

COMERCIO INTERNACIONAL: NUEVAS PERSPECTIVAS DE MERCADO PARA LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE CACAO DE LA PROVINCIA DE EL ORO - ECUADOR

INTERNATIONAL TRADE: NEW MARKET OUTLOOK FOR COCOA PRODUCTS DERIVED FROM THE PROVINCE OF EL ORO - ECUADOR

Sandra Sayonara Solórzano Solórzano¹
Lenín Bolívar Balseca Tapia²

Fecha de recepción : 14 de junio de 2017
Fecha de aceptación : 20 de septiembre de 2017
DOI : <https://doi.org/10.26495/rtzh179.323327>

Resumen

Las ventajas comerciales del cacao ecuatoriano son muchas, especialmente por el hecho de ser considerado uno de los mejores del mundo debido a su sabor y aromas inigualables. La variedad conocida como CCN-51 y otros derivados del cacao precisan de valor agregado para atender las necesidades y nuevas tendencias de consumo de estos productos en el mundo. Este trabajo de carácter exploratorio y descriptivo se enfoca en el análisis y selección de los mercados externos de los derivados de Cacao que producen las Asociaciones en la Provincia de El Oro, Ecuador, lo que permitiría la industrialización y el desarrollo local de la provincia. Las conclusiones más importantes son, la efectividad del método de análisis y que los principales destinos del continente americano para la exportación de los derivados del Cacao ecuatoriano, como la manteca, chocolates, pasta de cacao, son los países de Chile, Brasil, Argentina, Estados Unidos entre otros, así como ciertos países de la Unión Europa que confirman la calidad del producto.

Palabras clave: Derivados del Cacao, método de análisis de mercados externos, industrialización, matriz productiva, certificados internacionales.

Abstract

The commercial advantages of Ecuadorian cacao are many, especially for being considered one of the best in the world due to its unique flavor and aromas. The variety known as CCN-51 and other cocoa derivatives need added value to meet the needs and new trends of consumption of these products in the world. This exploratory and descriptive work focuses on the analysis and selection of the external markets of the cocoa derivatives produced by the Associations in the Province of El Oro, Ecuador, which would allow industrialization and local development of the province. The most important conclusions are the effectiveness of the method of analysis and the main destinations of the American continent for the export of Ecuadorian Cacao derivatives such as butter, chocolates and cocoa paste are the countries of Chile, Brazil, Argentina, The United States among others, as well as certain countries of the European Union that confirm the quality of the product.

Keywords: Cocoa Derivatives, method of analysis of external markets, industrialization, Productive matrix, International certificates.

¹ Magister en Administración y dirección de Empresas, Universidad Técnica de Machala, El Oro, Ecuador, ssolorzano@utmachala.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0001-6294-7396>

² Magister en Administración y Dirección de Empresas, Universidad Técnica de Machala, El Oro, Ecuador, lbalseca@utmachala.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0003-4150-0856>

I. Introducción

Situación problemática en el marco de la innovación productiva

Ecuador se caracteriza por producir el mejor cacao del mundo y por ello el producto es altamente codiciado en los mercados internacionales alcanzando una mayor demanda que en el mercado interno (Mercado, 2000); sin embargo, en el interior del país se presenta un grave problema de productividad que ha obligado a los productores a incursionar en el cultivo de otras variedades y tolerantes a las enfermedades (Mora, Zambrano, Vera, Ramos, & Garcés, 2014) en busca del desarrollo socioeconómico.

Como se sabe, para que una política pública de promoción de la producción agrícola para la exportación sea coherente, integrada, continua y sistemáticamente ejecutada debe sustentarse en investigaciones tanto de productos como de mercados que permita identificar cultivos potenciales, demandas externas, costos de producción y las condiciones necesarias para su producción; asimismo, debe contar con la estrecha y armónica cooperación entre las instituciones públicas y privadas del sector agropecuario (Ministerio de Desarrollo Agropecuario, 1992).

Esta base se ve reforzada por la presencia de concentraciones operacionales en el mercado, el incremento del transporte y comunicaciones, los cambios innovadores y la convergencia de los esfuerzos, el movimiento de los procedimientos y las diferentes variables, hacen que el ingreso de los productos sea más fácil en los mercados externos. (Caballero Miguoz & Padin Fabeiro, 2006).

Por otro lado, la globalización ha permitido que las pequeñas, al igual que las grandes empresas puedan desarrollarse por igual en los mercados internacionales con el propósito de lograr desarrollo económico (Escandón, Hurtado, & Castillo, 2014).

En este contexto, se plantea la necesidad de conocer cuáles son los mercados externos de los derivados de Cacao que producen las Asociaciones en la Provincia de El Oro, Ecuador, que les permita el desarrollo local de la provincia.

Al respecto, la investigación de mercados es necesaria para determinar la factibilidad de la exportación de cualquier producto, ya que se trata de una herramienta que recolecta y analiza información sobre el comportamiento de los consumidores para tomar decisiones (Argote, Vargas, & Villada, 2013) de producción y comercialización.

El método de la investigación de mercados es cuantitativo, ya que al obtener información esta pueda ser medida en forma estadística para que los resultados sean exactos, precisos y representativos, de las diferentes exportaciones de derivados de cacao de Ecuador al mundo, utilizando además fuentes de información secundaria facilitada por instituciones gremiales y de Gobierno.

En tal sentido, es el objetivo del presente trabajo es utilizar la investigación de mercados para analizar y seleccionar los mercados externos de los derivados de Cacao que permita a las Asociaciones de Productores de la provincia El Oro, Ecuador, tomar decisiones de aumentar la producción, optar por la innovación e ingresar a la industrialización con mayor productividad y rentabilidad.

El cacao es una planta de la familia perenne que rinde algunas cosechas al año, tiene una altura media de 6 m y tiene hojas lustrosas de 30 cm, las semillas de cacao tienen un sabor amargo son de color púrpura o blancuzco. Desde los tiempos remotos se utilizó las semillas de cacao tostadas y molidas para

elaborar bebidas como el chocolate, también en bloque prensados, manteca de cacao (el grano tiene el 55% de manteca) y licor de cacao, pasta y polvo de cacao (Morales J, García J, & Méndez B., 2012).

Los derivados del cacao son aceptados en distintas regiones a nivel mundial por sus componentes nutricionales, su valor agregado representan mejores ingresos económicos para los productores que aprovecha de mejor manera la materia prima, los mercados internacionales son potenciales consumidores de éstos elaborados pero con exigentes en la calidad, siendo necesario aplicar buenas prácticas de higiene y estandarización del proceso que permitan la acogida preferencial en nuevos mercados (Sol Sánchez, Naranjo González , Córdova Avalos, Ávalos de la Cruz, & Zaldívar Cruz, 2016).

Matriz Productiva

El esquema y ejecución de la metodología de cambio del marco rentable, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), en conjunto con los establecimientos encargados de garantizar un proceso productivo y económico, cumpliendo así los objetivos y metas de corto y mediano plazo que permite el cambio estructural del Ecuador en el largo plazo. SENPLADES es fundamental, para la coyuntura compatible de las políticas públicas en el enfoque general y la visión del Estado para el avance en los procedimientos a largo plazo (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012).

Microempresa

La importancia de las microempresas se evidencia en la generación de fuentes de trabajo, desarrollo local, innovación, exportaciones y producto interno bruto ya que aportan mejoras a la competitividad sostenible del país mediante un proceso de generación de conocimientos innovadores mediante constantes capacitaciones que permita generar valor agregado a los productos que comercializan (Ávalos Monge & Murillo Méndez, 2013).

Transformación productiva

La innovación es el eje del cambio beneficioso hacia la competitividad, la transformación productiva exige capacidades tanto humanas como tecnológicas, los factores de producción (tierra, capital y trabajo), donde la educación y la tecnología juegan un papel primordial en la construcción de entornos más productivos (Cardona A. & Escobar A., 2012).

Calidad de los productos

La producción de alimentos libres de agentes contaminantes es un aspecto primordial para la confianza de los consumidores, pues el adquirir un producto que cumpla con los estándares de calidad, crea un hábito de compra en el cual se ve reflejado directamente en el incremento del mercado de consumidores ya que un producto orgánico les garantiza el desarrollo de la calidad de vida y conservar el medio ambiente (Soto Zapata, Magaña Magaña, Licón Trillo, Kiessling Davison, & Saenz Solis, 2014).

Productividad

La productividad es la forma como se utilizan los factores de producción en la generación de bienes y servicios para la sociedad, en sí, es un método estratégico que utilizan las empresas para que los productos o servicios alcancen los niveles competitivos necesarios en el mundo globalizado (Medina Fernández de Soto, 2010).

Comercio Internacional

El comercio Internacional es considerado un instrumento que permite que las economías de los países en vías de desarrollo mejoren, ya que existen tratados de libre comercio que permiten acceder a distintos mercados con un mayor volumen de exportaciones, así como lograr una mayor producción y generación de nuevas oportunidades de empleo (Parada Gómez, 2011).

Análisis del mercado para la exportación

La valoración o comprobación preparatoria reconoce a los mercados potenciales como herramientas para continuar la investigación. En esta fase, se emplean indicadores económicos para eliminar los sectores empresariales que no se ajustan a los objetivos de la organización (por ejemplo, tamaño de mercado, crecimiento, nivel de cambio entre las inclinaciones del comprador y el producto, rivalidad competitiva, etc.). En la etapa de identificación, la calidad atractiva de la empresa se estima los costos e ingresos de una lista de países más reducida como resultado de la etapa previa. Una etapa de elección oficial decide el mercado que mejor se adapte a metas planteadas por la organización y la demanda disponible (Berbel Pineda, Ramón Jerónimo, & Vaquez Carrasco, 2012).

Para la selección respectiva de mercado se deben considerar las tres fases: revisión preliminar, identificación en profundidad y selección final (Sakara, Eckman, & Hyllegard, 2007) y en cada una de ellas habrá que tener presente distintos tipos de indicadores. De igual manera del entorno demográfico, político, económico, cultural y legal del mercado a evaluar.

Política Comercial

La política comercial constituye un factor indispensable dentro de la competitividad empresarial al propiciar la creación de nuevos mercados internacionales con la respectiva fijación de las condiciones de acceso al mercado interno para los agentes del mercado exterior. Los países para tener una adecuada inserción en las economías de gran escala deben manejar una política comercial ágil y estratégica (Bellina Yrigoyen & Frontons, 2012).

Las relaciones internacionales

Las relaciones internacionales son un flujo de interacción que rebasa fronteras nacionales y que forma entidades políticas-sociales en los cuales engloba, sociedades, comunidades internacionales, conservando un carácter formal de los procesos interestatales (Sarquís, 2012).

II. Material y métodos

La investigación desarrollada es de carácter exploratoria-analítica y cuantitativa, se consideró como población a las ocho Asociaciones Productoras de Derivados de Cacao de la Provincia El Oro, de las cuales se seleccionó a la Asociación de Productores Agropecuarios Piñas - ASOPROAPI, que se encuentra en la base de datos de la Secretaría de Económica Popular y Solidaria, su actividad económica es la elaboración de cacao, manteca, grasa y aceite. Entre sus productos constan el chocolate en barra y la pasta de cacao, el primero de ellos tiene registro sanitario y el segundo está en trámite de obtención.

Las técnicas empleadas fueron: la observación directa, y la encuesta realizada a base de entrevistas ejecutadas a los productores miembros de la asociación. Los instrumentos o medios materiales utilizados fueron un formato de cuestionarios con el propósito de la obtención de la información.

En nuestro procesamiento de datos se efectuaron las técnicas de lógicas de análisis de los mismos, para de esta manera interpretar lo que evidencian.

III. Resultados

Características productivas de provincia El Oro

El cacao es una fruta de origen tropical, su árbol tiene flores pequeñas y pétalos largos, el fruto es leñoso de forma alargada, aparece en la copa de los árboles y debajo de sus ramas. Dependiendo del tipo de cacao pueden ser de color amarillo, blanco, verde o rojo. El grano está cubierto de una pulpa rica en azúcar con la que se puede hacer jugo y el grano transformado en chocolate tiene un agradable sabor.

Por otro lado, existen importantes diferencias en los sistemas empleados para la producción local según el tipo de cacao. Se estima que cerca del 90% de la producción total de cacao fino o de aroma Nacional se realiza en sistemas tradicionales y semi tecnificados mientras que la mayor parte de la producción de CCN-51 se realiza bajo sistemas semi tecnificados y tecnificados. En los sistemas tradicionales de cacao Nacional no se utilizan insumos o riego y se cosecha el cacao que se genera sin ningún tipo de mantenimiento para la plantación, lo cual genera rendimientos bajos (incluso 3 qq/Ha o 136 Kg/Ha) y susceptibles a pérdidas por enfermedades. A su vez, los sistemas semi tecnificados incluyen actividades como el uso de riego, al igual que fertilización y tratamiento fitosanitario pero en cantidades o frecuencias insuficientes que limitan los rendimientos a rangos de entre 6 y 12 qq/Ha (272 y 544 Kg/Ha). En los sistemas, tecnificados se efectúa el mantenimiento adecuado del cultivo, lo que permita llegar a rendimientos de entre 18 y 40 qq/Ha (816 y 1,814 Kg/Ha). (Ministerio de Agricultura, 2016).

La marcada diferencia en los sistemas productivos empleados proviene de dos factores que han afectado las decisiones de los productores de cada tipo de cacao: 1) la mayor productividad de la variedad CCN-51 respecto al cacao Nacional; y, 2) la mínima o nula diferencia de precios que el productor recibe entre ambas variedades (Diario El Comercio, 2014).

La industria de producción de cacao y elaborados en Ecuador se encuentran sujetos a regulaciones específicas, que conforman su marco legal, a continuación, se detallan los más significativos.

Ley de Sanidad Vegetal, Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria, Ley orgánica de Recursos Hídricos, Usos y aprovechamientos del agua, Ley para la formulación, fabricación, comercialización, y empleo de plaguicidas y productos afines de uso agrícola, Resoluciones del Ministerio de Agricultura, Disposiciones de las Agencias Ecuatoriana de Aseguramiento de la calidad del Agro (Ministerio de Agricultura, 2016).

Son de mucha importancia para este sector las Normas Técnicas INEN 174, 176, Y 177 emitidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización que se relacionan con el cacao en grano, la determinación del contenido de grasa, requisitos y muestreo. Para los elaborados del cacao la norma 620 el cacao en polvo, 621 para Chocolate, 623 para pasta de cacao (Normalización, 2016).

En el caso de funcionamiento, de los locales de expendio de elaborados del cacao para el consumo humano, se encuentran bajo la supervisión y control de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, 2015).

Cadena productiva del Cacao en la provincia El Oro

La producción de cacao en la provincia de El Oro comienza con la preparación del suelo, plantación de los árboles de sombra y de cacao, podas de formación, control de malezas, aplicación de fertilizantes y otros productos. De igual manera se necesita la construcción de la infraestructura que comprende caminos internos, canales de drenaje y riego, viveros, fermentadores y secadoras (Revista Lideres, El cacao Ecuatoriano su historia empezó antes del siglo XV).

Igualmente hay que enfatizar que el conjunto de los productores prefiere manejar métodos de prevención y de control naturales, pese a no contar con certificaciones de ser orgánicos.

La producción obtenida se distribuye en centros de acopio mayoristas, los mismos que se dedican a la venta directa de cacao como materia prima la que va destinada a la industria interna y mercados externos. Los centros de acopio mayorista también distribuyen en centros de acopio minoristas. Como se indica en la Figura 1.

Los productores y centros de acopio destinan una pequeña producción de cacao a la pequeña industria local para la elaboración de derivados de cacao entre ellos (manteca de cacao, pasta de cacao, etc.) para su posterior venta y expendio en ferias y locales de sedes de las asociaciones.

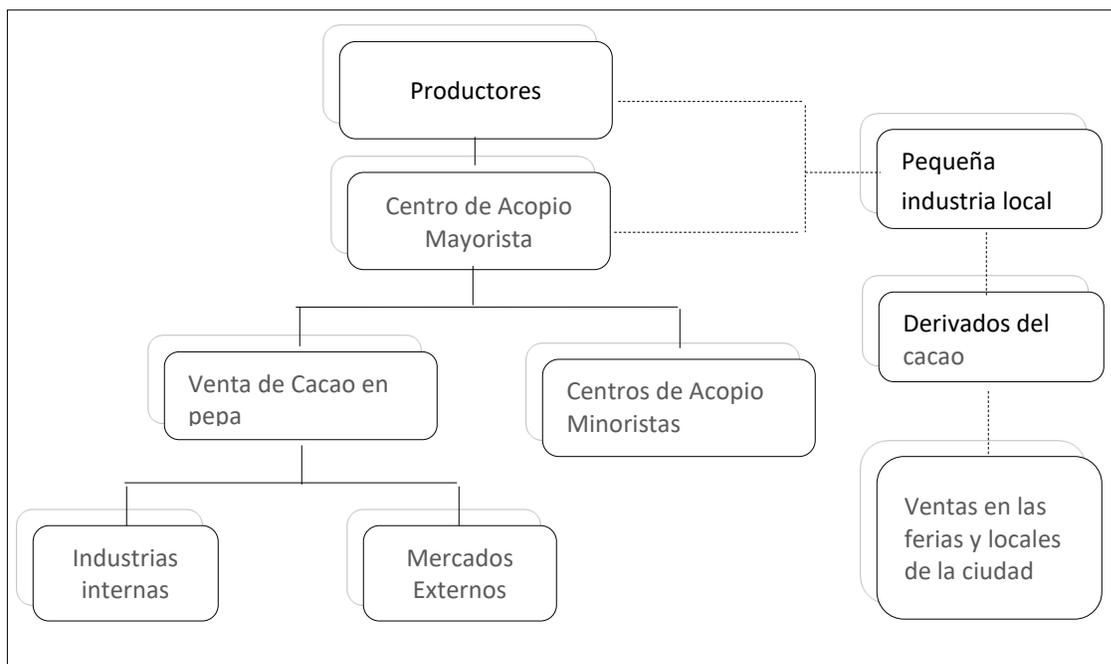


Figura 1. Cadena productiva del cacao en la Provincia de El Oro.
Fuente: Asociaciones de cacao de la Provincia de El Oro

Producción de Cacao y sus derivados en la provincia El Oro

En la Provincia de El Oro se destina el 72% a la producción del cacao CCN51 y el Nacional, el 16% al Nacional y el 12% al CCN51.

De esta producción total sus ventas se realizan bajo ciertas condiciones: El 73% en estado húmedo, el mismo que no genera muchos ingresos a los productores, y el 27% se lo realiza en seco, el cual representa mejores recursos económicos para los mismos, este evento se presenta por cuánto los productores no cuentan con equipos para realizar el secado del producto.

En cuanto a la comercialización del producto evidenciamos que el 68% de su producción se lo realiza con intermediarios, mientras que el 32% por medio de Asociaciones o cooperativas de productores de cacao.

De la producción obtenida por las Asociaciones, un porcentaje los destinan a la elaboración de productos artesanales los cuales se comercializan en ferias locales o en las sedes de la misma. Se detalla en la Tabla 1 la distribución de la producción de cacao en las Asociaciones.

Tabla 1:

Asociaciones productoras de cacao y derivados de la Provincia de El Oro

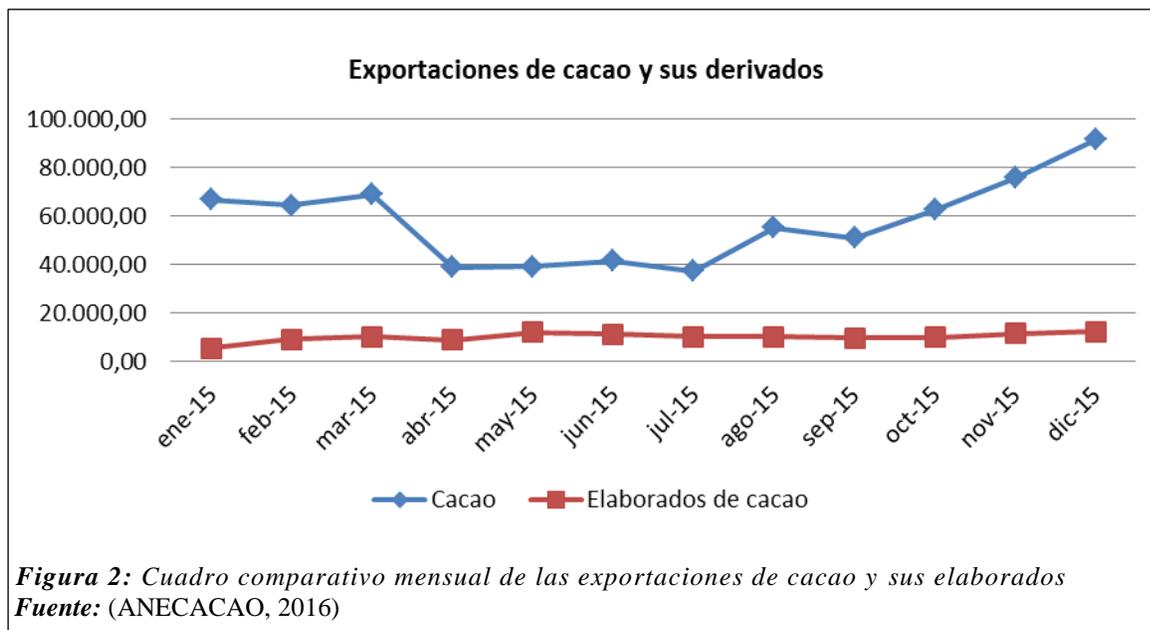
ASOCIACIONES	No de Has	No de productores	producción en qq	producción EN qq por Has	producción en qq destinada a los derivados	Cuantos productos artesanales del cacao realiza
Cooperativa Defensores Orenses	180	36	2160	12	8%	172 manteca de cacao, chocolates, pasta de cacao
Organización El Paraíso	380	76	7600	20	10%	760 manteca de cacao, chocolates, pasta de cacao
Organización Muyuyacu	165	33	1650	10	8%	132 manteca de cacao, chocolates, pasta de cacao
Organización Frutas Tropicales El Triunfo	170	34	2380	14	10%	238 manteca de cacao, chocolates, pasta de cacao
COOP. SAN LUIS	225	45	3825	17	10%	382 manteca de cacao, chocolates, pasta de cacao
Asociación represa Tahuin	105	21	1365	13	10%	136 manteca de cacao, chocolates, pasta de cacao
Asociación el Mirador	95	19	760	8	10%	76 manteca de cacao, chocolates, pasta de cacao
Asoproapi	70	20	910	13	10%	91 manteca de cacao, chocolates, pasta de cacao
TOTAL	1390		20650			

Fuente: (Ministerio de Agricultura, 2016)

Evolución de las exportaciones del cacao y sus derivados

Según los datos (ANECACAO, 2016) Ecuador exportó para el año 2015 un total aproximado de 20000 toneladas de los derivados del cacao, que corresponde al 9,5% de la producción total del cacao, En

Las exportaciones del grano de cacao todavía existe una marcada diferencia con los elaborados del cacao, tal como lo demuestra la Figura 2.



En el Ecuador alrededor de 25 empresas exportan chocolate como producto terminado, pero al menos ocho concentran cerca del 90% de los envíos. Estas empresas son las siguientes: Cacaos Finos Ecuatorianos S.A. Cafiesa, Cofina S.A., Criollo Ecuador Internacional S.A., Ecuacocoa S.A., Ecuador Cocoa & Coffee, Ecuacoffee S.A., Nestle Ecuador S.A., Orecao S.A, Productos Sks Farms Cia Ltda.

Certificaciones internacionales para el Cacao

La naturaleza privada y sin restricciones del entorno en que surgió la demanda por servicios de certificación de producción agropecuaria en general ha hecho que en la actualidad existan muchos esquemas que operan y compiten entre sí, según la Tabla 2, mencionamos los más representativos

En la Provincia de El Oro el 60% de los productores no cuentan con alguna certificación, el 17% obtuvo la certificación UTZ, otro 17% tiene la certificación orgánica, y el 6% tiene su producción con certificación Rainforest.

ASOPROAPI

La Asociación de Productores Agropecuarios Piñas (ASOPROAPI), que se encuentra en la base de datos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), los mismos que le autorizan para que realice la actividad económica de la elaboración de cacao, manteca, grasa y aceite como lo determina el RUC, el que es otorgado por el Servicio de Rentas Internas

El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, acredita como persona jurídica a la Asociación

La Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria –ARCSA, otorga el permiso de funcionamiento como establecimiento destinado a la elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería artesanal, con un riesgo bajo.

Entre sus productos constan el chocolate en barra y la pasta de cacao, el primero de ellos tiene Registro Sanitario y el segundo está en trámite de obtención.

Tabla 2:

Certificaciones Internacionales de Cacao

Esquema de certificación	Año de inicio de certificación	Áreas de enfoque
UTZ	2009	Profesionalización de prácticas agrícolas y gestión operacional. Se enfoca en el aumento de la productividad. Cubre café, té y cacao
Rainforest Alliance	1998	Conservación de la biodiversidad y bienestar de los agricultores. Se enfoca en el aumento de la productividad y cubre commodities tropicales y turismo
Fairtrade Internacional	1994	Promover mejores condiciones y empoderar a los productores. Se enfoca en un amplio rango de commodities y oro
Orgánico	1989	Apunta la producción de forma sustentable, sin el insumo de productos químicos

Fuente: (PROECUADOR, s.f.)

Análisis de los mercados externos que requieren Cacao y sus derivados

Según información del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 143 organizaciones demuestran que su movimiento fundamental se identifica con la fabricación de cacao, chocolate y dulces; Lo que corresponde al 0,03% de las organizaciones a nivel nacional. Debe notarse que el 85% de estas organizaciones se encuentra en la escala de micro, arrastrados por un 8% como pequeña y el 2% como medianas, esto implica que el 95% de las organizaciones agregadas ocupadas con esta acción son de menor escala, pequeñas y medianas empresas.

Entre las marcas locales que se están posesionando al extranjero están Pacari, República del Cacao, Chchukululu, Cacaoyere, Hoja verde Gourmet o Kallari.

Consumo nacional del Cacao y sus derivados

De acuerdo con el consumo per cápita, se conoce la utilización agregada de (elementos, alimento, agua, vitalidad, etc.) de una nación o región separada por la cantidad de sus habitantes en un período de tiempo específico. Es un indicador que permite medir e investigar los índices de consumo en una población

El consumo anual per cápita de chocolate en Ecuador fluctúa entre 300 y 800 gramos por persona al año, la marca más vendida es manicho de la Empresa La Universal y en Alemania es de 9 Kilos, esto evidencia que falta impulsar el consumo local.

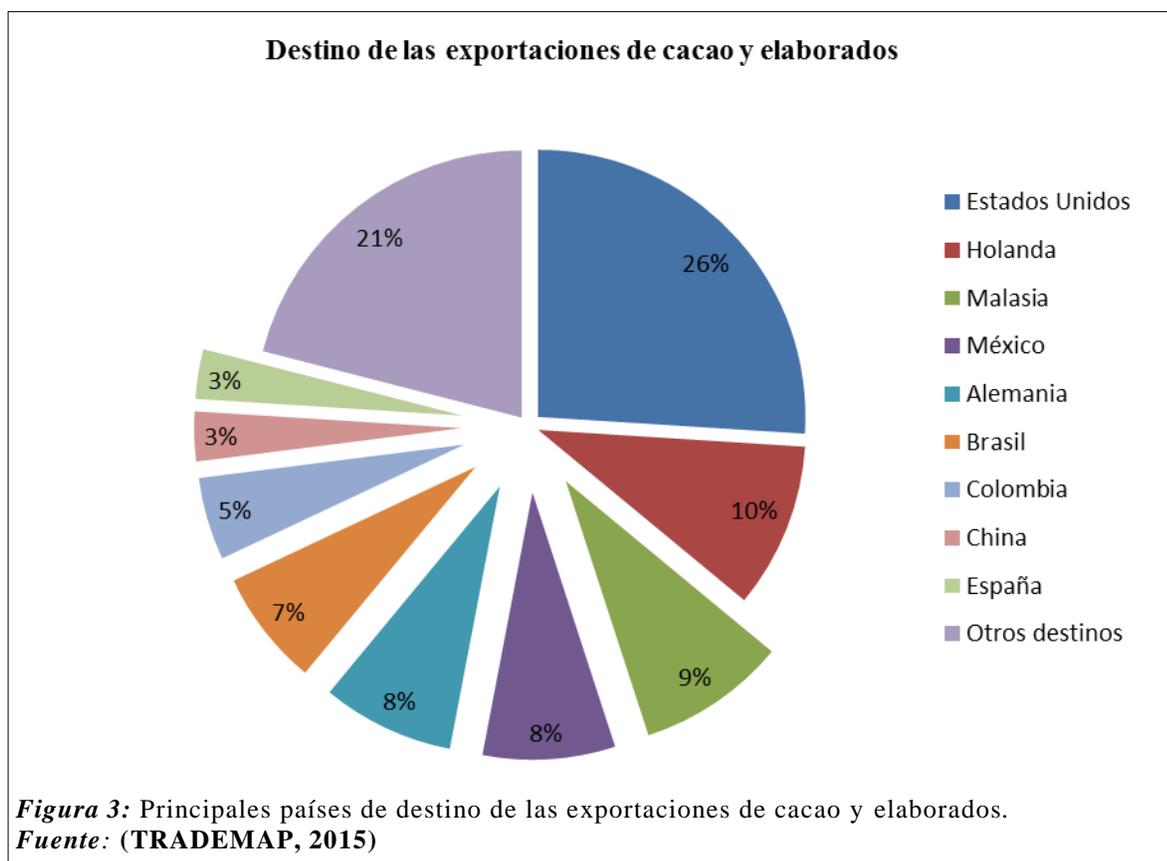
En América Latina, los chilenos son los que más consumen chocolate en la región. Durante el año 2014 consumieron 2,1 kg per cápita, evidencia que Ambrosoli es la marca de chocolate con más ventas en ese país; firma que está entre las 100 más grandes de Chile según el Ránking de América Economía. (O'Connor, 2015)

La Corporación la favorita realizó un estudio en el cual se determina que en Ecuador existen dos tipos de paladar.

El primero es masivo prefiere un chocolate dulce con leche, y como golosina y se enfoca en el costo-beneficio. El segundo busca chocolates elaborado con cacao fino de aroma, es selecto, aprecia la calidad de un chocolate puro con alto porcentaje de pureza como el 60% de concentración de cacao. (Revista Lideres, El sabor dulce es aún el preferido en Ecuador)

Análisis de la oferta de materia prima en Ecuador y el mundo

El cacao y sus elaborados en la balanza comercial del Ecuador son el quinto rubro más importante (8,1%) de las exportaciones no petroleras. De la producción total nacional en el 2015 el 91% fue exportado en grano a los países Europeos, mientras que el 9,5 % corresponde a los envíos de los productos elaborados del cacao (pasta, licor, manteca) principalmente a América del Sur y el 0,5% en productos terminados (chocolates) (TRADEMAP, <http://www.trademap.org>, 2015).



Tendencias internacionales

Se realizó un análisis para distinguir las aperturas de negocios en el mercado de algunas naciones latinoamericanas para la potencial industria de chocolate de alta calidad en la zona de El Oro. Para satisfacer esta razón, los resultados obtenidos en el examen titulado “Impulso y fortalecimiento de la PYME exportadoras del Ecuador”, cuyo trabajo se realizó en forma conjunta con la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y el Observatorio de PYME de la Universidad Andina Simón Bolívar, con sede en Ecuador; Lo cual muestra una representación de pequeños y medianos emprendimientos ecuatorianos dedicados a los oficios y, además, la prueba reconocible de posibles aperturas de mercados internacionales que podrían ofertar las organizaciones ecuatorianas sus productos en alrededor de 11 países

A continuación, se presenta una tabla con las oportunidades identificadas.

TABLA 3:
Oportunidades de exportación de cacao y elaborados hacia países miembros de la ALADI.

País	Oportunidad	Sector
Argentina		Agroindustria: cacao y elaborados
Bolivia		Agroindustria: cacao y elaborados
Brasil	Ampliación en las exportaciones	Agroindustria: cacao y elaborados
Chile		Agroindustria: cacao y elaborados
Colombia		Agroindustria: cacao y elaborados
Cuba	No identificadas	
México	Ampliación en las exportaciones	Agroindustria: cacao y elaborados
Paraguay	No identificadas	
Perú		
Uruguay		Agroindustria: cacao y elaborados
Venezuela	Ampliación en las exportaciones	Agroindustria: cacao y elaborados

Fuente: (Araque & Arguello, 2014)

Brecha de atención de Cacao y derivados en los mercados externos

Pasta de cacao

La pasta de cacao tiene su partida arancelaria 1803. Según la fuente de (TRADEMAP, <http://www.trademap.org>, 2015). Las exportaciones de la pasta de cacao están lideradas por Costa de Marfil desde el 2011 hasta el 2015, la que representa una tasa de crecimiento del 13% y en la tabla 4 se indica su participación en las exportaciones mundiales es de 22,7%, mientras que Ecuador está ubicado en un catorceavo puesto con un crecimiento del 6% y participación de 1,2 %.

Polvo de Cacao

El polvo de cacao tiene su partida arancelaria 1805. Entre los países exportadores de polvo de cacao a nivel mundial se encuentran ocupando el primer lugar Los Países Bajos, a continuación, Malasia, tercer lugar Alemania y a continuación varios países de Europa y del mundo. Esto representa \$ 2.100.582 (Dólares Americanos) que constituyen 871,905 (Toneladas). Cifras registradas para el año 2015

Con referencia de América Latina se encuentran ocupando los tres primeros lugares de exportación, Brasil, Ecuador y Perú. Se puede observar que en la tabla 5 que, en los últimos años, como

las exportaciones de Brasil han venido descendiendo en mayor porcentaje, mientras que en Ecuador su reducción ha sido en menor escala, hechos ocurridos por diferentes factores económicos.

Tabla 4:
Indicadores Comerciales de la Pasta de cacao en el Ecuador

Partida Arancelaria	Descripción del producto	Indicadores comerciales					Posición en el mundo exportaciones
		exportada valor 2015 (miles de USD)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2011-2015 (% p.a.)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2015 (% p.a.)	Tasa de crecimiento anual del mundo importaciones entre 2011-2015 (% p.a.)	Participación en el mundo exportaciones (%)	
'180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	37.242,00	1000%	600%	200%	130%	13
'180320	Pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente	1.601,00	-2600%	3100%	-1400%	40%	15

Fuente: (TRADEMAP, <http://www.trademap.org>, 2015)

Tabla 5:
Principales países exportadores de polvo de cacao en América del Sur.

País	valor exportada en 2011	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015
Brasil	132.782,00	133.256,00	101.770,00	68.900,00	65.392,00
Ecuador	31.562,00	29.456,00	17.811,00	13.075,00	13.898,00
Perú	13.658,00	12.635,00	11.177,00	12.246,00	10.642,00

Fuente: (TRADEMAP, <http://www.trademap.org>, 2015)

Cabe indicar que este derivado de cacao se encuentra entre uno de los varios productos requeridos en el mercado mundial.

Chocolate y demás preparaciones alimenticias

Nuestro tercer producto de análisis es el Chocolate y demás preparaciones alimenticias, su partida arancelaria es 1806, los países exportadores a nivel mundial, encontramos ocupando los 3 primeros lugares a Alemania, Bélgica y Países Bajos, que durante los últimos 5 años se han mantenido en crecimiento de exportación.

Tabla 6:

Países con mayores ingresos por exportación de chocolate de los últimos cinco años

Países	valor exportada en 2011	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015
Alemania	4.001.198,00	4.013.496,00	4.454.387,00	4.964.014,00	4.382.664,00
Bélgica	2.591.000,00	2.487.157,00	2.909.124,00	2.952.838,00	2.697.666,00
Países Bajos	1.646.261,00	1.704.051,00	1.847.739,00	1.989.122,00	1.764.190,00
Otros	15.269.117,00	16.029.067,00	17.219.050,00	18.087.646,00	16.834.123,00
Ecuador	18.394,00	26.212,00	21.800,00	26.112,00	20.089,00
Total	23.525.970,00	24.259.983,00	26.452.100,00	28.019.732,00	25.698.732,00

Fuente: (TRADEMAP, <http://www.trademap.org>, 2015)

Con respecto a nuestro país ocupa el puesto número 56 manteniéndose al alza en sus exportaciones, como lo indica la Tabla 6.

Tabla 7:*Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador**Producto: 1806 Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao*

Países Importadores	Valor exportada en 2011	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015
Brasil	8.352,00	16.364,00	13.593,00	14.921,00	8.590,00
Argentina	3.468,00	3.591,00	3.523,00	3.603,00	4.102,00
Colombia	2.206,00	1.903,00	1.619,00	2.284,00	2.227,00
Estados Unidos de América	633,00	589,00	667,00	1.351,00	1.414,00
Países Bajos	123,00	278,00	525,00	503,00	994,00

Fuente: (TRADEMAP, <http://www.trademap.org>, 2015)

En el siguiente gráfico hemos considerado a los 5 principales países importadores de productos desde Ecuador en miles de dólares, donde consideramos desde el año 2011 hasta el año 2015, verificando el incremento que se ha venido generando anualmente.

Manteca, Grasas, Aceite de Cacao

Realizando un breve análisis con respecto al producto Manteca de cacao su partida arancelaria es el 1804; a nivel mundial podemos determinar que Los Países Bajos ocupan el primer lugar con una tasa de crecimiento anual del 17% para el periodo 2011- 2015, una participación de las exportaciones a nivel mundial de 28.6%. Presenta una tasa de crecimiento anual en cantidad entre los años 2011-2015 de 2% y reflejando un crecimiento anual en valor porcentual entre 2014-2015 de (-3 %).

Nuestro país obtuvo una tasa de crecimiento anual en el periodo 2011-2015 de 11% presento una participación de las exportaciones a nivel mundial de 0.6%, con una tasa de crecimiento anual en valor

correspondiente al periodo comprendido entre 2014-2015 de (-27%). Y una tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2011-2015 de (-7%), ocupando el puesto No 20, como lo indica la Tabla 8.

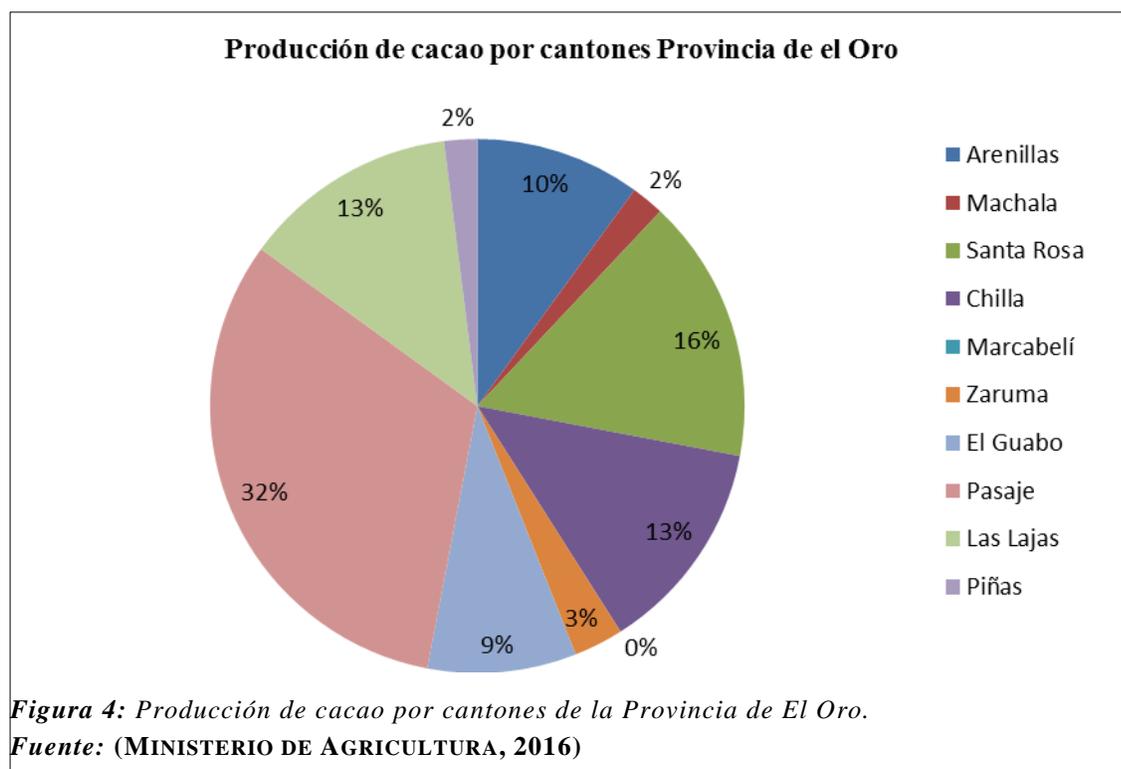
Tabla 8:

Indicadores de crecimiento y participación de exportaciones de la manteca de cacao

País	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2011-2015 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2011-2015 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2015 (%)	Participación en las exportaciones mundiales (%)
Países Bajos	17%	2%	-3%	28,6%
Indonesia	32%	7%	10%	12,9%
Malasia	12%	-5%	-11%	9,9%
Ecuador	11%	-7%	-27%	0,6%

Fuente: (TRADEMAP, <http://www.trademap.org>, 2015)

Participación de mercado para ASOPROAPI



La producción de cacao en la provincia de El Oro se encuentra distribuida de manera porcentual, de la cual la asociación ASOPROAPI que se encuentra en el cantón Piñas, genera un 60% de la producción de la misma, la que procesa y realiza derivados de cacao para distribuidos en las ferias y lugares establecidos por ellos.

Selección de todos los países que requieren Cacao y derivados

Tabla 9:

Principales países de América que demandan cacao y sus derivados

Países Importadores	Valor exportada en 2011	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015
Estados Unidos de América	230.831,00	129.780,00	168.247,00	257.774,00	279.854,00
México	53.495,00	39.163,00	49.798,00	63.294,00	57.857,00
Colombia	26.623,00	15.469,00	14.694,00	29.405,00	15.459,00
Perú	5.898,00	12.237,00	10.556,00	14.118,00	11.898,00
Canadá	190	8.067,00	16.301,00	12.696,00	35.103,00
Argentina	9.240,00	9.847,00	7.760,00	7.465,00	10.278,00
Brasil	10.581,00	17.543,00	14.237,00	19.805,00	11.351,00
Chile	17.085,00	13.216,00	12.830,00	14.587,00	10.432,00

Fuente: (TRADEMAP, <http://www.trademap.org>, 2015)

En la Tabla 9 hemos considerado a los 5 principales países de América importadores de productos desde Ecuador en miles de dólares, donde consideramos desde el año 2011 hasta el año 2015, verificando el incremento que se ha venido generando anualmente.

IV. Discusión

El propósito de esta investigación es utilizar la investigación de mercados para analizar y seleccionar los mercados externos de los derivados del cacao que permita a las asociaciones de productores de la Provincia de El Oro, tomar decisiones de aumentar la producción, optar por la innovación e ingresar a la industrialización con mayor productividad y rentabilidad.

A partir de los resultados encontrados dentro de las características de producción en la provincia de El Oro, donde se encuentra diferencia en los sistemas productivos empleados por los agricultores de forma individual que provienen de dos factores, encontrando entre ellos las variedades de cacao y sus derivados que incide en la cadena productiva hasta llegar en producto final a los centros de acopio, muestran que después de haberse aplicado las dinámicas grupales efectivamente hubo una modificación en la escala de producción.

De las ocho asociaciones existentes en la Provincia de El Oro, las mismas que se dedican a los derivados del cacao, ASOPROAPI, es la única que consta en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, sus productos tienen registro sanitario y cuenta con el apoyo de los entes gubernamentales, pero para obtener la apertura de mercados, esto es a través de la asociatividad de los productores, el desarrollo de una marca común de chocolate ecuatoriano para posicionarse en el extranjero, promoción respectiva y una política pública que ayude y organice a los actores y productores de derivados del chocolate, esta estrategia fue utilizada por los productores colombianos del café y hoy es reconocido en todo el mundo, se debe consolidar un nombre que se aprecie como chocolate 100% ecuatoriano, ya que competimos con transnacionales y que requiere un trabajo conjunto

De acuerdo a información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), existen 143 empresas con actividades económicas relacionadas a la elaboración de cacao, chocolates y productos

afine, esto representa el 0,03% de las empresas establecidas en el Ecuador. De este grupo el 85% son microempresas, 8% pequeñas empresas y el 2% mediana empresa, lo que quiere decir que la gran mayoría de las empresas dedicadas a darle valor al cacao.

Con respecto a las exportaciones de cacao y sus elaborados de acuerdo al Banco Central del Ecuador, desde el año 2001 hasta el 2012, las exportaciones han experimentado un aumento de 3.5 veces a su valor, siendo estas de 455 millones de dólares representantes del 5% del total de las exportaciones no petroleras y siendo partícipes del 2% del total de exportaciones del Ecuador.

Acerca de la necesidad de conocer los mercados externos de los derivados, en este estudio es de suma importancia para poder ingresar nuestros productos procesados en los diferentes mercados internacionales, como lo menciona (Escandón, Hurtado, & Castillo, 2014) que la globalización ha permitido que las pequeñas, al igual que las grandes empresas pueden desarrollarse por igual en los mercados internacionales con el propósito de lograr desarrollo económico.

De los resultados obtenidos en la selección de mercados en el continente americano tenemos a Brasil, Argentina, Colombia, Estados Unidos, Chile entre otros para los derivados de cacao ya que, para el acceso a mercados, Ecuador tiene convenios internacionales en temas comerciales que le dan preferencias arancelarias y, por ende, facilita el comercio entre los países de la región. Podemos mencionar a algunos de ellos

- Asociación Latino Americana de Integración (ALADI),
- Acuerdo de Alcance Parcial Agropecuario Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela,
- Sistema Generalizado de Preferencias-Estados Unidos

Con respecto a la conectividad logística hacia estos países se la puede realizar por carretera es el principal medio de transporte del país con 9737Km pavimentados. Aeropuertos con 3 terminales internacionales Guayaquil, Quito y Manta. Marítimo con 7 puertos estatales y 10 privados especializados. Los principales Guayaquil, Puerto Bolívar, Manta y Esmeraldas.

Por otro lado, se comprueba que la evolución de las exportaciones de cacao ha crecido en base a la obtención de certificados internacionales exigidos por los mercados.

Es necesario que se continúe investigando sobre las metodologías de selección de Mercado, realizando un análisis de clúster, la misma que debe estar basado en un grupo de indicadores sean estos cuantitativos y cualitativos. Así los países pueden agruparse según las características comunes que presentan perfiles con Atractivo de Mercado, y Fuerza Competitiva similares, para lograr identificar, clasificar y describir aquellos mercados y áreas geográficas mediante la segmentación para su internacionalización.

V. Conclusiones

Se considera que los productores de cacao de la provincia de El Oro se encuentran en procesos de mejorar su producción y desarrollar los derivados de cacao para su posterior internacionalización de los mismos. La asociación ASOPROAPI es una de las destacadas del sector, ya que cuenta con registros necesarios de productos para su comercialización y de esta manera lograr una acertada participación del mercado, deben considerar aspectos importantes para ingresar a un mercado internacional. ASOPROAPI puede afirmar que sus productos no se venden por si solos, estos necesitan de apoyos adicionales como la publicidad y la promoción, los cuales son un factor clave para lograr los objetivos propuestos, logrando

conectar los clientes potenciales con los productores. Es sustancial considerar las oportunidades de mercado para el cacao y sus derivados hacia los países de Brasil, Estados Unidos, Países Bajos, Colombia, para de esta manera cubrir de alguna forma la demanda mundial de los productos, para la selección respectiva se deben considerar las tres fases: la revisión preliminar, la identificación en profundidad y la selección final y en cada uno de ellos deberán tener en cuenta diferentes tipos de indicadores. De igual manera del entorno demográfico, político, económico, cultural y legal del mercado a evaluar. Existe una variedad de mercados donde las asociaciones de la Provincia de El Oro pueden dirigir su esfuerzo para lograr ser consideradas en un proceso de internacionalización, y cada vez sean menos dependientes de los denominados mercados tradicionales. Esto implica realizar revisiones periódicas de los mercados internacionales, con la finalidad de adaptar indicadores a las condiciones del entorno micro y macroeconómico. Se recomienda ayudas a la formación de nuevas industrias y fortalecimiento de sectores productivos y asociaciones con inclusión económica en sus cadenas, apoyadas por la inversión pública dando paso al apoyo de la matriz productiva generando nuevos objetivos.

VI. Referencias

- ALADI. (2012). *ALADI*. Obtenido de [http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/976268b0319cf31c032574a300528c83/dd21209967c297f503257a0c004eb811/\\$FILE/PMDER_031_2012_EC.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/976268b0319cf31c032574a300528c83/dd21209967c297f503257a0c004eb811/$FILE/PMDER_031_2012_EC.pdf)
- ANECACAO. (12 de Agosto de 2016). *ANECACAO*. Recuperado el JUNIO de 2015, de <http://www.anecacao.com>
- Araque, W., & Arguello, A. (2014). *UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR*. Obtenido de [http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/ARTICULO%20CACAO%20FINAL%20\(2\).pdf](http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/ARTICULO%20CACAO%20FINAL%20(2).pdf)
- ARCSA, A. y. (20 de septiembre de 2015). *normativa vigente*. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/>
- Argote, F., Vargas, D., & Villada, H. (2013). Investigación de mercado sobre el grado de aceptación de mermelada de cocona en Sibundoy, Putumayo. *Revista científica*, 11(2), 197-208.
- Ávalos Monge, A., & Murillo Méndez, V. (2013). La necesidad de capacitación en planes de negocios en las microempresas de la zona de occidente de Costa Rica. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, XIV(29), 56-80.
- Bellina Yrigoyen, J., & Frontons, G. (2012). Política Comercial, Acuerdos y Negociaciones Externas. *Invenio*, 15(28), 41-64.
- Berbel Pineda, J., Ramón Jerónimo, A., & Vaquez Carrasco, R. (2012). La selección de mercados preferentes como clave en la internacionalización empresarial. *Internacionalización de empresas*, 6(1), 21-23.
- Caballero Miguoz, I., & Padin Fabeiro, C. (2006). *Comercio Internacional* (Primera ed.). España: IdeasPropias.
- Cardona A., M., & Escobar A., S. (2012). Innovación en la transformación productiva industrial: aportes a la discusión. *Semestre Económico*, 15(31), 127-151.

- Diario El Comercio. (abril de 2014). *actualidad/negocios*. Recuperado el 05 de Septiembre de 2016, de <http://www.elcomercio.com>
- Escandón, D., Hurtado, A., & Castillo, M. (2014). Influencia de las barreras a la exportación sobre el compromiso exportador y su incidencia en los resultados internacionales. *Revista EAN(75)*, 38-55. Obtenido de <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/view/770/745>
- Jibaja, W. (2015). *Análisis de la competitividad del cacao fino de aroma del Ecuador en el comercio mundial del cacao 2008-2013*. Universidad de Guayaquil.
- Medina Fernández de Soto, J. (2010). Modelo Integral de productividad, aspectos importantes para su implementación. *Revista Escuela de Administración de Negocios(69)*, 110-119.
- Mercado, S. (2000). *Comercio Internacional I*. México: Limusa.
- Ministerio de Agricultura, G. A. (18 de Mayo de 2016). *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/>
- Ministerio de Desarrollo Agropecuario. (1992). *Propuesta para desarrollar el Plan Nacional de Promoción de las exportaciones agropecuarias de Panama*. Panamá.
- Mora, F., Zambrano, J., Vera, J., Ramos, R., & Garcés. (2014). Productividad de clones de cacao tipo nacional en una zona del bosque húmedo tropical de la provincia de Los Ríos, Ecuador. *Revista Ciencia y Tecnología*, 7(1), 33-41. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5070159>
- Morales J, J., García J, A., & Méndez B., E. (2012). ¿Qué sabe usted acerca de.....cacao? *Revista Mexicana de Ciencias Farmacéuticas*, 43(4), 79-81.
- Normalización, S. E. (20 de Septiembre de 2016). *normalización*. Obtenido de www.normalizacion.gob.ec
- O'Connor, N. (21 de Agosto de 2015). *America Economía*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2016, de <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/grafico-del-dia-el-consumo-de-chocolate-en-america-latina>
- Parada Gómez, Á. (2011). El comercio internacional un instrumento para alcanzar el desarrollo en Costa Rica. *Economía y Sociedad*, 39(40), 109-132.
- PROECUADOR. (s.f.). <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-de-certificaciones-internacionales/>. Recuperado el 27 de mayo de 2015, de www.proecuador.gob.ec
- Revista Lideres. (s.f.). *El cacao Ecuatoriano su historia empezó antes del siglo XV*. Recuperado el 03 de DICIEMBRE de 2016, de WWW.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuatoriano-historia-empezo-siglo.html
- Revista Lideres. (s.f.). *El sabor dulce es aún el preferido en Ecuador*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2016, de <http://www.revistalideres.ec/lideres/sabor-dulce-preferido-ecuador.html>

Sakara, S., Eckman, M., & Hyllegard, K. (2007). Market Selection for International Expansion: Assessing Opportunities in Emerging Markets. *International Marketing Review*, 24(2), 208-238.

Sarquís , D. (2012). Las relaciones internacionales en la historia: Desde cuando existe fenómeno internacional? *Razón y palabra*, 17(79).

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (20 de Marzo de 2012). *www.planificacion.gob.ec*.
Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

Sol Sánchez, A., Naranjo González , J., Córdova Avalos, V., Ávalos de la Cruz, D., & Zaldívar Cruz, J. (2016). Caracterización bromatológica de los productos derivados del cacao. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*(14), 2817-2830.

Soto Zapata, M., Magaña Magaña, E., Licón Trillo, L., Kiessling Davison, C., & Saenz Solis, J. (2014). Estudio de Mercado sobre la venta y consumo de hortalizas orgánicas. *Revista Mexicanas de Agronegocios*, XVIII(35), 1035-1042.

TRADEMAP. (2015). <http://www.trademap.org>. Recuperado el Agosto de 2016

TRADEMAP. (2015). <http://www.trademap.org>. Recuperado el 15 de Agosto de 2016