

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

[DOI 10.35381/cm.v7i3.671](https://doi.org/10.35381/cm.v7i3.671)

El cacao en la zona baja de la provincia del Cañar: calidad y comercialización

Cocoa in the lower part of the province of Cañar: quality and marketing

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera
sebastian.ramirez.44@est.ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0003-0102-5448>

Glenda Maricela Ramón-Poma
gramon@ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca
Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-6833-9129>

Recepción: 15 de septiembre 2021

Aprobación: 15 de noviembre 2021

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

RESUMEN

La producción y comercialización de cacao es la base de las economías familiares del medio rural, sin embargo, se ha encontrado que al momento de ser comercializado el productor lo realiza mayoritariamente a través de un intermediario, ello ocasiona que no se reciba un pago justo, además de no tomar en cuenta la calidad y la inversión requerida para su producción. Ante ello se ha planteado la importancia de generar una propuesta que permita mejorar la capacidad o poder de negociación del precio de cacao a nivel de productor en la zona baja de la provincia del Cañar. La metodología fue de tipo descriptivo, la técnica de recolección de datos fue la encuesta. Los resultados indicaron que los productores no están satisfechos con el precio que comercializan el cacao y que el principal canal de comercialización es mediante el intermediario.

Descriptores: Gestión de riesgos; cooperativa agrícola; empresa en participación. (Palabras tomadas del Tesoro UNESCO).

ABSTRACT

The production and marketing of cocoa is the basis of family economies in rural areas, however, it has been found that at the time of being marketed, the producer does it mostly through an intermediary, which means that a fair payment is not received, in addition to not taking into account the quality and the investment required for its production. Given this, the importance of generating a proposal that allows improving the capacity or bargaining power of the price of cocoa at the producer level in the lower area of the province of Cañar has been raised. The methodology was descriptive, the data collection technique was the survey. The results indicated that the producers are not satisfied with the price they sell cocoa and that the main marketing channel is through the intermediary.

Descriptors: Risk management; agricultural cooperatives; joint ventures. (Words taken from the UNESCO Thesaurus).

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

INTRODUCCIÓN

El cultivo del cacao representa una importante actividad económica para la zona baja del Cañar, además está estrechamente ligada al comportamiento del mercado a sus alrededores, específicamente en los grandes comercios de la provincia del Guayas, puesto que son los primeros que demandan del producto. Un dato por resaltar es que a nivel nacional el sector industrial cacaotero tiene una demanda insatisfecha, la misma no puede ser cubierta en los próximos 10 años (Superintendencia de Control de Poder del Mercado, 2019).

Es importante mencionar que el cacao también se enfrenta a riesgos de carácter natural en su producción entre los cuales están: sequía, inundaciones, plagas, enfermedades, éstos pueden ocasionar significativas pérdidas económicas (INEC, 2019). Otro de los factores que afecta a los agricultores según lo indica Rodríguez (2014) es el desconocimiento de los precios, puesto que los mismos no manejan verdaderos costos de producción, además está la volatilidad en los precios de ventas de productos comercializados por el productor, es necesario destacar que éstos dependen de los mercados internacionales, en el caso de Ecuador, del New York Board of Trade¹

Uno de los mecanismos que aporta a la mejora de la producción y comercialización del cacao es la asociatividad, la cual permite incrementar los ingresos económicos familiares, logrando alcanzar la independencia y autonomía en el aspecto financiero, así como liderazgo claro y eficiente de los niveles de gestión y dirección (Meza., et al, 2017). Con estos antecedentes, este trabajo investigativo tiene como objetivo principal: Generar una propuesta que permite mejorar la capacidad o poder de negociación del precio de cacao a nivel de productor individual en la zona baja de la provincia del Cañar.

La importancia de este trabajo investigativo es contribuir a los productores del cacao de la provincia del Cañar a que asuman protagonismo puesto que este producto aporta

¹Mercado bursátil donde se negocia sobre contratos de futuros y opciones sobre commodities agrícolas como: azúcar, algodón, café, cacao o jugo de naranja.

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

significativamente a la economía del país, por ello es necesario alcanzar un consenso en mejora del proceso de producción y comercialización del producto, ello permite incrementar los índices de competitividad frente a los países vecinos como Perú, Colombia y Brasil.

Es necesario dar a conocer que los estándares internacionales para cacao exigen una alta calidad del producto, debe estar fermentado, seco, libre de olores anormales, insectos, granos partidos y cualquier adulteración. Por ello la necesidad de mejorar su producción, comercialización mediante la asociatividad permitiendo a los agricultores vender el producto a precios justos.

Es importante señalar que en Ecuador algunas asociaciones de agricultores cacaoteros cuentan con el “Sello de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE” para el cacao, cuando la asociación la obtiene significa que va por un buen camino, es decir, los socios implementan un servicio competente. Gonzáles (2018) considera relevante que mejorar las relaciones comerciales y en especial el poder de negociación entre grandes empresarios y pequeños productores, si es posible, siempre y cuando disminuya la intermediación, también es posible reducir la inestabilidad de los precios en los mercados, puesto que constantemente se cuestiona, que tan justo es el “comercio justo”, ello debido a que hay la percepción que un agricultor asociado no progresa, por el contrario las empresas asociativas logran mantener relaciones comerciales que fijan buenos precios para el cacao, por ende, para sus socios.

Con estos antecedentes se evidencia la importancia de utilizar la asociatividad como estrategia orientada en mejorar los ingresos económicos, sin embargo, se requiere conocer el verdadero impacto de la asociatividad para el bienestar de las asociaciones, desde el plano económico, ésta se mide por el beneficio que brinda para el incremento de utilidades y, por ende, la calidad de la vida del agricultor.

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

REFERENCIAL TEÓRICO

El cultivo y comercialización del cacao en Ecuador

El cacao cuyo nombre científico es (*Theobroma cacao*) originario de América del Sur, posteriormente ser introdujo en América Central, en esta región recibió el nombre de “criollo”, mientras que aquellos cultivados en la cuenca del Amazonas se les da el nombre de Forastero. Así también la hibridación entre criollo y amelonado forastero que da paso al llamado Trinidad. Cabe resaltar que la actividad agrícola del cultivo del cacao tiene un posicionamiento importante en la economía ecuatoriana pues con el paso de los siglos es generador de divisas para el país, permitiendo el desarrollo de sectores importantes como la banca, la industria y el comercio (Guilcapi, 2018).

La Asociación Nacional de exportadores de cacao (2014) da a conocer que la producción y consumo del cacao en Ecuador es antigua, puesto que con la llegada de los españoles en el país ya se observaron enormes árboles de cacao, ello demuestra el conocimiento y su utilización específicamente en la región costera, antes de la invasión europea, sin embargo, la producción del cacao se opaca por la aparición y expansión de las enfermedades como la moniliasis y escoba de bruja, las cuales afectan gravemente la producción.

En el siglo XIX Ecuador según refieren Espinoza., et al (2015) atraviesa por un auge en las exportaciones de cacao, la cual tuvo pocos años de apogeo, por ello se le conoce como “pepa de oro” pues sus ingresos fueron significativos, sin embargo, su excesiva oferta, acompañado de las plagas que se tornaron incontrolables repercutiendo en la caída repentina de su precio y con ella, la vuelta a una nueva depresión económica en la cual nos avizorábamos como un país en retraso económico y empobrecido.

Según la apreciación de Espinoza., et al (2015) con el pasar de los años el cacao enfrenta etapas cíclicas, las mismas están influenciadas por el precio de los mercados externos, así como también de fenómenos ambientales que afectan su producción, a pesar de que nuestro país tiene una enorme riqueza en recursos naturales, es indispensable contar con herramientas y maquinarias para poder transformarlos y diversificación. El sector

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

cacaotero en nuestro país no se potencializa, por ende, no se logra una transformación del producto, ello repercute negativamente en los agricultores quienes se ven obligados ha comercializar sus productos a precios muy bajos.

Las estadísticas nacionales muestran que el precio del cacao en los diferentes niveles de comercialización no refleja diferencia alguna entre el cacao fino y de aroma con el cacao ordinario CCN-51, ello se debe a que no existe un nicho de estándares de calidad para la venta de los productores, por lo que no hay un reconocimiento a la ardua tarea de los productores para mantener la calidad de sus productos, tampoco se distinguen las actividades de post cosecha (Ministerio de Agricultura, 2017). Además, según Alwnag., et al (2018) los productores no obtienen un precio diferencial a pesar de que sus productos son calificados, otra de las limitaciones es el incierto del precio, pues el mismo depende de cada transacción considerando tres parámetros esenciales: humedad del grano, presencia de hongos, y el contenido de impurezas.

Tabla 1.
Requisitos físicos y calidad para los granos de cacao.

Requisitos	Cacao Fino			Cacao CCN-51		Método de ensayo
	A.S.S.S	A.S.S	A.S.E	C.S.S	C.S.C	
Humedad, máximo, %*	7	7	7	7	7	NTE INEN-ISO 2291
Peso de 100 granos, g	> 130	> 120 a 130	100 a 120	> 125	110-125	a
Granos fermentados, mínimo, %	75	65	53	68	55	NTE INEN ISO 11
Granos violetas, máximo, %	15	21	25	18	26	NTE INEN ISO 1114
Granos pizarrosos, máximo, %	9	12	18	12	15	NTE INEN ISO 1114

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

Granos mohosos, máximo, %	1	2	4	2	4	NTE INEN ISO 1114
TOTALES (análisis sobre 100 granos), mínimo	100	100	100	100	100	
Granos defectuosos, máximo, %	0	1	3	1	3	b
Material relacionado al cacao, máximo, %	1	1	1	1	1	b
Material extraño, máximo, %	0	0	0	0	0	b

Fuente: Elaboración propia, basado en la norma INEN "NTE INEN 176 5ta revisión, Granos de Cacao. Requisitos (2018)". Obtenido de https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/nte_inen_176-5.pdf.

En las provincias de Guayas, Los Ríos y Santa Elena, existen plantaciones de cacao tecnificadas, de grandes extensiones y con rendimientos productivos superiores al promedio nacional. Mientras que en la provincia de Cañar predomina el cultivo de tipo familiar (Guilcapi, 2018).

Los autores García., et al (2021) sostienen que hay dos medios para la comercialización del cacao, en el primero el productor atraviesa por una cadena de intermediarios para finalmente llegar al exportador, el cual forma parte de un mercado interno. Un segundo camino se vende directamente al exterior, esta última lo realizan muy pocas empresas. La comercialización externa, refiere a la exportación de granos en dos variedades; El tipo Nacional y el clon CCN-51; cabe indicar que la forma como se exportaba el cacao en el año 2017 era: 87% en grano, 12% semielaborados y un 0.8% correspondió a productos terminados.

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

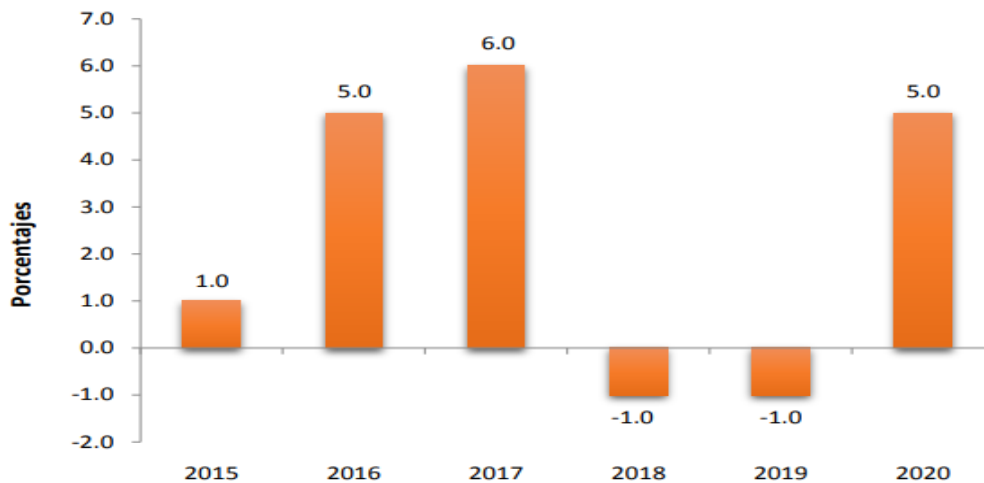


Figura 1. Expectativas del volumen de producción de cacao* (variación interanual, porcentajes, 2015-2020).

Fuente: Banco Central del Ecuador (2020).

Según información de Banco Central del Ecuador (2020) a raíz de la pandemia generada por el Covid 19, en la Provincia de Cañar la producción del cacao muestra indicadores negativos, puesto que la superficie sembrada decrece en un 10%, de la mano se conoce que las inversiones que efectuaron los agricultores disminuyeron en el período de siembra, por ende, el rendimiento fue menor. Además, debido a las restricciones por la emergencia sanitaria la oferta de cacao decrece específicamente por la falta de movilidad de los agricultores para ofrecer su producto.

El Ecuador es uno de los países más eficientes del mundo con una productividad promedio de 0.6 – 0.8 Tm/Ha./año, por la alta productividad de sus cultivos con clones de variedades híbridas y aplicación de técnicas agrícolas eficientes, algo muy importante que destacar es que los cultivos son libres de mano de obra infantil, lo que no pasa en países de África Occidental (ANECACAO, 2021).

El margen de ganancia de acuerdo con un análisis de precios promedios anuales del quintal de cacao tanto a nivel de productor como a nivel de acopio se muestra en la tabla

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

2, en donde el margen de ganancia promedio de los últimos seis años (2016-2021) se registra en \$3,91 para el cacao CCN-51 seco y en \$3,70 para el cacao seco mezclado.

Tabla 2.

Promedios anuales de precios del quintal de cacao y margen de ganancia a nivel de acopio en la provincia del Cañar.

Año	Precio promedio anual a nivel de productor		Precio promedio anual a nivel de acopio		Margen de ganancia promedio anual a nivel de acopio	
	Cacao CCN 51 Seco	Cacao Seco Mezclado	Cacao CCN 51 Seco	Cacao Seco Mezclado	Cacao CCN 51 Seco	Cacao Seco Mezclado
2016	\$116,55	\$116,06	\$119,57	\$120,33	\$3,02	\$4,28
2017	\$77,42	\$77,44	\$81,74	\$81,16	\$4,32	\$3,71
2018	\$93,61	\$91,55	\$98,00	\$95,05	\$4,39	\$3,50
2019	\$99,48	\$97,79	\$103,24	\$100,62	\$3,76	\$2,83
2020	\$99,67	\$98,37	\$103,67	\$102,32	\$4,00	\$3,95
2021	\$99,19	\$98,47	\$103,19	\$102,40	\$4,00	\$3,93

Fuente: Elaboración propia, basado en el reporte de precios de agroindustrias y centros de acopio para la provincia del Cañar / MAG / SIPA / <http://sinagap.mag.gob.ec>. Los datos para el año 2021 son con corte al 03 de septiembre.

La asociatividad en la producción y comercialización del cacao

Las asociaciones en la producción del cacao según lo indica León (2019) tienen importancia económica, social y legal para los agricultores, es necesario mencionar al cooperativismo como principio fundamental el mismo se sustenta en una economía social y solidaria. El sector asociativo está constituido por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, cuyo fin es producir, vender y consumir bienes y servicios legales, además se abastecen de herramientas e insumos

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

que posteriormente son comercializados de forma solidaria y auto gestionada. Las asociaciones permiten que sus miembros tengan igualdad de condiciones, a la tierra, al trabajo, así como también al crédito en un mercado social.

Es necesario abordar las asociaciones desde la Economía Social y Solidaria puesto que la misma se origina como una alternativa a los sistemas económicos tradicionales bajo una nueva forma de organización económica llamada “La Otra Economía”), el “Tercer Sector”, “Economía Social” permite el posicionamiento de sectores comúnmente relegados para hacerlos partícipes del proceso productivo. Las organizaciones que responden a este tipo de economía son creadas a partir de parámetros de unidad o paridad entre sus asociados, así como también aquellos que compartan similitudes culturales, étnicas o religiosas, y cuyo fin sea la producción de bienes y servicios, mas no el excedente.

En Ecuador, la Ley Economía Popular y Solidaria en su Art. 1 a:

La forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio y comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos. Esta forma de organización se basa en relaciones de solidaridad, cooperación, reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orienta al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación del capital. (p.4).

Acorde a esta ley, se acota que la economía solidaria se caracteriza por su capacidad de autogestión, esta es una cualidad que responde a lo inclusivo, además promueve la participación de todos los miembros que conforman una asociación, está presente la toma de decisiones basada en la democracia, así como también, las formas de participación, en los siguientes ámbitos: financiero o la conformación de asambleas de manera inclusiva.

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

A continuación, se detalla los principios de la Economía Solidaria:

Tabla 3.

Principios de asociatividad en la Economía Social y Solidaria.

- | | |
|---|---|
| 1 | La búsqueda del buen vivir y del bien común. |
| 2 | La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales. |
| 3 | El comercio justo y consumo ético y responsable. |
| 4 | La equidad de género. |
| 5 | El respeto a la identidad cultural. |
| 6 | La autogestión. |
| 7 | La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas. |
| 8 | La distribución equitativa y solidaria de excedentes. |

Fuente: Elaboración propia tomado de la “Ley Orgánica de Economía Social y Solidaria, 2008”.

Además del cumplimiento de estos principios las asociaciones requieren de ciertos requisitos legales; el primer paso es la creación de una personería jurídica y que se cumplan todos los procedimientos legales. Partiendo de que el organismo de control que otorga esa personalidad a las organizaciones es la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria quien en cumplimiento de Artículo 124, que establece que los organismos de integración económica pueden conformarse “... en forma temporal o permanente por dos o más organizaciones comunitarias, asociaciones EPS o cooperativas, de la misma o distinta clase”. En Ecuador, las redes de integración económica son las asociaciones y cooperativas (Asamblea Nacional, 2018).

En concordancia al párrafo anterior, se puede acotar que existe una relación estrecha entre los sectores que conforman la Economía Social y Solidaria con la constitución jurídica de estos debido a una serie de normas y reglas que permiten el funcionamiento de mejor manera de las asociaciones y grupo de personas para desarrollar un bien o servicio a la sociedad, esto conlleva a que estas asociaciones u organizaciones se robustezcan y crezcan económicamente.

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

Como lo afirman Bravo., et al (2019) el sector social que participe en los emprendimientos se ven fortalecidos por su competitividad empresarial, contribuyendo al desarrollo de la región o del país, las empresas que responden a un enfoque social, además de la generación del empleo, permiten que la comunidad se sienta incluida reduciendo así los niveles de exclusión social. A nivel mundial, es importante destacar que los actores implicados en este tipo de economía representan una alternativa al sistema tradicional, enfatizando en la solidaridad y justicia.

La asociatividad tiene la finalidad de mejorar las condiciones de vida de la población, para ello se deja de lado la idea de que la solidaridad debe aparecer después de que la economía ha cumplido la tarea y completado el ciclo; para ello es necesario el papel protagónico del Estado dejando de lado el rol asistencialista, para participar activamente y mejorar la productividad en empresas de tipo asociativo que les permita ser sostenibles y competitivas en el mercado, ello mediante la creación de políticas públicas que respondan a una economía alternativa (Del Socorro., et al 2016).

Es necesario además mencionar la importancia de los factores organizacionales que componen a las asociaciones, los mismos tienen que ver fundamentalmente con aspectos de: orden interno en cuanto al trabajo cooperativo, en equipo en el marco de normas, valores y políticas claramente establecidos (Ruiz, 2015). En este contexto en la producción y comercialización del cacao, las asociaciones inciden de forma significativa en su sostenibilidad económica.

En lo que respecta a los canales de comercialización del cacao el autor Gonzáles (2019) señala que el cacao tiene una variación, por ello, es necesario conocer a cabalidad su cadena de valor sobre todo hacer énfasis en los diferentes canales. A nivel nacional el cacao y sus derivados, su demanda se ve incrementada, en esta realidad, la mejora de la competitividad, a través de métodos de producción eficientes, innovación tecnológica permiten mejorar la rentabilidad gracias al valor agregado.

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

METODOLOGÍA

Esta investigación responde a un método descriptivo, con diseño no experimental ya que las variables no fueron manipuladas (Silamani, 2015) Para la recopilación de la información se aplicó una encuesta de tipo online, se considera como unidad de análisis a productores de cacao en la zona baja de la provincia del Cañar (La Troncal zona rural, Pancho Negro, Manuel J Calle, San Antonio de Paguancay, Ventura y el Piedrero).

Se estableció un universo investigativo de 850 cacaoteros (dato tomado de los registros de los técnicos de la Dirección Provincial Agropecuaria del Cañar), se establece un muestreo probabilístico aleatorio con los siguientes datos: $N = 850$ (Tamaño de la población), Nivel de confianza = 95%, $Z_{\alpha} = 1,96$ (Constante del nivel de confianza), $e = 5\%$ (error muestral), $p = 0.5$ (proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio), $q = 0.5$ (proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$) y $n =$ tamaño de la muestra. Por supeditado la muestra asciende a 265 cacaoteros, para el cálculo se utiliza la siguiente formula:

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

RESULTADOS

Los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los productores de cacao de la zona baja de la provincia del Cañar posibilitan conocer lo detallado en la tabla siguiente:

Tabla 4.

Resultados encuesta: El cacao en la zona baja de la provincia del Cañar.

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
¿Es Usted productor de cacao?	Si	98,30%
	No	1,70%
Género	Masculino	81,10%
	Femenino	18,90%
¿En qué grupo de edad se encuentra?	15 a 24 años	3,10%
	25 a 34 años	9,10%

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

	35 a 44 años	23,40%
	45 a 54 años	37,10%
	55 a 64 años	21,70%
	65 en adelante	5,60%
¿En qué parroquia tiene establecido su cultivo de cacao?	La Troncal	12,60%
	Pancho Negro	25,50%
	Manuel J Calle	23,40%
	San Antonio de Paguancay	14%
	Ventura	4,20%
	El Piedrero	20,30%
¿Cuál es la variedad o tipo de cacao que produce en su finca?	Nacional/ Fino de Aroma	1,70%
	CCN- 51	89,20%
	Ambos	9,10%
¿Usted es parte o miembro de una asociación agro-productiva constituida jurídicamente?	Si	67,80%
	No	32,20%
¿Conoce usted la resolución técnica N. 0183 emitida por Agrocalidad referente a la Guía de Buenas Prácticas Agrícolas para Cacao?	Si	59,10%
	No	40,90%
¿Conoce usted la norma técnica NTE INEN 176 que establece que la clasificación y los requisitos de calidad que debe cumplir el cacao en grano beneficiado?	Si	55,60%
	No	44,40%
¿Su finca cuenta con certificación de Buenas Prácticas Agrícolas emitidas por Agrocalidad?	Si	19,60%
	No	62,20%
	Desconozco ese tema	18,20%
¿En qué forma comercializa la producción de su cacao?	Cacao en baba	57%
	Cacao en grano seco	43%
¿Cuál es el principal canal de comercialización de la producción de su producto?	Intermediario del centro poblado	64%
	Intermediario en finca	12,60%
	Centro de acopio comunitario	21,30%
	Directamente al exportador	2,10%
¿Está de acuerdo con el precio que recibe por la venta de su cacao?	En desacuerdo	97,60%
	De acuerdo	2,40%
¿Sabía usted que en el Ecuador existen leyes que rigen para personas naturales y jurídicas cuyo objeto social principal es la realización de actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios, entre esas la ley de Economía Popular y Solidaria?	Si	62,90%
	No	37,10%
¿Estaría de acuerdo con la creación de una cooperativa de producción de cacao	De acuerdo	88,80%

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

conformada por productores de la zona administrada de manera empresarial, que permita comercializar de manera directa a la industria o al exportador?	En desacuerdo	11,20%
---	---------------	--------

Fuente: Investigación de campo.

En lo referente a la pregunta de género, muestra un importante porcentaje de mujeres que se dedican al cultivo del cacao esto con un 18,9%, sin embargo, representa una actividad practicada mayormente por los hombres con el 81,1%. En lo que respecta a las edades se muestra un mayor porcentaje de personas cuyas edades van desde los 45 a 54 años con el 37,1% y 55 y 64 años con el 21,7% con ello se puede deducir que los productores cuentan con una amplia experiencia en esta actividad, sin embargo, se puede acotar que la edad es elevada, si se compara con el promedio de edad 29 años de los habitantes de la provincia (INEC, 2010).

Según Morales., et al (2018) la edad de los agricultores puede incidir negativamente en la producción de cacao, puesto que en el manejo de este producto requiere esfuerzo físico. Esta situación de elevado promedio de edad de los productores es algo común en las regiones rurales a nivel de Latinoamérica, no solo en el cultivo del cacao sino en las distintas ramas agropecuarias, así también es evidente que los jóvenes no se involucran en el trabajo agrícola, lo que ha dado paso a un abandono paulatino.

En el tema de la asociatividad, la encuesta determina que el 67,8% forman parte de una asociación constituida jurídicamente, Ramírez., et al (2020) señalan que la asociatividad representa un mecanismo de cooperación entre organizaciones, empresas o territorios mediante la unión voluntaria, cuyo objetivo común es la búsqueda de oportunidades y metas comunes mediante la cooperación, apertura, y confianza mutua, además permite asegurar una alta calidad del producto para incrementar la oferta exportable, por ende, la asociación velará que sus miembros cumplan con un producto con altos estándares de

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

calidad, obtener la certificación es indispensable como el primero requerimiento al mercado internacional.

En cuanto a la variedad del cacao que se produce máximamente, es el CCN- 51, el 89,2% de agricultores lo cultivan, acorde a ello, el Ecuador tiene como fortalezas un ambiente favorable para el cultivo de buen rendimiento y cultura del cacao fino, sin embargo se ha encontrado que suele mezclarse el producto con clones CCN51, lo que ha reducido su calidad, y esto suele repercutir en el reconocimiento en las exportaciones, uno de los factores que han producido este problema es el desconocimiento de los costos por parte de los agricultores quienes no manejan los costos de producción (Chávez et al., 2018).

En este trabajo se determina que el principal canal de comercialización para el cacao es el intermediario del centro poblado ello con un 64%, como se puede apreciar el canal que predomina es el intermediario, Morales., et al (2018) señalan que la alternativa para evitar a los intermediarios, es la conformación de asociaciones, aquí es posible acumular el producto y poder exportarlo directamente, de esta forma también se obtiene un precio mayor, pues se conoció además que el 97,6% de los productores no está de acuerdo con el precio que comercializa su producto, de esta forma, el productor se beneficiaría de un precio mayor. Es importante mencionar que el sector agrícola es uno de los pocos sectores en que las asociaciones de productores son legales, en Ecuador 90% de los productores se encuentran registrados en asociaciones, pero no todos venden como parte de estas.

Al consultar si los productores cuentan con una certificación de buenas prácticas agrícolas emitidas por Agrocalidad en sus fincas” se determina que solo un 19,6% cuenta con la misma, ello indica que los productores de cacao no podrán percibir de grandes beneficios como el acceso a nuevos mercados que posibilitan negociar el producto a mejores precios, así como se verán limitados al momento de acceder a otros trámites de certificación para mercados especiales a nivel nacional e internacional (Compañía Nacional de Chocolates, 2020).

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

PROPUESTA

Para mejorar el poder de negociación del precio del cacao se ha considerado importante centrarnos en la cadena de valor. Según lo indica García (2016) una cadena de valor también puede aportar al desarrollo local, sobre todo a la cadena de suministro de productos básicos, que a la vez mejore la competitividad y promueva la equidad, pues esta estrategia permite identificar quién está a cargo y maneja el suministro de productos básicos y sobre todo proporciona un enfoque para construir relaciones que creen valor. De esta manera se alcanzarán mejores resultados para los consumidores, promoviendo objetivos de políticas y mejorando la participación de los pequeños agricultores.

Para conocer los beneficios de la cadena de valor aplicada en la comercialización del cacao se trabajará sobre las bases de la metodología expuestas por los autores Oddone y Padilla (2017) en su libro “Fortalecimiento de cadenas de valor rurales” con grupos de asociaciones y productores para conocer su funcionamiento e importancia, partiendo de los atributos con los que cuenta su producto, haciendo énfasis desde el manejo del cultivo, cosecha y post cosecha que se ha utilizado para la obtención del cacao beneficiado, y determinar el grado valor agregado al mismo y cuáles han sido las principales limitaciones al que se han enfrentado en su entorno.

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma



Figura 2. Metodología para el fortalecimiento de las cadenas de valor

Fuente: Elaboración propia, adaptado de Oddone y Padilla Pérez (2017), Fortalecimiento de cadenas de valor rurales, Santiago, Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Se partirá desde la definición de meta-objetivos, comprendiendo que estos son el fin último de los procesos de desarrollo económico y social, deben estar alineados con el plan nacional de desarrollo y políticas públicas en materia de crecimiento económico y productivo, laboral, ambiental etc. así como también con los planes, programas y proyectos de inversión pública, que permita el fortalecimiento de la cadena. Un ejemplo de meta objetivos es: mejorar la calidad de vida de la población rural, incrementar los salarios, reducción de brechas de desigualdad, entre otros.

En un segundo momento nos enfocamos netamente en la cadena de valor del cacao por la importancia que tiene esta en la zona baja de la provincia del Cañar, de la cual dependen cientos de familias y sobre todo el aporte significativo en la economía tanto local como nacional.

En un tercer momento se procede a elaborar un diagnóstico, en el cual se identifican las restricciones y oportunidades en el interior de cada eslabón de la cadena, de igual forma

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

se conocen sus vínculos reales y potenciales. Se analizan los siguientes niveles: nacional e internacional de la cadena, desempeño económico, análisis de mercado, gobernanza de la cadena, organizaciones de apoyo, intermediación etc. Luego se examinan las principales restricciones con las que se han encontrado los productores.

Posteriormente se abre una primera mesa de diálogo con los productores, en la cual se tratan temas de normativa, calidad del producto y como la misma ha sido implementada al momento de los cultivos y manejo de cacao, sus beneficios, restricciones y limitaciones. Es importante recalcar en la importancia de las asociaciones para lograr mejores beneficios para los productores, Padilla., et al (2015) menciona que indispensable conocer el tema de la gobernanza en las cadenas de valor, puesto que la misma permite analizar mecanismos, procesos y reglas para que empresas y productores se relacionan económicamente entre sí, conjuntamente con el gobierno y demás actores, además se requiere conocer que factores determinan la conducta de los agentes de la cadena, sus vínculos, relaciones al momento de su interacción. Al momento de analizar la gobernanza de una cadena de valor es importante conocer el rol e influencia de sus miembros, el funcionamiento del sistema de incentivos; las regulaciones se ejercen sobre los miembros, entre otros.

En un quinto momento analizamos las buenas prácticas de cadenas de valor similares, tanto locales como internacionales, que sirven para marcar la distancia y diferencias con respecto a la cadena de valor del cacao en la provincia del Cañar.

Como sexto y uno de los más importantes momentos, es la elaboración de estrategias que permiten superar las restricciones y aprovechar las oportunidades identificadas producto del diagnóstico. Entre estas pueden estar la conformación de cooperativas de producción amparadas por la ley de economía popular y solidaria que está vigente en el Ecuador desde el 2008, mediante la cual se implemente y administre un centro integral de manejo post cosecha de cacao con un enfoque empresarial, mejorando la capacidad de negociación y precios del cacao de los productores de la zona baja de la provincia del Cañar.

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

En un séptimo momento, se efectúa una segunda mesa de diálogo para discutir las estrategias a implementar y que sirven para enriquecer el proceso de fortalecimiento de la cadena de valor del cacao, sobre todo, lo que se busca en esta instancia es sellar el compromiso y apoyo de todos los actores respecto a las acciones a tomar.

Como octavo momento el apoyo para la implementación es importante. En este se prioriza las estrategias acordadas en la segunda mesa de diálogo y se debe gestionar ante organismos públicos y privados recursos financieros y no financieros que permitan ejecutar acciones en el menor tiempo posible. Estas acciones inmediatas pueden referirse a capacitación, estudios de mercado, estudios de prefactibilidad, etc.

Como último momento está el lanzamiento de la estrategia de fortalecimiento de la cadena de valor de cacao en la zona baja de la provincia del Cañar, con la convocatoria y participación de todos los actores de los diferentes eslabones en un evento mediático y se anuncian los compromisos adquiridos.

En el proceso de implementación de la propuesta se enfatiza la cadena de valor y como la misma puede ser aplicada en las asociaciones para el beneficio del productor:

La cadena de valor en la comercialización del cacao estará caracterizada por lo siguiente:

- Proponer alianzas de carácter técnico: ello para mejorar el manejo del cultivo, de manera que se obtenga una mejor calidad del cacao, se requerirá de una constante capacitación técnica por ello será importante contar con el apoyo de entidades gubernamentales como lo es el Ministerio de Agricultura, Gobiernos Seccionales y ONG cuya finalidad sea beneficiar al agricultor, pues será un paso importante para lograr un posicionamiento a nivel nacional e internacional. Todo ello persigue mejorar la calidad de vida de los productores y sus comunidades, puesto que el cacao representa un agronegocio rural.
- El cacao orgánico como estrategia de posicionamiento. Según (Guzmán & Chire-Fajardo, 2019), el cacao orgánico representa un importante valor agregado para su comercialización, puesto que del mismo se derivan productos como: licor o pasta de cacao, la manteca de cacao y el polvo de cacao o cocoa, de manera general se ha

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

estimado que entre el 1 y el 8 % forman parte de la producción mundial, cuya tendencia es creciente. El cacao ecuatoriano se caracteriza por un alto contenido de grasa lo que le otorga un alto valor comercial en el mercado internacional por ello existe un gran potencial para la producción de cacao orgánico.

Como se puede apreciar para lograr un precio justo, el productor debe ofrecer un mejor producto al consumidor final, de ser posible otorgar un valor agregado, es indispensable señalar también lo importante del apoyo de las asociaciones y que éstas prioricen la agricultura sostenible generando un mayor valor a largo plazo, de manera que cada integrante de la asociación cuente con un retorno económico superior, recalcando el conocimiento pero sobre todo la aplicación de un adecuado manejo del cultivo, buenas prácticas de cosecha y post cosecha mejorando la producción y cuidando el medio ambiente.

Los autores de la teoría de la cadena de valor Handfield y Nichols (citados en García, 2016) acotan que las organizaciones deben contar con la posibilidad de crear cadenas de valor integradas, de manera que busquen alcanzar los intereses de todos sus integrantes, para ello es indispensable considerar prioridades estratégicas mediante alianzas que permitan generar un valor alto al consumidor final, por ende, se benefician con un mejor costo del producto al agricultor. Es necesario recalcar que los procesos de venta se lo hacen de manera consultiva por lo que los productos son llevados a través de la cadena, gracias a ello se genera eficiencias en el uso de recursos y el consumidor muestra una mayor satisfacción.

Como se observa los factores que permiten mejorar la cadena de valor para el cacao requiere de las capacidades organizativas que solo la asociatividad puede otorgarle al productor, además de un análisis minucioso de los factores críticos y éxito del sector.

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

CONCLUSIONES

El canal principal para la comercialización del cacao de los productores de la zona baja de la provincia del Cañar es la intermediación, en donde claramente se refleja una interdependencia entre productor e intermediario. No existe una posición clara y definida sobre el aporte que da del intermediario a la generación de valor agregado en la cadena, en donde pueden tener un rol positivo o negativo para el desarrollo y fortalecimiento de la cadena Gaudin y Padilla (2020).

La asociatividad permite incrementar los beneficios para los productores, entre los cuales están: mejorar los precios, disminuir costos de producción, mejorar la capacidad y poder de negociación, aumentar la oferta de manera frecuente y la confianza de un buen producto. Por otro lado, el conocimiento adquirido al estar asociado (aprendizaje colaborativo) tiene un efecto positivo en administrar eficientemente los medios de producción.

Se determina que un porcentaje considerable de productores desconocen la normativa técnica relacionada con la calidad del cacao y buenas prácticas agrícolas, lo que sin duda el producto final (cacao en baba o seco) se ve afectado en su calidad.

Para obtener un precio justo del producto es importante trabajar en la cadena de valor mediante la asociatividad y cooperatividad poniendo énfasis en mejorar los procesos técnicos de cosecha y post cosecha, así como también en el eslabón de la comercialización, puesto que brinda oportunidades como: aplicación a proyectos productivos tanto públicos como privados, crédito productivo y recibir subvenciones por parte del estado.

La creación de una cooperativa de producción conformada por productores de cacao de la zona baja de la provincia del Cañar y la implementación de un centro de manejo integral de cacao post cosecha es viable y que esté administrado bajo un enfoque empresarial, permite agregar valor en cada uno de los eslabones de la cadena de cacao, organizar la producción, mejorar la calidad del producto, mejorar la capacidad de negociación,

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

realizar ventas directas a la industria o al exportador, obtener un precio justo, inclusive sería una plataforma para la industrialización y exportación.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A la Unidad Académica de Posgrados de la Universidad Católica de Cuenca por apoyar en el desarrollo de la investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Alwnag, J., Barrera, V., Casanova, T., & Domínguez, J. (2018). La cadena de valor del cacao y el bienestar de los productores en la provincia de Manabí-Ecuador. Obtenido de <https://vtechworks.lib.vt.edu/handle/10919/86639>
- Asamblea Nacional. (2018). Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria. Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (648), 2. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial. Obtenido de <https://n9.cl/005v>
- Banco Central del Ecuador. (2020). Reporte de coyuntura sector agropecuario. Obtenido de <https://n9.cl/fnp18>
- Guzmán, J. H., & Chire-Fajardo, G. C. (2019). Assessment of the value chain of Peruvian cacao (*Theobroma cacao* L.). *Enfoque UTE*, 10(1), pp. 97 - 116. <https://doi.org/10.29019/enfoqueute.v10n1.339>
- Bravo, N., & Cedeño, M. (2019). Innovación social, retos y análisis para el sector asociativo en Ecuador. [Libro en línea]. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7274630>
- Carrillo, J. (2016). Obtenido de La cadena de valor como instrumento para la descomodificación del cacao colombiano: <https://n9.cl/rkzq8>

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

- Chávez, G., Olaya, R., & Maza, J. (2018). Revista Universidad y Sociedad, 10 (49), 179-185. Obtenido de la producción del cacao clonal CCN-51 en la parroquia Bella Maria Ecuador: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000400179
- Compañía Nacional de Chocolates. (2020). Buenas prácticas agrícolas en el cultivo, beneficio y comercialización de cacao (*Theobroma cacao* L.). Obtenido de <https://n9.cl/gl93j>
- Del Socorro, M., Arboleda, O., & Salgado, O. (2016). Retos de la Alcaldía de Medellín para la aplicación de la política pública de economía social y solidaria. *Revista Finanzas y Política Económica*, 8(2), 401-430. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3235/323547319008/index.html>
- Díaz, J. (2012). Aplicación del concepto de cadena de valor en organizaciones de proveedores de servicios informáticos. Obtenido de <https://core.ac.uk/reader/71504760>
- Espinoza, E., & Arteaga, Y. (2015). Diagnóstico de los Procesos de Asociatividad y la Producción de Cacao en Milagro y sus sectores aledaños / Diagnosis of the Process of Partnership and Cocoa Production and Milagro surrounding areas. *CIENCIA UNEMI*, 8(14), 105-112. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol8iss14.2015pp105-112p>
- Gaudin y R. Padilla Pérez, “Los intermediarios en cadenas de valor agropecuarias: un análisis de la apropiación y generación de valor agregado”, serie Estudios y Perspectivas-Sede Subregional de la CEPAL en México, N° 186 (LC/TS.2020/77; LC/MEX/TS.2020/15), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2020. Obtenido de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45796/1/S2000468_es.pdf
- García, A., Pico, B., & Jaimez, R. (2021). La cadena de producción del Cacao en Ecuador: Resiliencia en los diferentes actores de la producción. *Novasinerгия*, ISSN 2631-2654, 4(2), 152–172. <https://doi.org/10.37135/ns.01.08.10>
- García, E. (2016). Fases para el diseño y análisis de la Cadena de Valor. Obtenido de <https://n9.cl/8vmn9>

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

- González, A. (2018). Asociatividad y desarrollo económico de los productores de cacao. *Revista Killkana Sociales*, 2(4), 49-56.
- Gonzales, A. (2019). Caracterización de las organizaciones agro-productivas rurales de la parroquia Sinincay mediante la aplicación del método del capital social. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/31756/1/Tesis.pdf>
- Guilcapi, M. (2018). Análisis del estado actual de las cadenas del cacao y café. Obtenido de <https://n9.cl/xx3cv>
- INEC. (2020). Fascículo provincial Cañar. Obtenido de <https://n9.cl/8r9j4>
- INEC. (2019). III censo nacional agropecuario. Obtenido de <https://n9.cl/91r7d>
- León, L. (2019). Economía Popular y Solidaria: Base para el Desarrollo Asociativo y Buen Vivir. *Revista Espacios*, 40(4), 1-9. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n14/a19v40n14p25.pdf>
- Ley orgánica de economía popular y solidaria del sistema financiero. Registro Oficial 444 de 10-may-2011. Obtenido de <https://n9.cl/zobct>
- Meza, T., Cisneros, J., & Meza, J. (2017). Experiencia de asociatividad en Ecuador: Caso Apovinces. *Sotavento M.B.A.*, (30), 32–41. <https://doi.org/10.18601/01233734.n30.04>
- Ministerio de Agricultura. (2017). Principales productos agropecuarios. Obtenido de <http://sipa.agricultura.gob.ec/>
- Morales, F., & Carrillo, M. (2018). Cadena de comercialización del cacao nacional en la provincia de Los Ríos, Ecuador. *Ciencia Y Tecnología*, 11(1), 63–69. <https://doi.org/10.18779/cyt.v11i1.222>
- Oddone, N. & Padilla Pérez, R. (2017), Fortalecimiento de cadenas de valor rurales, Santiago, Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de <https://n9.cl/o25e7>

Sebastián Mauricio Ramírez-Cabrera; Glenda Maricela Ramón-Poma

Ramírez, R., Rocha, M., & Tafur, V. (2020). Principales factores para la exportación de cacao orgánico producido en la provincia de Marañón – Huánuco. *Revista Aporte Santiaguino*, 13(1), 26-34. <https://n9.cl/wb04>

Rodríguez, D. (2014). Repositorio Universidad de Buenos Aires. Obtenido de Gestión de Riesgos Agropecuarios en el Sector Cacaotero: <https://n9.cl/15oyp>

Ruiz, E. (2015). La Economía Social y Solidaria como modelo de desarrollo emergente en Ecuador. Obtenido de <https://n9.cl/7fs8c>

Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN (2018). Granos de cacao. Requisitos. Obtenido de <https://n9.cl/arzxr>

Silamani, G. (2015). Utilidad y tipos de revisión de literatura. Obtenido de <https://n9.cl/vuh07>

Superintendencia de Control de Poder del Mercado. (2019). Obtenido de <https://n9.cl/k8q4z>