



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE
ESMERALDAS

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADOS

Maestría en Contabilidad y Auditoría

Tema: Cadena de valor para el cacao en la parroquia Atahualpa, cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas.

Línea de investigación: Gestión financiera

Sublínea: Contabilidad y gestión de costos

**Tesis de posgrado previo a la obtención del título de Magíster en
Contabilidad y Auditoría**

Autora: Ing. Maryuri Baneza Corozo Quiñónez

Asesora: Mgt. Paola Samaniego

Esmeraldas, Octubre 2020

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos establecidos por el reglamento de Grado la PUCESE previo la obtención del Título de Magíster en Contabilidad y Auditoría.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Título de tesis: Cadena de valor para el cacao en la parroquia Atahualpa, cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas.

Autora: Ing. Maryuri Baneza Corozo Quiñónez

Mgt. Mgt. Paola Samaniego García
DIRECTORA DE TESIS

F. _____

Mgt. Tahimi Achilie
LECTOR 1

F. _____

Mgt. Wendy Arias
LECTOR 2

F. _____

Mgt. Orlin Alava Chila
DIRECTOR DE POSGRADO

F. _____

Mgt. Alex Guashpa Gómez
SECRETARIO GENERAL PUCESE

F. _____

Esmeraldas Ecuador
Octubre - 2020

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Ing. Maryuri Baneza Corozo Quiñónez, portadora de la cédula de ciudadanía No. 080252776-2 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Magíster en Contabilidad y Auditoría son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Ing. Maryuri Baneza Corozo Quiñónez
C.I. 080252776-2

CERTIFICACIÓN

Yo, Mgt. Paola Samaniego García, en calidad de directora de la tesis titulada “Cadena de valor para el cacao en la parroquia Atahualpa, cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas”, certifico haber revisado que el trabajo final cumple los requisitos de calidad, originalidad y presentación exigibles y que se han incorporado las sugerencias del tribunal, al trabajo de grado.

Mgt. Paola Samaniego García
DIRECTORA DE TESIS

DEDICATORIA

Primeramente dedicarle este logro a Dios Todopoderoso por permitirme gozar de excelente salud y haber superado este tiempo tan difícil para el mundo entero.

A mi madre Bolivia Quiñonez Perlaza, por ser ese pilar fundamental y la persona más feliz que esté cumpliendo este sueño tan anhelado, a mi hijo Johnny Denzel Arboleda Corozo, por el amor infinito que le tengo y poder demostrarle una vez más que soy su guía y ejemplo a seguir y que siempre podrá contar conmigo para cumplir sus metas.

Dedico también a una persona muy especial que quiero mucho por confiar en mi capacidad y siempre apoyarme y alentarme para seguir adelante en este camino que no fue nada fácil con su bella frase ya falta menos que antes.

Agradecimiento a todos mis primas/os, tías/os y demás familia que de una u otra manera me motivaron para continuar en mi sueño sintiendo orgullo de mí, mis bellas amiga que amo con todo mi corazón Maribella, Vicky e Ingrid por su apoyo incondicional en este camino largo.

Maryuri Corozo Quiñónez

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios todo poderoso porque a pesar de este tiempo tan difícil que nos encontramos atravesando por la pandemia (COVID-19) me ha mantenido con vida para poder realizar este sueño tan anhelado, a la PUCESE por haberme brindado el acceso y las facilidades de pago, al personal docente por todos sus conocimientos impartidos en las aulas y por medio virtual en especial a nuestro coordinador Orlin Álava por su seguimiento constante y su preocupación para lograr que todos cumpliéramos el objetivo inicial, graduarnos de magíster, a mi asesora Mgt. Paola Samaniego por su paciencia y dedicación para impulsarme que mi investigación se realizara en los tiempos establecidos, a mis lectores por sus sugerencias para poder conseguir un producto final de calidad.

Agradezco al Lcdo. Fausto Caicedo presidente del GAD Atahualpa el mismo que me desempeño como Secretaria - Tesorera, por ayudarme con mis encuestas realizadas a los productores de cacao de la parroquia en tiempo donde la pandemia no permitía salir de casa y a todas las personas que se fueron sumando y aportando su granito de arena en todo este proceso en especial al Ing. Jefferson Figueroa colega y amigo de hace muchos años.

Maryuri Corozo Quiñónez

Título de tesis: Cadena de valor para el cacao en la parroquia Atahualpa, cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas.

RESUMEN

La presente investigación se planteó como objetivo central el diseño de un modelo de cadena de valor para el cacao que producen los pequeños productores de la parroquia Atahualpa en el cantón Eloy Alfaro, en el que se establecieron acciones para contar con adecuados procesos de producción, identificando canales de distribución eficientes en función de que el valor que se cobra por el producto sea el más alto posible. Para el desarrollo del proceso investigativo se consideró la realización de un estudio cuantitativo, cuyo alcance fue descriptivo, por el lugar y medios fue una investigación de campo mientras que en cuanto al diseño fue no experimental – transeccional. La población de estudio estuvo conformada por 60 pequeños productores de cacao de la parroquia Atahualpa a quienes se les realizó una encuesta. Los resultados permitieron evidenciar que son diversos los problemas que se presentan en los procesos de producción y comercialización de estos productores; se destacan la falta de dinero y mano de obra, problemas para el traslado del producto, así como falta de asistencia técnica y capacitaciones, negocian de manera individual y en sus propias fincas con intermediarios locales, que suelen ser personas que tienen algún medio de transporte como camionetas o camiones. El cacao es vendido mayormente a los intermediarios a precios bajos que se relaciona con los mínimos ingresos mensuales de entre \$50 y \$200 que manifestaron tener los pequeños productores y que no permiten un significativo desarrollo socioeconómico por su actividad.

PALABRAS CLAVE.- Productores de cacao, Cadena de valor, Intermediarios, Políticas de comercialización, Lineamientos de venta, Desarrollo socioeconómico.

Thesis title: Value chain for cocoa in the Atahualpa parish, Eloy Alfaro canton, Esmeraldas province.

ABSTRACT

The main objective of this research was the design of a value chain model for cocoa produced by small producers of the Atahualpa Parish in the Eloy Alfaro Canton, in which actions were established to have adequate production processes, identifying efficient distribution channels depending on the value charged for the product is the highest possible. For the development of the research process, a quantitative study was considered, whose scope was descriptive, because of the place and means it was a field investigation while in terms of design it was non-experimental - transectional. The study population consisted of 60 small cocoa producers from the Atahualpa parish who were surveyed. The results allowed to show that the problems that arise in the production and marketing processes of these producers are diverse; They highlight the lack of money and labor, problems for the transfer of the product, as well as lack of technical assistance and training, they negotiate individually and on their own farms with local intermediaries, who are usually people who have some means of transport like vans or trucks. Cocoa is mostly sold to intermediaries at low prices, which is related to the minimum monthly income of between \$ 50 and \$ 200 that small producers said they have and that do not allow significant socioeconomic development due to their activity.

KEYWORDS.- Cocoa producers, Value chain, Intermediaries, Marketing policies, Sales guidelines, Socio-economic development

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada	i
Tribunal de graduación	ii
Declaración de autenticidad y responsabilidad.....	iii
Certificación.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1 - MARCO TEÓRICO.....	4
1.1 Fundamentación teórico-científica	4
1.1.1 Situación del cacao en algunos países del mundo	4
1.1.2 El cacao: historia, definición, composición y tipos	5
1.1.3 Proceso de cosecha del cacao, uso y derivados	7
1.1.4 Cadena de valor; definición, objetivos y elementos	9
1.2 Antecedentes.....	12
1.3 Marco legal	17
CAPÍTULO 2 - METODOLOGÍA	19
2.1 Contexto de la investigación.....	19
2.2 Tipo de estudio.....	19
2.3 Población y muestra.....	21
2.4 Técnicas e instrumentos.....	21
2.5 Análisis de datos	21
CAPITULO 3 – RESULTADOS	22
3.1 Situación actual de los productores de cacao de la parroquia Atahualpa	22
3.2 Políticas de comercialización para productores.....	29
3.3 Lineamientos de venta para los productores.....	33
CAPITULO 4 – DISCUSIÓN	36
CAPITULO 5 – CONCLUSIONES	38

5.1 Conclusiones.....	¡Error! Marcador no definido.
5.2 Recomendaciones	¡Error! Marcador no definido.
Referencias.....	40
Anexos	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.- Tipos de cacao sembrados por los productores – Fuente: Encuesta	23
Figura 2.- Tiempos de cosecha del producto – Fuente: Encuesta.....	23
Figura 3.- Etapa de secado para vender producción – Fuente: Encuesta.....	24
Figura 4.- Tipo de tecnología usada en producción – Fuente: Encuesta	24
Figura 5.- Principales problemas antes de la cosecha – Fuente: Encuesta	25
Figura 6.- Principales problemas durante la cosecha – Fuente: Encuesta	25
Figura 7.- Principales problemas después de la cosecha – Fuente: Encuesta.....	26
Figura 8.- Convenios con asociaciones – Fuente: Encuesta	27
Figura 9.- Presencia de intermediarios – Fuente: Encuesta	27
Figura 10.- Razones para entrar a una organización – Fuente: Encuesta	28

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Composición nutritiva del cacao	6
Tabla 2.- Uso del cacao y sus derivados	9
Tabla 3.- Población y muestra	21
Tabla 4.- Políticas de comercialización – precio justo	29
Tabla 5.- Políticas de comercialización – mayores ingresos	30
Tabla 6.- Políticas de comercialización – pago inmediato	30
Tabla 7.- Políticas de comercialización – protección del gremio	31
Tabla 8.- Políticas de comercialización – transporte	31
Tabla 9.- Políticas de comercialización – seguridad del producto.....	32

INTRODUCCIÓN

De acuerdo a Zambrano (2018), el cultivo de cacao (*Theobroma cacao* L.) es de mucha importancia socioeconómica en el mundo, ya que es uno de los principales productos comercializados, sea en materia prima como en sus elaborados. La mayor agregación de valor se da en la producción de chocolate y otros productos finales, estos procesos se concentran en pocos países.

Según datos publicados en Diario El Comercio (2019), Ecuador en la actualidad ocupa el tercer lugar dentro del escalafón de los países con mayor producción de cacao, aunque su oferta de cacao fino y de aroma cubre el 65%, debido a que es muy apetecida dentro de la industria chocolatera europea.

Según Pila (2016), la actividad económica cacaotera involucra a grandes y pequeños productores de diferentes partes del país; generalmente, los pequeños productores que cultivan y comercializan su producto de manera personal y familiar, sufren varias afectaciones en los procesos de transporte, precio de venta de su producto, entre otros, que no les permite alcanzar un desarrollo socioeconómico pleno con su actividad.

La presente investigación se centró en el desarrollo de un modelo de cadena de valor para los pequeños productores de cacao de la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro en la provincia de Esmeraldas, con el propósito de incrementar la competitividad de los mencionados actores, optimizando los métodos y la calidad de su producción, mejorar los precios de sus productos y obtener una mayor rentabilidad de su actividad.

Es importante destacar que los pequeños productores de cacao de este norteño sector de Esmeraldas pasan diversas dificultades para lograr desarrollarse competitivamente en su negocio y a pesar de que deseen cambiar sus formas de producción y comercialización, siguen enfrentándose a situaciones adversas como la falta de procesos tecnificados, a una muy baja promoción de la asociatividad, a dificultades para sacar los productos de sus predios, entre otros factores negativos.

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2019), en Esmeraldas se producen aproximadamente 525.000 quintales de cacao anualmente, lo que representa unos \$52,5

millones en ventas, con la producción de cacao se emplean alrededor de 15.000 familias, la mayoría pequeños productores, quienes manejan plantaciones de menos de cinco hectáreas y que encuentran en esta actividad, su único ingreso económico.

La parroquia Atahualpa está ubicada en el cantón Eloy Alfaro, al norte de la Provincia de Esmeraldas, el acceso a esta comunidad es mediante lancha, trasladándose desde Borbón con un tiempo estimado de llegada de entre dos y dos horas y media. Como muchas comunidades de la zona norte, su principal fuente económica es el cacao.

A pesar de la importancia que reviste la producción y comercialización del cacao en la vida de las familias de la parroquia Atahualpa, se presentan varios inconvenientes que afectan a los pequeños productores y que continuamente merman el desarrollo social y económico que debería proveer esta actividad. Es por las razones expuestas que se pretendió por medio de la presente investigación, desarrollar un modelo de cadena de valor en la producción y comercialización del cacao de los pequeños productores de la parroquia Atahualpa, que posibilite optimizar tales procesos y le permitan adaptarse a las variaciones sociales y económicas que se presentan en este segmento económico.

Por medio de la investigación se buscó dar respuesta a una interrogante central: ¿Qué aspectos de la cadena de valor serán apropiados para mejorar la producción y comercialización de cacao en la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas?

En ese mismo sentido, también se pretende responder a interrogantes específicas como ¿Cuál es la situación actual de la producción de cacao en la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro? ¿Cuáles podrían ser las políticas de comercialización que establezcan cadena de valor para los agricultores y los intermediarios de la parroquia Atahualpa Esmeraldas? y ¿Qué lineamientos de venta podrían establecer cadena de valor para los agricultores y los intermediarios de la parroquia Atahualpa Esmeraldas?

La investigación fue pertinente y necesaria porque permitió definir alternativas para enfrentar aspectos como la poca posibilidad económica de los productores para adoptar estrategias técnicas y tecnológicas que mejoren su producción. Sirvió para confrontar la inexistencia de controles de calidad, falta de asociatividad y poca visión de estrategias

empresariales que vinculen cadenas de valor al cacao producido y que hacen que el producto sea vendido a precios bajos a los intermediarios, ocasionando poca rentabilidad y minimizando las posibilidades de reducir los altos índices de pobreza existentes en el sector.

Respecto a los beneficiarios del estudio, principalmente son los pequeños productores cacaoteros de la parroquia Atahualpa, quienes podrán contar con mayores alternativas para sacar el máximo provecho a su producción, obteniendo la mayor rentabilidad posible por volumen vendido. Del mismo modo se beneficiará la comunidad en general, debido a que una mayor generación de recursos de los productores permitirá un mayor movimiento de la economía en el sector.

Los impactos que se derivarían del proyecto son entre otros el fortalecimiento de los conceptos de comercio justo entre los pequeños productores cacaoteros de la Parroquia Atahualpa y los compradores de su producto, la promoción del modelo de empresa asociativa para que los pequeños productores cacaoteros y la contribución a la disminución de los altos índices de pobreza existentes en el sector.

Ante la situación planteada, el objetivo general que se pretendió lograr con el estudio fue diseñar un modelo de cadena de valor para la producción y comercialización de cacao en la Parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro de la Provincia de Esmeraldas. Para el cumplimiento del objetivo descrito se plantearon objetivos específicos como analizar la situación actual de la producción de cacao en la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro, elaborar políticas de comercialización para los agricultores e intermediarios, y, finalmente, diseñar lineamientos de venta del cacao que producen estos actores.

CAPÍTULO 1 - MARCO TEÓRICO

1.1 Fundamentación teórico-científica

1.1.1 Situación del cacao en algunos países del mundo

Con base a los estudios de Euromonitor (2014), Markets and Markets (2014) y la Organización Internacional del Cacao – ICCO (2016), el cacao tiene una demanda que incrementa constantemente y se debe a la demanda continua de industrias en países de Europa, en donde se ubican los mayores consumidores de cacao en el mundo, en países de Asia e incluso en países de América Latina y el Pacífico, en donde se han registrado altos niveles de consumo en los últimos años. Tal situación se presenta como una oportunidad de buscar alternativas para mantener la producción y satisfacer la demanda siempre creciente por el producto.

Adicional, informes de la Secretaría de la ICCO (2016), dieron cuenta que la producción mundial disminuyó en un 2% aproximadamente con un descenso de 76.000 toneladas con el incremento de un 2% en las molindas mundiales. Del mismo modo se estableció que a pesar de los problemas, África siguió liderando la producción mundial con el 74% de participación, América con el 17%, Asia y Oceanía con un 9%.

Por su parte, la prohibición de exportación de cacao de Côte d'Ivoire bajó de manera abrupta su producción por problemas políticos internos en Francia. (González y Amaya, 2005; citado por OforiBah y Asafu-Adjaye, 2011).

Espinosa y Mosquera (2016), han realizado varios estudios en donde se expone la historia del cacao en Ecuador, producto que en el año 1600 tuvo una gran importancia comercial principalmente en plantaciones a orillas del río Guayas y que luego fueron extendidas en el río Daule y Babahoyo río arriba, razón que produjo que se dé el nombre de cacao “Arriba” debido a su aroma floral. Ya para 1880 hasta 1920 el cacao representaba aproximadamente el 80% de los ingresos del Ecuador, llegando a ser el primer exportador de cacao a nivel mundial.

Desde septiembre del 2000, por el lapso de cinco años y medio, se llevó a cabo el Proyecto ECU-B7-3010/93/176, “Reactivación de la producción y mejora de la calidad del cacao nacional”, mismo que tuvo el respaldo del Gobierno Francés y de la Unión Europea. Durante los años 2003-2005 las exportaciones de cacao en grano tuvieron un incremento del 16%, pasando de 64.020 a 74.170 toneladas métricas y por lo cual entraron divisas al país en promedio 111,4 (2003) y 108,4 (2005) millones de dólares FOB. Para el año 2004 se recaudaron 101,7 millones de dólares por 69.202 toneladas métricas exportadas (Espinosa y Mosquera, 2016).

1.1.2 El cacao: historia, definición, composición y tipos

El origen del cacao se puede situar en América del Sur, en la región Noroeste, en sitios de gran humedad tropical de la Amazonía, desde donde se extendió hasta sitios de América Central, específicamente en los territorios nativos de los Mayas y los Olmec, comunidades que lo consideraban como un alimento especial (Cabrera, 2005).

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO (2010), el cacao es un árbol originario; científicamente se lo conoce con el nombre de *Theobroma cacao* L., derivado de un vocablo griego que significa “comida de los dioses”, razón por la que los Mayas lo trataban como un alimento diferente y al que no podía acceder cualquiera.

El cacao es ovalado, presenta color verde o rojo, según su variedad tiene un poco más de 25 cm. de largo, el grano es su semilla con un peso aproximado de 1.8 gramos, pudiendo obtenerse hasta 40 gramos por cada mazorca, cubiertos por una pulpa blanca con diversos sabores, aromas y acidez (García, 2017).

En torno al cultivo, por lo general es realizado en climas de tipo tropical con temperaturas entre los 18°C y 32°C en suelos que de preferencia tengan materia orgánica. Su composición presenta varios valores nutritivos, energéticos y beneficios como los que se menciona en la tabla 1.

Tabla 1.- Composición nutritiva del cacao

CONTENIDOS	CACAO EN POLVO	CHOCOLATE
Energía (Kcal)	255	449-534
Proteínas (g)	23	4,2-7,8
Hidratos carbono (g)	16	47-65
Almidón	13	3,1
Azucares	3	50,1-60
Fibra	23	5,9-9
Grasas	11	29-30,6
Grasa saturada	6,5	15,1-18,2
Sodio	0,2	0,02-0,08
Calcio (mg)	150	35-63
Fosforo	600	167-287
Hierro (mg)	20	2,2-3,2
Magnesio (mg)	500	100-113
Zinc (mg)	9	1,4-2,0
Vitamina A (ui)	3	3
Vitamina E (mg)	1	0,25-0,3

Fuente: García (2015)
Elaborado por la autora

Según lo informado por el Ministerio de Agricultura del Ecuador – MAE (2015), debido a su variabilidad en términos genéticos, se presentan ciertas confusiones en su ubicación taxonómica dentro del proceso de comercialización, pero por lo general la mayor parte del cacao se ubica dentro de la especie *Theobroma cacao*, desde donde se derivan los tipos criollo, forastero amazónico, nacional y trinitario.

El cacao forastero amazónico fue cultivado inicialmente en la Amazonía, es de calidad ordinaria y por su aroma poco pronunciado y su amargura fuerte se lo utiliza mayormente en la producción de chocolates corrientes. El cacao trinitario es considerado híbrido biológico natural teniendo en cuenta a los cacaos forastero y criollo. Se considera que no cuenta con atributo puro en torno a su especie y su calidad varía entre media y superior, siendo la manteca de cacao su mayor contenido comercial. Su producción comprende el 15% de la producción a nivel del mundo (MAE, 2015).

El cacao fino o de aroma es considerado como uno de los productos más emblemáticos, históricos y representativos del Ecuador, ya que por su sabor floral y frutal se ha posicionado firmemente en el mercado internacional. Su origen se da entre una mezcla de los cacaos criollo y forastero, tomando lo mejor de cada variedad (Casas, 2016).

Ecuador se ha consolidado como el primer país productor de cacao fino o de aroma en el mundo, produciendo el 60% del volumen global. Su proceso productivo involucra a más de 100.000 familias que se clasifican en productores pequeños y medianos. La producción de cacao fino o de aroma involucra a 16 provincias ubicadas en las tres regiones continentales del país (Asamblea Nacional del Ecuador A, 2015, p. 5).

De forma complementaria, en Ecuador existe una variedad denominada CCN-51 (Colección Castro Naranja), la que fue desarrollada por el Señor Homero Castro hace más o menos 30 años con el propósito de crear una planta de cacao mejorada; tal cruce permitió enfrentar la vulnerabilidad que tenían las plantas de cacao ante la presencia de muchas plagas como la “Moniliasis¹⁰” o la “Escoba de Bruja” en algunos momentos de la producción (Crespo & Crespo, 2016).

1.1.3 Proceso de cosecha del cacao, uso y derivados

En torno a su recolección, según González, Flores y García (2017), una de las características del cacao es que una vez que comienza la producción (normalmente en cuatro años), éste madura en el primer año, pero hay dos épocas del año en las que la

producción es mayor, teniendo una duración de entre 2 y 3 meses. Su inicio se da con la llegada de las lluvias de invierno y termina con la llegada de la estación seca.

De tal forma que, la recolección es considerada como una de las fases más importantes en el proceso de obtención del grano de cacao, por lo que las personas encargadas de esta actividad deben contar con los conocimientos adecuados que les permita identificar el estado de madurez del fruto y conocer el momento oportuno para cosecharlo.

Adicional, la mazorca o fruta del cacao tiene una forma alargada, se cubre a través de una envoltura de tipo gruesa y rugosa con la que se puede aproximar a ver el porcentaje de semillas que tendrá el fruto y que se pudieren convertir en chocolate; por lo general en cada mazorca se obtienen aproximadamente 50 semillas (González, Flores y García, 2017).

Al tomar en cuenta su fermentación, los citados autores establecen que se realiza para que las semillas tengan la calidad suficiente para elaborar los diversos productos derivados del cacao. Son varios métodos de fermentación, siendo el más tradicional el que se envuelve la semilla en hojas sacadas del plátano, aunque también pueden ser fermentadas en sacos o en cajas de madera. Siempre se tiene la precaución de que, sin importar el método utilizado, se tenga una ventilación adecuada en función de lograr los mejores resultados posibles.

Luego de la etapa antes señalada, viene el proceso de secado, en el que se termina la fase de estirpe de semillas. Para ello se puede recurrir al secado que se realiza en una explanada expuesta a la luz solar o a su vez por métodos artificiales; con el secado la semilla asume características de aroma y color (González, Flores y García, 2017).

Al terminar este proceso se desarrolla la selección, almacenamiento y encostado, fase en la que se pueden detectar y desechar los granos que no tengan buen estado o que a su vez hayan sido infectados con algún tipo de moho. Al llegar a la selección de este producto se clasifica en fino de aroma o CNN-51. En cualquiera de los dos casos debe contar con certificados para permitir su exportación.

El mercado de producción de chocolates es considerado el mayor consumidor de cacao si se toma en consideración la equivalencia en granos para la posterior elaboración de cacao en polvo y la manteca de cacao que se utilizan en diferentes áreas de consumo. Del mismo modo, las semillas de cacao se utilizan para la producción de licor de cacao, pastas de cacao, chocolate, entre otros (Durán, 2014). Al respecto, se presenta información en la tabla 2.

Tabla 2.- Uso del cacao y sus derivados

Producto	Uso del cacao y sus derivados
Manteca de cacao	Elaboración de chocolate y confitería y usado también en la industria cosmética (cremas humectantes/jabones) y en la industria farmacéutica
Pulpa de cacao	Producción de bebidas alcohólicas y no alcohólicas
Cáscara	Puede ser utilizado como comida para animales
Cenizas de cáscara de cacao	Puede ser utilizado para elaborar jabón y como fertilizante de cacao, vegetales y otros cultivos
Jugo de cacao	Elaboración de jaleas y mermeladas
Polvo de cacao	Puede ser utilizado como ingrediente en cualquier alimento, bebidas chocolates, postres, helados, tortas
Pasta de licor o cacao	Se utiliza para elaborar chocolate

Fuente: Durán (2014)
Elaborado por la autora

1.1.4 Cadena de valor; definición, objetivos y elementos

La cadena de valor es considerada como una herramienta sistemática que busca analizar las diversas fuentes de ventaja competitiva; la cadena de valor posibilita a las empresas dividir estratégicamente cada una de sus actividades con el propósito de comprender la ejecución de sus costos y las fuentes con las que se cuenta actualmente y a futuro, así como sus diferencias (Porter, 2016).

Ballou (2015) afirma que la cadena de valor es “el conjunto de procesos agrupados que se llevan a cabo en las empresas y que direccionan los bienes o servicios producidos hasta un sitio en el que se cuenta con la condición adecuada para administrarlos” (p.33).

La cadena de valor puede ser considerada como la herramienta utilizada por las organizaciones para analizar y descomponer a la gestión en sus partes integrantes, de modo que sea fácilmente identificable qué actividades generan valor y crean una ventaja competitiva en la organización (Arymani, 2016, p.11).

Tomando como base los criterios vertidos anteriormente, se puede acotar que las personas son los principales agentes dentro de la cadena de valor, ya que su participación es directa en la dotación de materiales o insumos, dentro del proceso de producción, en su transportación, entrega y comercialización.

Respecto a la clasificación de las cadenas de valor, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL (2014), éstas podrían clasificarse en base a varias metodologías de la siguiente manera:

En base al número de personas que se involucran dentro del proceso productivo, en función de los actores que se convierten en comprador y vendedor, según su alcance geográfico en el que se establece si la producción y venta se realiza de forma local, regional, nacional o internacional y por último de acuerdo a la forma de transformar el producto, la tecnología que se utiliza, entre otras consideraciones (p.39).

Es importante destacar también que la cadena de valor tiene el firme propósito de añadir valores a los productos o servicios que se producen en términos de calidad, diversidad e innovación, que directamente aumente los beneficios en todo el proceso que se efectúe (Gottret, 2015).

Para Camacho, Gómez y Monroy (2012), varios de los objetivos que se tienen que cumplir con la cadena de valor hacen referencia a la aplicación de correctos suministros que permitan proveer un producto o servicio de calidad, la confiabilidad y oportunidad en la entrega de los productos, el nivel de capacidad de entrega, el aumento de las posibilidades de los agentes inmersos en la toma de decisiones, la formulación de planes

eficientes en los que se determinen las acciones para mejorar la productividad y den un impulso mayor al servicio posterior a los clientes.

La cadena de valor se conforma por las actividades consideradas primarias y las actividades de apoyo. En cuanto a las actividades primarias, el autor las define como aquellas acciones que tienen la responsabilidad de transformar la materia prima en producto terminado, las formas o actividades de postventa y que encierran la logística de entrada en aspectos como recepción y almacenamiento de materiales e insumos; los procesos, con aspectos como la transformación de la materia prima y por último la logística de salida que engloba el almacenamiento y canalización de los productos hacia el cliente final (Alonso, 2018).

Es importante también destacar aspectos como el marketing y ventas, referidas a las acciones técnicas y metodológicas que permiten promocionar el producto en el mercado en el que se está participando, así como la postventa, referidas a servicio técnico posterior, asesoría telefónica, mantenimientos y garantías ofrecidas al cliente.

De forma adicional, las actividades de apoyo se refieren a las acciones que se realizan como una parte complementaria de las actividades primarias y se enmarcan en la provisión de recursos necesarios para el funcionamiento óptimo de la empresa. En los modelos de cadena de valor se consideran cuatro componentes importantes: Infraestructura organizacional, compuesta por las áreas de planificación, financiera y de inversiones; talento humano, en el que se ejecutan procesos de reclutamiento, selección, capacitación del personal; tecnología, que hace referencia a la tecnificación de procesos, nuevas tecnologías aplicables, nuevos productos y servicios; adquisiciones, en donde se ejecutan actividades de compra de materiales, materias primas e insumos para la producción (Alonso, 2018).

1.2 Antecedentes

Para el desarrollo de este informe se presentan estudios e investigaciones realizadas por varios autores referentes a temáticas sobre cadena de valor para el sector cacaotero, las que se detallan a continuación.

En su estudio, Rosero (2016) estableció como objetivo generar el estudio de las políticas públicas planteadas en el periodo 2007-2014, para medir su efectividad y encadenamiento con el proceso de agregación de valor del cacao chocolate. Dentro de los aspectos metodológicos se destaca una investigación descriptiva, de corte correlacional y aplicando métodos empíricos, estadísticos y teóricos; la recopilación de la información se realizó por medio de la gestión documental de libros, revistas, informes estatales sobre exportaciones y cadena de valor del cacao chocolate. Entre los resultados se destaca que a pesar de que se crearon políticas públicas para afianzar los procesos productivos y se notó un incremento significativo en las exportaciones de cacao como materia prima, no se evidencia el mismo crecimiento en los productos derivados.

Por su parte, Troya (2015) en su trabajo de maestría plantea como objetivo determinar el rol de las empresas asociativas rurales como manifestantes de acción colectiva en el fortalecimiento de la cadena de valor del cacao en el caso específico de la Unión Nacional de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador (UNOCACE). En cuanto a la metodología, la investigación es de tipo cualitativa debido a que expone las características del objeto y cuantitativa porque necesita un análisis económico de la cadena de valor; las fuentes de información fueron los documentos que reposan en la asociación y los testimonios de los afiliados. Entre los resultados se evidenció que la UNOCACE ha incidido positivamente en el mejoramiento de la cadena de valor del cacao, pues brinda varios beneficios como descuentos del 50% en la compra de plantas de cacao, capacitaciones, asistencia técnica y uno de los factores más importantes es el hecho de que la asociación paga a buen precio el quintal de cacao a los productores para evitar los intermediarios, así como la firma de convenios con otras asociaciones para la venta del cacao producido también a buen precio.

En su tesis, Viera (2015) buscó plantear una propuesta de mejora de la infraestructura de calidad nacional de los productos provenientes de la cadena de valor del cacao ecuatoriano que se exporta a Japón, Estado Unidos y la Unión Europea. Respecto a la metodología, el estudio tuvo un enfoque cuantitativo y cualitativo, fue una investigación bibliográfica – descriptiva, utilizando entrevistas estructuradas para la obtención de la información. Los resultados mostraron que, aunque el país tiene la suficiente capacidad instalada para atender la demanda de cacao, especialmente de los mercados de Japón, EEUU y la Unión Europea, a nivel nacional no se ha logrado coordinar y asignar responsabilidades a los integrantes de la infraestructura de calidad nacional para mejorar la competitividad del cacao ecuatoriano.

González (2015) establece como objetivo de su tesis de maestría, analizar la cadena de valor del cacao de los pequeños productores asentados en el cantón Quinsaloma, con el fin de buscar beneficios que mejoren la condición de producción y comercialización de estos actores en el sector. En cuanto a la metodología, se la considera una investigación documental en la que se analizaron datos obtenidos de estadísticas sobre la actividad económica de estos actores y se aplicó una encuesta para indagar sobre su condición comercial y económica y su percepción de asociarse de manera adecuada para mejorar sus condiciones. Entre los resultados se destaca que en el cantón Quinsaloma, se obtienen precios bajos por el cacao producido y generalmente se debe a que no están asociados para el desarrollo de sus actividades; no cuentan con capacitación y asistencia técnica en los procesos productivos, entre otros.

En la tesis de maestría de Torres (2016), se planteó como objetivo de investigación el diseño de un modelo de cadena de valor para los productores de cacao del Recinto Tazone. Respecto a la metodología, fue una investigación de campo, bibliográfica, descriptiva y tomando en consideración el método inductivo; entre los instrumentos utilizados se identifica la observación directa durante el proceso de comercialización, que sumado a la encuesta y la entrevista a los mencionados actores permitió la obtención de los datos requeridos en la investigación. Entre los resultados obtenidos se pudo evidenciar que en el Recinto Tazone no aplican ningún tipo de tecnología en su producción, que la venta de su cacao la realizan en estado de baba, que no pertenecen a ninguna asociación y que los precios de venta del producto son muy bajos debido mayormente a que no existen adecuados sistemas de comercialización.

En su tesis doctoral, Espinosa (2016) establece como objetivo analizar las características estructurales y funcionales de un faro agroecológico a partir de las experiencias de productores cacaoteros de las regiones de Nariño, Meta, Caqueta y Tolima en Colombia. Respecto a la metodología de estudio se considera descriptivo, pues analiza detalladamente las características del grano de cacao, textura, calidad y microbiología. Los resultados permitieron establecer que la cadena de valor nunca ha sido discutida entre los productores de estas regiones, que su producción es segmentada y sin conexiones con otros procesos que mejoren las condiciones. Del mismo modo se nota mucho la falta de capacitación en procesos técnicos aplicables al cultivo de cacao.

Chávez (2018) realizó un artículo en el que el objetivo general fue diagnosticar el estado de arte de la cadena de valor del cacao en América Latina y El Caribe como uno de los principales productos comercializados en el mundo, sea como materia prima o como productos elaborados. El tipo de metodología hizo referencia a un estudio cuantitativo, en el que se analizaron las evidencias porcentuales de niveles de producción y exportación de este producto y como ha incidido en la economía de las familias inmersas en esta actividad. Los resultados muestran que a nivel de Latinoamérica y El Caribe se presentan un sinnúmero de problemas en la actividad; alta incidencia de enfermedades, deficientes prácticas agrícolas, bajo aprovechamiento de los recursos genéticos, estrés abiótico y déficit hídrico en las plantaciones, son entre otros los principales problemas que han incidido en el estancamiento del rendimiento del sector cacaotero latinoamericano.

Padilla y Oddone (2018) se plantean como objetivo la elaboración de un manual para el fortalecimiento de cadenas de valor, como herramienta de trabajo para la toma de decisiones en procesos productivos de pequeños productores en América Latina. En cuanto a la metodología, la investigación es descriptiva explicativa, debido a que se detallan de manera general y específica los pasos a seguir en cadenas de valor de pequeños productores; los resultados muestran la necesidad de implementar nuevas estrategias y técnicas que permitan una mayor participación de los pequeños productores en la venta de sus productos, así como el fortalecimiento de los encadenamientos asociativos con el fin de tener un mayor potencial para de manera conjunta lograr el desarrollo.

La organización de desarrollo social Swisscontact (2018) realizó un artículo cuyo objetivo principal fue diseñar la cadena de valor de cacao en función de transformar este cultivo en un negocio sostenible para pequeños agricultores. Sobre la metodología, los programas de Swisscontact tienen un enfoque de desarrollo de sistemas de mercado que valida las dimensiones económicas, sociales y ambientales de los actores del sector cacaotero. Los resultados se configuran en la propuesta que hace esta entidad a los pequeños productores cacaoteros, en la que se resume entre otras cosas la aplicación de técnicas sostenibles de producción con enfoque de productividad, manejo de la cosecha y poscosecha haciendo énfasis en la calidad del cacao, gestión integrada de cultivos, prácticas sociales y ambientalmente responsables, manejo de viveros y difusión de información entre los pequeños productores.

En el artículo de Abbott y Benjamin (2018), se planteó el objetivo de analizar la cadena productiva del cacao en Colombia en pos de fortalecer las instituciones agrícolas del sector público-privado por medio de la investigación cooperativa, asistencia técnica y educación. La metodología del proyecto se centra en métodos combinados entre el flujo físico del producto, precios recibidos, actores de la cadena y afectaciones al mercado. Entre los resultados se puede establecer que Colombia no cuenta con una infraestructura suficiente y asistencia técnica necesaria para satisfacer la demanda externa; los productores necesitan conocer nuevas habilidades de planificación financiera y manejo de técnicas de cosecha por cuanto aun los actores de esta actividad productiva no alcanzan altos picos de desarrollo socioeconómico en sus comunidades.

León y Salazar (2016), desarrollan un artículo en el que se establece como objetivo el planteamiento de estrategias para el cultivo, comercialización y exportación del cacao fino de aroma en el Ecuador. El proyecto se llevó a cabo por medio de una investigación mixta, de campo y documental. Entre los resultados se evidencia que Ecuador podría aumentar de una manera exponencial la producción y exportación del cacao siempre y cuando el estado ecuatoriano defina una política de estado en la que se mejoren las áreas de cultivo, aplicando el rendimiento productivo por hectárea, implementado del mismo modo impulsos tributarios que permitan atraer inversión extranjera, aumentando y tecnificando la producción para el aumento de la exportación de cacao elaborado.

Un artículo elaborado por Barrezueta, Moreira y Quezada (2018) estableció como objetivo el determinar características generales de comercio del cacao y el café en función de su dinámica de exportación durante los años 2010 a 2015. La metodología hizo referencia a una investigación descriptiva en el que se describieron las cadenas de valor de cacao y café por medio de una matriz con una lógica vertical y alcance territorial. Entre los resultados se destaca que las exportaciones fueron favorables en cuanto a condiciones climáticas y biológicas, pero fueron desfavorables sobre aspectos de baja productividad sumada a largas y deficientes cadenas de comercialización del producto.

Un estudio adicional fue el de Vasallo (2015), el que tuvo como objetivo comprender las principales limitaciones que tiene la cadena agroexportadora de cacao para la transformación en una agroindustria que marque relativa diferencia. Se utilizó una metodología de carácter inductivo que parte del relevamiento de opiniones; además, se la considera cualitativa y descriptiva a efectos de explicitar los conceptos orientadores del estudio. Los resultados muestran que las principales limitaciones del sector son entre otras, que la fase agraria tiene problemas de productividad, existen dificultades para el financiamiento de los productores, la cadena tiene excesiva intermediación de baja calidad, limitadas regulaciones de la cadena y escaso valor agregado.

El artículo publicado por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias – INIAP (2019), establece como objetivo analizar la cadena de valor del cacao y el bienestar de los productores en la provincia de Manabí. Sobre la metodología, se trató de una investigación descriptiva en la que se realizó una caracterización de los hogares que producen cacao, así como las diferentes prácticas que utilizan. Los resultados muestran varios aspectos negativos de la producción cacaotera en Manabí entre los que se destacan baja producción, deficiente manejo de cultivo, malas prácticas poscosecha, limitado desarrollo tecnológico, el desconocimiento de la cadena producción-consumo, inadecuados procesos de comercialización que no permiten visualizar la potencialidad del cultivo de cacao.

1.3 Marco legal

Para el desarrollo de la presente investigación se hizo necesario observar los reglamentos y leyes existentes en el Ecuador que controlan y delimitan procesos para el cultivo y comercialización de cacao.

Preliminarmente se observó la Constitución de la República del Ecuador (2009), en la que se establece que los ciudadanos tienen el derecho a acceder a productos saludables y de calidad, por lo que el Estado determina lineamientos para que los productores alcancen continuamente la calidad en su producción.

El Art. 13 de la Carta Magna establece que los ciudadanos al acceder a los productos necesarios en su alimentación, de preferencia deben ser producidos a nivel local y más aún, respetando las identidades y tradiciones culturales observadas en su producción.

Del mismo modo, se revisó el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones – COPCI (2010), en el que se establecen las regulaciones que deben observarse en los diversos campos productivos del país, como mecanismos que aseguren el buen vivir de los ciudadanos. El Art. 19 del COPCI permite la libertad de producción y venta de bienes y servicios que sean lícitos y socialmente sustentables, así como la libre fijación de precios, siempre y cuando se respeten las leyes y límites que rigen a los precios de venta al público en el país.

La Ley de Economía Popular y Solidaria (2009), señala que el Estado garantiza a los pequeños productores que su actividad productiva esté libre de monopolios, oligopolios o cualquier tipo de acaparamiento del mercado local o nacional, concordando con los objetivos de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder del Mercado.

Es importante tomar en consideración el Art. 1 de la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria (2010), en donde el Estado garantiza a las comunidades o pueblos la suficiencia de herramientas y apoyo estatal para realizar adecuados procesos de producción que permitan brindar a la sociedad productos nutritivos, sanos y apropiados.

Se revisó el Decreto Ejecutivo No. 1449, publicado en el Registro Oficial 479 del 2 de diciembre del 2008 en el que se crea la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro – AGROCALIDAD, con atribuciones que promuevan las cadenas de producción agrícola, así como el desarrollo de instrumentos técnicos y tecnológicos que permitan la suficiente provisión de productos agrícolas que permitan la satisfacción de las comunidades locales y nacionales antes de pensar en procesos de exportación.

Por último, se observó el procedimiento para conseguir la Certificación de Cacao Nacional Fino De Aroma, puesto que su comercialización tiene una destacada participación en los mercados internacionales, por lo que toda producción debe tener como el fin principal el cumplimiento de requisitos para que el producto pueda exportarse, tanto para personas naturales como para personas jurídicas.

CAPÍTULO 2 - METODOLOGÍA

Una investigación necesita de una serie de pasos para lograr el objetivo que se propone. De acuerdo a Arias (2014), la metodología de la investigación comprende los métodos, las técnicas y los procedimientos que deben tomarse en consideración para la obtención efectiva y suficiente de la información requerida. En la presente investigación los aspectos metodológicos estuvieron determinados de la siguiente forma:

2.1 Contexto de la investigación

El contexto en el que se desarrolló la presente investigación fue la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro, al norte de la provincia de Esmeraldas. En cuanto a los sitios específicos en donde se efectuó el trabajo de campo, fueron las tierras en las que los pequeños productores tienen sus sembríos de cacao; de igual forma se visitó el salón comunal de la parroquia para sostener una reunión previa con los involucrados y explicarles los pormenores del estudio realizado.

En cuanto a las características del lugar, es una zona rural en donde prima la vegetación, no se notan muchos procesos de contaminación; el acceso a esta comunidad es mediante lancha, trasladándose desde Borbón con un tiempo estimado de llegada de entre dos y dos horas y media.

Teniendo en consideración el acceso a la información que se requería para el logro de los objetivos de la investigación se identificaron dos fuentes de datos; una fuente primaria conformada por los pequeños productores de la parroquia Atahualpa, de quienes se obtuvo información sobre las formas de producción y comercialización de su cacao, así como de las necesidades que deben ser satisfechas para mejorar su actividad agrícola de este producto. Respecto a las fuentes secundarias, éstas hicieron referencia a documentos como escrituras, derechos de posesión de hectáreas de tierra para la producción, entre otros documentos.

2.2 Tipo de estudio

Debido a que se deberá conseguir resultados numéricos y estadísticos, se la considera una investigación cuantitativa, definida por Monje (2011) como un estudio que

permite la constatación por medio de información numérica o porcentual, que se orienta en conceptos empíricos medibles que han surgido a su vez de definiciones teóricas. De acuerdo con esta definición el presente estudio fue cuantitativo porque al realizar encuestas para analizar la situación actual de la producción de cacao, se obtuvieron porcentajes que dieron respuestas a las condiciones de producción y comercialización de los agricultores e intermediarios de la parroquia Atahualpa.

Por el alcance, se la considera una investigación descriptiva, que para Tamayo (2003) busca conocer y describir las características de actores y factores que se identifican en torno al objeto de estudio, como son situaciones, costumbres y actitudes. En este caso, se describieron diferentes aspectos de los pequeños productores referentes a sus labores diarias de producción y comercialización del producto.

Según el lugar y los medios se la considera como una investigación de campo, conocida como un estudio que posibilita la obtención de información desde el mismo sitio en donde se desarrolla el fenómeno, permitiendo que quien investigue, pueda comprobar por su propia cuenta lo que está pasando (Sabino, 2015). Con relación a esta definición, la presente investigación fue de campo, porque se desarrolló en el sitio específico del objeto de estudio, es decir, la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro.

Respecto al diseño, fue un estudio no experimental, definido por Hernández, Fernández y Baptista (2012) como una investigación que observa un fenómeno tal y como se presenta en su entorno para luego limitarse solo a analizarlo. También será transeccional, definido por los citados autores como un estudio que recopila datos de un momento específico en un único tiempo.

En base a los criterios expuestos el presente estudio fue no experimental - transeccional debido a que no se manipularán deliberadamente las variables de estudio; tan solo se observará el fenómeno investigativo tal y como se presenta en una única línea del tiempo; se lo analizó y se emitieron criterios con los que se puedan mejorar las condiciones en las que desarrollan sus procesos de producción y comercialización los pequeños productores de la parroquia Atahualpa.

2.3 Población y muestra

La población tomada en cuenta para el desarrollo de la investigación fueron los pequeños productores de la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro, los mismos que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 3.- Población y muestra

N°	DETALLE	CANTIDAD
1	Pequeños productores de la parroquia Atahualpa	60
	TOTAL	60

Fuente: Parroquia Atahualpa

Debido a que la población es finita, no extensa, durante el desarrollo del proceso investigativo se tomará en cuenta a todos los productores mencionados anteriormente.

2.4 Técnicas e instrumentos

Se aplicó una encuesta a los pequeños productores de la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro, con la finalidad de conocer su forma de trabajo, tiempo y cantidad de cultivo, tecnología aplicada, recolección, formas de comercialización del producto, entre otros.

2.5 Análisis de datos

Los procesos que se aplicaron para la recolección y análisis de datos se soportaron en la utilización del sistema informático Excel, en el que se organizaron los datos teniendo en consideración los siguientes procesos:

- Se realizaron varias visitas a la comunidad de Atahualpa en el cantón Eloy Alfaro, con la finalidad de socializar la investigación, y una vez que ésta fue concluida, dar a conocer la propuesta de investigación e invitarles a participar activamente de la misma.
- Se realizó la encuesta a los pequeños productores de la zona.
- Con la información obtenida se realizaron los cálculos respectivos, la interpretación y presentación de los resultados en el informe final de investigación.

CAPÍTULO 3 – RESULTADOS

Este estudio presentó como objetivo el diseño de un modelo de cadena de valor para la producción y comercialización de cacao en la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas. Para el cumplimiento del objetivo descrito se plantearon objetivos específicos como el análisis de la situación actual de la producción de cacao, la elaboración de políticas de comercialización que establezcan cadena de valor para los agricultores e intermediarios, y, finalmente, el diseño de lineamientos de venta que establezcan cadena de valor para los actores.

Para el estudio se tomaron en consideración a 60 productores de cacao de este sector, los que, de acuerdo a la encuesta realizada, presentan las siguientes características: la edad de los encuestados se sitúa entre 30 a 60 años, aunque es importante destacar que existe un número considerable de adultos mayores a 60 años que también se dedican a la actividad. En cuanto al nivel de estudio, se identificó que un número relativamente igual de productores tienen el nivel de estudios primario y secundario. Es destacable mencionar que también existe un buen número de productores que han tenido estudios universitarios.

Al hacer referencia al nivel de ingresos, éstos son variados, aunque mayoritariamente los productores perciben ingresos de entre \$50 y \$200. Sobre el tipo de vivienda de los productores, en su mayoría viven en casas propias o de familiares, cerca de donde tienen sus plantaciones de cacao.

3.1 Situación actual de los productores de cacao de la parroquia Atahualpa

Inicialmente, al consultar sobre el tipo de cacao y hectáreas que siembran, se conoció que los pequeños productores de la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas, en su mayoría (44 de 60) siembran, cultivan y cosechan el cacao nacional o fino de aroma.

Luego de ello, se consultó a los productores cuáles son las hectáreas sembradas por cada uno de los tipos de cacao. Como se observa en la figura 1, de los 44 productores que siembran cacao nacional de aroma, la mayoría tienen entre 1 y 3 hectáreas sembradas;

igual en el caso de los 16 productores que cultivan cacao CNN-51, en su mayoría tienen entre 1 y 3 hectáreas sembradas:

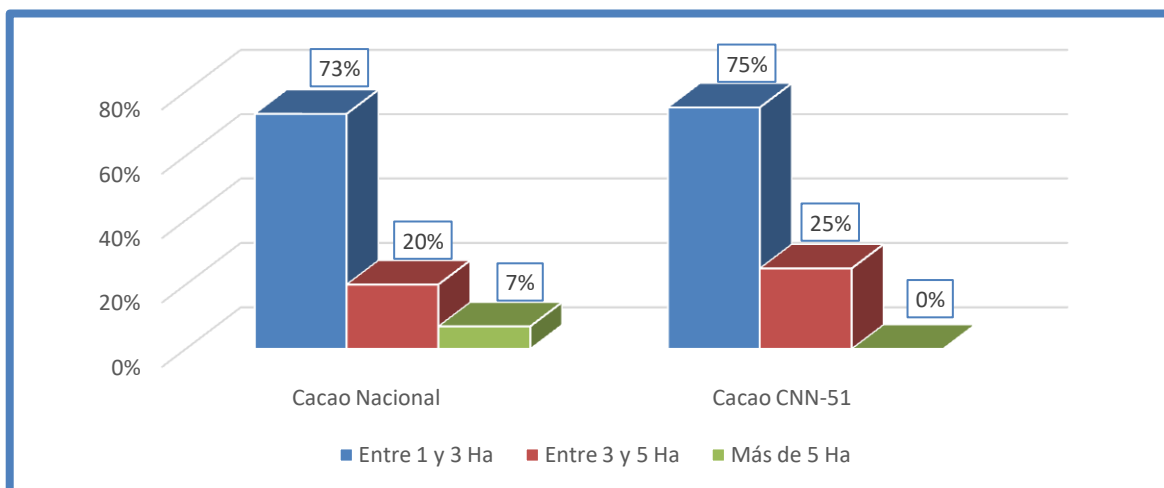


Figura 1.- Tipos de cacao sembrados por los productores – Fuente: Encuesta

Seguidamente, al consultar el tipo de cultivo que realizan los productores, se pudo determinar un promedio casi igual tanto de productores trabajando de manera asociada (46%) como de otros que no se encuentran asociados (54%) y realizan su proceso productivo y comercial de manera individual.

Se consultó también el tiempo en el que cosechan el producto. Las respuestas obtenidas y reflejadas en la figura 2, evidencian que, aunque exista un buen número de productores que cosechan de manera quincenal, la mayoría de pequeños productores de Atahualpa (53%), realizan la cosecha de su cacao de manera mensual.

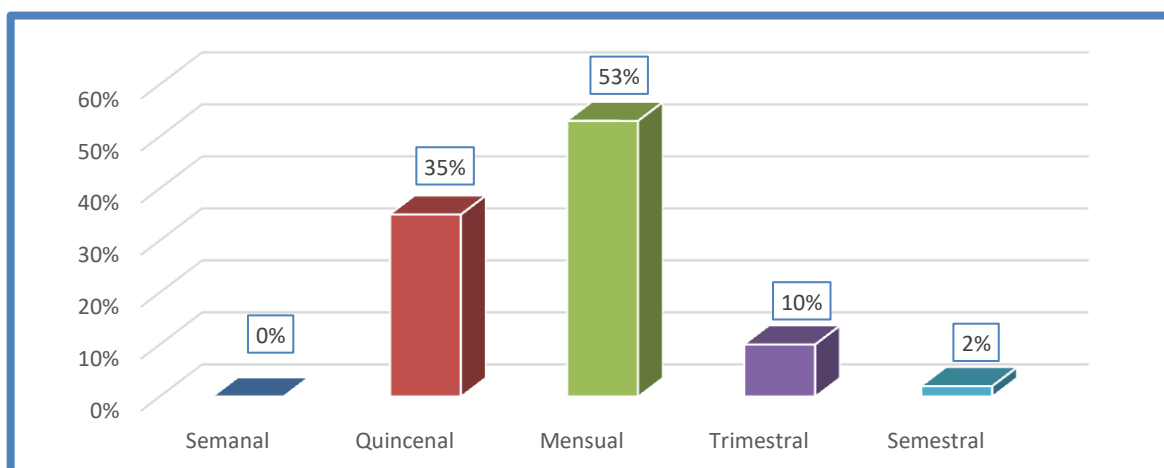


Figura 2.- Tiempos de cosecha del producto – Fuente: Encuesta

Cuando se preguntó sobre los meses en los que se generan las mayores cosechas de cacao, mayoritariamente los productores (85%) respondieron que es entre los meses de julio a diciembre donde se producen mayores volúmenes de producción de cacao.

Otra de las preguntas consistía en conocer la etapa de secado en la que generalmente los productores venden el cacao, como se presenta en la figura 3, muchos de los productores venden en el escurrido, otros en baba, pero una ligera mayoría lo vende en seco.

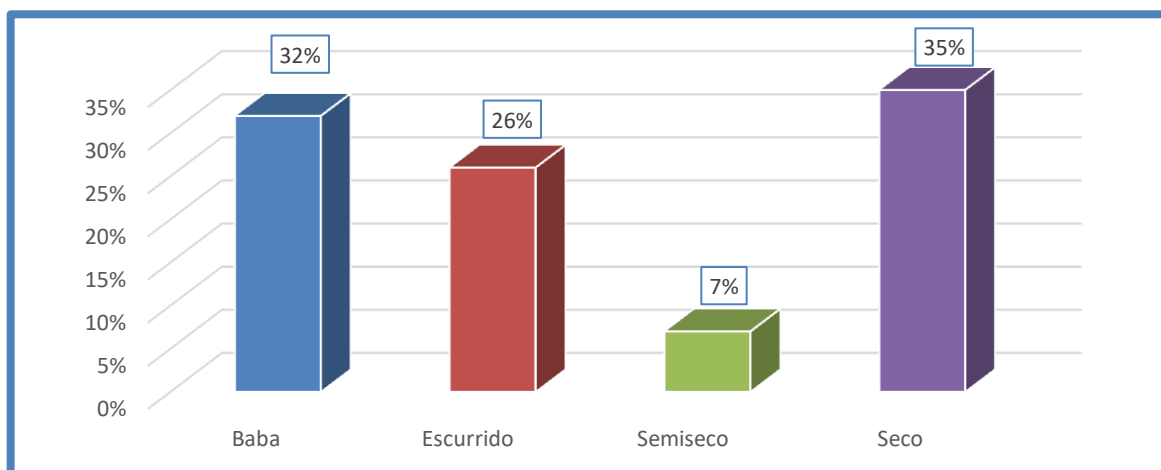


Figura 3.- Etapa de secado para vender producción – Fuente: Encuesta

Se preguntó también a los productores sobre la utilización de tecnología en su proceso de producción, un mayoritario 97% afirmó que si utiliza algún tipo de tecnología en sus actividades. Al preguntar a los pequeños productores cuál es el tipo de tecnología usado en su proceso de producción, como se muestran los resultados en la figura 4, la mayoría de ellos aplican la tecnología de cacao injerto en el desarrollo de su proceso productivo de cacao fino de aroma.

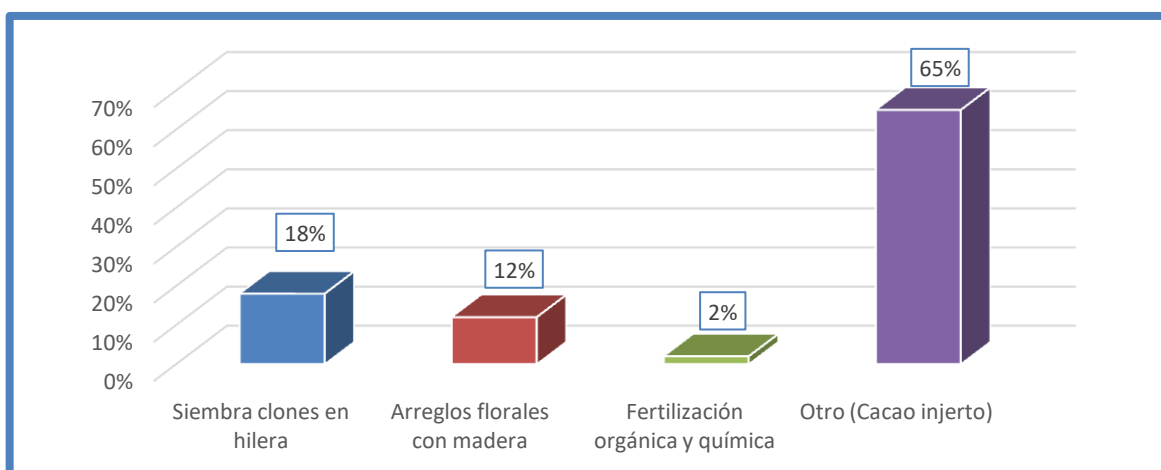


Figura 4.- Tipo de tecnología usada en producción – Fuente: Encuesta

Al consultar con los pequeños productores respecto a los problemas que consideran se presentan en los procesos antes de la cosecha, como se puede observar en la figura 5 que aunque sufren afectaciones por el clima, se podría considerar que los tres problemas principales que aquejan a los productores antes de cosechar son las plagas, la falta de dinero y la poca mano de obra existente.

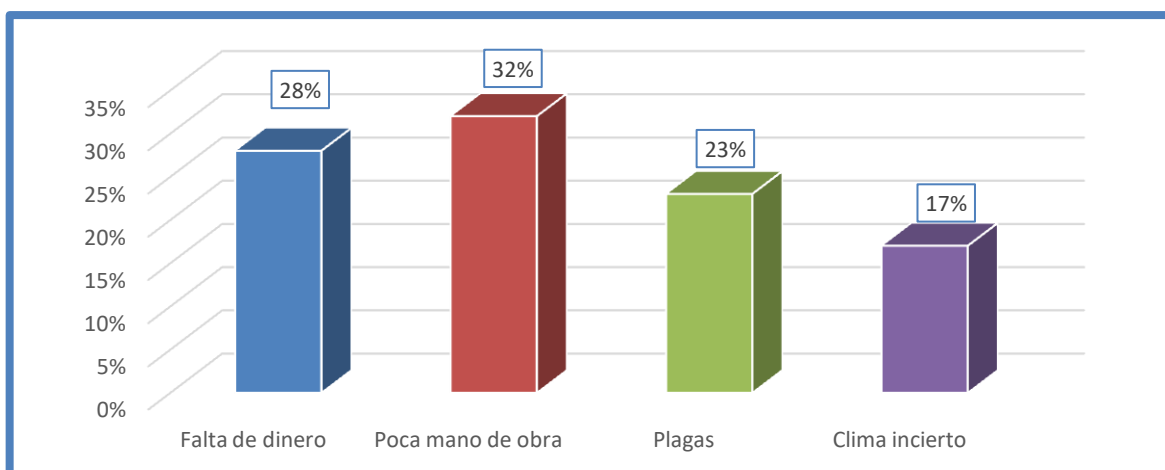


Figura 5.- Principales problemas antes de la cosecha – Fuente: Encuesta

La figura 6 muestra las diferentes problemáticas que se presentan durante la cosecha de los productores. No existe una gran diferencia entre los criterios respecto a que existen problemas en la extracción, fermentación, secado, pero existe una ligera diferencia superior en problemas de traslado del producto.

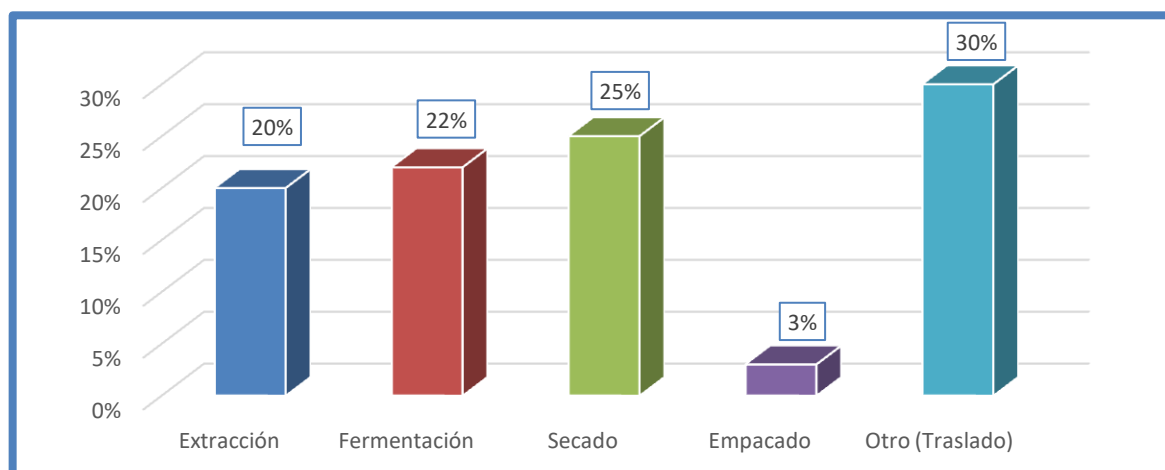


Figura 6.- Principales problemas durante la cosecha – Fuente: Encuesta

Respecto a cuáles son los principales problemas que se presentan después de los cosecha para los productores, podrían considerarse varios problemas en casi promedios iguales de

presentación. Como se muestra en la figura 7, aunque son menores los problemas de transporte, se evidencian mayores dificultades en la ubicación del proyecto, la falta de dinero y la asistencia técnica en su orden.

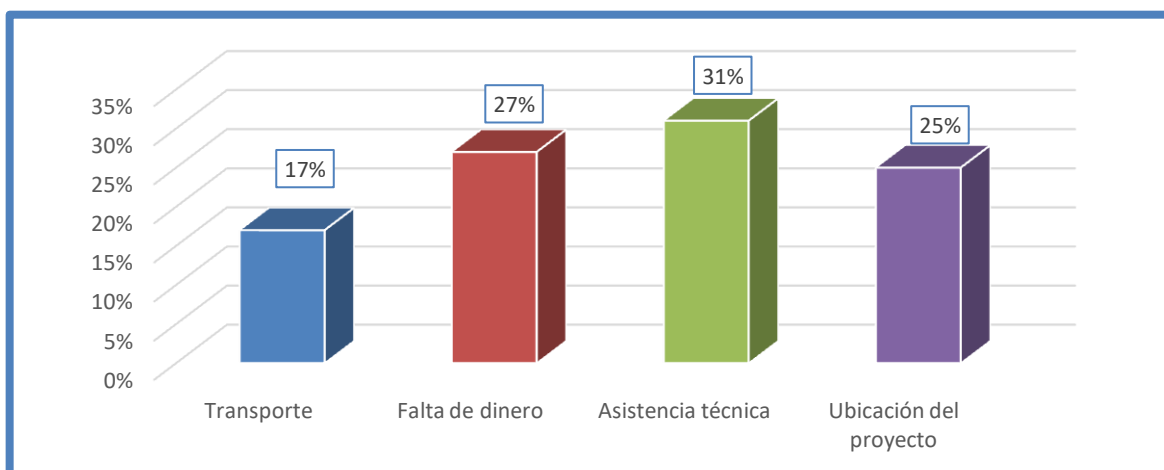


Figura 7.- Principales problemas después de la cosecha – Fuente: Encuesta

Cuando se preguntó a los productores si han recibido capacitaciones o asistencia técnica de parte de alguna entidad estatal o privada para mejorar sus condiciones de producción y comercialización, un mayoritario 92% afirmó que no han recibido ningún tipo de formación pública o privada en función de mejorar su actividad.

Se consultó también a los productores si en alguna ocasión, entre los productores habrían surgido conversaciones sobre la importancia de una cadena de valor dentro de sus procesos productivos y comerciales; el 95% de los encuestados manifestaron que existen muy pocas discusiones entre los productores respecto a lo necesario que sería contar con cadenas de valor dentro de su actividad.

Otra de las preguntas a los productores buscaba conocer si se han firmado convenios con asociaciones locales o de otras ciudades para mejorar y hacer que el proceso de comercialización sea más favorable para los productores; como se muestra en la figura 8, mayoritariamente manifestaron que ocasionalmente, sin mucha frecuencia se han efectuado convenios con asociaciones para mejorar los beneficios de la comercialización.

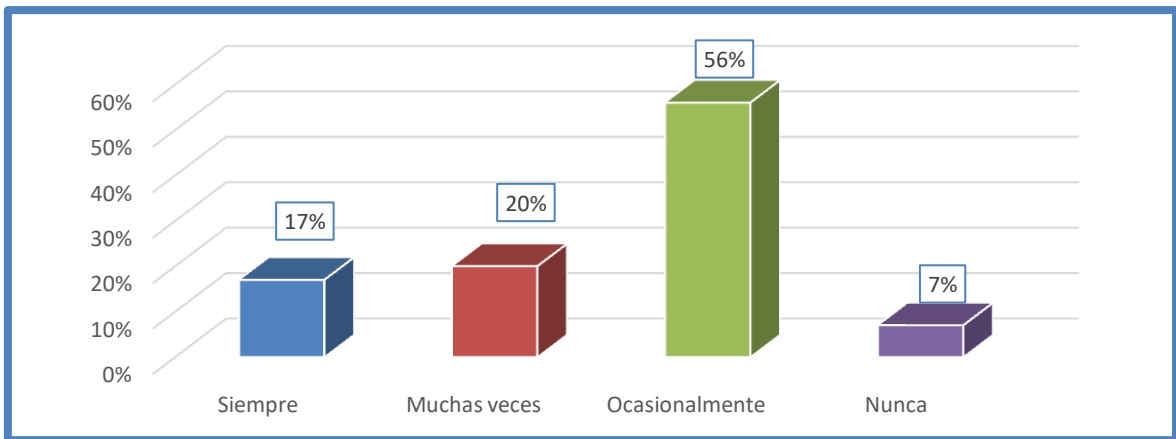


Figura 8.- Convenios con asociaciones – Fuente: Encuesta

También se preguntó a los productores, cuanto consideran les afecta la presencia de los intermediarios durante el proceso de comercialización. Los datos reflejados en la figura 9 permiten evidenciar que los productores consideran que existe una gran afectación por la presencia de los intermediarios, principalmente porque no se comercializa el producto a un precio real y justo.

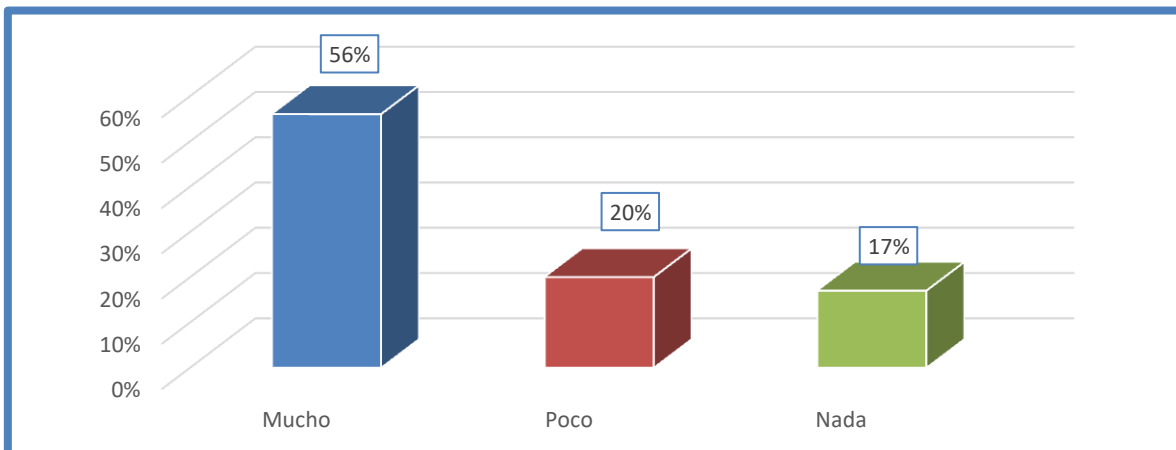


Figura 9.- Presencia de intermediarios – Fuente: Encuesta

Al consultar si los pequeños productores estarían de acuerdo en pertenecer a una organización dentro de sus actividades productivas, el 97% de consultados muestra aceptación por esta posibilidad de organizarse con sus colegas productores.

Seguidamente se preguntó cuál es la razón por la que los pequeños productores aceptarían entrar a una organización; aunque son muchos los beneficios que se avizoran, los más significativos e importantes según sus criterios es el pago inmediato de su producción, la

obtención de mayores ingresos y sobre todo que se pague un precio justo por su producto, tal como se presenta en la figura 10.

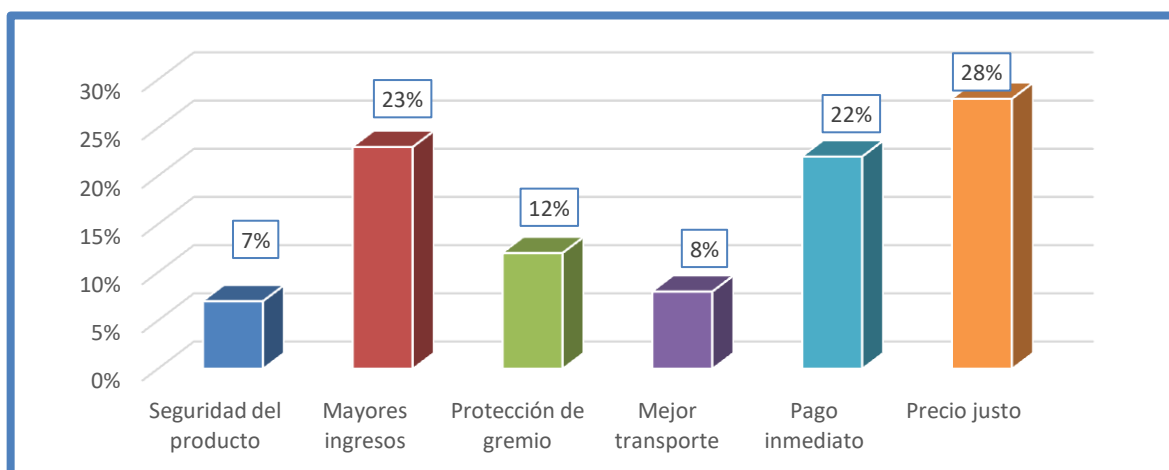


Figura 10.- Razones para entrar a una organización – Fuente: Encuesta


Al finalizar la encuesta se consultó a los productores si consideran que con un sistema de comercialización se promovería un desarrollo sostenido en sus actividades y según los resultados, un mayoritario número de pequeños productores (97%) ven con buenos ojos la aplicación de eficientes sistemas de comercialización que según su criterio, les permitirá crecer sostenidamente dentro de sus actividades.

3.2 Políticas de comercialización para productores

Las políticas de comercialización son los aspectos que se ponen a consideración para que la práctica del comercio de algún producto o servicio se desarrolle de la forma más eficiente posible y con el mayor beneficio económico para los participantes. En este sentido, se establecen políticas de comercialización en diferentes líneas para que el proceso de compra-venta del cacao producido por los pequeños productores de la parroquia Atahualpa, sea beneficioso y les deje mejores utilidades económicas de las que actualmente se tienen.

Conforme a los resultados obtenidos en la investigación, se establecerán políticas en aspectos como precio justo, mayores ingresos, pago inmediato, protección del gremio, mejor transporte y seguridad del producto. Las políticas consideradas convenientes se detallan a continuación en las siguientes tablas:


Tabla 4.- Políticas de comercialización – precio justo

	<p align="center">Pequeños productores de cacao Parroquia Atahualpa, cantón Eloy Alfaro</p>
<p>POLÍTICAS DE PRECIO JUSTO</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear una asociación que se encargue de la representación de los pequeños productores ante intermediarios o industrias que deseen adquirir el cacao. 2. Alquilar o construir un centro de acopio en el que se almacene la producción de todos los asociados en espera de su venta posterior. 3. Establecer porcentajes de participación en los que se defina que el 90% sea para el productor y el 10% para la asociación, eliminando la participación de los intermediarios que por lo general ganan entre un 15% y 20%. 4. Definir un precio por quintal de cacao como asociación, acorde con los precios establecidos en el mercado. 5. Establecer análisis semestrales para la revisión del precio del cacao a nivel nacional para mantenerlo o modificarlo según sea el caso. 6. Identificar acopiadores que se encuentren cerca de la zona para llegar a acuerdos que posibiliten la venta fija de la producción de cacao a precios razonables. 	

7. Realizar contactos directos, sin intermediarios, con industrias del cacao en todo el país, de modo que se puedan crear relaciones comerciales en las que reciban un pago adecuado según la condición del mercado.
8. Acudir a entidades de control de calidad para obtener certificaciones que permitan ofertar un producto con el que se pueda exigir un precio justo.

Elaborado por autora

Tabla 5.- Políticas de comercialización – mayores ingresos

	<p align="center">Pequeños productores de cacao Parroquia Atahualpa, cantón Eloy Alfaro</p>
<p align="center">POLÍTICAS DE MAYORES INGRESOS</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer por medio de la asociación, acuerdos con proveedores para que los insumos necesarios para la producción, al comprarlos en volúmenes de acuerdo a las necesidades del proceso productivo, sean más baratos y disminuyan costos en el valor final. 2. Definir parámetros de producción uniforme entre todos los productores para que se optimice la utilización de insumos y se disminuyan sus costos de manera significativa. 3. Definir en el corto plazo, nuevos mercados a los que se pudiera introducir con la venta de producto. 4. Establecer como asociación márgenes de utilidad al final de cada año, de manera que los productores, aparte de sus ventas, tengan un ingreso extra anual por la recepción de utilidades. 5. Desarrollar capacitaciones para que los pequeños productores vayan adquiriendo en el tiempo, estrategias técnicas y modernas de producción para que se incremente la producción y por ende sus niveles de venta. 	

Elaborado por autora


Tabla 6.- Políticas de comercialización – pago inmediato

	<p align="center">Pequeños productores de cacao Parroquia Atahualpa, cantón Eloy Alfaro</p>
<p align="center">POLÍTICAS DE PAGO INMEDIATO</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. El pago de la producción vendida, debe ser cancelada en el mismo momento en el que el 	

<p>cliente o comprador la requiere.</p> <ol style="list-style-type: none"> No se aceptarán opciones de pago por partes o a crédito a clientes que no tengan más de dos años comprando a la asociación. El pago a crédito será concedido a clientes compradores que hayan mostrado seriedad en sus pagos de contado en una relación comercial que sea mayor a dos años. Mensualmente la asociación determinará los valores por las ventas realizadas y repartirá de manera equitativa según la producción entregada por los productores individualmente.
--


Elaborado por autora

Tabla 7.- Políticas de comercialización – protección del gremio

	<p>Pequeños productores de cacao Parroquia Atahualpa, cantón Eloy Alfaro</p>
<p>POLÍTICAS DE PROTECCIÓN DEL GREMIO</p>	
<ol style="list-style-type: none"> Una vez creada la asociación, se deberán realizar los trámites legales respectivos ante las autoridades de Economía Popular y Solidaria, para ser establecidos como una organización legal con obligaciones que cumplir y derechos que exigir. Elaborar un estatuto o reglamento interno de actuación en el que se estipulen todas las obligaciones o normas de actuación que deben observar todos los productores que la conforman. Definir por medio del reglamento un administrador y una asistente administrativa que sean quienes apliquen todas las políticas que se creen en beneficio de los productores. Contratar los servicios de un asesor legal que se encargue de la representación judicial de los intereses de los productores. Contratar los servicios de un contador que pueda llevar el control de las declaraciones que se deben cumplir con el estado según la normativa vigente. Determinar tiempos no mayores a tres meses en los que se desarrollen asambleas para conocer a detalle el funcionamiento de la organización. 	

Elaborado por autora

Tabla 8.- Políticas de comercialización – transporte

	<p>Pequeños productores de cacao Parroquia Atahualpa, cantón Eloy Alfaro</p>
---	--

POLÍTICAS DE TRANSPORTE

1. Realizar convenios con cooperativas de transporte o transportistas particulares para la recolección y transporte de la producción de los asociados hasta el centro de acopio construido o alquilado.
2. Establecer acuerdos con compañías de transporte interprovincial para, en el caso de concretar ventas con clientes de otras provincias, brindar el servicio de entrega a domicilio de la producción comprada.
3. Los productores tendrán que recolectar su producción y llevarla hasta donde puedan tener acceso vial para que sean recolectadas por los transportes contratados.

Elaborado por autora

Tabla 9.- Políticas de comercialización – seguridad del producto



Pequeños productores de cacao
Parroquia Atahualpa, cantón Eloy Alfaro

POLÍTICAS DE SEGURIDAD DEL PRODUCTO

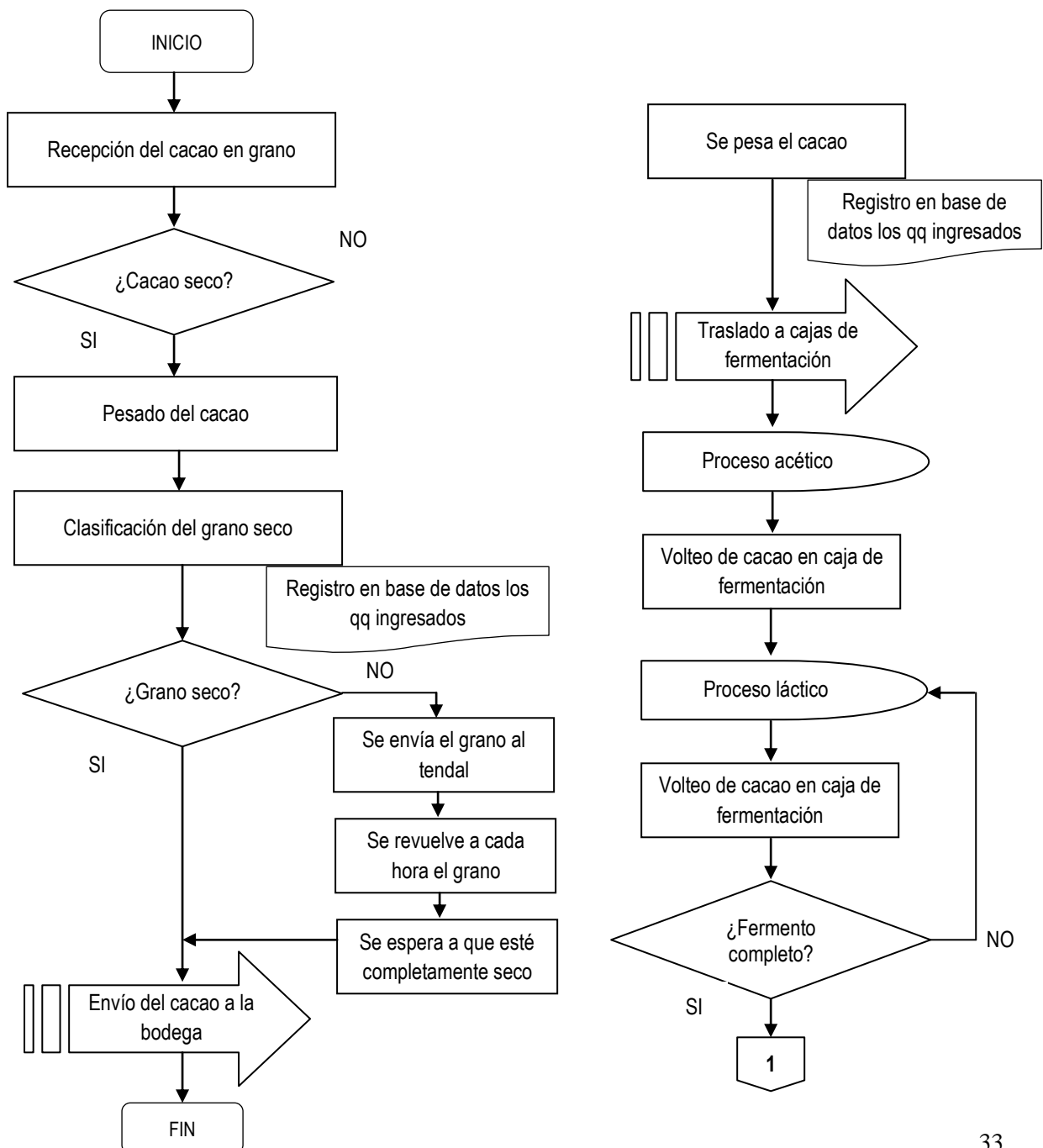
1. Para el aseguramiento de la calidad del producto, deben establecerse procesos detallados respecto a:
 - Recepción de materias primas
 - Corte y desgrane en centro de acopio
 - Fermentación
 - Secado
 - Almacenamiento
 - Normas de buenas prácticas de almacenamiento
 - Control de calidad
 - Muestreo
 - Salida del producto

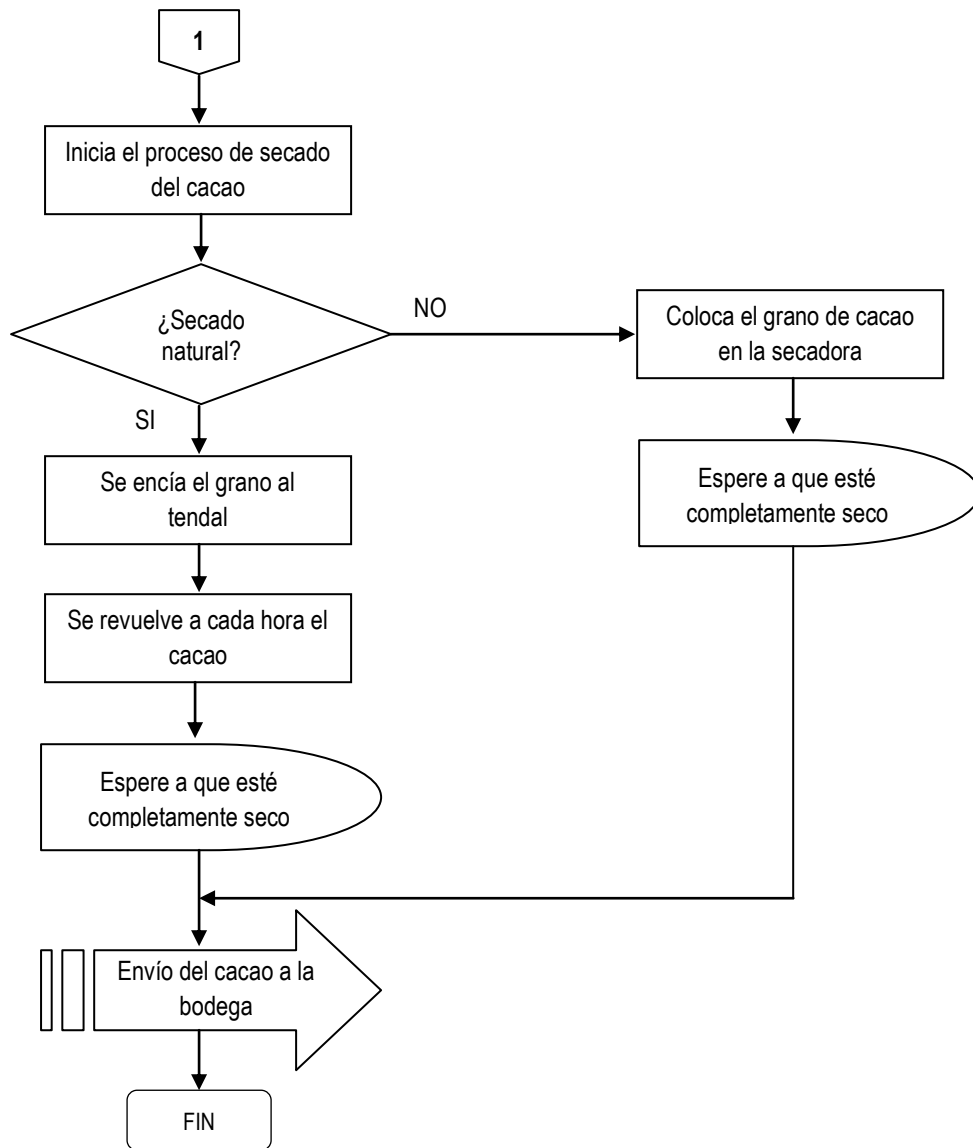
Elaborado por autora

3.3 Lineamientos de venta para los productores

Para la realización de las ventas se considera dejar establecido por medio de flujogramas, un proceso que sea de fácil entendimiento para los productores de cacao de la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro. Aunque el criterio principal tiene que ver con un flujograma para las ventas, se considera conveniente que también exista para la fase de acopio del cacao, que es también un aspecto que reviste mucha importancia antes de concretar las ventas.

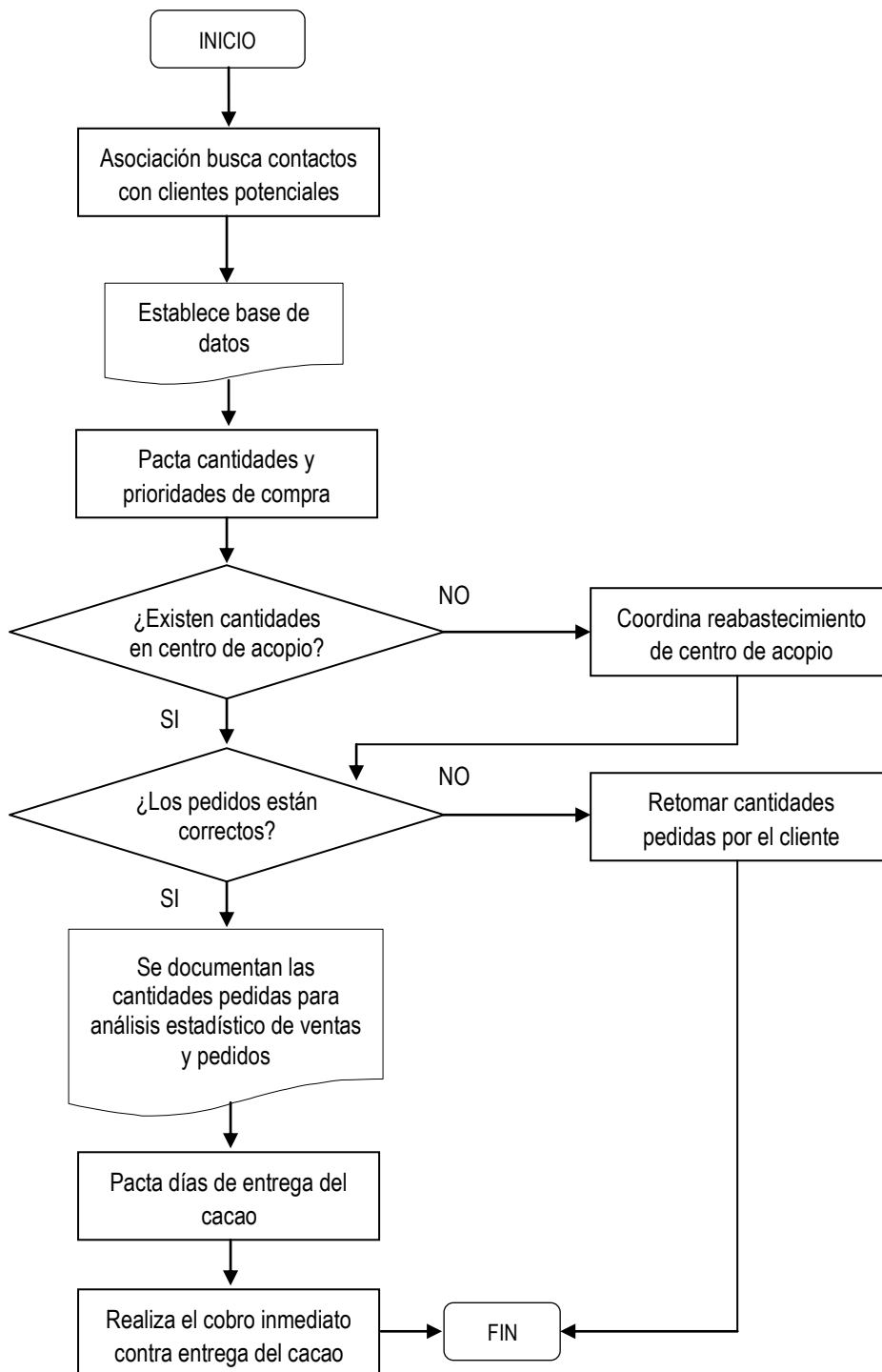
Propuesta de flujograma para proceso de acopio del cacao





Propuesta de flujograma para venta del cacao

Como lo demuestran los resultados, los pequeños productores en su mayoría tienen estudios primarios, por lo que la elaboración del flujograma se trató de hacer de la forma menos compleja posible, de modo que sea entendida y puesta en práctica por los productores de la parroquia Atahualpa.



CAPÍTULO 4 – DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo principal, elaborar un modelo de cadena de valor para la producción y comercialización de cacao en la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas, por lo cual preliminarmente se analizó la situación actual de los productores, luego se elaboraron políticas de comercialización y se diseñaron lineamientos de venta que provean de una cadena de valor para los agricultores.

Es importante poner a consideración el significado de cadena de valor, entendida por Arymani (2016) como la herramienta utilizada por las organizaciones para analizar y descomponer a la gestión en sus partes integrantes, para que sea fácilmente identificable qué actividades generan valor y crean una ventaja competitiva en la organización.

Al analizar la situación actual de la producción de cacao en la parroquia Atahualpa se tomaron en consideración varios estudios como el de González (2015), quien en sus resultados establece que los pequeños productores de cacao, por lo general, obtienen precios bajos por su producción. Espinosa (2016) expone la falta de capacitación en procesos técnicos aplicables al cultivo de cacao. Abbott y Benjamín (2018) consideran que los pequeños productores desconocen habilidades de planificación financiera y manejo de técnicas de cosecha, debido a que no alcanzan un alto desarrollo socioeconómico. Todos los resultados mencionados se relacionan con la presente investigación en torno a que, en ésta, se pudo evidenciar que los pequeños productores de la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro tienen múltiples dificultades en su proceso de producción y comercialización de cacao; no tienen capacitaciones ni asistencias técnicas, hay afectaciones en la producción por plagas, falta de dinero, dificultades en el transporte de su producción. Ante lo mencionado, surge una interrogante: ¿Cuáles son las causas que podrían generar este tipo de condiciones negativas en los pequeños productores de cacao? El desarrollo de la investigación ha permitido acercarse a una realidad que viven no solo los productores de cacao, sino todos los pequeños productores agrícolas en el Ecuador, quienes deben efectuar enormes sacrificios para producir y comercializar. A pesar de que el Art. 1 de la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria (2010), promueve el apoyo estatal para realizar adecuados procesos de producción, este promocionado apoyo gubernamental se nota escaso y muy poco significativo.

Otro de los objetivos fue el de elaborar políticas de comercialización para generar cadena de valor en los productores. Para ello fue necesario traer a consideración un estudio realizado por el INIAP (2019), sobre los productores de cacao, quienes muestran un limitado desarrollo tecnológico, desconocen la cadena producción-consumo y tienen inadecuados procesos de comercialización. Torres (2016), evidencia en sus resultados que los productores de cacao por lo general no pertenecen a ninguna asociación y que el hecho de no tener un adecuado sistema de comercialización genera que vendan su producto a organizaciones o a intermediarios a precios muy bajos. ¿Qué relación se observa con los pequeños productores de la parroquia Atahualpa? Principalmente se puede afirmar que el hecho de no estar asociados hace que su condición para la producción y comercialización tenga desventajas. A más de esta dificultad su proceso de comercialización es deficiente, lo que genera que su producto sea pagado a un precio injusto por parte de los intermediarios. ¿Qué hacer para mejorar la condición de estos productores? Se hace necesario promover la asociación de estos actores y el establecimiento de políticas de comercialización que disminuyan las desventajas ante los intermediarios y posibiliten la venta de la producción a valores reales y justos.

En cuanto al último objetivo por alcanzar fue diseñar lineamientos de venta que establezcan cadena de valor para los actores. La investigación de Troya (2015) muestra que cuando existen asociaciones campesinas de productores de cacao, se pueden lograr acuerdos o convenios para la venta del cacao producido también a buen precio. Padilla y Oddone (2018), muestran en sus resultados la necesidad de implementar nuevas estrategias y técnicas que permitan una mayor participación de los pequeños productores en la venta de sus productos. La relación de estos estudios respecto a la presente investigación, tiene que ver con la necesidad y aceptación de los pequeños productores de Atahualpa por entrar a una asociación que les permita obtener beneficios significativos de sus ventas; las mismas que sigan lineamientos para la venta previamente establecidos, en función de contar con mayores ingresos de su actividad para buscar un mayor desarrollo individual y comunitario. ¿Qué lineamientos deberían ser observados para contribuir a la mejora del proceso de ventas? Con la promoción de la asociatividad es indispensable que se encuentre un lugar para el acopio de los productos, desde donde se realicen las ventas en condiciones más favorables. Tanto para el acopio como para las ventas se deben identificar pasos o procesos que de manera sencilla y clara permitan visualizar cómo realizar cada actividad de manera eficiente.

CAPÍTULO 5 – CONCLUSIONES

- La mayoría de los productores de cacao de la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas trabaja de manera individual sin pertenecer a ninguna organización; tienen sembrados entre 1 y 3 hectáreas de cacao fino de aroma mayormente bajo la tecnología de cacao injerto, el cual es cosechado de manera mensual siendo vendido en escurrido y baba. Varios problemas aquejan sus actividades productivas entre las que se destacan la falta de dinero y mano de obra, problemas para el traslado del producto, así como falta de asistencia técnica y capacitaciones.
- Respecto a la comercialización del cacao, por lo general, los productores de cacao de la parroquia Atahualpa del cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas negocian de manera individual y en sus propias fincas con intermediarios locales, que suelen ser personas que tienen algún medio de transporte como camionetas o camiones y que incluso suelen estar involucrados en otros negocios inherentes como control de plagas, transporte y procesamiento del cacao. Se comercializa el cacao en granos y no se aplica ningún tipo de política de comercialización, por lo que las condiciones para los pequeños productores son desfavorables.
- En relación a sus ventas, se evidenció que no existe ningún tipo de lineamiento técnico. El cacao es vendido a los intermediarios a precios bajos en comparación al valor real del producto, muestra de ello es que los productores expresaron que su nivel de ingresos mensuales varía entre \$50 y \$200, lo que muestra las condiciones desfavorables de venta que se presentan en el sector.

CAPÍTULO 6 – RECOMENDACIONES

- Se hace necesario que los pequeños productores busquen la forma de organizarse en una asociación, que les permita realizar sus actividades productivas y comerciales de una forma más favorable, obtener mayores beneficios de su actividad, enfrentar de mejor forma a los intermediarios, teniendo la producción en un centro de acopio, se obtendrá un precio justo por su producto, mayores ingresos y un crecimiento sostenido en su actividad.
- Se recomienda que en el corto plazo se apliquen las políticas de comercialización que se han planteado en el presente estudio, para que la observancia de los lineamientos de precio justo, mayores ingresos, pago inmediato, protección del gremio, transporte y seguridad del producto, permitan que el proceso de compra-venta del cacao de los pequeños productores de la parroquia Atahualpa, sea beneficioso y les deje mejores utilidades económicas de las que actualmente se tienen.
- Se deben tomar en consideración los flujogramas que les permitirán tener claros los lineamientos de venta, en los que se detallan los procesos a seguir para que, en el caso de organizarse como asociación, los pequeños productores conozcan qué hacer respecto a las actividades tanto de acopio como para el proceso de venta.

Referencias

- Abbott, P., & Benjamin, T. (2018). *Análisis de la cadena productiva del cacao en Colombia*. Bogotá, Colombia: Ed. Usaid.
- Alonso, G. (2018). Marketing de Servicios: Reinterpretando la Cadena de Valor. *Rev. Palermo Business Review*, 83-96.
- Anecacao. (2019). *Cacao nacional: producto emblemático del Ecuador* . Obtenido de sitio web de Anecacao.com: <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/cacao-nacional.html>
- Arimany, L. (2016). *La cadena de valor*. Obtenido de sitio web de luisarimany.com: <http://www.luisarimany.com/la-cadena-de-valor/>
- Asamblea Nacional del Ecuador . (2015). *Proyecto de Ley de Fomento y Desarrollo del Cacao Nacional Fino de Aroma*. Quito, Ecuador: Ed. Asamblea Nacional.
- Ballou, R. (2015). *Administración de la cadena de suministro*. México D.F: Ed. Pearson.
- Barrezueta, S., Moreira, W., & Quezada, C. (2018). Análisis del cacao y café ecuatoriano desde su cadena de valor en el periodo 2010-2015. *Revista Científica Agroecosistemas*, 6(3), 6-17.
- Camacho, H., Gómez, E., & Monroy, C. (2012). *Importancia de la cadena de suministros en las organizaciones*. Panamá: Ed. Sur.
- Casa, L. (2016). *Cacao fino de aroma*. Obtenido de sitio web de luker.com: <http://www.lukeringredients.com/es/home>
- CEPAL . (2014). *Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial*. Santiago de Chile: Ed. CEPAL.
- Chávez, E., & Zambrano, J. (2018). *Diagnóstico del estado de arte de la cadena de valor del cacao en América Latina y El Caribe*. Quito, Ecuador: Ed. INIAP.
- Crespo, L., & Crespo, C. (2015). *Cultivo y Beneficio del Cacao CCN-51*. Bogotá, Colombia: Ed. Conejo.
- Durán, F. (2014). *Cultivo y explotación del cacao*. Bogotá, Colombia: Ed. Grupo Latino.
- Espinosa, C., & Mosquera, D. (2016). *Estudio de factibilidad para la producción de cacao en el cantón San Lorenzo de la provincia de Esmeraldas*. Quito, Ecuador: Ed. Universidad Central del Ecuador.

- FAO . (2010). *Diagnostico de la cadena de valor del Cacao en el Ecuador*. Quito, Ecuador: Ed. FAO.
- García, F. (2015). *Catálogo de cultivares del Perú*. Lima, Perú: Ed. Ministerio de Agricultura.
- García, L. (2017). *Grupos y variedades de cacao*. Lima, Perú: Ed. Ministerio de Agricultura.
- González, E. (2015). *Modelo de empresa asociativa acopiadora de cacao fino de aroma para los productores del cantón Quinsaloma*. Guayaquil, Ecuador: Ed. Universidad Politécnica Salesiana.
- Gottret, M. (2015). *Orientación Estratégica con enfoque de cadena de valor para la gestión de empresas asociativas rurales*. México D.F: Ed. CATIE.
- Hernández, F. y. (2012). *Metodología de la investigación*. México D.F: Ed. Mc Graw Hill.
- ICCO B. (2013). *Políticas de para el Sector Cacaotero ecuatoriano*. Obtenido de sitio web de ICCO B: <http://www.icco.org/about-cocoa/growing-cocoa.html>
- INIAP . (2019). *La cadena de valor del cacao y el bienestar de los productores en la provincia de Manabí, Ecuador* . Quito, Ecuador: Ed. INIAP.
- León, F., & Calderón, J. (2016). Estrategias para el cultivo, comercialización y exportación del cacao fino de aroma en Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI*, vol. 9, 45-55.
- Ministerio de Agricultura de Ecuador. (2015). *Manual de cultivo de cacao*. Quito, Ecuador: Ed, MAGAP.
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa: Guía didáctica* . Neiva, Colombia: Ed. Universidad Surcolombiana.
- Padilla, R., & Oddone, N. (2018). *Manual de fortalecimiento de cadenas de valor*. México D.F: Ed. CEPAL.
- Porter, M. (2016). *Ventaja competitiva*. México D.F: Ed. Cecsá.
- Realpe, C., & Flores, R. (2015). *Manual de procedimientos de exportación de cacao en el CISAS, basado en la normativa legal vigente*. Quito, Ecuador: Ed. Independiente.
- Rosero, L. (2016). *El Ecuador y la política pública en la inserción del comercio internacional: estudio de caso sobre la cadena de valor del cacao*. Quito, Ecuador: Ed. IAEN.
- Sabina, C. (2015). *El proceso de investigación*. Caracas, Venezuela: Ed. ufm.edu.

- Swisscontact. (2018). *Desarrollo de la cadena de valor del cacao*. México D.F: Ed. Swisscontact.
- Tamayo, M. (2003). *Investigación: Teoría y Práctica*. México D.F: Ed. Limusa.
- Torres, M. (2016). *Cadena de valor para la comercialización de cacao de los productores del Recinto Tazone*. Esmeraldas, Ecuador: Ed. Pucese.
- Troya, M. (2015). *Acción colectiva y cadenas de valor: estudio de caso cadena de cacao UNOCACE*. Quito, Ecuador: Ed. Flacso .
- Vasallo, M. (2015). *Diferenciación y agregado de valor en la cadena ecuatoriana del cacao*. Quito, Ecuador: Ed. IAEN.
- Viera, B. (2015). *Análisis, Investigación y Propuesta para Fortalecer la Infraestructura Nacional de la Calidad para la Evaluación de la Conformidad de los Productos del Cacao Ecuatoriano Provenientes de la Cadena Productiva que se Exportan a la Unión Europa, Estados Unido*. Quito, Ecuador: Ed. Universidad Central del Ecuador.

ANEXOS



MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ANEXO 1.- ENCUESTA A PRODUCTORES CACAOTEROS DE LA PARROQUIA
ATAHUALPA, CANTÓN ELOY ALFARO

Estimado (a) Sr. (a), estamos desarrollando una investigación en torno a mejorar las condiciones productivas y comerciales de los pequeños productores cacaoteros de la parroquia Atahualpa en el cantón Eloy Alfaro por lo que procedemos a presentar el siguiente cuestionario con preguntas sobre el tema.

INFORMACIÓN GENERAL				
Edad:				
Nivel de instrucción:	Primaria	Secundaria	Superior	
Ingresos mensuales:				
Tipo de vivienda:	Propia	Alquilada	Prestada	Familiar

1.- ¿Qué tipo de cacao y cuántas hectáreas produce?

Cacao nacional Hectáreas ____
Cacao CCN-51 Hectáreas ____
Otras opciones _____ Hectáreas ____

2.- ¿Cuál es su tipo de cultivo?

Asociado No asociado

3.- ¿Cuál es el tiempo en el que usted cosecha su producto?

Semanal
Quincenal
Mensual
Trimestral
Semestral

4.- ¿Cuáles son los meses de mayor cosecha?

Enero a Junio

Julio a Diciembre

5.- ¿En qué etapa de secado usted vende su producción?

Baba

Escurreido

Semi-seco

Seco

6.- ¿Utiliza en la actualidad algún tipo de tecnología en su proceso de producción y cosecha del cacao?

Si

No

7.- ¿Qué tipo de tecnología aplica en su proceso productivo?

Injertación de híbridos

Siembra de clones en hilera

Arreglos forestales con madera

Fertilización orgánica y química

Otros _____

8.- ¿Cuál es el principal problema que se presenta antes de la cosecha?

Falta de dinero

Poca mano de obra

Plagas

Clima incierto

Otros _____

9.- ¿Cuál es el principal problema que se presenta durante la cosecha?

Extracción

Fermentación

Secado

Empacado

Otros _____

10.- ¿Cuál es el principal problema que se presentan en sus labores post-cosecha?

- Transporte
- Falta de dinero
- Asistencia técnica
- Ubicación del producto
- Otros _____

11.- ¿Se ha contado con procesos de capacitación y asistencia técnica de parte de entidades estatales o privadas?

Si No

12.- ¿Se ha discutido entre los productores de su sector, la importancia de establecer una cadena de valor que mejore las condiciones de su producción y comercialización?

Si No

13.- ¿Se han realizado firmas de convenio con asociaciones del sector o de otros sitios para vender el cacao a buen precio?

- Siempre
- Muchas veces
- Ocasionalmente
- Nunca

14.- ¿Cuánto afecta la presencia de intermediarios en el desarrollo de su proceso de comercialización del producto?

- Mucho
- Poco
- Nada

15.- ¿Estaría de acuerdo en pertenecer a una organización para la comercialización de su producción? Señale los motivos:

Si No

- Mayor seguridad a colocar producto
- Representa mayores ingresos
- Protección de parte del gremio
- Mayor organización
- Facilidad de transporte
- Pago inmediato
- Precio justo
- Otros _____

16.- ¿Considera que un adecuado sistema de comercialización permitirá un desarrollo sostenido de los pequeños productores cacaoteros de la parroquia Atahualpa?

Si

No

NOTA: El instrumento fue elaborado tomando en consideración los criterios de Torres (2016) y González (2012), quienes han realizado otros trabajos de la misma temática en los años mencionados.