15 días para satisfacer la demanda de este producto a este mercado en específico, pero la exportación es mensualmente, en algunas ocasiones por situaciones que pasan en el sector cacaotero varían los precios, siempre han ofrecido cacao de calidad para tener una mejor demanda del producto, a pesar de que tienen otros mercados objetivos como lo es el de Europa por los buenos precios aunque todavía no se han arriesgado a este nuevo mercado.

*Tabla 49.* Entrevista a Corporación Fortaleza del Valle.

<b>Entrevistado</b>	<b>Nombre/Dirección</b>	<b>Actividad laboral</b>	<b>Objetivo</b>
1	Corporación Fortaleza de valle  Km 1 y medio vía Calceta, Canuto, Calceta	Ing. Beto Zamora	Recolectar información de campo en base a la oferta y mercados internacionales.
<b>Nº de pregunta</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	
		<b>Oferta</b>	
1	¿Cuál es la producción mensual que tiene su empresa?	La Corporación Empresa Fortaleza producen en el año 2022 una cantidad 100.000 toneladas mensual, porque la implementación de fito-mejoramiento en el sector cacao, también se debe a que ciertos agricultores de palma africana se unieron a la producción de cacao.	
2	¿Cuántas personas trabajan en esta empresa?	La empresa cuenta con 600 personas entre socios y empleados que contribuyen a exportación nacional e internacional del cacao.	
3	¿Cuántas personas intervienen desde la venta a la comercialización?	Existen tres áreas importantes dentro la empresa y una de ellas son el área de comarcalización de cacao donde existen personas donde se divide 5 personas en el área nacional y el restante en el área internacional.	
4	¿Cuenta con personal calificado?	Dentro del personal de la corporación cuenta con personas calificadas y no calificado pero que los años de trabajo han desarrollo el conocimiento del cultivo, pre secado y secado del cacao ecuatoriano.	
5	¿Sus principales clientes son nacionales y/o internacionales?	La Corporación Fortaleza del Vale a nivel nacional contamos con un cliente fijo como es la Empresa Valle de clarisa y a nivel internacional contamos con el mercado	

- cuáles son? tradicional.
- 6 ¿Con que frecuencia cultiva su producto? En los años anteriores el cultivo de cacao se lo realizaba cada dos por la afectación del clima o las plagas, sin embargo, el mercado de cacao cada vez ha ido mejorando y su calidad ha subido y por esa razón se aplico el fito-mejoramiento esto permitiendo tener un mayor número de producción.
- 7 ¿Ud. Comercializa los productos a nivel local, nacional o internacional? El cacao se comercializa un 5% a nivel local, un 20% a nivel nacional y el 75% a nivel internacional, porque el mayor número exportación permite tener mayor rentabilidad la empresa esto permitiendo tener mayores fuentes de trabajo.
- 8 ¿Cuál es la cantidad que tiene disponible para vender a un nuevo cliente? La disponibilidad del cacao es dependiendo el pedido nos realizan las empresas o los artesanos.
- 9 ¿Cuánto es su producción mensual de cacao? La producción mensual tiene a variar, pero existe una aproximación de 100.000 toneladas dentro del este año 2022.
- 10 ¿Cuántas veces cosecha cacao mensual? Al implementar el fito- mejoramiento la cosecha se lo ha realizado semanal, esto permitido ser competitivo en el mercado internacional.

### **Mercados internacionales**

- 1 ¿Cómo ha evolucionado el sector cacaotero en los últimos años en la ampliación de nuevos compradores internacionales? La evolución de la exportación del cacao ha ido mejorando gracias a unión de las empresas, asociaciones y el gobierno, sin embargo, siempre ha sido el mercado tradicional el objetivo, se debería ampliar y apuntar otros compradores por que el cacao es calidad y tiene un bien precio.
- 2 ¿Cuál es su criterio frente a la Mediante la exportación el país se beneficia del ingreso económico esto permite tener

exportación de cacao a mercados menor importación donde evita afectar al sector cacaotero.

internacionales?

- 3 ¿Cuál es la ventaja competitiva del cacao ecuatoriano en relación a la competencia internacional? La ventaja del cacao Manabita es:
- Calidad
  - Precio
  - Diferencia de sabor y nutrientes
- 4 ¿Cuáles son las principales estrategias que puedan utilizar los exportadores de cacao para el ingreso a mercados internacionales? La estrategia se optado en el mercado internacional para poder competir con otros cacaos del mundo son:
- Variedad
  - Calidad
- 5 ¿Cuáles cree que son los mejores mercados internacionales para exportar cacao? Los principales mercados para poder comercializar el producto son:
- México
  - Estados Unidos

---

*Elaborado por:* Autoras

**Análisis:** Esta corporación agrupa a 600 personas entre socios y empleados, tanto produce y comercializa porque es una de las organizaciones más importantes de la provincia, pero a comparaciones de otras esta cuida el medio ambiente así ofreciendo una producción mensual de 100000 toneladas de cacao, pero en la comercialización y venta solo intervienen 10 personas dentro de este proceso, siendo sus principales clientes el Valle del Carrizal y otras importadoras dentro de otras provincia dedicadas a los mismo, y las estrategias que aplican ellos son un producto de calidad y de variedad, que solo lo pueden conseguir en algunas empresas de Manabí, aunque el precio afecte en ocasiones a las exportaciones, pero los posibles mercados que quieren distribuir su producto es México, Estados Unidos y otros países que demanda el producto.



### 4.1.3. Resultados de las encuestas a nivel internacional (Competitividad).

#### ¿Cuál es la producción mensual que importan cacao?

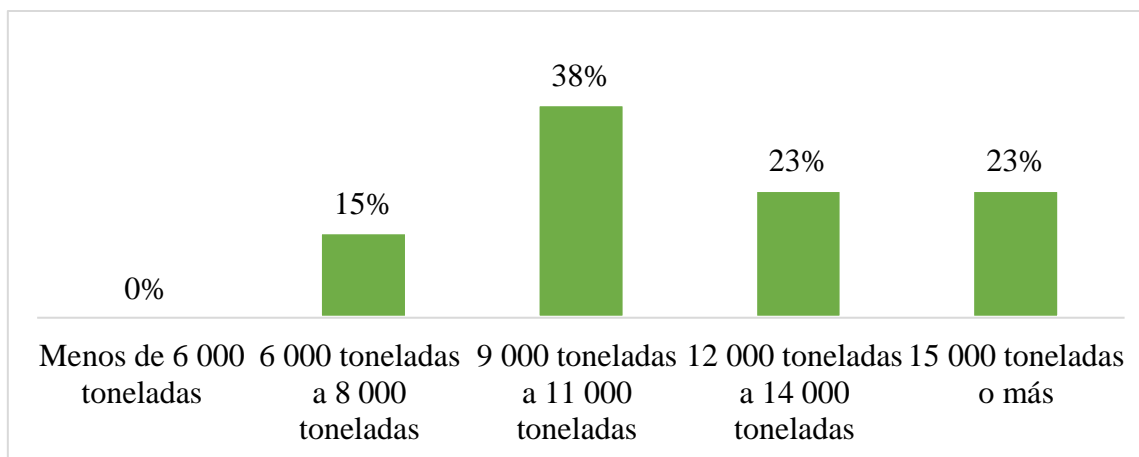


Figura 24. La producción mensual que importan cacao.

#### Análisis.

Las empresas de los diferentes países que se encuestaron sobre la importación del cacao en grano mencionan que la producción promedio que importan es alrededor de los 9.000 a 11.000 toneladas mensual representando un 38%, por lo mismo implica que la importación de este producto puede variar en los diferentes meses, aunque en este caso el cacao es importante que tenga mayor producción para así ser más importados por los diferentes países que se dedican a la importación del semejante.

#### ¿Cuáles son sus principales países que usted importa cacao?

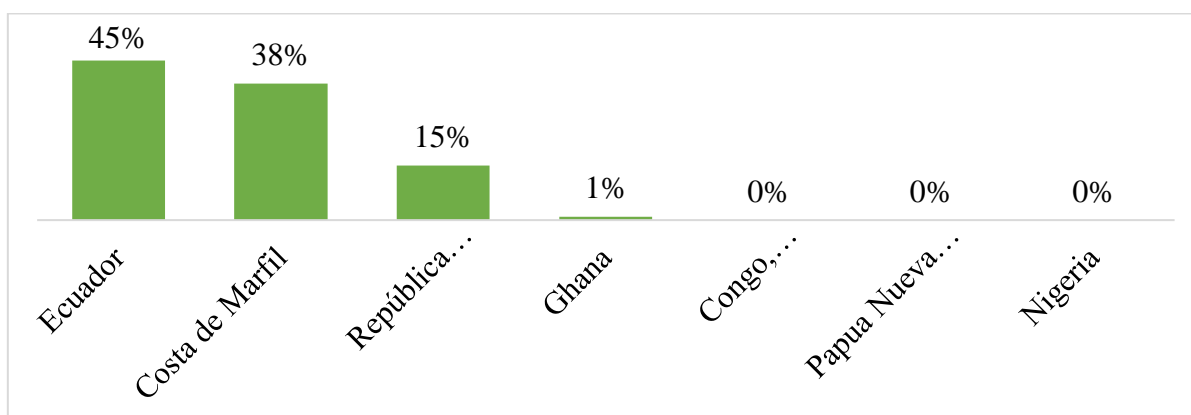


Figura 25. Principales países que usted importa cacao.

## Análisis.

En el presente gráfico como se observa tanto Ecuador, Costa de Marfil y República Dominicana, son los países que tienen más participación en las empresas, estos entes requieren este producto para sus derivados como son en la cosmetología, farmacéutica y confitería, aunque otros países participan en satisfacer la demanda de estas empresas extrajeran no tienen tanta participación a comparación de otros países como se les menciono anteriormente.

### 3.Cuál es su nivel de demanda en relación al cacao?

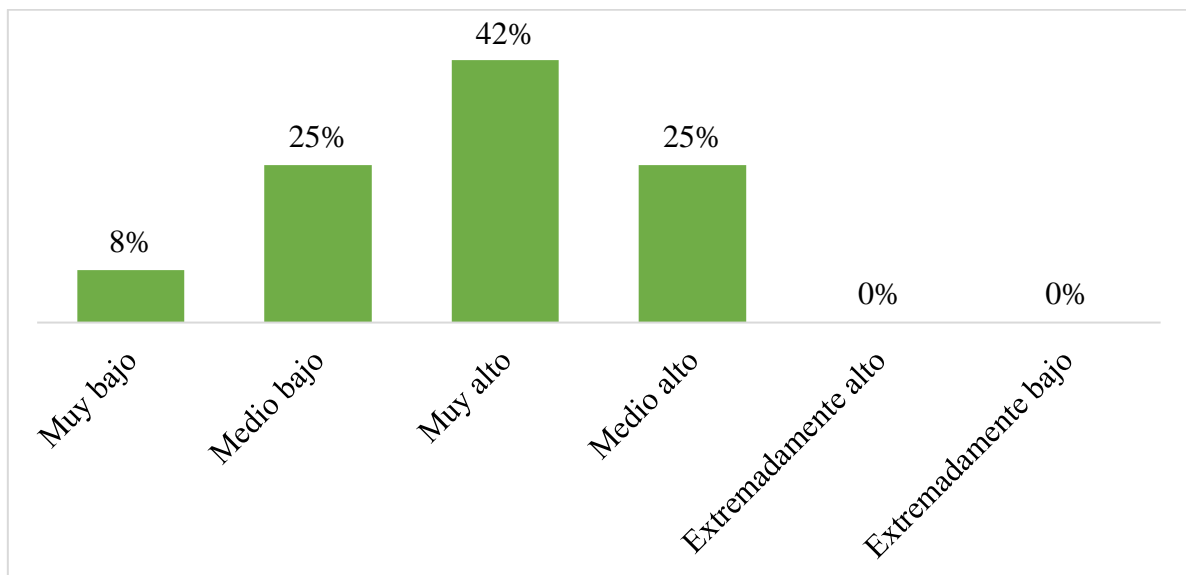


Figura 26. Demanda en relación al cacao.

## Análisis.

El nivel de demanda de estos países es muy alto con un porcentaje 42%, siendo así porque son países que cuenta con altos niveles de diversificación de algunos productos derivados del cacao, por ende sus productos son muy demandados porque utilizan productos de calidad aunque algunos países no cumplan todavía con las demandas de algunos de estos, pero como Costa de Marfil es un gran exportador, pero no cuenta con niveles de calidad por lo que Ecuador si cuenta con calidad por eso tienen un alto índice de demanda de algunos países.

### ¿Usted para que utiliza el cacao que procesa e industrializa?

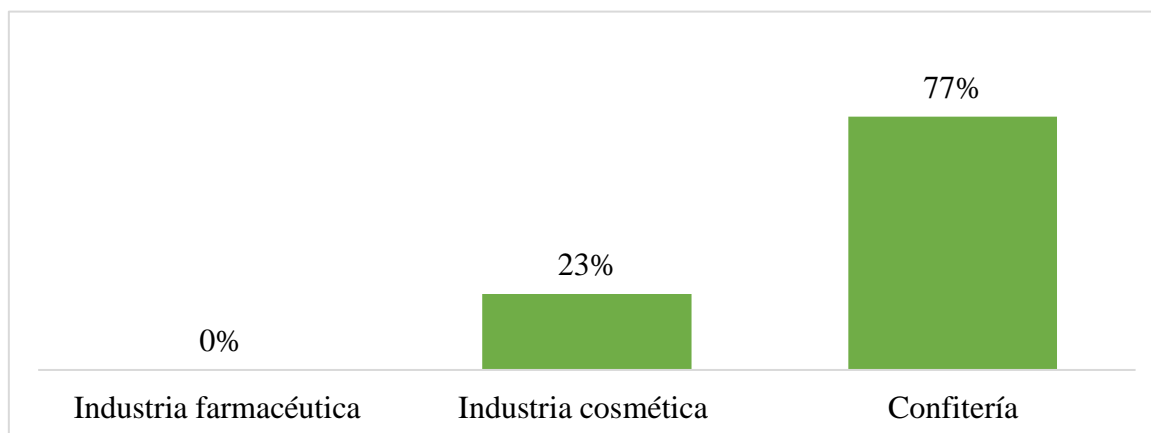


Figura 27. Para que utiliza el cacao que procesa e industrializa.

#### Análisis.

El cacao además de su uso tradicional en la producción de chocolate y confitería, la manteca de cacao también se utiliza en la industria farmacéutica y en la fabricación de cosméticos. Aunque la demanda del cacao depende de las condiciones para el cultivo del cacao como son las condiciones climáticas específicas hacen que ocurra solo dentro de un área geográfica específica. Mientras que la industria de confitería y cosméticos se concentra en empresas de Europa y Norteamérica como Mars, Nestlé y Cadbury representando un 23% de cosméticos y 77% en confitería.

### ¿Cuáles de los países que usted importa cacao es de mejor calidad?

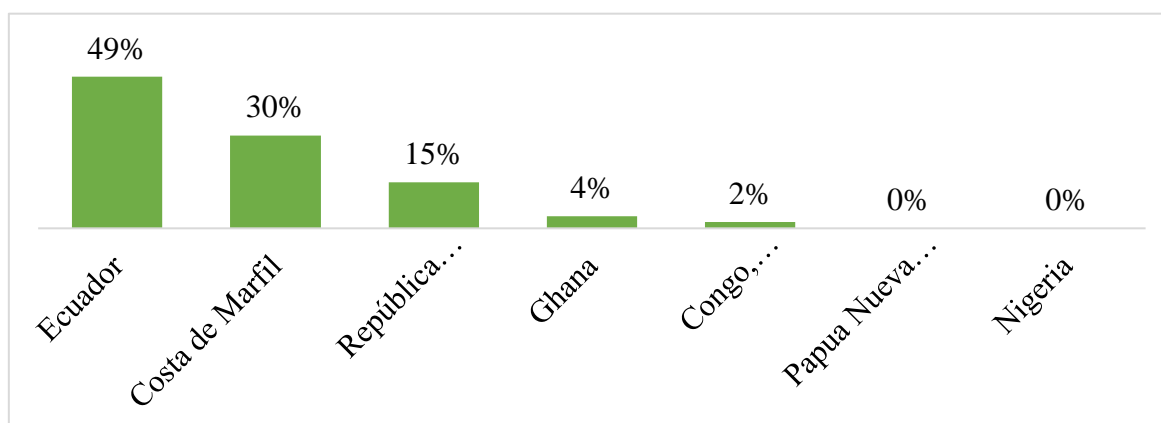
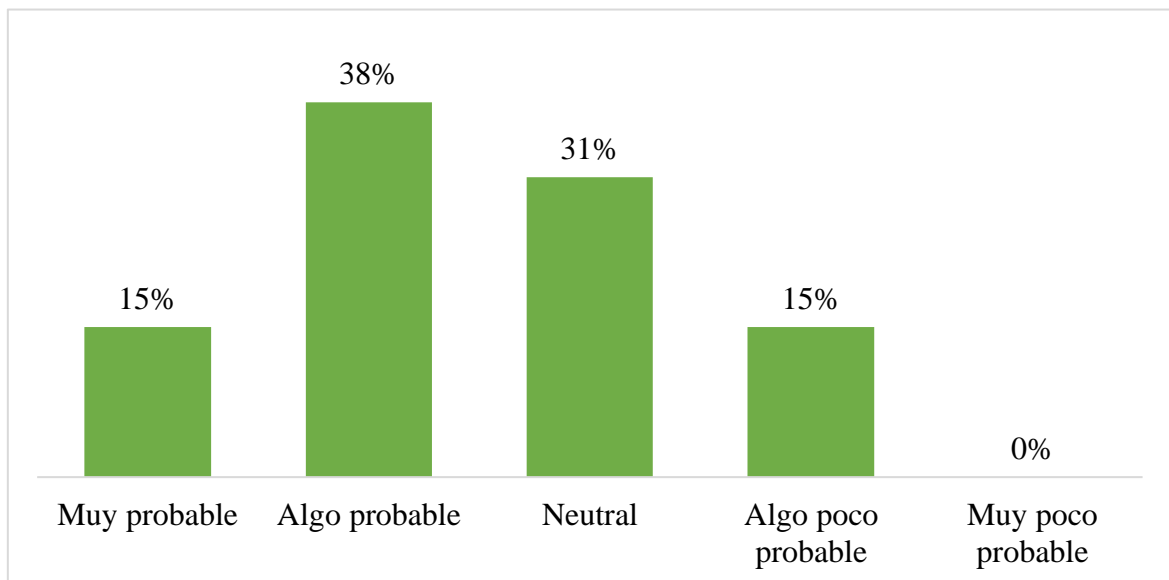


Figura 28. Los países que usted importa cacao son de mejor calidad.

### **Análisis.**

El cacao ecuatoriano para los encuestados es uno de los que tiene mayor calidad con un porcentaje de 49%, el secreto está en la calidad de las materias primas. El cacao cultivado en suelo ecuatoriano le da al chocolate su sabor, textura y aroma únicos. Por eso es necesario tanto a nivel nacional como internacional. Se caracteriza por un alto porcentaje de cacao de alta calidad, lo que lo convierte en un producto más saludable a comparación de Costa de Marfil.

### **¿Ah decido comprar el producto a otro país?**



*Figura 29.* Ah decido comprar el producto a otro país.

### **Análisis.**

En la mayoría de los países tratan de buscar diferentes países para poder satisfacer su demanda de productos elaborados de cacao porque en algunos las empresas exportadoras de cacao no satisfacen sus demandas para hacer la diversificación de productos y ofrecer en el mercado, por ende, casi siempre buscan beneficios para las empresas y el sector cacaotero de sus derivados y el índice de es de un 38% de probabilidad de comprar en otros mercados fuera del habitual que compran.

### De acuerdo a lo que usted respondió anteriormente ¿por qué?

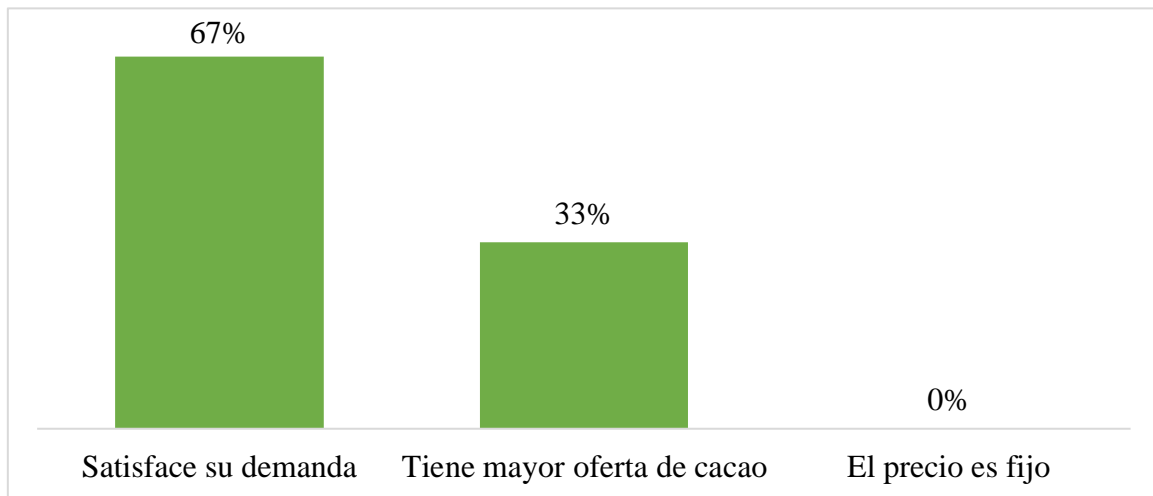


Figura 30. El nivel de satisfacción de la demanda.

### Análisis.

Lo que se puede determinar que la mayoría de los países tratan de buscar otros países para comprar cacao en grano para satisfacer su demanda porque muchas veces no llegan a completar los niveles de toneladas de cacao para elaborar sus derivados en este caso sea en el sector de la industria de la confitería, cosmetología y farmacéutica. Por eso para cada empresa de cada país es fundamental cumplir la demanda de los clientes.

### ¿Qué tipo de estrategia competitiva aplica usted aplica para ofrecer un buen producto?

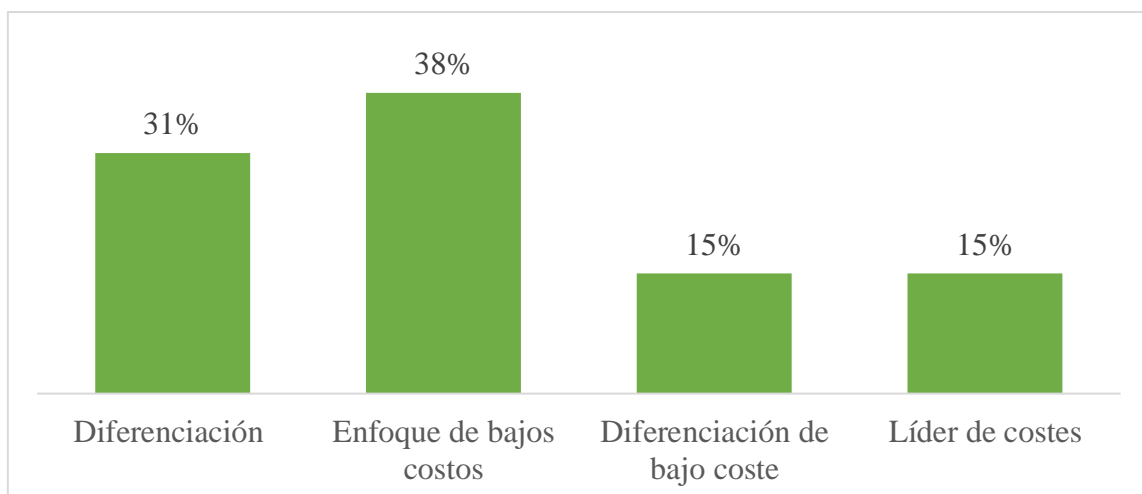
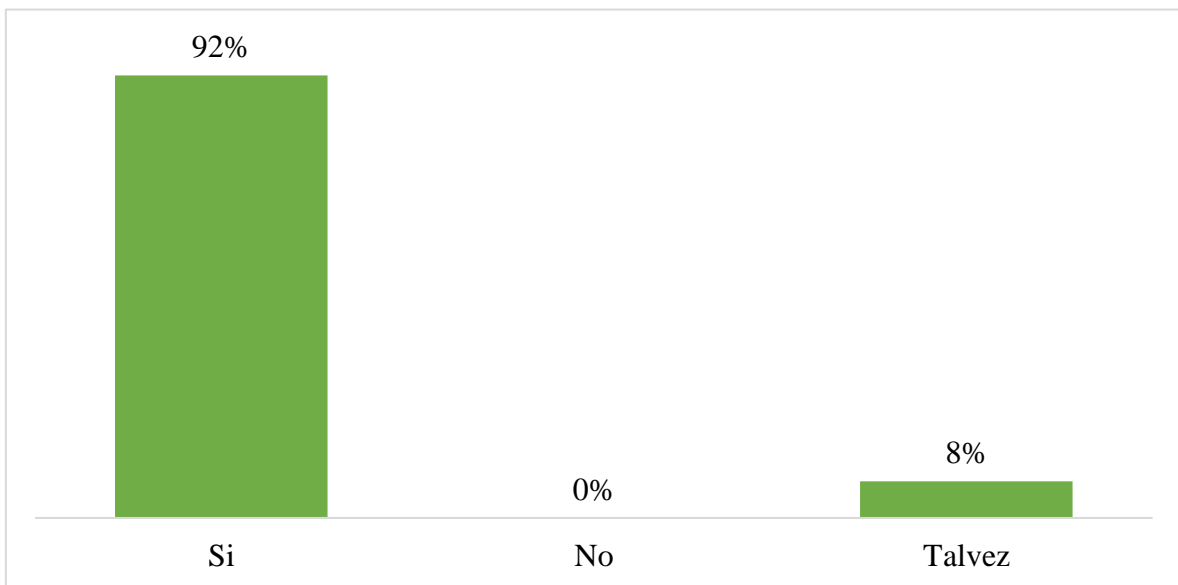


Figura 31. La estrategia de competitiva aplica usted aplica para ofrecer un buen producto.

### **Análisis.**

Mediante los datos analizados lo que la mayor parte de las empresas buscan y aplican son enfoque con bajos costos, porque les permite competir en los mercados con un buen producto y a parte tienen poca competencia, pero en el sector cacaotero es muy difícil aplicar este tipo de estrategia lo cual la diferenciación es más factible para otras empresas porque apunta a tener mayor demanda porque ofertan un producto diferente a los demás con exclusividad.

**¿Usted cree que mezclar los tipos de cacao disminuye su nivel de calidad al momento de elaborar sus derivados?**



*Figura 32.* Los tipos de cacao disminuye su nivel de calidad al momento de elaborar sus derivados.

### **Análisis.**

El cacao según los datos si disminuye sus niveles de calidad al momento de la fabrican tanto para confitería, cosméticos y farmacéutica, aunque cabe mencionar que la calidad del cacao comienza desde el cultivo, algunos producirán una gran cantidad, cada mazorca tiene una gran cantidad de granos, pero estos granos son pequeños y livianos, y también tienen rendimientos altos, pero depende mucho de los factores climáticos y de los procesos técnicos que aplique los productores.

### ¿Por qué usted cree que varía el precio al momento de comprar el producto?

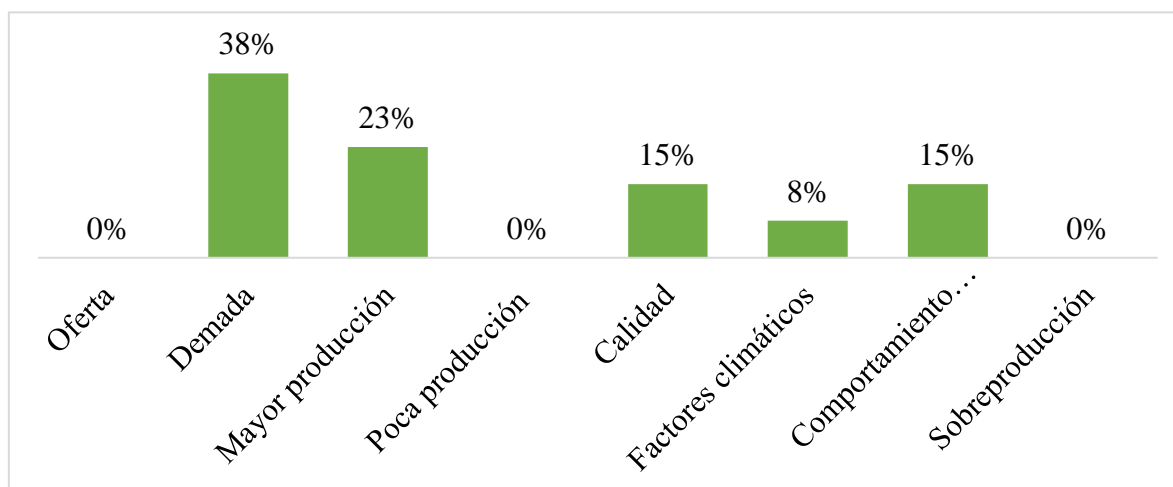


Figura 33. Varía el precio al momento de comprar el producto.

### Análisis.

El precio de los granos de cacao se determina en función de la oferta y la demanda del producto en el mercado mundial. Sin embargo, el cultivo del cacao y sus precios son cíclicos. La subida y bajada de precios en un determinado periodo afecta directamente a la oferta y demanda de los diferentes productos. Entre ellos, los más importantes son los factores climáticos adversos para los cultivos, las expectativas de productores y consumidores sobre el comportamiento del mercado.

### ¿Cree usted que Ecuador es un gran potencial exportador de cacao?

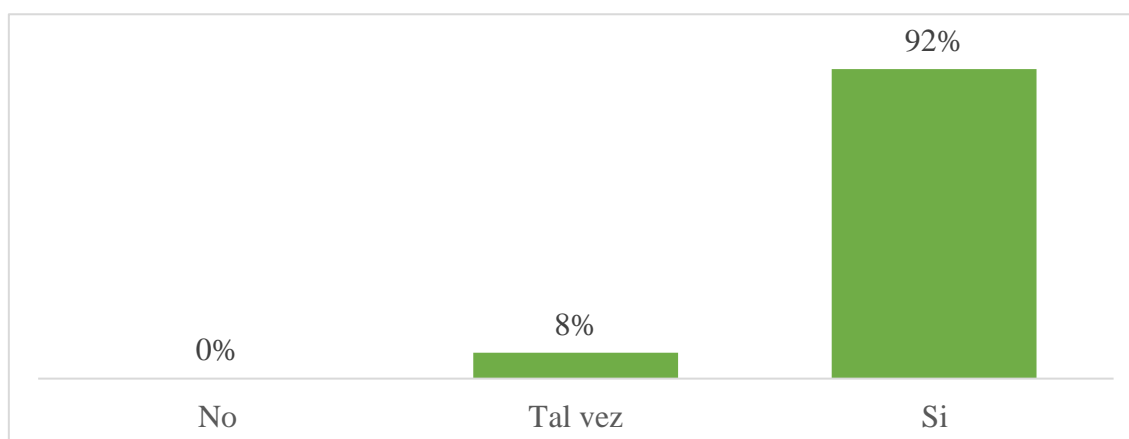
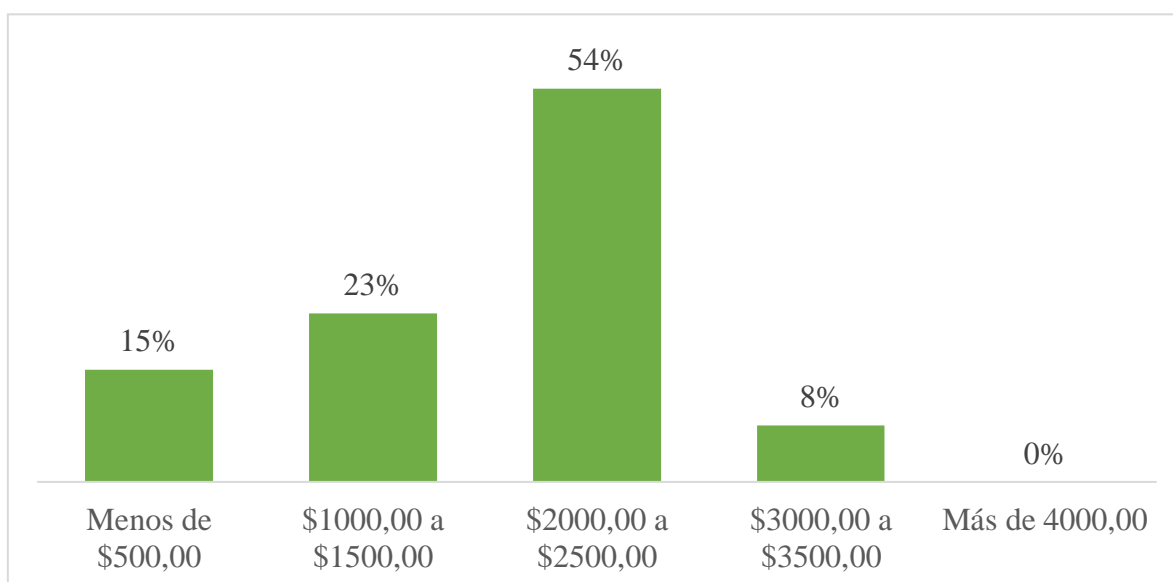


Figura 34. Ecuador es un gran potencial exportador de cacao.

## **Análisis.**

El Ecuador si tiene un gran potencial exportadora de algunos productos uno de los principales es el cacao en grano a menudo viaja por medio mundo antes de ser elaborado. Por tanto, no es de extrañar que el comercio internacional del cacao tenga un papel clave al momento de superar diferencias de hora, lugar y precio. Los productores quieren vender cuando el precio es alto, mientras que los compradores prefieren comprar cuando el precio es bajo.

### **¿En qué rango se encuentra el precio del cacao en el mercado internacional?**



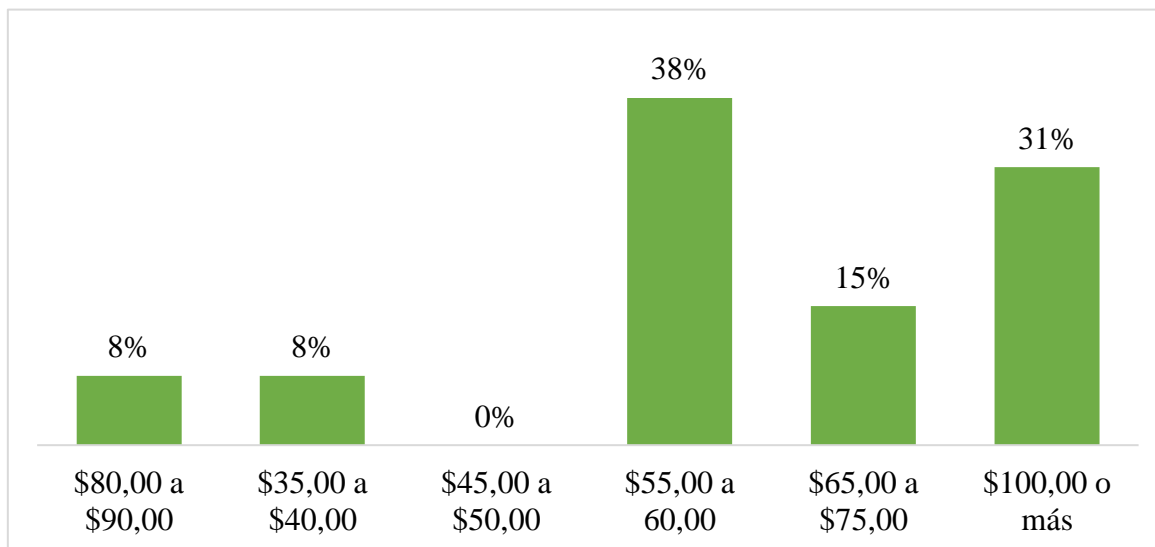
*Figura 35.* El precio del cacao en el mercado internacional.

## **Análisis.**

El precio en el mercado internacional del cacao en promedio es de \$2.000 a \$2.500 pero esto siempre varía de acuerdo con la oferta o demanda del producto, en este caso siempre dependerá de los rangos de precios que se establezcan a nivel mundial, porque esto no solo afecta a las comercializadoras si no que a los productores. Pese a que en algunos casos existen apoyo por parte de las empresas, pero el beneficio es muy poco.



**¿En qué rango cree usted que se encuentra el precio del cacao en el mercado ecuatoriano?**



*Figura 36.* El precio del cacao en el mercado ecuatoriano.

#### **Análisis.**

En el Ecuador el cacao tiende a tener mucha variación no solo porque lo compre las comercializadoras, sino porque los productores de cacao venden por debajo del precio estándar muchas veces, solo por no perder más de lo invertido en el sector, porque en promedio el cacao esta entre \$55,00 a \$60,00, pese a las diferentes situaciones que se presentan en el mercado nacional.

## 4.2. DISCUSIÓN

Una vez realizado los resultados en el siguiente apartado se realiza un contraste entre la fundamentación teórica y los resultados del estudio, además de realizar un análisis comparativo entre autores predominantes como se exhibe a continuación:

En el mercado internacional es un mucho de competencia dentro del sector del cacao podemos identificar que existe una gran variación en los aspectos, para ello se aplicó las cinco fuerzas de Michael Porter donde menciona el poder de negociación de los clientes tiene a tener los países que ofertan el cacao hacia el mundo que ya se encuentran posesionados y cuentan con estrategias de internacionalización, también es el poder de negociación de los proveedores donde ha influido el precio del cacao a nivel internacional sin embargo podemos afirmar que también influye en el precio nacional por ciertos factores como es la industrias de insumos agrícolas porque muchas de las empresas que lo producen están a nivel internacional y al realizar la importación de ello tiene a tener un precio más elevado, mientras las amenazas de nuevos competidores entrantes ente caso cuenta con los países que producen el cacao en menos cantidad pero con el pasar de los tiempo y mejorando su estrategia de posesión el mercado pueden llegar a afectar a los países que ya están posesionados en el mundo del cacao, dentro de los productos sustitutos cabe mencionar que dentro del cacao internacional existe dos tipos de productos que pueden llegar a sustituir y que muchos de los países exportan y que es comprado por ciertos países para la industrializarlo y finalmente la rivalidad de los nuevos competidores destaca las nuevas empresas tratan de salir al mercado del cacao pero en muchos de los casos no cuentan en apoyo y la falta de conocimiento del proceso de exportación de la materia prima pueden llegar a no mantenerse en el mercado.

el análisis del diamante de Porter se determinan algunos factores en énfasis a los nacional como lo son condiciones de demanda donde se explican algunas de las situaciones que atraviesa el cacao ecuatoriano cuanto a sus factores de precio y demanda dentro de dentro de las provincias, en sectores y afines son los apoyos que el gobierno tiene hacia las empresas exportadoras, comercializadora, intermediarios con la finalidad de apoyar al agricultor y puedan así tener mayor productividad, fomentando el fitomejoramiento dentro de estas provincias, aunque en muchos caso los agricultores no tengan el correcto beneficio al igual que los importadores, en las condiciones de factores influye lo que son los cambios climáticos que afectan directamente a la producción aunque ocasionan que no se satisfacen las

demandas las empresas que se dedican la exportación del cacao en grano, así permiten que otras empresas intervengan en vender sus producto. En la estructura, estrategia y rivalidades de empresas en el sector del cacao hay un sector comercial con gran competencia en la cual es aquí donde aparece la ventaja competitiva, pero lo que más se reconoce en el mercado son las marcas que tienen mayor fuerza en el mercado cacaotero lo cual no solo tienen que tener un producto de calidad si no que las empresas deben contar con mayor infraestructura, diversificación del producto y tener estrategias para la búsqueda de los posibles mercados.

El cacao ecuatoriano se caracteriza por su calidad gracias a su ubicación geográfica, aportando a la economía local debido a la exportación de este producto en el mercado internacional, en relación de la investigación de Alcívar et. tal (2021) como sustento teórico de la investigación señala que la exportación de cacao en grano pernocta en los ingresos económicos y la generación en fuentes de empleo, siendo un producto que cumple con los estándares internacionales; además la oferta de cacao en la provincia de Manabí en los últimos años se ha fortalecido gracias a la participación del Estado mediante la política pública que permite fortalecer el sector cacaotero, es decir, existiendo un vínculo entre las asociaciones de cacao y los entes gubernamentales, también es importante mencionar que la oferta de cacao según Alcívar aportado al PIB en un porcentaje significativo, especialmente en los últimos 5 años en donde se ha presentado records de exportación de cacao ecuatoriano, siendo apetecido en el mercado internacional por su calidad.

Desde esta perspectiva, es necesario señalar que existen ciertas necesidades que necesita cubrir el cacao ecuatoriano, puesto que según la investigación de ANECACAO (2017) señala que la productividad promedio de este producto se ha mantenido a la baja, debido que tal solo el 10% de total de las áreas sembradas sean tecnificadas, identificando que la diferencia son los pequeños y medianos productores, quienes requieren garantías para la producción, es decir, necesitan tecnificar sus áreas productivas, para ello es importante la participación del sectores que permitan al productor de cacao acceder a líneas de crédito para mejorar su productividad, de hecho, mediante la implementación de programas, actividades o herramientas el sector cacaotero será mayormente competitivo.

Ahora bien, en relación a los resultados obtenidos se pudo identificar que los productores de cacao conocen a sus competidores, sin embargo, se sienten incapacitados para competir en esta área debido que el 83% de los agricultores de cacao consideran al mercado internacional

muy fuerte, sin embargo, la calidad del cacao ecuatoriano le permite obtener ventaja competitiva a nivel mundial, de hecho por este factor del total de la exportación a nivel global el 63% pertenece a importaciones de Ecuador, siendo un mercado atractivo y contribuyendo a la economía nacional, debido que cumple con los parámetros establecidos que permite obtener mayores convenios y la apertura de nuevos mercados internacionales de cacao. Según Amnuska (2020) como sustento teórico de la investigación, se deduce sobre la matriz productiva, que requiere de la formulación de políticas para obtener ventaja competitiva a nivel internacional, siendo el punto de partida en la producción de cacao, especialmente en los pequeños productores quienes requieren de incentivos para exportar sus productos, debido que lo realizan a nivel nacional bajo ciertas restricciones, limitando su crecimiento productivo y sumado a esto la existencia de intermediarios que imposibilita el contacto entre productos y cliente.

En virtud a ello, es importante identificar las zonas de cultivo de cacao en donde su principal variedad son CCN-51 y el nacional considerado como cacao fino de aroma, por tal motivo, este producto tiene gran acogida en el mercado internacional que les permite oportunidades en otros mercados como Asia, que si bien es cierto no posee mayor demanda en relación al mercado europeo, sin embargo, los ingresos económicos son rentables para los productores de cacao que les permite ser competitivos, en este sentido, como parte del sustento teórico de Chiriboga y Ureta (2021) afirman que: “El valor de la competitividad radica en identificar la administración de los recursos de una empresa, aumentar su productividad y estar preparado a necesidades del mercado” (p. 2). Por ende, es importante mencionar que la competitividad encamina a la productividad y todos los aspectos propios de una organización; para ello es necesario identificar la capacidad de la empresa en relación a todos los recursos utilizados.

El cacao manabita es muy apetecido en los mercados internacionales, especialmente en las industrias chocolateras por su calidad y sabor que lo diferencia de su competencia, satisfaciendo a la demanda chocolatera a nivel mundial, ahora bien según la ANECACAO (2020) postula que la calidad de cacao se debe al suelo y su material genético, ubicando a este producto entre los mejores a nivel nacional e internacional, además según esta asociación de cacao afirman que existen empresarios internacionales que prefieren el cacao de Manabí, manteniendo convenios para la adquisición de este producto. No obstante, la limitada infraestructura, capacitaciones, riego agrícola entre otros factores ha ocasionado que los pequeños productores no puedan exportar sus productos por las escasas garantías, por esta

razón en la comercialización de este producto se han presentado inconvenientes por los precios que no genera rentabilidad en los pequeños agricultores, además por la presencia de intermediarios que disminuye los ingresos económicos, ocasionando que el productor no tenga una línea de conexión directa con el consumidor, de hecho se ha evidenciado que la mezcla con otras variedades disminuye la calidad de este producto, para ello es necesario implementar estrategias competitivas para atraer nuevos mercados internacionales.

En relación a la ventaja competitiva. Ceballos (2019) afirma: “Se da cuando una nación que tiene una o varias ventajas sobre otras naciones, es decir, mayor accesibilidad a recursos o mano de obra de sobra, también lo económico puede considerarse entre las ventajas comparativas” (p. 3). Por esta razón, la principal ventaja competitiva del cacao manabita y nacional radica en su calidad gracias a sus suelos que permiten obtener un cacao apetitoso para las industrias internacionales que requiere de este producto, en este sentido, según la investigación de campo los agricultores de cacao señalaron que su principal ventaja es la calidad de sus productos, permitiéndoles ser mayormente competitivos en el exterior, y obteniendo mayor demanda, también mencionaron que es importante los acuerdos comerciales, debido que les permite entrar a nuevos mercados y exponer sus productos.

Manabí produce y exporta gran cantidad de cacao, no obstante, cada año se importa ciertos productos donde el cacao es la principal materia prima, sin embargo, la exportación de este producto aporta en el crecimiento del PIB nacional, debido que su consumo a nivel mundial presenta cifras alentadoras, cabe mencionar que este consumo no solamente radica en el chocolate, sino como una materia prima y la revaloración de sus granos como alimentación saludable, debido a estas condiciones el cacao manabita es muy demandado; obteniendo ventajas competitiva en los mercados internacionales.

Con lo anteriormente expuesto, gracias al crecimiento de las producciones y la apertura de nuevos acuerdos comerciales la producción de cacao se ha convertido en una principal fuente de ingresos para los productos, además permite generar varias plazas de empleo, siendo el mercado exterior una zona de interés que fomenta un rápido crecimiento económicos, para ello es importante mencionar que en la provincia de Manabí la mayor parte de los productores de cacao son pequeñas asociaciones, desde esta perspectiva, la exportación del cacao manabita y de otras zonas del país depende directamente de la variación de sus precios, puesto

que este factor lo imponen los organismos internacionales en relación a ciertos factores externos, en donde el cacao ecuatoriano tiene que sujetarse a la disponibilidad de sus precios.

Ahora bien, es necesario diagnosticar las empresas de cacao como la comercializadora Hermanos Ruiz, Exportadora agrícola Mai&Cao y la Corporación Fortaleza del Valle, por su parte, la ANECACAO menciona que actualmente el cacao ecuatoriano representa gran superioridad, debido un porcentaje superior del 70% de la producción a nivel mundial en las variedades Cacao fino y de Aroma se encuentran en territorio nacional, convirtiéndose en el país con mayor producción, por su parte la Corporación Fortaleza del Valle tiene como propósito proporcionar a los productores de cacao y miembros de organizaciones oportunidades para crecer económicamente y mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, por tal motivo, según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2020) señala: Se estima que la validación de materiales podría generar un incremento considerable en la producción de cacao seco hectárea al año, lo que generaría un impacto positivo para la renovación de huertas de cacao envejecidas e improductivas” (párr. 4). Por ende, estas asociaciones buscan sostener al cacao ecuatoriano como el mejor a nivel internacional, permitiendo de esta manera ser competitivo que le permita incursionar nuevos mercados.

## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

- ✓ La provincia de Manabí es la tercera provincia productora de cacao representada por el 13% de las exportaciones a nivel nacional, puesto que según datos actuales en el año 2020 tuvo una producción de 39.309 toneladas anualmente con una superficie cosechada de 110,446.28 por cada hectárea.
- ✓ La ventaja competitiva del cacao manabita en el mercado internacional se debe a la calidad del producto, gracias a la riqueza de su suelo y ubicación geográfica que convierte a este producto es competitivo y apetecido por las grandes organizaciones chocolateras a nivel global.
- ✓ El mercado destino del cacao manabita es Estados Unidos e Indonesia que son los principales importadores de este producto, obteniendo cerca de 400 millones de dólares a nivel nacional gracias a la calidad y promoción mediante la diversificación del comercio internacional y acuerdos comerciales que permiten la apertura de nuevos mercados, como el asiático que posee menor demanda, pero genera una rentabilidad significativa para los productores de la provincia de Manabí.
- ✓ Los principales países competidores del cacao ecuatoriano y manabita son Costa de Marfil con un total de ingresos de 3.628.552 dólares y Ghana con 1.456.522, siendo Ecuador el tercer país con mayores ingresos por la exportación de este producto con 816.392 millones de dólares en el año 2020, representando los mayores volúmenes de exportación a nivel mundial, por ende, la provincia de Manabí con 106.130 millones de dólares de ingresos económicos que aporta con un porcentaje significativo en el PIB nacional.
- ✓ La Asociación Nacional de Exportadores de Cacao y la Corporación Fortaleza del Valle realizan buscan mantener la calidad del cacao ecuatoriano, permitiendo ser competitivo a nivel internacional, debido a sus propiedades por la calidad del suelo, además estas asociaciones realizan asistencia técnica para mejorar la comercialización y entrar en nuevos mercados, siendo su objetivo.

## 5.2. RECOMENDACIONES

- ✓ El presente estudio debe ser considerado como una guía que permita diagnosticar la competitividad del cacao manabita para ingresar en nuevos mercados nacionales e internacionales con el propósito que las organizaciones cacaoteras puedan establecer lineamientos para definir estrategias competitivas en el mercado mediante la industrialización de cacao.
- ✓ Es necesario que el Estado cree un vínculo en autoridades y agricultores de cacao que permita a los pequeños productores definir su comercialización y aprovechar los recursos y ventajas competitivas que tiene el cacao manabita, siendo la calidad un factor predominante que debe ser aprovechada.
- ✓ Las asociaciones deben realizar un estudio de mercado que les permita diagnosticar la situación actual, su competencia, la oferta y demanda del producto en los mercados internacionales, sirviendo como apoyo para incursionar nuevos mercados.
- ✓ Es necesario que las autoridades de la provincia de Manabí conjuntamente con instituciones gubernamentales realicen capacitaciones sobre cómo aprovechar la ventaja competitiva en el mercado internacional que vaya en busca de ingresar a nuevos mercados.
- ✓ Las asociaciones de cacao deben tener certificaciones de calidad para poder exportar sus productos, puesto que el mercado internacional exige estos requerimientos para comercializar este producto, garantizando su calidad de cultivo y producción.



#### IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agrocalidad. (2020). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería: <https://www.agricultura.gob.ec/productores-cacaoteros-del-guayas-se-asocian-y-obtienen-mejores-precios-por-su-produccion/>
- Agrocalidad. (2022). *Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario*. Obtenido de Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario : <https://www.agrocalidad.gob.ec/en-2021-se-certificaron-mas-de-300-mil-toneladas-de-cacao-en-grano-hacia-40-destinos-mundiales/#:~:text=EN%202021%20SE%20CERTIFICARON%20M%C3%81S,HACIA%2040%20DESTINOS%20MUNDIALES%20%2D%20AGROCALIDAD>
- Álvarez, O. (20 de agosto de 2021). *¿Qué es la productividad?* Obtenido de elblogsalmón: <https://www.elblogsalmón.com/conceptos-de-economia/que-es-la-productividad>
- Amnuska, V. (29 de junio de 2020). *Análisis de la política pública cacaotera y sus repercusiones económicas (2010 – 2016)*. Obtenido de Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí: <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/463/387>
- ANECACAO. (09 de diciembre de 2017). *Los precios de cacao en el mundo, desafíos y objetivos para el sector cacaotero*. Obtenido de Revista Especializada en CACAO: [http://www.anecacao.com/uploads/magazine/revista-sabor-arriba-diciembre-2017\\_1.pdf](http://www.anecacao.com/uploads/magazine/revista-sabor-arriba-diciembre-2017_1.pdf)
- Arteaga, G. (01 de octubre de 2020). *Enfoque cuantitativo: métodos, fortalezas y debilidades*. Obtenido de <https://www.testsiteforme.com/enfoque-cuantitativo/>
- Banco Mundial. (2020). *Crecimiento de la población (% anual)*. Obtenido de Datos Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/sp.pop.grow?locations=EC>
- Banco Mundial. (30 de junio de 2020). *Un nuevo y mejor comienzo: incorporar sostenibilidad en la producción lechera en Uruguay*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2020/06/30/uruguay-greening-dairy-production-santa-lucia-watershed>
- Carlos, A. (2019). *Cacao Theobroma cacao L.* Obtenido de Cacao Theobroma cacao L: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/valeria\\_sias,+Journal+editor,+cont-10.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/valeria_sias,+Journal+editor,+cont-10.pdf)
- Ceballos, A. (28 de octubre de 2019). *¿Qué es comercio internacional?* Obtenido de Comercio y Aduanas:


- <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-comercio-internacional/>
- Constitución de la República del Ecuador . (20 de octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador* . Obtenido de [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- Contreras, E. (2017). *La ventaja competitiva de Michel Porter*. Obtenido de Centro de Innovación y Creatividad Empresarial: <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n/>
- COPCI. (21 de agosto de 2018). *Código Orgánico de la Producción, comercio e inversiones*. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Daniel Chiriboga, M. U. (2021). ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD EN LA ASOCIACIÓN DE CACAO. *Sinergia*, 50-66.
- Datosmacro. (2020). *Balanza comercial*. Obtenido de Expansión : <https://datosmacro.expansion.com/comercio/balanza/ecuador>
- Diario El Universo. (18 de mayo de 2021). El cacao ecuatoriano vuelve a romper récord de exportación, con el 10,7% más en los primeros 4 meses del año. *El Universo*, págs. 1-2. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/el-cacao-ecuatoriano-vuelve-a-romper-record-de-exportacion-con-el-107-mas-en-los-primeros-4-meses-del-ano-nota/>
- ESPAC, I. (2021). *Corporación Financiera Nacional B.P.* Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-2-trimestre/Ficha-Sectorial-Cacao.pdf>
- FAO. (2020). *Producción lechera*. Obtenido de <http://www.fao.org/dairy-production-products/socio-economics/the-dairy-chain/es/>
- Ganadería, M. d. (2020). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería: <https://www.agricultura.gob.ec/cacaoterros-de-cotopaxi-logran-mejores-precios-por-cacao-ccn-51/>
- Guadalupe Toala, A. M. (2019). La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí. *Ciencias económicas y empresariales*, 71-87. doi:10.23857/pc.v4i4.936
- Julian Porto, A. G. (2021). *Definición de competencia*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/competencia/>
- Julian Porto, A. G. (2021). *Definición de entrevista*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/entrevista/>

- Kevin Alcívar, J. Q. (2021). Análisis económico de la exportación del cacao en el Ecuador durante el periodo 2014 –. *Redalyc*, 230-244. doi:10.23857/pc.v6i3.2522
- Latina, B. d. (15 de Noviembre de 2017). *Banco de Desarrollo de América Latina*. Obtenido de Banco de Desarrollo de América Latina: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2017/11/latinoamerica-produce-el-80-del-cacao-prime-del-mundo/>
- Laura Linzán, S. R. (15 de noviembre de 2021). *Caracterización de la cadena de valor del cacao en Manabí y sus mejoras*. Obtenido de Revista Científica Multidisciplinaria : [https://www.google.com/search?q=noviembre&ei=GFVTYsHrKOO65OUPx4C9qAY&ved=0ahUKEwjB197pwIr3AhVjHbkGHUdAD2UQ4dUDCA4&uact=5&oq=noviembre&gs\\_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAMyBQgAEIAEMgsILhCABBCxAxCDATIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEI](https://www.google.com/search?q=noviembre&ei=GFVTYsHrKOO65OUPx4C9qAY&ved=0ahUKEwjB197pwIr3AhVjHbkGHUdAD2UQ4dUDCA4&uact=5&oq=noviembre&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAMyBQgAEIAEMgsILhCABBCxAxCDATIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEI)
- Maria, J. (2017). *El Huerto de Urbano*. Obtenido de El Huerto de Urbano: <http://www.huertodeurbano.com/proyectos/cafe-de-bellotas/>
- Martin, V. (14 de marzo de 2022). *El cacao*. Obtenido de bonviveur: <https://www.bonviveur.es/gastroteca/el-cacao-alimento-de-los-dioses>
- Mata, L. (28 de mayo de 2019). *El enfoque cualitativo de investigación*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa%20asume%20una,parte%20de%20las%20realidades%20estudiadas.>
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversión. (2018). *Acuerdos comerciales* . Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/acuerdos-comerciales/>
- Nava, A. (2017). *Taller de Investigación*. Obtenido de Taller de Investigación: <https://sites.google.com/site/tallerdeinvestigacionnava/1-5-tecnicas-e-instrumentos-para-la-recoleccion-de-datos>
- OCE. (2018). *ProEcuador*. Obtenido de ProEcuador: <https://www.proecuador.gob.ec/tag/cacao/>
- Pedrosa, S. (04 de octubre de 2016). *Teoría de la ventaja absoluta*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/teoria-la-ventaja-absoluta.html>
- Pedrosa, S. (09 de octubre de 2017). *Oferta*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Pérez, J. (2021). *Definición de método inductivo*. Obtenido de Definición de : <https://definicion.de/metodo-inductivo/>

- Plan Nacional Toda Una vida. (2017). *Toda una Vida. Plan Nacional de*. Obtenido de [https://siteal.iiiep.unesco.org/sites/default/files/sit\\_accion\\_files/siteal\\_ecuador\\_0244.pdf](https://siteal.iiiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/siteal_ecuador_0244.pdf)
- Quiroa, M. (07 de diciembre de 2020). *Análisis PESTEL*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-pestel.html>
- Real AcadémiA Española. (2019). *¿Qué es una encuesta y para qué sirve?* Obtenido de evalandgo: <https://www.evalandgo.com/es/ayuda/blog/Actualidades-Eval-GO/366/Que-es-una-encuesta-y-para-que-sirve>
- Riquelme, M. (2021). *Oferta (tipos, definición, características y la ley de oferta)*. Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/oferta/>
- Roldán, P. (02 de diciembre de 2016). *Competitividad*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Rus, E. (10 de diciembre de 2020). *Investigación exploratoria*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>
- Rus, E. (05 de febrero de 2021). *Investigación descriptiva*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>
- Sánchez, J. (7 de mayo de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/acuerdo-comercial.html>
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador . (2020). *Exportación* . Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Soko. (2021). *sokonaturalbeauty*. Obtenido de sokonaturalbeauty: <https://sokonaturalbeauty.com/pages/contact>
- Verdezoto, G. (20 de 04 de 2020). *AUXADI*. Obtenido de Ecuador: medidas adoptadas por el Gobierno y Sector Productivo ante la crisis Coronavirus: <https://www.auxadi.com/news/ecuador-impacto-sin-precedentes-en-la-economia-y-medidas-adoptadas-por-el-gobierno-y-sector-productivo-ante-la-crisis-coronavirus/>
- Victor Medeiros, L. G. (2019). *La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo*. Obtenido de CEPAL: [https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129\\_Medeiros.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf)
- Westreiche, G. (19 de mayo de 2020). *Método deductivo*. Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>

## V. ANEXOS

### Anexos 1. Acta de sustentación de la predefensa.

  
**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**ACTA**  
DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: Campues Neppas Rocio Taña  
NIVEL/PARALELO: Egresada  
CÉDULA DE IDENTIDAD: 1003179528  
PERIODO ACADÉMICO: 2022A

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Análisis de la oferta del sector cacaoero de la provincia de Manabí, y su competitividad en los mercados internacionales"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

**PRESIDENTE:** MSC. Ruano Enriquez Lorena Elizabeth  
**LECTOR:** MSC. Ruiz Rivadeneira Germán Georing  
**ASESOR:** MSC. Navarrete López Oscar Fabricio

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

**EDIFICIO DE AULAS:** 1      **AULA:** 101  
**FECHA:** lunes, 12 de septiembre de 2022  
**HORA:** 09h00

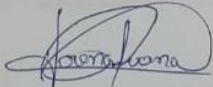
Obteniendo las siguientes notas:

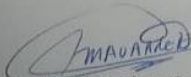
1) Sustentación de la predefensa:	5,95
2) Trabajo escrito	2,55
<b>Nota final de PRE DEFENSA</b>	<b>8,50</b>

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el      lunes, 12 de septiembre de 2022

  
MSC. Ruano Enriquez Lorena Elizabeth  
**PRESIDENTE**

  
MSC. Navarrete López Oscar Fabricio  
**TUTOR**

  
MSC. Ruiz Rivadeneira Germán Georing  
**LECTOR**

Adj.: Observaciones y recomendaciones



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

## ACTA

### DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: Valencia Carranza Nathaly Trinidad  
NIVEL/PARALELO: Egresada

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0803423516  
PERIODO ACADÉMICO: 2022A

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Análisis de la oferta del sector cacaoero de la provincia de Manabí, y su competitividad en los mercados internacionales"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

**PRESIDENTE:** MSC. Ruano Enriquez Lorena Elizabeth  
**LECTOR:** MSC. Ruiz Rivadeneira Germán Georing  
**ASESOR:** MSC. Navarrete López Oscar Fabricio

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

**EDIFICIO DE AULAS:** 1      **AULA:** 101  
**FECHA:** lunes, 12 de septiembre de 2022  
**HORA:** 09h00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	5,95
2) Trabajo escrito	2,55
<b>Nota final de PRE DEFENSA</b>	<b>8,50</b>

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el      lunes, 12 de septiembre de 2022

MSC. Ruano Enriquez Lorena Elizabeth  
**PRESIDENTE**

MSC. Navarrete López Oscar Fabricio  
**TUTOR**

MSC. Ruiz Rivadeneira Germán Georing  
**LECTOR**

Adj.: Observaciones y recomendaciones

Anexos 2. Certificado del abstract por parte de idiomas.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Campues Neppas Rocío Taña y Valencía Carranza Nathaly Trinidad				
DATE: 12 de septiembre de 2022				
TOMO: "Análisis de la oferta del sector cacaoero de la provincia de Manabí y su competitividad en los mercados Internacionales"				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/> Sivara Jéhu, Edwin Andrés,5	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9-10: EXCELLENT 7-8,9: GOOD 5-6,9: AVERAGE 0-4,9: LIMITED		TOTAL 9	



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL  
CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE  
CENTER**

**Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.**

**Autor:** Campues Neppas Rocío Taña y Valencia Carranza Nathaly Trinidad

**Fecha de recepción del abstract:** 12 de septiembre de 2022

**Fecha de entrega del informe:** 12 de septiembre de 2022

El presente Informe validará la traducción del Idioma español al Inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

**Observaciones:**

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el Idioma Inglés. Según los rubros de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



**Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc**  
Coordinador del CIDEN





**Memorando Nro. UPEC-CE-2021-014-M**  
Tucacán, 19 de enero de 2021

**PARA:** Sr. José Adriano Paredes  
**GERENTE DE "COMERCIALIZADORA DE CACAO HNO/AS PS"**

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo, deseándole éxitos y aciertos en sus importantes funciones.

Por medio del presente me permito poner en su conocimiento que las señoras de octavo nivel de la carrera de Comercio Exterior Nathaly Trinidad Valencia Camariza, portadora de la cédula de identidad No. 0803423516 y Rocío Taffo Campes Neppes, portadora de la cédula de identidad 1003179528, se encuentran realizando el tema de investigación "Análisis de la oferta exportable del sector cacaoero de la provincia de Manabí y su competitividad en los mercados internacionales", motivo por el cual solicito muy respetuosamente a su autoridad, se digna brindar información para el desarrollo del tema de investigación.

Cabe recalcar que, la información proporcionada será utilizada con absoluta confidencialidad y destinada a fines estrictamente académicos.

Por la atención al presente, con sentimiento de estima y consideración me suscribo:

Atentamente,

*José Adriano Paredes*  
19/01/2021  
*Resivido*

  
Msc. Beatriz Realpe D.  
**DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**  
**"Educamos para transformar el mundo"**

UPEC - UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DEL ECUADOR

☎ (06) 2980837 - 2984435    📍 Calle Antena y Av. Universitaria    📧 info@upec.edu.ec    🌐 www.upec.edu.ec



**COMERCIALIZADORA DE CACAO HNO/AS PS**  
Correo electrónico: comercializadordecacaohnoasps@gmail.com  
Teléfono: 0988900059  
Manabí-Ecuador

Manabí, 19 de enero del 2021

Señoras,  
Nathaly Valencia  
Rocio Campos  
**ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMERCIO  
EXTERIOR DE LA UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
Presente. -

Por medio del presente recibian un atento y cordial saludo, de quienes conformamos la comercializadora de cacao HNO/AS PS, deseándoles éxitos y aciertos en sus importantes funciones desempeñadas.

Por medio del presente memorando Nro. UPEL 476-2021-016-M emitido el 19 de enero del 2021 me permito informarles la "Aceptación" para que realicen los estudios y así sustenten el plan de investigación "Análisis De La Oferta Del Sector Cacaotero De La Provincia De Manabí Y su competitividad En los Mercados Internacionales".

Seguro contar con éxitos en sus actividades, así como mis sinceros agradecimientos y respetos.



Atentamente,

Sr. José Adriano Paroles

**GERENTE DE "COMERCIALIZADORA DE CACAO HNO/AS PS"**

Anexos 5. Cuestionario de la encuesta.



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,**  
**ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**  
**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**



**Objetivo:**  
 Obtener información del sector cacaotero con relación a los productos de la provincia de Manabí

**Instrucciones**

La presente encuesta busca conocer las preferencias del sector cacaotero.

- Por favor responda con criterio y sinceridad.
- Marque con una X la o las respuestas que usted considere correcta.

Esta encuesta es cien por ciento confidencial a desarrollarse con fines académico.

**Cuestionario.**

1.- ¿Qué tipo de cacao usted cultiva?

- CCN-51
- Cacao Nacional

2.- ¿Considera usted que al mezclar el cacao manabita con el de otras provincias disminuye su calidad?

- Si
- No

3.- ¿Qué factores considera usted que disminuyen los niveles de producción de cacao en el país

- Lluvias
- Plagas
- Sequia

Otros.....

4.- ¿Usted tiene conocimiento de la competencia a nivel nacional e internacional del cacao?

- Si
- No

5.- ¿Usted depende de los intermediarios "centro de acopios" para poder comercializar el cacao?

- Si
- No

6.- En base a la respuesta anterior "Si su respuesta es SI" ¿Qué tipo de intermediarios posee?

- Mayoristas
- Minoristas
- Distribuidor

7.- ¿Porque usted cree que el cacao tiende a tener una variación del precio en el mercado nacional e internacional?

- Mayor producción
- Menor producción
- Cantidades ofertadas

- Cantidades demandadas
- Factores sociopolíticos

8.- ¿Qué tipo de cacao comercializa?

- Cacao en baba.
- Cacao húmedo.
- Cacao seco.
- Cacao oreado

9.- ¿Cómo considera usted que es el consumo del cacao en los mercados internacionales?

- Alto
- Medio
- Bajo

10.- ¿Usted tiene conocimiento de la exportación del cacao a mercados internacionales?

- Si
- No

11.- ¿Cuál mercado considera mayor atractivo para la exportación de cacao ecuatoriano?

- América
- Asia
- Europa
- África
- Todos los anteriores
- Ninguno de los anteriores

12.- ¿Considera que la competencia en los mercados internacionales es fuerte?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

13.- ¿Cuál creen usted que es la principal ventaja competitiva del cacao ecuatoriano en relación a su competencia internacional?

- Calidad del producto
- Precio
- Moneda
- Impuestos
- Valor agregado

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

Anexos 6. Evidencia 1° de la realización de la encuesta.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
 FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
 ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL  
 CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Objetivo:  
 Obtener información del sector cacaoero con relación a los productos de la provincia de Manabí

Instrucciones  
 La presente encuesta busca conocer las preferencias del sector cacaoero.  
 \* Por favor responda con criterio y sinceridad.  
 \* Marque con una X la o las respuestas que usted considere correcta.

Esta encuesta es cien por ciento confidencial a desarrollarse con fines académico.

Cuestionario.

1.- ¿Qué tipo de cacao usted cultiva?  
 - CCN-51   
 - Cacao Nacional

2.- ¿Considera usted que al mezclar el cacao manabita con el de otras provincias disminuye su calidad?  
 - Si   
 - No

3.- ¿Qué factores considera usted que disminuyen los niveles de producción de cacao en el país?  
 - Lluvias   
 - Plagas   
 - Sequía

Otros.....

4.- ¿Usted tiene conocimiento de la competencia a nivel nacional e internacional del cacao?  
 - Si   
 - No

5.- ¿Usted depende de los intermediarios "centro de acopios" para poder comercializar el cacao?  
 - Si   
 - No

6.- En base a la respuesta anterior "Si su respuesta es SI" ¿Qué tipo de intermediarios posee?  
 - Mayoristas   
 - Minoristas   
 - Distribuidor

7.- ¿Porque usted cree que el cacao tiende a tener una variación del precio en el mercado nacional e internacional?  
 - Mayor producción   
 - Menor producción   
 - Cantidades ofertadas

64MP AI QUAD CAMERA  
 Shot on realme 7

2022/06/07 15:...

Ilustración 17. Evidencia 1º de la realización de la encuesta.

- Cantidades demandadas   
 - Factores sociopolíticos

8.- ¿Qué tipo de cacao comercializa?  
 - Cacao en baba   
 - Cacao húmedo   
 - Cacao seco   
 - Cacao oreado

9.- ¿Cómo considera usted que es el consumo del cacao en los mercados internacionales?  
 - Alto   
 - Medio   
 - Bajo

10.- ¿Usted tiene conocimiento de la exportación del cacao a mercados internacionales?  
 - Si   
 - No

11.- ¿Cuál mercado considera mayor atractivo para la exportación de cacao ecuatoriano?  
 - América   
 - Asia   
 - Europa   
 - África   
 - Todos los anteriores   
 - Ninguno de los anteriores

12.- ¿Considera que la competencia en los mercados internacionales es fuerte?  
 - Totalmente de acuerdo   
 - De acuerdo   
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo   
 - En desacuerdo   
 - Totalmente en desacuerdo

13.- ¿Cuál cree usted que es la principal ventaja competitiva del cacao ecuatoriano en relación a su competencia internacional?  
 - Calidad del producto   
 - Precio   
 - Moneda   
 - Impuestos   
 - Valor agregado

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

64MP AI QUAD CAMERA  
 Shot on realme 7

2022/06/07 15:...

Ilustración 18. Evidencia 1. 1º de la realización de la encuesta.

Anexos 7. Evidencia 2º de la realización de la encuesta.

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,**  
**ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**  
**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**Objetivo:**  
 Obtener información del sector cacaotero con relación a los productos de la provincia de Manabí

**Instrucciones**  
 La presente encuesta busca conocer las preferencias del sector cacaotero.  
 • Por favor responda con criterio y sinceridad.  
 • Marque con una X la o las respuestas que usted considere correcta.  
 Esta encuesta es cien por ciento confidencial a desarrollarse con fines académico.

**Cuestionario.**

1.- ¿Qué tipo de cacao usted cultiva?    
 - CCN-SI   
 - Cacao Nacional

2.- ¿Considera usted que al mezclar el cacao manabita con el de otras provincias disminuye su calidad?    
 - Si   
 - No

3.- ¿Qué factores considera usted que disminuyen los niveles de producción de cacao en el país?     
 - Lluvias   
 - Plagas   
 - Sequía

Otros:.....

4.- ¿Usted tiene conocimiento de la competencia a nivel nacional e internacional del cacao?    
 - Si   
 - No

5.- ¿Usted depende de los intermediarios "centro de acopios" para poder comercializar el cacao?    
 - Si   
 - No

6.- En base a la respuesta anterior "Si su respuesta es SI" ¿Qué tipo de intermediarios posee?     
 - Mayoristas   
 - Minoristas   
 - Distribuidor

7.- ¿Porque usted cree que el cacao tiende a tener una variación del precio en el mercado nacional e internacional?     
 - Mayor producción   
 - Menor producción   
 - Cantidades ofertadas

Mani Ilor

64MP AI QUAD CAMERA  
 Shot on redmi 7

2022/06/07

Ilustración 19. Evidencia 2º de la realización de la encuesta.

- Cantidades demandadas   
 - Factores sociopolíticos

8.- ¿Qué tipo de cacao comercializa?       
 - Cacao en baba   
 - Cacao húmedo   
 - Cacao seco   
 - Cacao oreado

9.- ¿Cómo considera usted que es el consumo del cacao en los mercados internacionales?     
 - Alto   
 - Medio   
 - Bajo

10.- ¿Usted tiene conocimiento de la exportación del cacao a mercados internacionales?    
 - Si   
 - No

11.- ¿Cuál mercado considera mayor atractivo para la exportación de cacao ecuatoriano?       
 - América   
 - Asia   
 - Europa   
 - África   
 - Todos los anteriores   
 - Ninguno de los anteriores

12.- ¿Considera que la competencia en los mercados internacionales es fuerte?       
 - Totalmente de acuerdo   
 - De acuerdo   
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo   
 - En desacuerdo   
 - Totalmente en desacuerdo

13.- ¿Cuál creen usted que es la principal ventaja competitiva del cacao ecuatoriano en relación a su competencia internacional?       
 - Calidad del producto   
 - Precio   
 - Moneda   
 - Impuestos   
 - Valor agregado

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

Ilustración 20. Evidencia 2. 2º de la realización de la encuesta

Anexos 8.- Cuestionario de la entrevista.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR



**Objetivo:**

Obtener información del sector cacaotero con el instrumento de campo entrevista.

**Cuestionario**

**Oferta**

- 1.- ¿Cuál es la producción mensual que tiene su empresa?
- 2.- ¿Cuántas personas trabajan en esta empresa?
- 3.- ¿Cuántas personas intervienen desde la venta a la comercialización?
- 4.- ¿Cuenta con personal calificado?
- 5.- ¿Sus principales clientes son nacionales y/o internacionales: cuáles son?
- 6.- ¿Con que frecuencia cultiva su producto?
- 7.- ¿Ud. Comercializa los productos a nivel local, nacional o internacional?
- 8.- ¿Cuál es la cantidad que tiene disponible para vender a un nuevo cliente?
- 9.- ¿Cuánto es su producción mensual de cacao?
- 10.- ¿Cuántas veces cosecha cacao mensual?

**Mercados internacionales**

- 1.- ¿Cómo ha evolucionado el sector cacaotero en los últimos años en la ampliación de nuevos compradores internacionales?
- 2.- ¿Cuál es su criterio frente a la exportación de cacao a mercados internacionales?
- 3.- ¿Cuál es la ventaja competitiva del cacao ecuatoriano en relación a la competencia internacional?
- 4.- ¿Cuáles son las principales estrategias que puedan utilizar los exportadores de cacao para el ingreso a mercados internacionales?
- 5.- ¿Cuáles cree que son los mejores mercados internacionales para exportar cacao?



*Ilustración 21.* Entrevista. Beto Zamora. (Asistente)

*Anexos 10.* Entrevista a la Empresa Comercializadora Hermanos Ruiz



*Ilustración 22.* Entrevista. Franklin Ruiz

*Anexos 11.* Entrevista a la Explotadora Agrícola Empresa Ma&Cao.



*Ilustración 23.* Entrevista. David Cáceres.



### Objetivos:

Obtener información del sector cacaotero con relación a su competitividad a los países que demanda el producto.

### Instrucciones.

**La presente encuesta busca conocer las preferencias del sector cacaotero.**

Por favor responda con criterio y sinceridad.

Marque con una X la o las respuestas que usted considere correcta.

**Esta encuesta es cien por ciento confidencial a desarrollarse con fines académicos.**

### Cuestionario

**1. ¿Cuál es la producción mensual que importan cacao?**

- a) Menos de 6 000 toneladas
- b) 6 000 toneladas a 8 000 toneladas
- c) 9 000 toneladas a 11 000 toneladas
- d) 12 000 toneladas a 14 000 toneladas
- e) 15 000 toneladas o más

**2. ¿Cuáles son sus principales países que usted importa cacao?**

Seleccione

- {1} Ecuador
- {2} Costa de Marfil
- {3} República Dominicana
- {4} Ghana
- {5} Congo, República Democrática
- {5} Papua Nueva Guinea
- {5} Nigeria

**3.Cuál es su nivel de demanda en relación al cacao?**

- a) Muy bajo
- b) Medio bajo
- c) Muy alto
- d) Medio alto
- e) Extremadamente alto
- f) Extremadamente bajo

**4. ¿Usted para que utiliza el cacao que procesa e industrializa?**

- 1. Industria farmacéutica
- 2. Industria cosmética
- 3. Confitería

**5 ¿Cuáles de los países que usted importa cacao es de mejor calidad?**



	Por debajo del promedio del promedio	Muy por encima de la media	Por debajo del promedio	Promedio	Por encima
Costa de Marfil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ecuador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ghana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
República Dominicana		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Congo, República Democrática del		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6. ¿Ah decido comprar el producto a otro país?**

1. Muy probable
2. Algo probable
3. Neutral
4. Algo poco probable
5. Muy poco probable

**7. De acuerdo a lo que usted respondió anteriormente ¿por qué?**

1. Satisface su demanda
2. Tiene mayor oferta de cacao
3. El precio es fijo

**8. ¿Qué tipo de estrategia competitivas aplica usted aplica para ofrecer un buen producto?**

1. Diferenciación
2. Enfoque de bajos costos
3. Diferenciación de bajo coste
4. Líder de costes

**9. ¿Usted cree que mezclar los tipos de cacao disminuye su nivel de calidad al momento de elaborar sus derivados?**

1. Si
2. No
3. Talvez

**10 ¿Por qué usted cree que varía el precio al momento de comprar el producto?**

1. Oferta
2. Demanda
3. Mayor producción
4. Poca producción
5. Calidad
6. Factores climáticos
7. Comportamiento de la moneda oficial
8. Sobreproducción

**11. ¿Cree usted que Ecuador es un gran potencial exportador de cacao?**

1. No
2. Tal vez
3. Si

**12. ¿Cuáles cree usted que son las fortaleza del cacao en el mercado competitivo?**

1. Alta demanda

2. Calidad
3. Diversificación
4. Alta oferta
5. Buen precio

**13. ¿Cuál es la debilidades del cacao ecuatoriano en el mercado?**

1. Seleccione
2. Factores climáticos
3. Precios elevados
4. Sobreproducción
5. Virus o pandemias

**14. ¿Cómo puede mejorar Ecuador para ser más competitivo en el mercado externo?**

1. Apoyo a las empresas por parte del gobierno (Estado)
2. Mejores precios
3. Diversificación de su producto
4. Convenios con empresas internacionales

**15. ¿En qué rango se encuentra el precio del cacao en el mercado internacional?**

1. Menos de \$500,00
2. \$1000,00 a \$1500,00
3. \$2000,00 a \$2500,00
4. \$3000,00 a \$3500,00
5. Más de 4000,00

**16. ¿En qué rango cree usted que se encuentra el precio del cacao en el mercado ecuatoriano?**

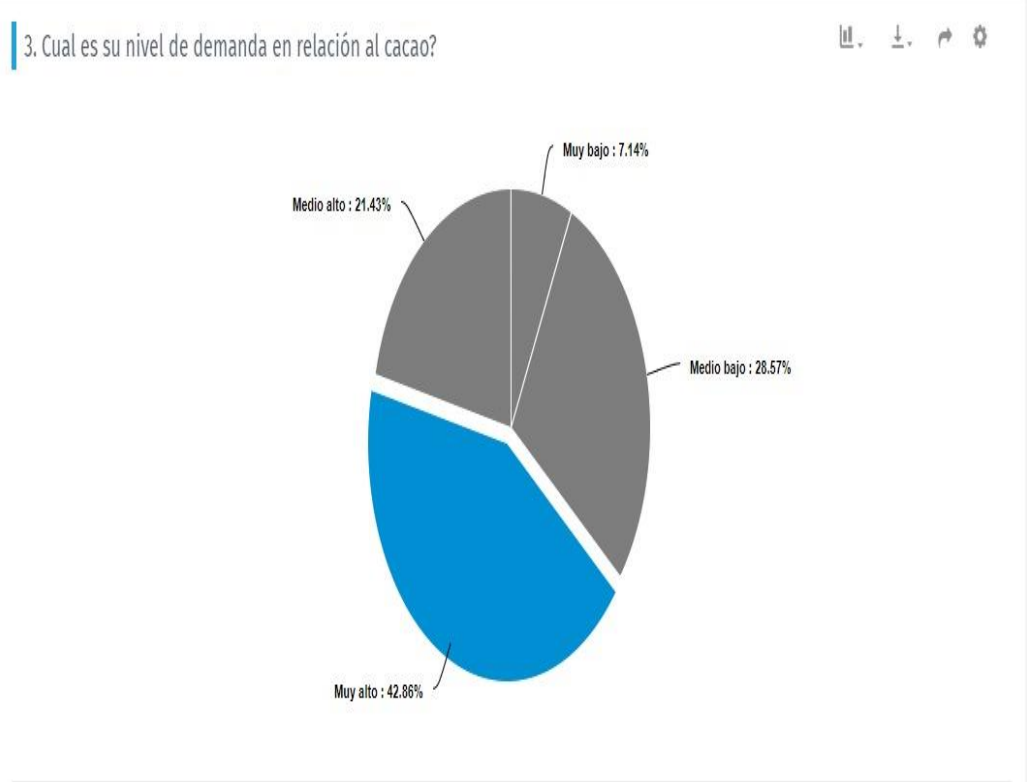
1. \$80,00 a \$90,00
2. \$35,00 a \$40,00
3. \$45,00 a \$50,00
4. \$55,00 a 60,00
5. \$65,00 a \$75,00
6. \$100,00 o más

*Anexos 12.* Encuesta de la competitividad a nivel internacional.

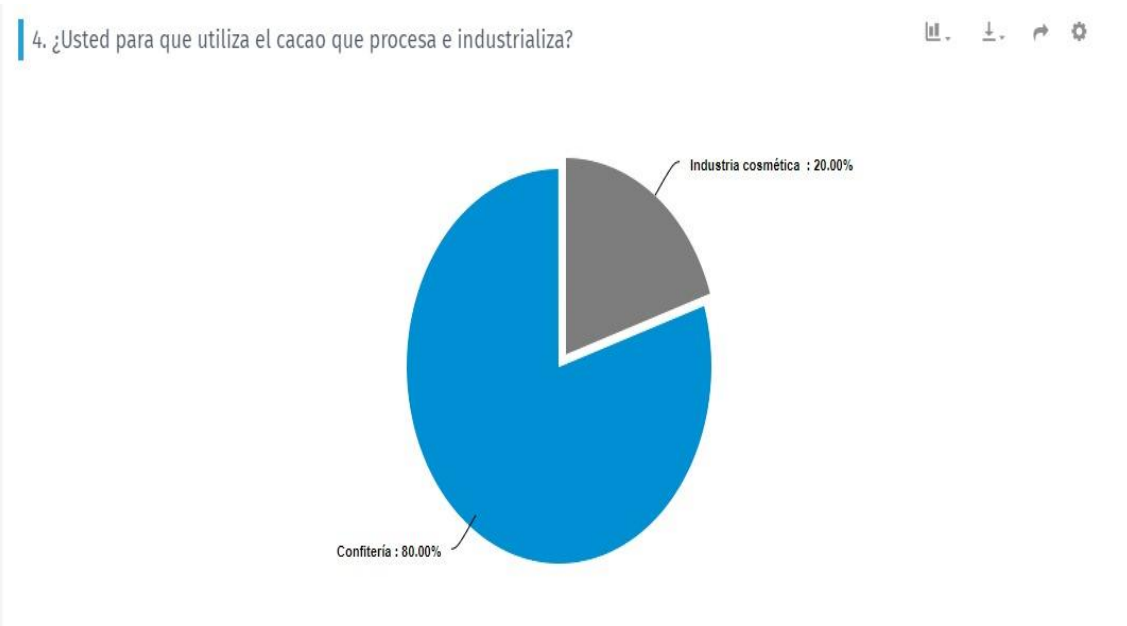


*Ilustración 24.* Países aplicados la encuesta internacional.

**Anexos 13.** Encuesta internacional de la competitividad del cacao.



**Ilustración 25.** Demanda en relación al cacao.



**Ilustración 26.** Cual uso del caco en el mercado internacional.