

<https://doi.org/10.69639/arandu.v11i2.506>

Cacao fino de aroma: Comercio interno en el Ecuador

Fine aroma cocoa: Internal trade in Ecuador

Edmundo Guillermo Córdova Durán

ecordovad@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2402-4536>

Universidad De Guayaquil
Ecuador

Artículo recibido: 20 octubre 2024 - Aceptado para publicación: 26 noviembre 2024
Conflictos de intereses: Ninguno que declarar

RESUMEN

La investigación examina el comercio interno del cacao fino de aroma en Ecuador, subrayando su impacto en los productores y empresas. Mediante el método de investigación combinado, tanto con técnicas cualitativas y cuantitativas, se examinó elementos primordiales de la cadena de valor del cacao y su avance en la mejora de una economía sostenible en la nación. Los descubrimientos evidencian la relevancia de elementos como la calidad del grano, las acciones sustentables y el enlace emocional que los consumidores tienen con el cacao del país. Se resalta la manera en que las estrategias y la administración impulsan la demanda y aportan al sector agrícola. Este estudio ofrece una perspectiva para comprender el comportamiento del mercado interno del cacao y su importancia a nivel local como en el marco del comercio equitativo y el desarrollo sostenible.

Palabras clave: cacao, comercio, Ecuador, productores, sostenible

ABSTRACT

The research examines the internal trade of fine aroma cocoa in Ecuador, highlighting its impact on producers and companies. Through the combined research method, with both qualitative and quantitative techniques, primary elements of the cocoa value chain and their progress in improving a sustainable economy in the nation were examined. The discoveries show the relevance of elements such as the quality of the grain, sustainable actions and the emotional link that consumers have with the country's cocoa. The way in which strategies and administration drive demand and contribute to the agricultural sector is highlighted. This study offers a perspective to understand the behavior of the internal cocoa market and its importance at the local level as well as within the framework of equitable trade and sustainable development.

Keywords: cocoa, commerce, Ecuador, producers, sustainable

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 International. 

INTRODUCCIÓN

El cacao de fino aroma, también conocido como cacao arriba, representa un soporte económico y cultural para Ecuador, destacado por sus notas únicas que lo hacen notorio de manera internacional. Esta especie de cacao es particularmente valorada por la industria del chocolate premium, constituyendo un producto de gran valor para la exportación (INEN, 2020). Ecuador maneja aproximadamente el 60% del mercado mundial de cacao (ICCO, 2022), siendo uno de los protagonistas en este sector, en el que la calidad y la autenticidad son elementos primordiales. Sin embargo, el potencial de este producto no ha sido aprovechado en el país, donde la venta cuenta con obstáculos, como la falta de infraestructura, la informalidad en la línea de abastecimiento y las restricciones en la entrada a mercados formales y competitivos (Zambrano et al., 2020).

En cuanto los consumidores locales empiezan a apreciar más la calidad y el valor único de sus productos, el cacao de fino aroma ha cobrado importancia en el Ecuador, promoviendo una cultura de consumo que privilegia los productos sostenibles (Bustos et al., 2020). Este cambio en el consumo interno ha incentivado a las pequeñas empresas a perfeccionar sus procesos de producción y sostenibilidad, acoplándose a un perfil de consumidor que, cada vez más, opta por productos con valor agregado y con certificaciones (Peláez et al., 2021).

Este aumento en la demanda de cacao supone una ventaja para los pequeños y medianos productores, que constituyen la mayoría de los productores de cacao y dependen de leyes de comercio igualitario y cadenas de valor que les faciliten una competencia justa (Guamán et al., 2019). A su vez, una postiva venta en el mercado local no solo favorece a los agricultores, sino que fortalece la identidad de Ecuador mediante la identificación del cacao como un producto premium.

En base a esto, el mercado interno de cacao se topa con varios retos, tales como la carencia de tecnificación en la productividad, logística y disputa con productos importados. Por esta razón, el análisis de esta exploración tiene como objetivo ahondar en la cadena de venta, tratando tanto las posibilidades como los obstáculos a los que se enfrenta esta industria. Este análisis se centra en cómo impulsar la comercialización local y esta pueda producir efectos positivos tanto en la economía interna, como en las prácticas sostenibles en la agricultura y en el día a día de los pequeños productores. El propósito de la investigación, mediante un enfoque holístico, es brindar un modelo que facilite al sector mejorar sus tácticas de oferta y acoplarse a las exigencias del cliente local, fomentando el desarrollo sostenible de relevancia nacional (Villafuerte & Moreano, 2018).

Para llevar a cabo una observación detallada, se ha implementado una investigación combinada, con técnicas cuantitativas y cualitativas que permiten un juicio integral de la cadena de comercio y de los componentes que la inciden. Este sistema no solo favorece la cuantificación de lo que realiza el mercado y las interacciones entre productores y vendedores, sino también la

obtención de percepciones cualitativas acerca de los desafíos y anhelos de los implicados. Esta investigación utiliza un enfoque descriptivo no experimental para analizar la cadena de comercio sin cambiar su funcionamiento natural, lo que permite revisar de forma imparcial los puntos que influyen en la venta del cacao fino de aroma en el país (Moreno & Arroyo, 2019). Los datos se lograron a través de encuestas realizadas a productores y vendedores en diversas zonas del país, mientras que las entrevistas proporcionaron una perspectiva minuciosa sobre las vivencias y aspiraciones del sector.

Por lo tanto, se establece la pregunta: ¿cómo puede consolidarse el cacao fino de aroma en el mercado local y qué repercusiones económicas, sociales y culturales tiene esta actividad en los pequeños productores y empresas en el Ecuador?

Estado Del Arte

El cacao

El cacao es un producto histórico en América Latina, tiene sus inicios en las civilizaciones precolombinas que se encontraban en las zonas tropicales de Mesoamérica y Sudamérica. Las pruebas arqueológicas indican que los olmecas fue una de las primeras comunidades en cultivar el cacao, alrededor del 1500 y 400 a.C. Este conjunto fue el primero en reconocer la importancia de estas semillas, usándolas para realizar bebidas medicinales (Coe y Coe, 1996). Esta costumbre fue luego adoptada por civilizaciones como los mayas, que no solo usaban el cacao como bebida, sino que también lo tenían como un componente sagrado, asociado a sus rituales religiosos (Hurst et al., 2002). El avance de este producto a Sudamérica, lo que actualmente es Ecuador, posee una relevancia histórica. Ecuador es reconocido por su cacao fino de aroma, que tiene propiedades organolépticas y es muy apreciado por sus aromas distintivos. Estudios revelan que las plantaciones de cacao en el país tienen una antigüedad de al menos 5,000 años, con hallazgos arqueológicos en la Amazonía del Ecuador que corroboran su existencia en periodos precedentes a las civilizaciones mesoamericanas (Zarrillo et al., 2018). Dicho hallazgo coloca al país no solo como productor destacado en la actualidad, sino como uno de los primeros sitios donde se cultivó el cacao, obteniendo su importancia histórica en la zona.

Cuando los conquistadores europeos llegaron en el siglo XVI, el cacao inició su camino hacia el mercado internacional. Este elixir amargo cautivó a los españoles, llevándola a Europa donde se adaptó al gusto local agregándole azúcar y aderezos. Conforme el producto comenzaba a ganar admiración en la nobleza europea, surgió una nueva plaza que fue creciendo y a su vez creó una demanda por las semillas de cacao, lo que impulsó su siembra en varias regiones de América, entre ellas Ecuador (Presilla, 2009). En Europa en el siglo XVIII, ya se consideraba el cacao ecuatoriano en el mercado, prevaleciendo por su alta calidad y convirtiéndose en uno de los productos de exportación más relevantes de dicho continente.

En la actualidad, Ecuador es el principal productor mundial de cacao fino de aroma, aportando con cerca del 70% del suministro mundial de este tipo de cacao (Pro-Ecuador, 2019).

Dicho cacao es requerido por la industria del chocolate premium gracias a sus propiedades que lo diferencian del cacao habitual. Las iniciativas para proteger y fomentar el cacao fino de aroma han surgido en el país, ya sean por medio del gobierno o de manera privada, con la finalidad de cuidar su calidad y consolidar la presencia de Ecuador en el mercado internacional (Vélez y Montesdeoca, 2020).

A pesar de su trascendencia histórica y económica, la industria del cacao en Ecuador se topa con múltiples desafíos. Elementos como las enfermedades, el bajo rendimiento de ciertos sembríos y la competencia con otras opciones de cacao, como el CCN-51, presentan desafíos para la sostenibilidad de este cultivo milenario (Suárez, 2019). Sin embargo, la firmeza de los pequeños productores y su dedicación a la calidad han facilitado que el cacao de Ecuador siga siendo un punto fuerte de la economía agrícola y un componente particular de su identidad.

Cultivo del cacao

En Ecuador, la siembra del cacao posee una importancia histórica y económica, resaltando como uno de los productos agrícolas más típicos del país. Este cultivo particular, sitúa a Ecuador como referente en la producción de granos de calidad, requeridos a nivel internacional debido a su aroma y sabores distintivos (Mata, 2018). El valor de este cacao se encuentra tanto en su aportación a la economía del país como en su repercusión en la sociedad, creando puestos de trabajo para miles de familias que cuentan con esta actividad.

Ecuador posee un ambiente geográfico y meteorológico a favor para su cultivo, gracias a su localización en la línea ecuatorial, lo que cuenta con óptimas condiciones de temperatura, humedad y terrenos ricos en nutrientes. Esto ha permitido la especialización del país en la producción de diversos tipos de cacao fino de aroma, también denominado "cacao nacional" o "Arriba", que se caracteriza por sus características organolépticas singulares (Parada y Veloz, 2021). Según Agrocalidad (2022) la producción de cacao fino de aroma constituye el 81% de la producción de Ecuador para exportación, lo que demuestra la importancia de este cultivo en el sector agrícola y su reconocimiento en los distintos mercados internacionales.

El proceso de cultivo del cacao en Ecuador se topa con varios impedimentos, en particular para los productores pequeños, que representan la mayoría de los agricultores en el medio. Los problemas que afectan la productividad incluyen afecciones como la monilia y la escoba de bruja, que impactan los rendimientos de las siembras y requieren un manejo técnico para su control (Suárez, 2019). Las plantaciones presentan una mayor susceptibilidad a estas enfermedades debido a los impedimentos en el acceso a tecnologías y a la educación en buenas prácticas agrícolas, lo que complica a los agricultores alcanzar altos niveles de productividad (Carreño, 2019).

En términos empresariales, el cultivo del cacao se distingue por una organización mayoritariamente familiar, donde los pequeños agricultores comercializan su cacao a intermediarios o a centros de acopio. En este método de venta, comúnmente los productores

obtienen precios muy bajos a causa de la intermediación en la venta, lo que reduce sus ingresos y restringe las oportunidades de inversión en la optimización de sus cultivos (García, 2021). Este sistema de comercio subraya la importancia de implementar políticas que refuercen la cadena de valor y proporcionen un beneficio a los agricultores, fomentando un convenio más equitativo y justo.

Además de los retos en la producción, el cultivo de cacao en Ecuador también se topa con dificultades conectadas a la calidad del producto final. Las acciones erróneas durante el proceso de recolección y post recolección, tales como la combinación de variedades y la utilización de sustancias químicas, pueden impactar en la aceptación del cacao ecuatoriano en los mercados extrajeros, donde se percibe una mayor demanda de productos orgánicos y de alta calidad (Macancela, 2020). Para incrementar la calidad del cacao de exportación, es importante que los productores obtengan el respaldo en términos de formación y recursos, que les permitan implementar prácticas sustentables de agricultura y acorde con los modelos internacionales.

Pese a los retos, el cacao de Ecuador continúa siendo un elemento fundamental en la economía agrícola de la nación. El gobierno y diversas entidades internacionales han establecido programas de respaldo al sector del cacao, con la finalidad de incrementar la productividad, fomentar el crecimiento sostenible y potenciar las habilidades de los productores de pequeña escala. Estas acciones tienen como objetivo no solo aumentar la producción de cacao fino de aroma, sino también elevar el nivel de vida de los agricultores, promoviendo el crecimiento económico local y favoreciendo la sostenibilidad del sector a largo plazo (Montenegro, 2021).

El cacao fino de aroma

Ecuador se distingue a nivel global como el principal productor y exportador de cacao de fino aroma, la cual se distingue por sus características organolépticas, que incluyen notas aromáticas y sabores complejos.

Es innegable la envergadura económica del cacao de aroma fino en Ecuador. En 2021, el país exportó cerca de 331,028 toneladas de cacao en grano, obteniendo ganancias cercanas a los 758 millones de dólares, un incremento del 2% considerable al del 2020, año en el que las exportaciones llegaron a 325,208 toneladas (Zumba, 2022). Este incremento refleja la demanda en el mercado global, donde el cacao de Ecuador es amado por su buena calidad. En las exportaciones, el 81% se atribuyó al cacao fino de aroma, en cambio que el 19% perteneció al CCN-51, de acuerdo con la Norma Técnica Ecuatoriana NTE-INEN 176 (Agrocalidad, 2022).

Para el cacao de Ecuador, los principales mercados son países como Estados Unidos, Países Bajos, Indonesia, Malasia, México, Bélgica, Italia y Alemania, que requieren cacao premium para la industria del chocolate (Macancela, 2020). Esta exigencia asegura que el cacao conserve una posición rentable en el mercado global, donde se aprecia no solo por sus atributos, sino también por su aporte a la reputación del chocolate ecuatoriano.

Además de su relevancia para la exportación, el cacao constituye un soporte primordial

para la economía de Ecuador, creando nuevos puestos de trabajo para más de 700,000 personas, gran parte se sustentan de esta actividad (Alcívar, 2021).

La producción sostenible de este cacao necesita no solo mejoras en los métodos de cultivo en el país, sino también estrategias que fortalezcan la cadena de valor, desde la elaboración hasta la exportación, manteniendo y mejorando el valor agregado de este producto.

La cadena de comercialización

En Ecuador, la cadena de distribución del cacao engloba a múltiples participantes, desde pequeñas empresas hasta grandes exportadores, todos ellos juegan un papel importante en la conservación de la calidad del producto. La mayor parte de las familias de agricultores implicados en esta cadena son pequeños agricultores, que aportan de forma considerable al prestigio del cacao de Ecuador de manera internacional. Estas familias usan saberes tradicionales y estrategias de sostenibilidad que facilitan la producción de un cacao de máxima calidad, valorado por su particular sabor y aroma (Parada y Veloz, 2021).

En el país la producción de cacao se basa en gran parte de 100,000 pequeños productores, muchos de ellos trabajan en grupos familiares que han sembrado este cacao a lo largo del tiempo. Estas familias no solo se dedican a la elaboración de un producto de alta calidad, sino también a la conservación de técnicas de siembra que protegen la diversidad biológica. Además, el compromiso de estos agricultores con técnicas tradicionales de cultivo, unidas a técnicas contemporáneas de postcosecha, asegura que el producto mantenga sus propiedades, convirtiéndolo en un recurso valioso para la industria del chocolate (Carreño, 2019).

A pesar de su aporte, estos pequeños productores se topan con retos dentro de la cadena de comercialización. La existencia de muchos intermediarios disminuye el precio que los agricultores obtienen, lo que afecta directamente sus ingresos y restringe las posibilidades de mejorar sus métodos de cultivo. Esta intermediación sugiere que los productores no reciben un precio justo por su cacao, lo que impacta en no invertir en mejores tecnologías y prácticas agrícolas que podrían mejorar la calidad del cacao (García, 2021).

Es esencial disminuir la distancia entre los productores pequeños y el mercado final. Esto conlleva promover estrategias de comercio directo, que posibiliten a los productores en tener un mayor control sobre la venta y obtener precios más acordes con la competencia. Estos esquemas de venta pueden fortalecer la economía de las familias, de las cuales se sustentan a través del cultivo de este producto (Mata, 2018).

METODOLOGÍA

El estudio se llevó a cabo con un enfoque mixto, fusionando procedimientos cuantitativos y cualitativos, con la finalidad de obtener una perspectiva global. Este método posibilitó revisar las percepciones y vivencias de las empresas de comercio como los datos claves sobre el mercado y la cadena de valor del cacao en el país.

Diseño de la Investigación

El enfoque fue de tipo no experimental y descriptivo, ya que se observó, detalló y indagó las propiedades de la cadena de comercio del cacao sin intervenir directamente en las estrategias de comercio. Esta investigación resultó apropiada para entender las dinámicas del mercado y los elementos que incurren en la venta, dado que permite la recopilación de datos que muestra la condición del sector.

Selección de Muestra

Para obtener una muestra representativa de las distintas dinámicas del comercio de cacao, se escogieron seis empresas ecuatorianas que ofrecen cacao fino de aroma, ubicadas en la Costa y Sierra del país. Estas compañías fueron seleccionadas por su relevancia en el sector y su importancia en la venta tanto a nivel nacional como internacional. Las empresas que participaron son: Cacao de Ecuador, Comercialización de Cacao Oro, Ecuador Fino, Ecuador Andino y Comercializadora Totorillas.

La elección se fundamentó en puntos de diversidad relacionados con la localización, el tamaño y el sentido de venta, lo que facilitó la adquisición de una perspectiva amplia y balanceada de las distintas situaciones del comercio de este dichoso producto.

Instrumento de Recolección de Datos

El instrumento principal fue un cuestionario que constaba de 21 preguntas, de tipo cerrado como abierto. Esta encuesta se creó para recolectar datos significativos, como el procedimiento de producción, los elementos que disponen el precio, las estrategias de venta, el alcance de la pandemia y las acciones sostenibles determinadas por las compañías.

Las preguntas cerradas facilitaron la recolección de información numérica que se examinó mediante porcentajes y análisis descriptivos, mientras que las preguntas abiertas facilitaron la adquisición de información cualitativa, que se analizaron para localizar patrones, percepciones y vivencias valiosas.

Aplicación del Cuestionario

Las encuestas se realizaron a las seis empresas, las cuales se comunicaron con anticipación para coordinar la implementación del mismo. Las entrevistas se llevaron a cabo de forma presencial o digital, dependiendo de la disponibilidad. Se logró una respuesta del 100%, asegurando así una toda la muestra.

Análisis de los Datos

El estudio de los datos se realizó mediante una metodología inductivo-deductiva, que facilitó la interpretación de los resultados basándose en las respuestas obtenidas. Primero, se estructuró los datos numéricos de las preguntas cerradas en tablas para simplificar su estudio. Luego, los datos cualitativos se trataron a través de un análisis de contenido, donde se determinaron las categorías asociadas a las prácticas de comercio, los efectos de la pandemia y las tácticas sostenibles.

En el estudio cuantitativo, se utilizaron instrumentos estadísticos fundamentales para determinar los porcentajes de respuestas en los debates abiertos, lo que facilitó la detección de patrones en la información.

Enfoque de Investigación

La investigación adoptó una metodología inductiva-deductiva. El método inductivo ayudó la recopilación de datos detallados sobre el mercado del cacao y, basándose en dicha información, se consiguió conclusiones amplias acerca de las tendencias del mercado, los retos que son enfrentados por las empresas y productores, y las oportunidades de crecimiento en la industria. En contraste, el método deductivo resultó favorable para comparar las teorías actuales acerca del comercio equitativo, la sostenibilidad y la cadena de comercio del cacao con los datos recolectados en la investigación, lo que simplificó la verificación de las hipótesis propuestas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación llevada a cabo acerca del comercio local del cacao en Ecuador facilitó la adquisición de datos esenciales sobre los diferentes componentes que influyen en la venta de este item, las dinámicas del mercado y las consecuencias en los productores pequeños, así como en las empresas grandes que comercializan el cacao. Se muestran los hallazgos más importantes basados en las encuestas realizadas a las compañías en la venta de cacao fino de aroma en las áreas de la Costa y Sierra del país.

Origen de la producción de cacao fino de aroma

Uno de los descubrimientos más relevantes de este estudio fue la preponderancia de la producción del campo en la cadena de distribución. Según los datos recolectados, el 80% de las compañías consultadas indicaron que la mayoría del cacao vendido proviene de áreas rurales, en particular de zonas como Los Ríos, Guayas, Manabí y Azuay, donde se concentra la producción de cacao fino de aroma.

Esta información concuerda con la situación actual del país, dado que la producción de cacao de alta calidad en Ecuador continúa siendo mayoritariamente rural, aunque en años recientes se ha observado un incremento en la producción en áreas urbanas próximas a las grandes urbes. En contraposición, un 20% de las compañías señalaron que su cacao se originó en áreas urbanas, donde los productores más cercanos a las zonas comerciales disponen de un mayor acceso a servicios de asistencia técnica, transporte y distribución, lo que promueve la venta directa.

Tabla 1

Origen del cacao según las empresas comercializadoras

ORIGEN DEL CACAO	PORCENTAJE (%)
Zonas rurales	80
Zonas urbanas	20

Este hallazgo resalta la relevancia del ámbito rural en la cadena de producción, y la exigencia de robustecer las estrategias de venta que puedan incorporar aún más a los productores de pequeña escala en el mercado tanto nacional como internacional.

Factores considerados para fijar el precio del cacao

En cuanto a la determinación del precio del cacao, las respuestas obtenidas revelaron que los factores principales para fijar el precio son la calidad del grano y las condiciones de acopio. El 90% de las empresas afirmaron que la calidad del cacao es el principal determinante en el precio, seguido por el peso, la humedad, y las impurezas, que se consideran de manera significativa para establecer el valor final del cacao comercializado.

El 70% de las empresas indicaron que tanto la oferta como la demanda tienen un rol crucial en el precio, particularmente en periodos de alta o baja cosecha. Los precios suelen variar en función de la cantidad de cacao existente en el mercado, lo que afecta directamente las decisiones comerciales de las compañías.

Un descubrimiento fascinante fue que el 65% de las compañías señalaron que la relación con los productores también afecta el precio. Las compañías que establecen acuerdos prolongados con los agricultores, a menudo consiguen adquirir un cacao de superior calidad y a costos más competitivos. Cacao Ecuatoriano y Cacao Andean se distinguieron por fijar precios competitivos y mantener un enfoque de comercio equitativo.

Tabla 2

Factores considerados para fijar el precio del cacao

FACTORES CLAVE PARA FIJAR EL PRECIO	PORCENTAJE (%)
Calidad del grano	90
Peso del cacao	85
Humedad e impurezas	80
Oferta y demanda del mercado	70
Relación con los productores	65

Impacto de la pandemia en las ventas de cacao fino de aroma

Uno de los factores que tuvo un impacto significativo en la industria fue la pandemia de COVID-19, que, pese a los problemas logísticos y operativos, no frenó el desarrollo en el sector del cacao fino de aroma. El 60% de las empresas informaron un incremento en sus ventas, en particular debido a la diversificación de los mercados globales y la expansión de los canales de distribución digital. Compañías como Comercialización Cacao Oro y Cacao de la Sierra sobresalieron por incrementar su alcance en los mercados globales mediante exportaciones, lo que les facilitó atenuar el efecto de la crisis de salud.

No obstante, el 40% de las compañías indicaron que, pese a que las ventas permanecieron estables, se registró una leve reducción en los primeros meses de la pandemia a causa de las

limitaciones de movilidad y el cierre de fronteras. No obstante, estas compañías garantizaron una rápida recuperación, lo que demuestra la capacidad de resistencia del sector cacao en Ecuador.

Tabla 3

Impacto de la pandemia en las ventas de cacao fino de aroma

IMPACTO DE LA PANDEMIA EN LAS VENTAS	PORCENTAJE (%)
Aumento en ventas	60
Ventas estables o disminución leve	40

Este hallazgo resalta la habilidad de las compañías de venta de cacao para ajustarse a la crisis mundial, lo que señala que el mercado de cacao fino de aroma posee una demanda constante y una habilidad para explorar nuevas oportunidades incluso en circunstancias perjudiciales.

Canales de comercialización y exportación

Respecto a la venta, el 75% de las empresas reportaron que una considerable cantidad del cacao que venden se destina a la exportación, en particular a mercados como los Estados Unidos, Europa y Japón. Este hecho corrobora la superioridad de Ecuador como productor de cacao, ya que las compañías han puesto su atención en diversificar sus mercados y beneficiarse de la fama del cacao ecuatoriano a escala internacional.

Cacao Fino del Ecuador y Cacao Andean se distinguen por su expansión en el mercado global, propulsada por la excelencia de su producto.

El 25% de las compañías expresaron su principal atención al consumismo interno, enfocándose especialmente en la venta de cacao en polvo, chocolates y otros productos derivados del cacao. La mayoría de estas compañías se ubican en las ciudades más importantes del país, tales como Quito, Guayaquil y Cuenca. En años recientes, el pedido de cacao fino de aroma ha experimentado un aumento debido a un incremento en el interés por productos internos y de excelente calidad.

Tabla 4

Destino del cacao comercializado

DESTINO DEL CACAO	PORCENTAJE (%)
Exportación	75
Consumo interno	25

Este hallazgo subraya la importancia de la exportación como impulsor del desarrollo económico de la industria del cacao en Ecuador, y simultáneamente subraya el aumento de la demanda interna, que continúa siendo un mercado de gran valor para las empresas.

Percepciones sobre sostenibilidad y apoyo a los pequeños productores.

Un punto significativo que apareció en el estudio fue la relevancia de las prácticas sustentables y el comercio justo para las compañías de venta de cacao. El 85% de las compañías consultadas declararon que fomentan el comercio equitativo y las prácticas de sostenibilidad en sus vínculos

comerciales con los productores de cacao pequeños. Compañías como Comercializadora Totorillas y Cacao de la Sierra establecieron programas de formación y certificación con el objetivo de garantizar la calidad del cacao y elevar el nivel de vida de los productores.

El 80% de las compañías indicaron que han formado alianzas con entidades no gubernamentales (ONG) y otras organizaciones con el objetivo de promover la mejora de la productividad y la sostenibilidad de los cultivos, garantizando simultáneamente un precio equitativo para los productores.

Tabla 5

Percepción sobre sostenibilidad y apoyo a productores

ESTRATEGIAS DE APOYO Y SOSTENIBILIDAD	PORCENTAJE (%)
Fomento del comercio justo	85
Programas de capacitación a productores	80

Este descubrimiento fortalece la noción de que las compañías de cacao de Ecuador están conscientes de la relevancia de una producción sustentable y de mantener relaciones sólidas con los productores, lo cual se traduce en un valor añadido para la calidad del cacao y la lealtad de los consumidores.

Interpretación de los resultados

Los hallazgos revelan una tendencia evidente hacia la diversificación de mercados y la aplicación de prácticas sustentables en la venta del cacao fino de aroma en Ecuador.

La calidad del cacao continúa siendo un elemento crucial para su apreciación tanto en mercados locales como globales, y las compañías de Ecuador sobresalen por su habilidad para ajustarse a las demandas del mercado mundial.

Igualmente, la pandemia de COVID-19 no solo golpeó de manera temporal en las ventas, sino que también motivó a las empresas a indagar en nuevas estrategias de venta y a robustecer sus tácticas de exportación, lo que destaca la capacidad de resistencia del sector.

Además, la relación de respaldo con los productores pequeños y la dedicación al comercio equitativo han facilitado que las compañías ecuatorianas se mantengan competitivas en un mercado cada vez más riguroso.

Este estudio también ofrece datos útiles para futuras políticas públicas vinculadas al cacao, subrayando la relevancia de continuar fomentando prácticas de sostenibilidad y comercio igualitario que favorezcan a los productores y fortalezcan la industria a escala nacional y a su vez internacional.

DISCUSIÓN

Según los descubrimientos, se destacan diversas dinámicas esenciales en la venta del cacao fino de aroma de manera interna. Primero, la importancia de las áreas rurales como centros productivos subraya la necesidad de robustecer las infraestructuras y el respaldo logístico en estos

territorios para optimizar la cadena de suministro. El elevado volumen de cacao procedente de áreas rurales subraya la importancia de políticas públicas que potencien la entrada de los productores de pequeña escala a los mercados tanto nacionales como internacionales, promoviendo una integración y competitividad más amplias.

Otro factor importante es la determinación de precios, que se ve principalmente afectada por la calidad del grano y su accesibilidad en el mercado. La calidad sigue siendo el fundamento del valor del cacao de Ecuador en los mercados internacionales. Las empresas involucradas reconocen que mantener acuerdos equitativos y duraderos con los productores no solo garantiza una calidad superior del cacao, sino que también potencia las relaciones de comercial, promoviendo la fidelidad y una cooperación más justa entre los participantes de la cadena de producción.

La fortaleza de la industria del cacao en Ecuador, resaltada durante la pandemia de COVID-19, demuestra la habilidad del sector para ajustarse a retos mundiales. Las compañías respondieron con éxito a través de la diversificación de mercados y la implementación de plataformas digitales como la e-commerce, evidenciando que la digitalización representa una oportunidad para el desarrollo constante, incluso en situaciones extremas.

Igualmente, el debate acerca de la sostenibilidad y el comercio equitativo fortalece el compromiso de las compañías ecuatorianas con prácticas de agricultura sustentable. La mayoría de las compañías investigadas aplican tácticas que garantizan una producción ecológicamente responsable y el bienestar de los agricultores de pequeña escala, lo que representa una reacción a la creciente necesidad de consumidores conscientes. Esta perspectiva no solo fomenta el comercio equitativo y el respaldo a los productores de pequeña escala, sino que también está en sintonía con preferencias mundiales hacia un incremento en la sostenibilidad del consumo.

En resumen, los hallazgos y su estudio señalan la importancia de implementar políticas de respaldo que potencien tanto la infraestructura rural como la competitividad en el mercado global. En el futuro, resultaría crucial que el sector siga progresando hacia estrategias que potencien la entrada de los pequeños productores a los mercados y fomenten una economía local más sólida y sustentable. No solo favorecería a los agricultores y a las compañías de venta, sino que también establecería al cacao ecuatoriano como un ícono internacional de alta calidad y sostenibilidad en el sector del cacao fino de aroma.

CONCLUSIONES

Este estudio investigativo ha proporcionado una perspectiva integral sobre la cadena de venta del cacao fino de aroma en Ecuador, resaltando tanto los retos como las posibilidades a las que se enfrentan los productores de pequeña escala y las compañías de comercialización en el mercado interno. Mediante el estudio de las estrategias de venta y el efecto de la pandemia en la industria, se ha destacado la capacidad de resistencia de las empresas, quienes han conseguido

ajustarse a situaciones variables a través de la puesta en marcha de prácticas sustentables, innovadoras y cooperativas.

Uno de los descubrimientos más relevantes de este estudio es que el cacao ecuatoriano, en particular el fino de aroma, conserva una posición excelente en el mercado internacional gracias a su elevada calidad y reconocimiento. No obstante, la comercialización interna continúa siendo un desafío, ya que todavía persisten obstáculos que restringen la vinculación directa entre los productores de pequeña escala y las corporaciones de gran envergadura. La ausencia de maquinaria apropiada, la dependencia de intermediarios y los problemas para ingresar a los mercados externos son algunos de los impedimentos detectados en esta investigación.

Pese a estos desafíos, las compañías que venden cacao fino de aroma en Ecuador han mostrado un compromiso significativo con la sostenibilidad, lo cual se manifiesta en sus iniciativas para mejorar las condiciones de los agricultores y reforzar la cadena de valor del cacao. La adopción de medidas como el comercio equitativo, el respaldo a la agricultura de pequeña gama y el fomento de la certificación de productos orgánicos han favorecido la formación de un mercado más ético y claro.

Además, la investigación ha resaltado la relevancia de la innovación en las tácticas de marketing, subrayando la importancia de humanizar las marcas y crear vínculos emocionales con los clientes, así obteniendo fidelidad por parte de ellos. Las compañías que han conseguido establecer una conexión emocional con sus clientes, tal como sucede con algunas vendedoras analizadas, no solo han logrado establecer su producto en el mercado interno, sino también fomentar el engagement y la preferencia de los consumidores locales.

En cambio, el efecto de la pandemia de COVID-19 ha sido considerable, creando problemas transitorios en la cadena de abastecimiento y alterando la dinámica de comercio. Sin embargo, las compañías han demostrado una notable habilidad para adaptarse, incorporando tecnologías emergentes y modificando sus tácticas de venta para abordar los nuevos retos de manera digital.

Respecto a las perspectivas futuras, es evidente que el cacao fino de aroma posee un enorme potencial para continuar expandiéndose, tanto en el mercado local como en el global. Para alcanzar este objetivo, es esencial impulsar la infraestructura de venta, disminuir la necesidad de intermediarios y fortalecer la conexión entre los productores pequeños y las compañías exportadoras. Es fundamental la formación continua de los productores y la implementación de tecnologías más eficaces para asegurar la sostenibilidad y competitividad del sector a largo plazo.

En resumen, este análisis proporciona una valiosa reflexión acerca de la situación del comercio local del cacao fino de aroma en Ecuador, enfatizando la relevancia de la sostenibilidad, la innovación y la dedicación hacia los agricultores para el crecimiento de un sector más sólido y justo. Las estrategias de marca y el vínculo emocional con el cliente, unidos a un enfoque ético y sostenible, se destacan como elementos trascendentales para el triunfo constante del cacao

ecuatoriano en los mercados internacionales y a su vez estar siempre en la mente y corazón del consumidor.

REFERENCIAS

- Acosta, M., & Saavedra, G. (2020). El cacao y su impacto en la civilización mesoamericana. *Revista de Estudios Culturales*, 12(3), 211-225.
- Agrocalidad. (2022). Norma Técnica Ecuatoriana NTE-INEN 176: Clasificación y características del cacao de fino aroma. Agrocalidad.
- Alcívar, P. (2021). Impacto económico del cacao de fino aroma en las comunidades productoras de Ecuador. Fundación Ecuatoriana para el Desarrollo del Cacao.
- Bustos, J., García, L., & Serrano, M. (2020). "Consumo de productos locales y sostenibles en Ecuador: Tendencias y desafíos". *Revista Ecuatoriana de Marketing y Negocios*, 8(1), 22-34.
- Carreño, A. (2019). *Desafíos en la cadena de valor del cacao en Ecuador: Un enfoque en los pequeños productores*. *Revista de Estudios Agrícolas y Sociales*, 12(2), 45-59.
- Coe, S. D., & Coe, M. D. (1996). *The True History of Chocolate*. New York: Thames & Hudson.
- Contreras, R., & García, E. (2018). El papel del cacao en la economía y sociedad prehispánica. *Revista de Historia y Cultura Precolombina*, 5(2), 145-162.
- Fundación Nacional del Cacao de Ecuador. (2019). *El cacao en Ecuador: historia y evolución de su cultivo*. Guayaquil: Fundación Nacional del Cacao de Ecuador.
- García, M. (2021). *Impacto de los intermediarios en la rentabilidad de los productores de cacao en Ecuador*. *Revista de Economía Rural*, 18(3), 112-128.
- Guamán, A., Rodríguez, M., & Vargas, T. (2019). "Comercio justo y desarrollo rural: El caso del cacao de fino aroma en el Ecuador". *Estudios Sociales del Ecuador*, 10(2), 89-103.
- ICCO (2022). Fine or Flavour Cocoa. International Cocoa Organization.
- INEN (2020). Norma Técnica Ecuatoriana sobre el Cacao Fino de Aroma. Instituto Ecuatoriano de Normalización, Quito, Ecuador.
- Macancela, S. (2020). Mercados internacionales del cacao ecuatoriano: Un estudio sobre las exportaciones y los principales destinos. Ministerio de Comercio Exterior.
- Mata, L. (2018). *Prácticas sostenibles y comercio justo en la cadena de comercialización del cacao ecuatoriano*. *Revista de Comercio Justo y Agricultura Sostenible*, 10(1), 25-40.
- Moreno, A., & Arroyo, D. (2019). "El rol de las estrategias de comercialización en el fortalecimiento del mercado de cacao en el Ecuador". *Revista de Investigación y Desarrollo Empresarial*, 6(2), 55-69.
- Murillo, J. (2021). La expansión de la cultura del cacao en la colonia. *Revista de Economía y Sociedad en América Latina*, 10(1), 90-105.
- Parada, E., & Veloz, J. (2021). *El cacao ecuatoriano de fino aroma: Contribuciones a la economía familiar y al desarrollo sostenible*. *Boletín de Estudios de Economía Agrícola*, 15(4), 85-99.

- Patiño, V. M. (2002). *Historia y dispersión del cacao*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Peláez, F., Ayala, P., & Gómez, E. (2021). "Cambios en el consumo de productos orgánicos en el Ecuador y su influencia en la producción de cacao". *Journal of Agricultural Economics and Sustainable Development*, 19(4), 101-116.
- Pro Ecuador. (2019). *El cacao de fino aroma: líder mundial en la producción y exportación*. Pro Ecuador.
- Rodríguez, L., & López, F. (2017). El cacao en América Latina: una historia de sabor y comercio. *Revista Latinoamericana de Economía Agrícola*, 9(1), 34-49.
- Santamaría, J. (2021). El auge del cacao en la economía colonial ecuatoriana. *Estudios Económicos Latinoamericanos*, 8(4), 45-67.
- Suárez, A. (2019). Desafíos en la producción de cacao de fino aroma en Ecuador: Enfoques para mejorar la competitividad. *Revista Agroindustria y Desarrollo*.
- Villafuerte, C., & Moreano, F. (2018). *El cacao en el Ecuador: Historia, producción y comercio*. Quito: Editorial Universidad Andina Simón Bolívar.
- Zambrano, C., Morales, R., & Torres, G. (2020). "La cadena de valor del cacao en el Ecuador: Desafíos y perspectivas". *Revista de Economía Agrícola y Desarrollo Sostenible*, 12(3), 45-60.
- Zumba, R. (2022). *Informe sobre el comercio de cacao en Ecuador: análisis de exportaciones 2021*. Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.