



**U N I V E R S I D A D
D E L O S H E M I S F E R I O S**

S A B E R Y S A B E R H A C E R

Facultad de Ciencias Empresariales Y Economía

Ciencias Empresariales

**“Análisis comparativo del Comercio Justo en el sector del cacao en países
de Latinoamérica en el período 2015 – 2017”**

**Trabajo de titulación presentado para la obtención del título de
Ingeniería Comercial**

Autor: Jennifer Jácome Anda

Profesor guía: Daniela Calero

Octubre, 2018

DECLARACIÓN DE ACEPTACIÓN DE NORMA ÉTICA Y DERECHOS

El presente documento se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad de Los Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en éste ha sido redactado con entera sujeción al respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca a que haga pública su disponibilidad para lectura, a la vez que cedo los derechos de publicación a la Universidad de Los Hemisferios.

De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la propia Universidad plantee. Asimismo, no podré disponer del contenido de la presente investigación a menos que eleve por escrito el requerimiento para su evaluación a la Comisión Permanente de la Universidad de Los Hemisferios.

Firma del estudiante

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación tiene como finalidad el análisis comparativo de la aplicación de Comercio Justo en el sector del cacao, pudiendo así identificar puntos de mejora que tiene el país respecto a Latinoamérica. El estudio se basará en los datos de exportación e importación con modalidad Comercio Justo, precio de venta del cacao, ciclo de venta del cacao y modelo de venta del mismo analizando el impacto social y económico que genera. Se propone implementar un Programa de Desarrollo de Proveedores y generar mayor marketing en cuanto al tema de Comercio Justo en Ecuador. La mejora traería beneficios no solo monetarios para los cacaoteros, si no también mejoras en su calidad de vida y en los procesos que manejan día a día. Para llevar a cabo la implementación de la propuesta se debe considerar la inversión y apoyo de las empresas tanto públicas como privadas, que ayude a fortalecer el sector productivo del cacao.

Palabras clave: Comercio Justo, comparación, cacao, productores, agricultores, exportación, precio justo, intermediarios, inversión.

DEDICATORIA

A mi abuelita, quien siempre estuvo orgullosa de mis logros y ahora me cuida desde el cielo; a mis padres por ser grandes guías en mi vida y acompañarme en cada paso que doy y a mi hermana por contagiarme de felicidad y llenarme de amor.

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE ACEPTACIÓN DE NORMA ÉTICA Y DERECHOS	2
DEDICATORIA	3
ÍNDICE	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO I	14
MARCO REFERENCIAL	14
1. Una revisión de la realidad productiva del cacao	14
1.1 Antecedentes del Comercio Justo	17
1.2 Definición de Comercio Justo	19
1.3 Principios y Valores Fundamentales del Comercio Justo	20
1.4 Los actores del Comercio Justo	21
<i>1.4.1 Los productores.....</i>	<i>21</i>
<i>1.4.2 Las tiendas de Comercio Justo</i>	<i>22</i>
<i>1.4.3 El consumidor consciente y responsable</i>	<i>22</i>
<i>1.4.4 Organizaciones internacionales de Comercio Justo.....</i>	<i>23</i>
1.5 Base legal del Comercio Justo en Ecuador	24
1.6 El Comercio Justo en Ecuador	26
1.7 El cacao, su importancia.....	28
1.8 La producción y el consumo mundial del cacao	29
<i>1.8.1 Producción</i>	<i>29</i>
<i>1.8.2 Productividad del cacao en el mundo y en América</i>	<i>32</i>
<i>1.8.3 Consumo</i>	<i>33</i>
<i>1.8.4 Comportamiento de los precios del cacao</i>	<i>34</i>
<i>1.8.5 Márgenes para los actores de la cadena</i>	<i>35</i>
CAPÍTULO II.....	37
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	37

2.1 Tipo y diseño de la investigación	37
2.2 Técnica de Análisis de la información	37
2.3 El Método Comparativo.....	38
CAPÍTULO III	40
ANÁLISIS Y RESULTADOS	40
3.1 Resultados	40
3.1.1 <i>Cultivo del cacao en Ecuador</i>	40
3.1.2 <i>Elaboración de cacao, chocolate</i>	40
3.1.3 <i>Precio del Cacao</i>	41
3.2 Organizaciones y estructura del Comercio Justo en Ecuador	46
3.3 Realidad del Comercio Justo del cacao en Ecuador	50
3.4 El Comercio Justo para el cacao en América Latina.....	54
3.6 Análisis comparativo del Comercio Justo en América Latina y el Ecuador	59
3.7 Análisis FODA del Comercio Justo del Cacao en Ecuador	60
3.7 Estrategias para el mejoramiento del Comercio Justo del cacao a nivel de Ecuador.....	62
CAPÍTULO IV	65
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
4.1 Conclusiones.....	65
4.2 Recomendaciones.....	70
BIBLIOGRAFÍA.....	73
ANEXOS	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Aportes teóricos sobre Comercio Justo.	20
Tabla 5. Estructura Empresarial Sector Cacao	40
Tabla 6. Estructura Sector Empresarial del Cacao.....	41
Tabla 7. Exportaciones Nacionales Por Año (2013-2017)	45
Tabla 8. Importaciones Nacionales Por Año (2013-2017)	45
Tabla 9. Estado de Resultados	46
Tabla 10. Cronología de organizaciones y estructura del Comercio Justo en Ecuador	47
Tabla 11. Oferta de Productos de Ecuador al mundo (en miles USD)	54
Tabla 12. Análisis del Mercado Justo del Cacao en América Latina.....	59
Tabla 13. Cuadro Comparativo de los productores de cacao Latinoamericano	60
Tabla 14. Matriz FODA del Comercio Justo del Cacao en Ecuador	61
Tabla 15. Estrategias de mejoramiento.....	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ciclo Técnico de producción del Cacao en Ecuador.....	15
Figura 2. Ciclo Técnico de producción del Cacao en Ecuador.....	16
Figura 3. Número estimado de productores de cacao en América Latina y el Caribe para el año 2014.....	31
Figura 4. Superficie promedio de las unidades productivas de cacao en países de América Latina y el Caribe para el año 2013.	31
Figura 5. Promedio productividad de los principales países productores de cacao en el mundo del 2006 al 2013 (en toneladas por hectárea).	32
Figura 6. Productividad promedio del cultivo de cacao de los principales países productores de América Latina y el Caribe del 2006 al 2013 (en toneladas por hectárea).....	33
Figura 7. Distribución aproximada de Ingresos en la cadena de valor de cacao	36
Figura 8. Precio productor - Cacao CCN1 almendra seca (\$/ton) Enero 2015-2018.	42
Figura 9. Precio productor - Cacao Fino de Aroma almendra seca (\$/ton) Enero 2015-2018.....	43
Figura 10. Precio Internacional del Cacao (\$/ton) Enero 2015-Febrero 2018.....	43
Figura 11. Precio Internacional del Cacao (\$/ton) Enero 2015-Febrero 2018.....	44
Figura 12. Productos de exportación mediante Comercio Justo 2016.....	52
Figura 13. Cacao Fino de Aroma	56
Figura 14. Cadena Del Cacao.....	62

INTRODUCCIÓN

En un mercado globalizado y altamente competitivo, la explotación laboral, así como la pobreza y desigualdad son frecuentes. Frente a esto, el Comercio Justo o Fairtrade llega a ser un movimiento importante al fomentar un comercio responsable, solidario, con condiciones comerciales más justas y una relación productor-consumidor sostenible y provechosa. El objetivo del Comercio Justo es apoyar a las personas que tienen desventaja en su trabajo, principalmente a los pequeños productores y trabajadores.

En Ecuador, este movimiento constituye no sólo una alternativa o una vía marginal del comercio, sino una vía estructural para disminuir las inequidades y eliminar la pobreza (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016).

“Los principales productos ecuatorianos comercializados bajo esta modalidad son: banano (44%), cacao (25%), flores (21%), entre otros. El 95,77% del total de las exportaciones de las organizaciones y empresas de comercio justo ecuatorianas llegan a Europa (56,42%) y a EEUU (39,34%). El resto del mercado se reparte entre España, Japón, Italia, Francia, Bélgica, Reino Unido, India, República de Corea, Canadá, Brasil, Suiza, Suecia, Nueva Zelanda, Australia, Portugal, Estonia, Hong Kong, Sudáfrica, Lituania, Noruega, Dinamarca, República Checa, Irlanda, Finlandia, Kenya, Austria, Latvia, Eslovaquia y Luxemburgo.” (Ministerio de Comercio Exterior, 2016).

Si bien el país cuenta con un programa de promoción de este enfoque alternativo, existe mucho por aprender aún. En este sentido, el propósito de este trabajo es analizar la situación actual del comercio justo del cacao, producto por el que es conocido el país, versus el panorama internacional identificando así los problemas y las potencialidades que reviste el desarrollo de este tipo de mercado a fin de plantear lineamientos de estrategias y acciones que permitan promover y desarrollar aún más el Comercio Justo en el país.

Ecuador históricamente ha sido un país productor y exportador de cacao, su historia socioeconómica se desarrolló con el protagonismo de este producto. Actualmente, el país tiene una fuerte ventaja comparativa en materia de producción mundial de Cacao Fino y de Aroma, aproximadamente más del 70% de esta se gesta en tierras ecuatorianas convirtiéndolo en el mayor productor del mundo (ANECACAO, 2015).

Actualmente Ecuador exporta gran parte de su producción de Cacao en grano sin elaboración ni diferenciación, ni agregando valor a la cadena productiva del sector. Los principales competidores a nivel mundial del cacao ecuatoriano son Costa de Marfil, Ghana, Países Bajos, Nigeria, Indonesia, Camerún y los destinos más destacados para el Cacao en grano sin industrializar son Alemania, Estados Unidos, México y Holanda. El mercado mayoritario para el consumo del cacao lo representan Estados Unidos y la Unión Europea pues el consumo per cápita en estos se ha incrementado exponencialmente. En este sentido, investigadores como León-Villamar, Calderón-Salazar, & Mayorga-Quinteros (2016) señalan que cada habitante de

“Bélgica consume 6,15 kilos al año; de Suiza 4,48 kilos; de Francia 3,83 kilos; de Inglaterra 3,69 kilos; de Alemania 3,50 kilos y EEUU 2,64 kilos. En latinoamericana sólo se destaca el brasileño consumiendo 0,51 kilos per cápita al año” (pág. 48).

Ante este panorama mundial, Ecuador se convierte en un proveedor seguro de su producto para los principales demandantes a nivel global. En tal sentido, la nueva perspectiva de país encaminada a la mejora y transformación de su aparato productivo abre todas las oportunidades para la canalización de todas las ventajas y experticias acumuladas en producción, investigación y certificación. Esto favorece y justifica investigaciones a este respecto pues conceden actualidad, relevancia y pertinencia al tema seleccionado.

En un mundo muy competitivo, se hace necesario evaluar las ventajas comparativas de una región, localidad, país o continente. Esto permitirá una comparación para determinar las fortalezas, las amenazas, las oportunidades y debilidades de la región para fortalecer y aprovechar los aspectos que sean necesarios, así como para minimizar aquellas situaciones que pudiesen representar barreras para el avance y desarrollo.

El cultivo y aprovechamiento del cacao ha alcanzado niveles mundiales y su comercio se efectúa en Bolsas Especializadas que constituyen los fundamentos de la determinación de su precio a través de cotizaciones diarias, donde las reservas de inventarios del producto, la realidad económica de economías emergentes, la demanda, los efectos climáticos estimados para los ciclos de las cosechas, entre otros, son los factores que impulsan el precio del cacao internacionalmente.

Una de las características del mercado del cacao es la preferencia de los compradores, distribuidores y consumidores finales por productos de calidad que respeten principios y valores fundamentales en sus procesos productivos, tales como la justicia, equidad, sostenibilidad ambiental. Por ello, todo el proceso productivo y comercializador se enmarca dentro de las normas del Comercio Justo. De esta forma, todos los productores del continente americano y de otras latitudes, tratan de participar en este marco normativo, creando una competencia casi en términos de participación equitativa donde la diferenciación se hará en términos de oportunidad, disponibilidad, calidad y costos.

Ante estos escenarios surge interrogantes como:

¿Representa el Comercio Justo una alternativa sostenida para comercializar la producción de cacao ecuatoriano a nivel global?

¿Presentan otras naciones de la región características similares a Ecuador que pudieran a futuro confrontar y/o desplazar el puesto privilegiado o la participación del Ecuador en el Mercado Mundial del cacao?

¿Qué elementos o factores claves de éxito permitirán el posicionamiento estratégico y diferenciado del Ecuador en el Mercado del cacao?

Para dar respuestas a estas interrogantes se planteen los siguientes objetivos de investigación.

Objetivo General

Comparar los aspectos del proceso productivo y de comercialización del Cacao ecuatoriano con los países de América Latina en el marco del Comercio Justo.

Objetivos Específicos

Caracterizar los elementos del mercado del cacao en el marco del Comercio Justo.

Determinar los comportamientos del proceso productivo y de comercialización del Ecuador y del Resto de América Latina.

Caracterizar los factores del mercado internacional de cacao en el marco del Comercio Justo.

Identificar oportunidades comerciales del cacao en base a Comercio Justo.

Comparar los rendimientos de América latina en materia de producción y participación mundial en el Mercado del Cacao

Justificación de la Investigación

Luego de comprar un producto alguna vez se ha preguntado ¿Quién lo ha hecho y cómo se ha realizado? ¿En qué condiciones se ha producido? Son preguntas y respuestas que usualmente pasan desapercibidas. Sin embargo su importancia se traduce en la vida laboral de millones de pequeños agricultores. Hoy en día, la producción y comercialización de los commodities se presta para incurrir en escasos beneficios a sus productores y precisamente para poder erradicar estos temas, existen alternativas al consumo habitual.

La dinámica antes mencionada precisa aportes desde los espacios académicos de la universidad nacional, aportes que contribuyan en el establecimiento de una visión de futuro que impulse al fortalecimiento de todos sus tejidos socioproductivos en el contexto de una realidad continuamente cambiante y con elementos como el riesgo y la incertidumbre presentes en todos los escenarios de la actividad económica. Es por ello, que el Comercio Justo, modalidad y tendencia mundial de la producción y comercialización de productos agrícolas amerita investigaciones para determinar su aporte a la sociedad ecuatoriana.

En este sentido, la presente investigación se justifica debido a la importante participación de beneficios para todos los actores de la cadena productiva por las tendencias mundiales en el consumo y demanda tanto del cacao en grano, como de sus derivados.

A pesar de que Ecuador es un país reconocido por la calidad de cacao que exporta y los diferentes productos que se hacen en base a este, como país no promueve leyes que motiven el buen trato a los agricultores, aún existen puntos de mejora en cuanto a oportunidades a los mismos e incluso mejoras en la distribución de la riqueza para la cadena de valor. La comparación del Ecuador con otros países productores de cacao de América Latina permitirá conocer el posicionamiento estratégico del país en la región, sus ventajas comparativas y competitivas, su participación en el mercado mundial y los factores claves de éxito de la industria. Los hallazgos del estudio permitirán constituir un referente teórico y puede a la vez constituirse como un antecedente académico para futuras investigaciones en la materia objeto de estudio.

A pesar de la gran ventaja comparativa que representa la ubicación del país para la producción de cacao, persisten grandes retos para la industria nacional para generar y

consolidar una ventaja competitiva basada en el trato al agricultor en la región en este segmento y en especial en los productos derivados del cacao.

Por ello, la investigación debe profundizarse pues a pesar de que Ecuador tiene una predominancia mundial con respecto al Cacao Fino y de Aroma, hace falta mejorar las ventajas comparativas con otras competitivas, implementado estudios que orienten a Ecuador en una mayor producción industrializada y tecnificada que permita el reconocimiento del chocolate ecuatoriano y genere los beneficios económicos que el país necesita y se afiance este sector productivo como uno de los mayores generadores de divisas a nivel nacional.

Igualmente, cobran importancia investigativa las múltiples interrelaciones de los diferentes integrantes de la cadena productiva del cacao, con la finalidad de evidenciar si se cumplen los objetivos y principios filosóficos del Comercio Justo en cada uno de los componentes de la cadena, desde las unidades familiares que producen hasta los comercializadores en un marco de justicia y equidad, así como de la consideración y preservación del entorno ambiental.

Alcance y Delimitación de la Investigación

La investigación está encaminada a presentar un análisis comparativo de aspectos sobresalientes e importantes que competen al Mercado del cacao ecuatoriano y latinoamericano en el contexto del Comercio Justo. Las comparaciones se harán con las cifras publicadas en el periodo 2015-2017 por Organizaciones asociadas a este Comercio. Las cifras se asocian al rendimiento y participación de todos los actores de la Cadena Productiva, así como las superficies cultivadas, la productividad por hectárea, el número de agricultores y mano de obra dedicada a la actividad productiva del cacao, el consumo interno, las exportaciones e importaciones tanto en TM como en US\$

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL

1. Una revisión de la realidad productiva del cacao

El cacao ha dejado una huella histórica en la dinámica económica y desarrollo del país, su calidad tanto a nivel nacional como internacional ha generado un reconocimiento y prestigio mundial. Su importancia y creciente actividad ha repercutido en una cadena productiva que plantea investigaciones para determinar el comportamiento de los diversos elementos que integran los procesos productivos y de comercialización actuales, así como del potencial desarrollo de la industria del Cacao (cultivo y elaboración de derivados) partiendo de las realidades e interrelaciones entre las etapas productivas y los diferentes actores y gestores del sector.

Acorde a lo planteado por Loayza-Ramos (2018), la cadena productiva del cacao ecuatoriano se inició cuando fue ubicado entre los bienes que se producen y exportan nacionalmente. Esta estructura responde a un enfoque tradicional concentrada en una compleja interrelación orientada a la comercialización de la materia prima hacia otros países dedicados a su proceso industrial, lo que usualmente permite la exportación mayoritaria de cacao en grano sin ningún tipo de valor agregado. En tal sentido Vasallo (2015) citado por Loayza-Ramos (2018), sostiene que:

“La lógica de exportación de los commodities es comprar a precios mínimos, acopiar y vender en el exterior de la manera más simple. Es un mecanismo fácil de extracción de riquezas, de explotación y de transferir la mayor cantidad de valor agregado a los centros” (pág. 61).

Esta forma de proceder minimiza las potencialidades de progreso para todo el sector, especialmente a los pequeños y medianos productores, pues los rendimientos económicos no son significativos para la mejora de su calidad de vida. Cronológicamente, Ecuador se ha dedicado especialmente al cultivo y producción del Cacao Fino de Aroma y el Cacao Trinitario, sin embargo, es muy incidente el cultivo del Cacao Arriba o Fino, del cual Ecuador recibe el reconocimiento mundial por su calidad y es actualmente el primer exportador mundial. Esta importante realidad concede la importancia y relevancia a la

cadena de este producto pues puede llegar a representar la más grande ventaja competitiva, representando la diferenciación del país, con respecto a sus competidores (Loayza-Ramos, 2018).

El ciclo técnico de producción del Cacao ecuatoriano responde a los siguientes eslabones (Ver Figura 1):

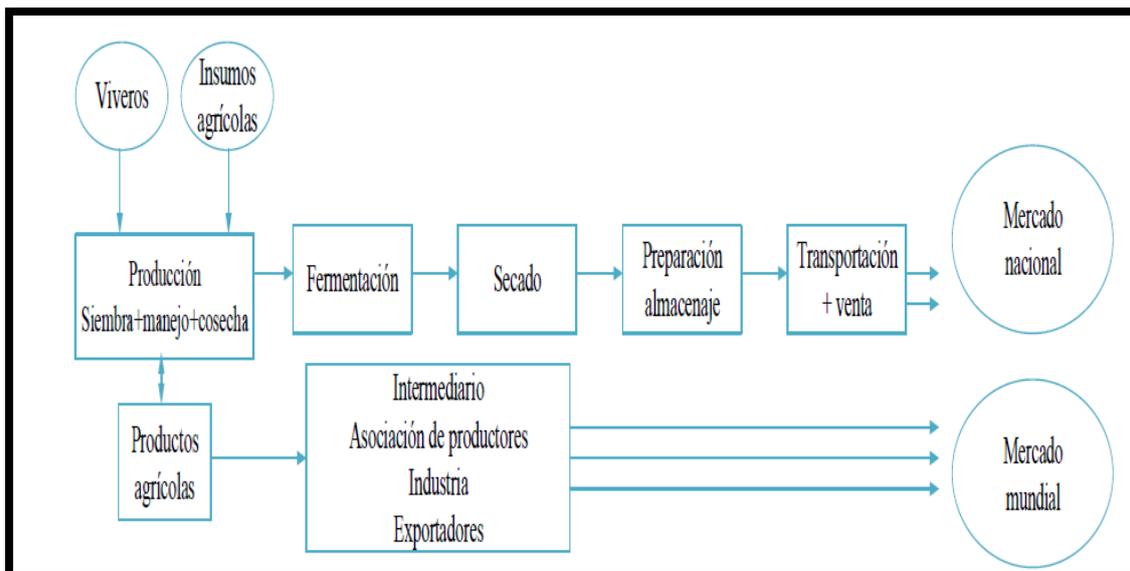


Figura 1. Ciclo Técnico de producción del Cacao en Ecuador

Fuente: (Loayza-Ramos, 2018, pág. 62)

Los eslabones que componen este ciclo han emergido espontáneamente y generaron la caracterización tradicional de producir para exportar, distinguiendo a la economía productiva de este producto.

En el país, las unidades de producción del sector se caracterizan por ser pequeñas y medianas empresas, un diagnóstico adelantado por la CEPAL en el año 2010 evidencia que:

“La distribución relativa de la producción de cacao según tamaños de las Unidades Productivas (UPAs) indica que el porcentaje de producción como “cultivo solo” tiende a ser mayor entre las fincas medianas y de mayor tamaño (más de 50 has). Por otra parte, el porcentaje de cacao como “cultivo asociado” tiende a ser menor en las fincas de menor tamaño (de 20 has o menos). Por lo cual, las zonas de producción no se encuentran desarrolladas. A pesar de esto, se reconoce la existencia de una diversidad de estructuras que evidencian que la economía cacaotera del país es muy heterogénea y con múltiples particularidades tecnológicas y productivas que establecen determinadas fortalezas o debilidades en su funcionamiento” (Loayza-Ramos, 2018, pág. 63)

La cadena productiva del cacao ecuatoriano presenta un grupo de sucesiones originadas desde la actividad productiva y que finiquitan en el mercado, tanto nacional como internacional. En este sentido, Vassallo (2015), manifiesta que la cadena implica a, por lo menos, cinco integrantes donde se encuentran “...las unidades de producción asociadas, los intermediarios, la industria casera, la industria de elaborados y los exportadores de cacao en grano” (pág. 45). La cadena productiva vista bajo este enfoque se compone de los siguientes factores presentados en la Figura 2.

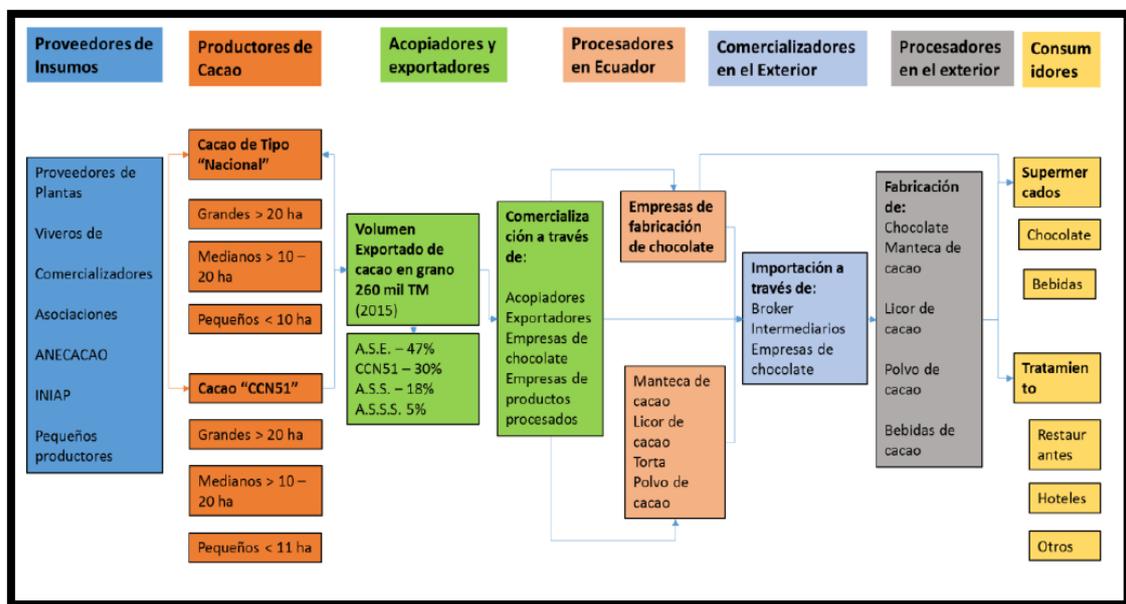


Figura 2. Ciclo Técnico de producción del Cacao en Ecuador

Fuente: (Loayza-Ramos, 2018, pág. 65)

El productor es el eslabón con menos beneficios de la cadena, la cual es muy amplia por la presencia e interferencia de los intermediarios. Estos últimos, emergen como una solución ante las problemáticas de comercialización que exteriorizan los pequeños productores, no obstante su intervención resta y minimiza valor a la cadena productiva del cacao nacional, limitando el potencial de beneficios económicos de las pequeñas unidades productivas, obstaculizando la inversión en las condiciones productivas y laborales, de manera que el precio recibido por los productores es, en múltiples oportunidades, muy escaso para cubrir los costos de la fuerza laboral y de producción (Chehab, 2011; Vassallo, Diferenciación y agregado de valor en la cadena ecuatoriana del cacao, 2015).

En este sentido, a los pequeños productores solo les queda la oportunidad de comerciar con los intermediarios pues no tienen la estructura y fortaleza, así como las posibilidades de comerciar su producto con algún otro factor que les ofrezca un mejor pago, esto ha sido un detonante para que no se logre mayor competitividad del sector mediante la agrupación en asociaciones para lograr un poder de negociación, lo cual tiene incidencia directa en los precios nacionales, las garantías de pagos por parte de los intermediarios y otros servicios que permitan responder a las necesidades de los agremiados (Loayza-Ramos, 2018).

La situación planteada es producto de que, en el sector, la inversión histórica y las políticas de desarrollo han sido insuficientes obstaculizando la aceptación e incorporación de innovaciones y avances tecnológicos en todas las fases de la cadena productiva del Cacao, lo cual, al compararlas con otras cadenas agroindustriales actuales, luce desfasada y con poca productividad.

Es por esta perspectiva analizada que la producción, comercialización y gestión del sector del cacao debe ser abordado bajo los criterios y principios que sustentan un Comercio Justo para que todas las partes que componen al sector pueda equitativamente participar de esta actividad económica y mejorar las condiciones de vida de la población dedicada a la producción, tratando en lo posible de eliminar figuras intermediarias que restan valor a la cadena productiva, minimizan la inversión, impiden la incorporación de los avances tecnológicos y desmejoran la calidad de vida laboral de los productores.

1.1 Antecedentes del Comercio Justo

Un análisis de contenido del portal electrónico de la World Fair Trade Organization (WFTO), (2017), cuya denominación en español es Organización Mundial del Comercio Justo, permite en la presente investigación sostener que los orígenes del movimiento del Comercio Justo se sitúan cronológicamente en las décadas de los años 40 y 50 en los Estados Unidos. Las primeras experiencias correspondieron a la organización Ten Thousand Villages (antes, Self Help Crafts), la cual inició adquiriendo bordados provenientes de Puerto Rico, y simultáneamente otra empresa, SERRV, comercializaba piezas de artesanía realizados por comunidades del Sur.

Una característica de gran parte de estos artesanos era su lucha contra los precios muy bajos del mercado internacional y los altos niveles de dependencia ante los intermediarios. Esta alternativa de comercio solidario brindó la oportunidad de asegurar ingresos apropiados y convenientes para sus productos. Fue disminuida y casi desapreció la dependencia de los intermediarios y se facilitó el acceso al mercado mundial. Fue en 1958 que formalmente se apertura la primera empresa bajo el concepto de Comercio Justo.

La misma fuente citada señala que paralelamente, la ONG Oxfam en el Reino Unido comenzó la venta de artesanías confeccionadas por emigrantes chinos; Posteriormente, en 1964 fue creada en Europa la primera entidad de Comercio Justo. Ese mismo año, se celebró la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), en la cual los países del Hemisferio Sur, amparados bajo el lema ‘Comercio, no ayuda’, exigieron medidas comerciales más justas para sus productos. Este fue el escenario para que empresas y particulares impulsaran la creación de tiendas “UNCTAD”, para la comercialización de la producción de bienes del Tercer Mundo en Europa, sin los aranceles correspondientes de entrada.

En el transcurso del año 1967, en Holanda inicia la primera empresa importadora de Comercio Justo (Fair Trade Organisatie). En 1969, se crea por primera vez en Europa, la primera tienda bajo la denominación de “tienda del tercer mundo”. Este fue el comienzo para el establecimiento de un tejido de tiendas solidarias en países como: Bélgica, Holanda, Francia, Suiza, Suecia, Austria, Gran Bretaña y Alemania

Posteriormente, en los años 60 y 70 se establecen asociaciones de productores de Comercio Justo en África, América Latina y Asia. En 1973, se inició la distribución de café, el primer renglón alimenticio producido por cooperativas de agricultores guatemaltecos bajo la denominación comercial de “Indio Solidarity Coffee”. En las décadas de los 70 y 80, el incremento comercial benefició a muchos productores. Fueron incorporados, además de artesanías, otros productos alimenticios entre ellos té, miel, azúcar, cacao, frutos secos.

Los esfuerzos mundiales para impulsar esta modalidad comercial dieron origen a la creación de una red internacional de organizaciones para agrupar a los productores y representarlos en el mercado mundial.

1.2 Definición de Comercio Justo

En la Tabla 1, se presentan los aportes teóricos de diferentes autores, investigadores y organizaciones, que han definido a esta modalidad del comercio y que son el resultado de la revisión de la literatura a este respecto.

Un análisis de contenido de estos aportes permite a la autora de la presente investigación puntualizar los siguientes aspectos del Comercio Justo en los cuales coinciden los autores consultados:

- Modelo comercial, Movimiento social y económico global, Alternativa al comercio tradicional, Relación comercial a largo plazo
- Fundamentado en: diálogo, la transparencia, la ética y el respeto que busca reducir la pobreza la injusticia comercial, el respeto ambiental y a las condiciones de trabajo.
- Construye cadenas y tejidos de producción y consumo caracterizados por la distribución equitativa en términos económicos, sociales y políticos, respetando a los seres humanos y la sostenibilidad social, económica y ambiental de las sociedades, por encima de la maximización de las ganancias.
- Impulsa la creación de cooperativas o asociaciones de productores locales.
- Confronta a los actores dominantes en el mercado.
- Favorece la distribución desde los centros de producción hasta los consumidores finales

Ante estos aportes y los puntos de coincidencia de los teóricos y organizaciones, una aproximación conceptual como valor agregado de esta investigación es la siguiente: El Comercio Justo es una alternativa que nace para contrarrestar la dominancia de los actores hegemónicos del mercado global sobre la producción, comercialización y distribución de los productos de los pequeños agricultores, artesanos y otros emprendedores, en un marco de lucha y justicia social por alcanzar niveles de aceptación y reconocimiento del valor de sus mercancías que han sido elaboradas y producidas bajo una visión holística y amigable con el ambiente y la dignidad del ser humano.

Tabla 1. Aportes teóricos sobre Comercio Justo.

Autor (es)	Aporte Teórico
World Fair Trade Organization, (2017)	Asociación comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional; contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales a los productores y trabajadores marginados, garantizando sus derechos. Las Organizaciones de Comercio Justo (con el respaldo de los consumidores) se comprometen activamente a apoyar a los productores, concientizarlos y hacer campaña para lograr cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional
Méndez-Chávez, (2018)	Modelo comercial que busca intervenir como complemento al comercio internacional, privilegiando en los intercambios comerciales la dimensión humana que respeta a cada uno de los miembros de este intercambio; así como también implementando nuevos esquemas, los que son el de cumplir con el cuidado del medioambiente, el de cuidar el ámbito social de los grupos de personas que ofrecen sus productos, en este caso los agricultores, y finalmente el más importante, el de obtener un rendimiento óptimo, acorde con lo ofertado
González, Arévalo, Moreira, & Pesantez, (2018)	El Comercio Justo es un movimiento internacional que busca reducir la pobreza la injusticia comercial fomentada por el desarrollo sostenible en las comunidades productoras de países. La iniciativa se ha desarrollado como respuesta, a la situación de exclusión y vulnerabilidad en la que se encuentran grandes comunidades productoras y trabajadores en países en vías de desarrollo y al mismo tiempo como una herramienta de transformación hacia modelos de producción y consumo más sostenibles y respetuosos con las personas y el medio ambiente
CLAC, (2017)	Movimiento social global cuyas experiencias pioneras empezaron a finales de 1940 como respuestas alternativas al fracaso del modelo de comercio convencional. El comercio justo busca promover patrones productivos y comerciales responsables y sostenibles, así como oportunidades de desarrollo para los pequeños agricultores(as), campesinos(as) y artesanos(as) en desventaja económica y social, respecto a los actores dominantes en el mercado.
Mascorro-Sepúlveda, (2017)	Es una alternativa al comercio tradicional, en el que se pretende reafirmar el control humano de los intereses de todas las personas, buscando la transparencia y poniendo atención a los valores sociales, ecológicos y económicos.
CEPAL & CLAC, (2017)	Movimiento socioeconómico global que propone una manera distinta de entender las relaciones económicas y comerciales. Es una respuesta a las relaciones comerciales que contribuyen poco o nada al desarrollo sostenible, en términos de reducción de la pobreza y desigualdades, respeto de los derechos humanos y por el medio ambiente, entre otros, busca construir cadenas de producción y consumo que contribuyan a una distribución más equitativa en términos económicos, sociales y políticos, pone en el centro a los seres humanos y la sostenibilidad social, económica y ambiental de las sociedades, en vez de la maximización de las ganancias.
Andrade-Egas, (2017)	Relación comercial a largo plazo, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que conlleva al logro de una mayor justicia en el marco del comercio internacional; y, más allá de los criterios económicos, el comercio justo tiene en cuenta valores éticos que abarcan aspectos sociales y ambientales, favorece el desarrollo sostenible de los productores excluidos o desfavorecidos garantizando mejores condiciones comerciales, aumentando la sensibilización realizando campañas al efecto.

Fuente: Elaboración Propia basada en consulta de los autores citados.

1.3 Principios y Valores Fundamentales del Comercio Justo

Organizaciones como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) & La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC) (2017), sostienen que los principios y valores fundamentales sobre los cuales se sostiene el Comercio Justo son los siguientes:

“Generar oportunidades comerciales para pequeños productores en desventaja económica y social, organizados democráticamente

Desarrollar relaciones comerciales estables y de largo plazo, basadas en el diálogo y respeto entre productores, compradores y consumidores. Todos los actores involucrados respetan los valores de la democracia, transparencia y rendición de cuenta;

Pagar un precio justo, acordado entre los actores de manera dialogada, responsable y participativa, para cubrir los costos de una producción sostenible, una remuneración digna del trabajo y un premio social para inversiones comunitarias en áreas como la educación, protección social, salud y vivienda, entre otros.

El rechazo a la explotación infantil y al trabajo forzoso;

La no discriminación por motivos de raza, clase, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, afiliación sindical, afiliación política, VIH/sida, edad o de cualquier otra índole;

Garantizar la libertad de asociación y un entorno de trabajo seguro y saludable para los trabajadores y/o miembros, así como las condiciones que dignifican el trabajo

Fomentar el desarrollo de las capacidades de los más vulnerables, como por ejemplo jóvenes, mujeres, ancianos y discapacitados;

Promover los principios y valores del comercio justo a través de la sensibilización y la incidencia política; y

Mejorar la sostenibilidad ambiental a lo largo de las cadenas de valor” (pág. 21).

1.4 Los actores del Comercio Justo

1.4.1 Los productores

El Comercio Justo orienta sus energías y visibiliza a pequeños productores excluidos del comercio internacional y con inconvenientes de ingreso o entrada al mercado. Constituyen la razón de ser del Comercio Justo. Generalmente se agrupan en familias, asociaciones cooperativas, gremios federativos, empresas, etc., puesto que individualmente y motivado a aspectos geográficos, económicos, inexperiencia, falta de recursos, estarían imposibilitados de participar en el mercado, disminuyendo así la posibilidad de la mejora de la calidad de vida y progreso de sus comunidades. Habitualmente, estos grupos u organizaciones de productores tienen un factor común, la pobreza y la necesidad de trabajar mancomunadamente para erradicarla e impulsar el desarrollo sustentable de la comunidad.

Autores como Orozco-Martínez (2000), citados por Ceccon-Rocha & Ceccon (2010) indican que para que los productores participen en esta modalidad deben cumplir con los siguientes criterios:

- Organizarse en cooperativas o pequeñas empresas que promuevan la participación, la equidad y su funcionamiento de manera democrática.

- Hacer que las labores se lleven a cabo en condiciones sociales y laborales dignas que rechacen la explotación laboral de niños y las discriminaciones por razón de género, generando así un entorno social de respeto.
- Promover un desarrollo ecológicamente sostenible evitando así practicar los monocultivos y desplazar suelos que estén dedicados a la alimentación de las propias colectividades, de igual manera no deben utilizar pesticidas o herbicidas que puedan acabar provocando problemas de deforestación y de contaminación de los suelos.
- Buscar el desarrollo integral de las comunidades incrementando el nivel de vida de manera sostenida, por lo que se deberá invertir parte del dinero obtenido en proyectos para la comunidad como lo son escuelas, centros de salud, talleres para mujeres, infraestructuras, etcétera.
- Proteger los derechos humanos, sobre todo el de los niños, niñas, mujeres y pueblos indígenas y minoritarios.
- Respetar el entorno cultural.
- Elaborar productos de calidad (pág. 90).

La mayoría de los productos ofertados en esta modalidad de Comercio son productos alimenticios, artesanías incluyendo los textiles y otra diversidad que va desde muebles hasta artículos deportivos, discos compactos, velas, entre otros.

1.4.2 Las tiendas de Comercio Justo

Conocidas igualmente como Worldshops, son administradas generalmente por ONGs., estas sirven como sitios de venta donde los consumidores pueden adquirir productos, participar en actividades de sensibilización, comunicación y de presión. Además, son el espacio de acercamiento entre consumidor y productor donde se informa todo lo concerniente al lugar de procedencia del producto, su calidad, quien lo produjo y cuáles fueron esas condiciones de producción.

1.4.3 El consumidor consciente y responsable

El Comercio Justo ha generado una novedosa y directa relación consumidor/productor. En el marco de esta relación el consumidor tiene la facultad de obtener nuevos hábitos de

consumo, pues el producto adquirido comercialmente tiene un valor social, ambiental e histórico. Una de los objetivos del Comercio Justo es hacer del consumo un hábito consciente y responsable mediante la participación de los consumidores en el cambio de las condiciones laborales de los productores y en el desarrollo sustentable de sus hábitats.

1.4.4 Organizaciones internacionales de Comercio Justo

Para autores como Cecon-Rocha & Cecon (2010), las organizaciones que coordinan globalmente el movimiento del Comercio Justo son: aquellas que tienen la finalidad de “promover el movimiento, intercambiar información, brindar apoyo a los productores, generar economías de escala y realizar acciones de cabildeo con actores públicos y privados, entre otras actividades que realizan en conjunto” (pág. 93).

A continuación, se presenta una relación de estas organizaciones:

- Federación Internacional de Comercio Alternativo IFAT, ubicada en Holanda y fundada en 1989. Es un sistema mundial de organizaciones de Comercio Justo que agrupa a la mayoría de los productores y comercializadores, actúa como un fórum para el intercambio de información e ideas, constituyendo la red internacional de mayor antigüedad dentro del movimiento. Su Código de Práctica constituye el documento fundamental que suministra a la mayoría de las organizaciones la doctrina básica, los principios y valores comunes del Comercio Justo.
- Fundación Europea de Comercio Alternativo EFTA, su base de operaciones se encuentra en Holanda, fue fundada formalmente en 1990. Representa a importadoras constituidas en países europeos como Austria, Bélgica, España, Alemania, Francia, Italia, Holanda, Suiza y Reino Unido y que comercian activamente con productores latinoamericanos. Su objetivo fundamental es incrementar eficientemente “la importación de productos de Comercio Justo mediante la colaboración entre sus miembros, del intercambio de información y la armonización de criterios, principios y medios de control de la redes” (Cecon-Rocha & Cecon, 2010, pág. 94).
- Red Europea de Tiendas Mundo NEWS!, creada en 1994 y coordina las asociaciones nacionales de Comercio Justos en países europeos. Conecta a las tiendas del movimiento con sus asociaciones, así mismo promueve en la región

campañas y otros eventos en el marco de la justicia en este tipo de comercio. Favorece la cooperación entre otras organizaciones como IFAT, EFTA y FLO con otras similares orientadas a aspectos del desarrollo e impulsa el acercamiento de los consumidores a las tiendas con fines de venta de productos e información sobre el Comercio Justo.

- Fairtrade Labelling Organizations Internacional FLO, en español Organización Internacional de Certificación de Comercio Justo, fundada en 1997, pero con orígenes en Holanda que se remontan a 1988, con la finalidad de que los productos del movimiento fuesen certificados con un sello de garantía para diferenciarlos de otros. Actualmente coexisten dos entidades certificadoras, i) FLO-International, organización sin fines de lucro que agrupa a las entidades que se encargan y promocionan la certificación en diversos países y ii) FLO-Cert GmbH, empresa de certificación independiente que gestiona la implementación ISO 65, también conocida como EN 45011 que la convierte en una empresa internacional de certificación (Asociación Sello de Productos de Comercio Justo, 2006). El proceso de certificación de productores y comerciantes, adelantado por FLO-CERT, obedece al cumplimiento de los Criterios de Comercio Justo.
- FINE, creada en 1998, su nombre deriva de las iniciales de FLO, IFAT, NEWS! y EFTA. Pretende la creación de un espacio o escenario común para el desarrollo de patrones y modelos de Comercio Justo que puedan ser asumidos e implementados por todas las organizaciones del movimiento; comunicar información y vincular las actividades de estas 4 organizaciones para desarrollar la calidad y eficacia de los sistemas de control y monitoreo del Comercio Justo; y adelantar su promoción y defensa del movimiento.

1.5 Base legal del Comercio Justo en Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador constituye el máximo marco legal e institucional del país. En su Título VI, referente al Régimen de Desarrollo del país, contempla aspecto que favorece el Comercio Justo en términos de economía solidaria y la realización del Buen Vivir. Un análisis de su contenido permite sostener que todos los principios fundamentales y valores de este tipo de comercio se encuentran contemplados en la Constitución. No obstante, el término como tal y su modelo de implementación no se encuentran regulados o mencionados en el texto constitucional, pero la esencia del mismo

si, además el espíritu, propósito y razón del Comercio Justo son los pilares de la transformación de la Matriz Productiva Ecuatoriana.

El artículo 276 de la Carta Magna establece en su numeral 2 lo siguiente: “Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable” (Constitución de la República del Ecuador, 2008). Este Artículo prácticamente define las bases del Comercio Justo y su propósito.

Otra importante Ley es el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en su Artículo 1, se contemplan todos los aspectos normativos que favorecen la modalidad de este movimiento internacional, el Artículo in comento señala que:

“Art. 1.- **Ámbito.** - Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional. El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente” (Asamblea Nacional, 2010).

El Artículo 2 de esta Ley regula los aspectos de la sostenibilidad ambiental en la relación productiva nacional. Otra ley que al respecto considera en su texto toda la perspectiva del Comercio Justo es la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, en cuyo Artículo I se contempla lo siguiente:

“Art. 1.- **Definición.**- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital” (Asamblea Nacional, 2011).

Un documento nacional vinculante con el Comercio Justo es el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, cuya Filosofía se refleja en el contenido de su texto cuando indica que:

“El Buen Vivir se planifica, no se improvisa. El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito” (Senplades, 2014)

En este mismo sentido el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Toda una vida”, entre cuyos objetivos se encuentra garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas, afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas, garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones (Senplades , 2017).

1.6 El Comercio Justo en Ecuador

En el Ecuador, en la década de los años 60’s, se accionó una realidad económica y social que impulsó el desarrollo de organizaciones productores solidarios. Se enmarcó en el perfeccionamiento de prácticas de producción y comercialización que favorecieron a pequeños productores en la colocación de sus productos a precios justos certificados bajo la perspectiva del Comercio Justo. Estas agrupaciones se caracterizaron por un proceso negociador fundamentado en valores y principios de respeto al medio ambiente y a la dignidad de trabajador.

Autores como Calderón-Rivera (2017), en un recuento histórico en la materia objeto de estudio, expone que fue en 1970 cuando el Grupo Salinas, localizado en Guaranda (Provincia de Bolívar) se convirtió en la primera organización en adoptar el concepto del Comercio Justo para la comercialización de una variedad de productos. La estrategia implementada fue la promoción de la asociación de indígenas, campesinos y pequeños productores. Posteriormente, en 1981 nació el Fondo Populorum Progressio (FEPP) que dio origen a Camaril como una respuesta a la solución de problemáticas asociadas a la comercialización de productos artesanales y agropecuarios de pequeños productores campesinos y urbano-marginales del país. Para 1985 se funda el Movimiento Maquita Cushunchic que con su lema identificativo de “Comercializando como Hermanos” se constituyó en una entidad económica social y solidaria promoviendo un tejido

socioproductivo con un profundo impacto social en sectores vulnerables de la población. Su giro comercial involucraba producción comunitaria de innovación tecnológica para el país y el exterior.

Angulo, (2017) citado por Calderón-Rivera (2017), sostiene que en el año 2003 se organiza la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), quien posteriormente en 2010 formaliza su denominación comercial como Unión Nacional de Asociaciones de Pequeños Productores Agropecuarios Certificados en Comercio Justo del Ecuador, congregando a 11 organizaciones certificadas con el reconocimiento FLO totalizando 11.138 socios (as), cuya producción se enfocaba en rubros alimenticios como cacao, café, banano, cereales, aromáticas y mermeladas. Estos productores estaban localizados en Esmeraldas, Manabí, Los Ríos, El Oro, Chimborazo, Loja, Sucumbíos y Zamora Chinchipe. En la actualidad coexisten múltiples organizaciones de productores, artesanos y empresas consagradas al Comercio Justo, desarrollando novedosas propuestas destinadas al mercado norteamericano y europeo.

Hoy en día, el mercado ecuatoriano se ha adaptado a las condiciones del Comercio Justo tanto que esta tendencia mundial reporta cifras de crecimiento en el sector exportador. Si bien dentro de las exportaciones no petroleras ecuatorianas los productos de Comercio Justo representan el 1%, el impacto económico y social ha favorecido a los sectores usualmente excluidos del país.

Cerca de 150.800 pequeños productores están involucrados directa e indirectamente en la compra y venta con modalidad de Comercio Justo y las empresas certificadas con este sello brindaron 3.376 plazas de trabajo en el 2014.

Cuarenta y seis actores económicos, (23 asociaciones de la Economía Popular y Solidaria y 23 empresas del sector privado), se encuentran certificados bajo sellos de Comercio Justo en el país, de los cuales aproximadamente el 28% se dedican a la producción de banano; el 24% a la producción de cacao; el 24% a la producción de flores y el 24% restante a varios productos, entre ellos jugos y pulpas de frutas, café, nueces, panela, hierbas y especias, quinua, guayusa, alcohol, esencias, artesanías y cosméticos. (Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, 2016)

1.7 El cacao, su importancia

El cacao y su cultivo constituyen un importante capítulo de la historia del territorio americano, desde antes del descubrimiento de América a la actualidad, ha sido su centro de origen y de su desarrollo. Es parte de la idiosincrasia latinoamericana y representa un significativo medio de sustento y de trabajo para más de 350.000 agricultores diseminados de la región. Para su cultivo se emplean 1,7 millones de hectáreas y se obtienen más de 650 mil TM por año generando flujos operativos y comerciales que superan los 900 millones de dólares de exportación anual (Arvelo, y otros, 2016).

En virtud de la significancia económica, social y cultural, del cultivo del cacao y su cadena agro-productiva, deben considerarse los desafíos y circunstancias concernientes con la productividad, la competitividad que se evidencia en el sector, la adaptación del cultivo a los fenómenos derivados del cambio climático y equidad en la distribución de los beneficios. A este respecto, los importantes aportes de expertos como Arvelo, y otros (2016), señalan que:

- La producción de cacao es el primer eslabón de una gran cadena agroindustrial y un mega negocio global que moviliza más de 120 mil millones de dólares en ventas anuales en todo el mundo.
- El consumo de cacao crece sostenidamente, aunque de forma diferenciada en los mercados maduros y emergentes a tasas superiores a las que muestra la producción de cacao a nivel global.
- El crecimiento de la economía cacaotera mundial no se expresa en mejoras de los niveles de vida de la gran mayoría de productores, especialmente en África, la producción cacaotera mundial se realiza anualmente por más de 5,5 millones de productores donde el 90% son pequeños agricultores familiares en situación de pobreza, que dependen esencialmente de la producción de cacao como única fuente de ingreso.
- La producción cacaotera y por consiguiente toda la cadena agroindustrial del cacao y del chocolate, son altamente dependientes de las condiciones ambientales, de la estabilidad política e institucional de los países productores y de los niveles de crecimiento económico mundial.

- Los mercados cada vez establecen mayores exigencias respecto a la calidad, la sostenibilidad, la salud y el compromiso social que hay detrás de este tipo de producción agrícola.
- Diversos territorios de la agricultura tropical de América constituyen la tercera región productora de cacao del mundo y la primera productora de cacao fino y de aroma, la producción de cacao está en expansión pero tiene como reto particular mejorar la productividad de sus cacaotales, manteniendo a su vez, la calidad de su cacao (pág. 15)

1.8 La producción y el consumo mundial del cacao

1.8.1 Producción

Los ocho países productores que lideran el 90% de la producción global de cacao son Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Ecuador, Nigeria, Brasil, Camerún y Malasia. Para finales del año 2015, los tres países productores que totalizaban aproximadamente el 71% de la producción mundial de cacao, eran Costa de Marfil (42,4%), Ghana (21,2%) e Indonesia (7,6%). El restante 21 % fue producido por Ecuador (5.9%); Camerún (5.4%); Brasil (5.4%) y Nigeria (4.6%). Actualmente Brasil e Indonesia también son importadores de granos de África Occidental motivado al aumento de su demanda interna. Para la International Cocoa Organization durante el año 2015, el continente africano cultivó cerca del 73% de la totalidad del cacao a nivel global y aproximadamente el 85% de las exportaciones del producto (Ríos, Ruiz, Lecaro, & Rehpani, 2017).

Finalizado el tercer trimestre 2016 los productores africanos no lograron abastecer la progresiva demanda global por varios factores. Para autores como Ríos, Ruiz, Lecaro, & Rehpani (2017) las causas más importantes de esta situación se deben a:

“1) Las prácticas monopólicas por parte de los gobiernos de Ghana y Costa de Marfil, que establecen precios regulados a sus agricultores locales, con descuentos de hasta el 70% sobre el precio del mercado mundial de referencia; 2) la limitada productividad por trabajador, a consecuencia de una mano de obra envejecida (50 años promedio con una expectativa de vida de 54 años); 3) la falta de relevo generacional como consecuencia de la migración de la población rural a zonas urbanas; 4) el cambio de uso de la tierra hacia otras actividades de mayor rentabilidad como el caucho, la palma aceitera o la extracción de minerales y, 5)

como uno de los factores de mayor influencia, la presencia de fenómenos climáticos perjudiciales para el cultivo” (pág. 16).

La misma fuente señala que actualmente se observa una sobreoferta de cacao en el mercado global originada en el continente africano y estimada en un 15% de la producción mundial. Los factores que inciden en esta dinámica son las siguientes:

- 1) Óptimos escenarios climáticos en África, caracterizados por lluvias abundantes y poca influencia de vientos alisios fríos, secos y polvorientos (vientos del harmattan) que provienen del sur del desierto del Sáhara y que se orientan hacia el Golfo de Guinea,
- 2) Aumento del beneficio pagado a los productores el cual oscila entre un 10 a un 12% en países como Costa de Marfil y Ghana
- 3) Inversiones por parte de la oficialidad pública destinada a mejorar las plantaciones así como su rendimiento productivo.

Así mismo, es importante reconocer que la Unión Europea, ha manifestado su preocupación por problemáticas sociales que aquejan a los productores y que evidencian distorsiones en cuanto al Comercio Justo del cacao. En este sentido advierten que situaciones como el trabajo y explotación infantil, el abandono de plantaciones causadas por problemas e inseguridad política, las variabilidad en la oferta y las situaciones de pobreza extrema de 11 millones de productores de cacao en el mundo, aunado al poco crecimiento de las molindas de cacao, la actual sobreoferta puede derivar en una disminución y caída de los precios hasta que las existencias del producto se nivelen en el mercado mundial.

La producción de cacao en Latinoamérica es ejecutada por más de 350 000 familias de productores y a las aproximadamente 1.750.000 personas en 23 países de la región dependen directamente de su producción. En América el 90 % de la producción está a cargo de familias de pequeños y medianos agricultores. En Centroamérica y el Caribe la superficie promedio de las fincas cacaoteras no supera las dos hectáreas, excepto República Dominicana cuyo promedio es de cuatro hectáreas. En promedio, en México las fincas tienen una longitud de menos de tres hectáreas y en Sudamérica las unidades productivas en promedio tienen superficies que no sobrepasan las cinco hectáreas, la excepción la constituye Brasil con superficies promedio de aproximadamente de once hectáreas (Arvelo, Delgado, Maroto, Rivera, Higuera, & Navarro, 2016). A continuación se presentan las Figuras 1 y 2, en las cuales se presentan el número estimado de

productores de cacao en América Latina y el Caribe para el año 2014 y la Superficie promedio de las unidades productivas de cacao en países de América Latina y el Caribe para el año 2013 (Ver Figura 3).

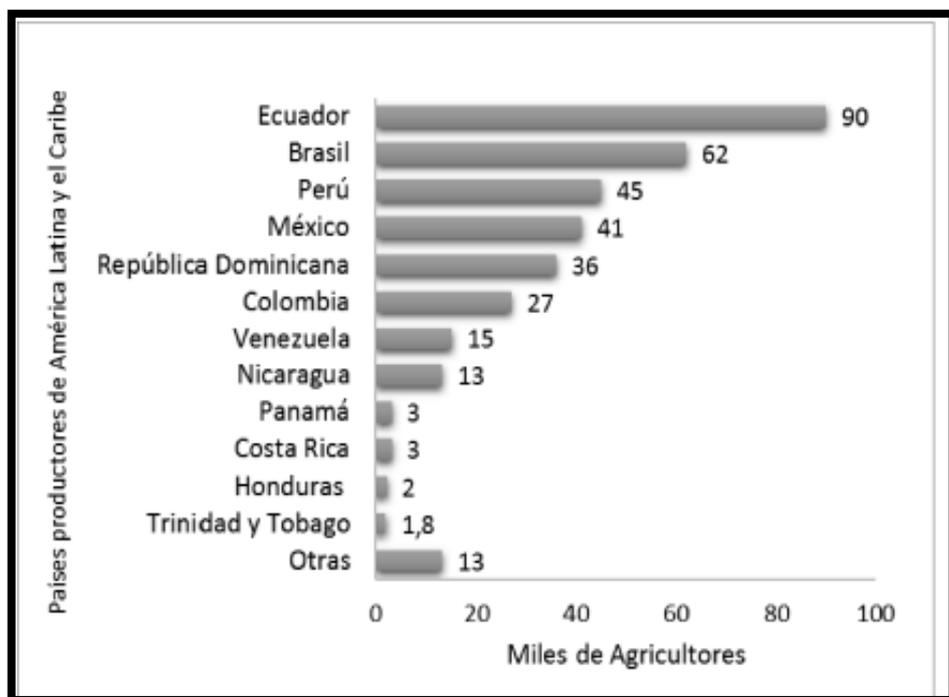


Figura 3. Número estimado de productores de cacao en América Latina y el Caribe para el año 2014.
Fuente: (Arvelo, Delgado, Maroto, Rivera, Higuera, & Navarro, 2016, pág. 33).

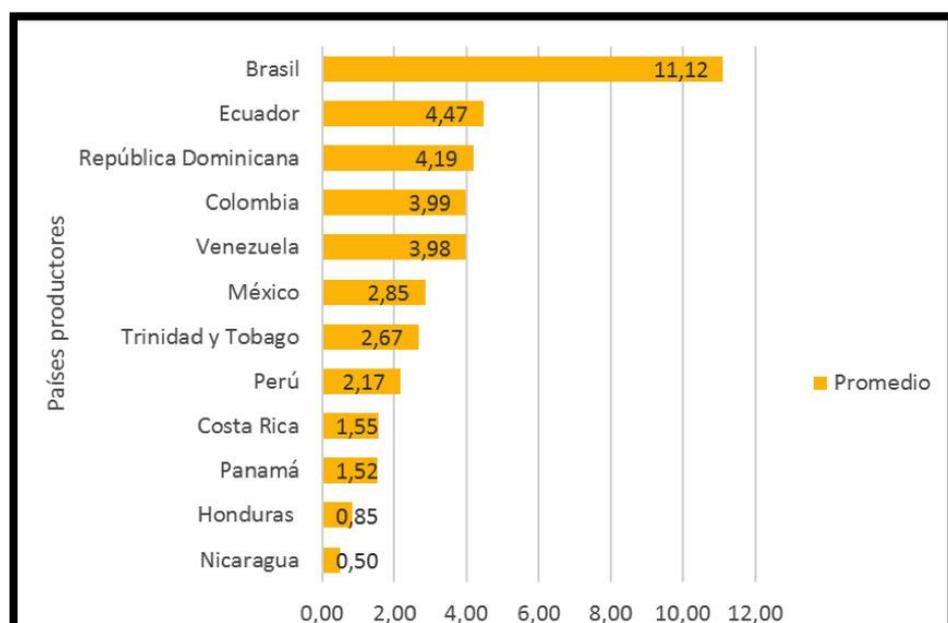


Figura 4. Superficie promedio de las unidades productivas de cacao en países de América Latina y el Caribe para el año 2013.
Fuente: (Arvelo, Delgado, Maroto, Rivera, Higuera, & Navarro, 2016, pág. 34)

1.8.2 Productividad del cacao en el mundo y en América

La media de la productividad mundial del cultivo de cacao en los últimos años ascendió alrededor de 438 k/ha. En el caso de los principales productores africanos es de 432 k/ha, en Asia y Oceanía de 505 k/ha, y en América de 408 k/ha. Únicamente países como Costa de Marfil y Perú sostenidamente mantienen niveles superiores de productividad por encima del promedio internacional (Arvelo, Delgado, Maroto, Rivera, Higuera, & Navarro, 2016).

Aunque la productividad obedece a múltiples factores y no se considera un indicador comparable con exactitud (debido a diferencias por el tipo de cacao predominante en cada región y por condiciones climáticas diferentes entre las zonas productoras), es importante señalar que la producción cacaotera de cacao por hectárea en América es un 12 % inferior a la media internacional, un 19% inferior a la de África y un 5.5 % inferior al promedio de Asia y Oceanía (Arvelo, Delgado, Maroto, Rivera, Higuera, & Navarro, 2016).

A continuación, se presenta la Figura 5 que detalla la media de la productividad de los principales países productores de cacao en el mundo del 2006 al 2013 (en toneladas por hectárea) y la Figura 6 que presenta la productividad promedio del cultivo de cacao de los principales países productores de América Latina y el Caribe del 2006 al 2013 (en toneladas por hectárea).

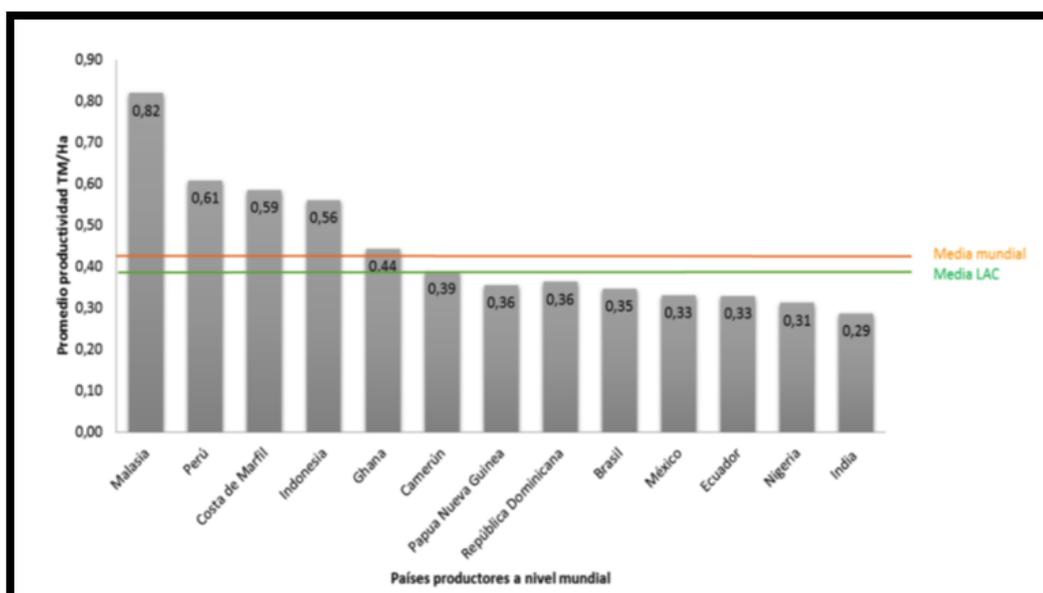


Figura 5. Promedio productividad de los principales países productores de cacao en el mundo del 2006 al 2013 (en toneladas por hectárea).

Fuente: (Arvelo, Delgado, Maroto, Rivera, Higuera, & Navarro, 2016, pág. 38)

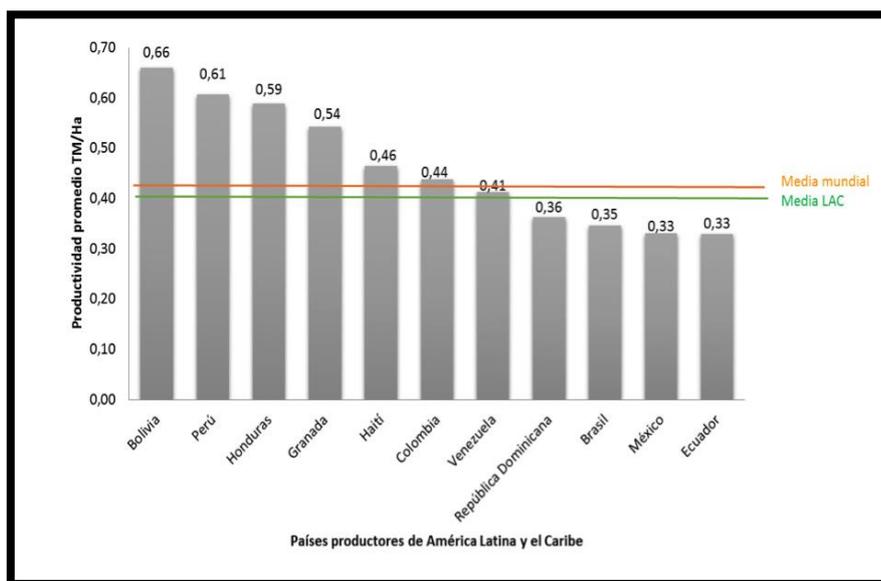


Figura 6. Productividad promedio del cultivo de cacao de los principales países productores de América Latina y el Caribe del 2006 al 2013 (en toneladas por hectárea).

Fuente: (Arvelo, Delgado, Maroto, Rivera, Higuera, & Navarro, 2016, pág. 40)

La misma fuente informa que en los últimos 10 años se observa una creciente tendencia colectiva de aumento de la productividad del cultivo del cacao en países latinoamericanos como Venezuela, Brasil, Granada, Guyana, Perú, República Dominicana y Ecuador.

1.8.3 Consumo

Organismos como la ICCO (2015) e (ILAC, 2016), citados por Ríos, Ruiz, Lecaro, & Rehpani, (2017), sostienen que el cambio en las preferencias de los consumidores, el aumento de ingresos familiares y personales de economías como la China y la India han promovido un significativo incremento en el consumo de chocolate, no obstante la región con mayor demanda y consumo de cacao y sus derivados es la Unión Europea (36% del consumo global), acompañada por América del Norte (23%), seguidas por Asia-Oceanía (17%). Dentro de los países productores el consumo ubica a Latinoamérica (9%) y África (4%). Durante el año 2015, el aumento en consumo de cacao se evidenció mayoritariamente en Asia con un incremento porcentual del 51% y seguida por África (31%). Los países donde se evidencia el mayor consumo de cacao son aquellas economías con mayor crecimiento y desarrollo económico del hemisferio norte y los de menor consumo, son los países productores.

Actualmente la demanda y consumo de chocolate gourmet, saludable y de origen ha fomentado en países del norte, ha impulsado el nacimiento de pequeñas fábricas que elaboran lotes especiales para comercialización local y de exportación. El consumo evidenciado en estos países ha desarrollado la industria de semielaborados y elaborados, y solo unas pocas compañías transnacionales lideran en la actualidad tanto la transformación como la producción de chocolate. Para los productos de chocolate, el consumo es muy elevado en la Unión Europea, particularmente en Bélgica, Reino Unido, Alemania y Austria, donde todos muestran, para 2015, un consumo per cápita de 8,00 kg o más (Ríos, Ruiz, Lecaro, & Rehpani, 2017).

Se aprecia que este incremento en la demanda de productos elaborados de chocolate impulsará la demanda de este segmento, haciendo alentador todos los escenarios del target de especialidades.

1.8.4 Comportamiento de los precios del cacao

Los precios del grano de cacao los determina la cotización diaria que se efectúa en las Bolsas de Valores de Londres y Nueva York. El cacao en el mercado se reconoce como un Commodity o bien primario (Fedecacao, 2017; Ríos, Ruiz, Lecaro, & Rehpani, 2017).

Los precios dependen de la relación existente entre la oferta global del inventario disponible de cacao y la demanda derivada del consumo proveniente de la molienda internacional. Múltiples factores favorecen la fijación de los precios a futuro del cacao, pero se estima que los siguientes cinco son los de mayor importancia: i) proyecciones anuales de producción y cosecha de los principales países productores; ii) la estimación de la incidencia de la fluctuación climática sobre la cosecha; iii) las perspectivas sobre crecimiento económico de los países consumidores más importantes; iv) estabilidad política en los países productores y v) el comportamiento mundial de las divisas de los países sedes de las Bolsas donde se comercia mundialmente el cacao (dólar norteamericano y la libra esterlina) (Arvelo, Delgado, Maroto, Rivera, Higuera, & Navarro, 2016).

Actualmente diversos análisis económicos y estimaciones de la cosecha mundial de cacao, muestran que los precios del cacao en la temporada 2016-2017 descenderán motivado a una sobreoferta proyectada. Para la entidad financiera multinacional holandesa Rabobank Internacional, contrariamente al déficit observado en la temporada 2015-2016 de unas

147.000 toneladas, la estimación para 2016-2017 advierte la posibilidad de un superávit de aproximadamente unas 114.000 toneladas. En este contexto, las estimaciones de los precios futuros del cacao muestran que durante el 2017, el precio del cacao manifestará una tendencia decreciente (Ríos, Ruiz, Lecaro, & Rehpani, 2017).

La fuente citada, sostiene que, a pesar de todo, expertos de Rabobank y Confectionery News advierten que la tendencia es a la estabilización de precios, motivado a dos factores importantes: i) en los mercados desarrollados del chocolate se gesta y evidencia una variación con poco crecimiento y hasta paralización en las grandes cantidades de venta, ii) un aumento en el consumo de productos de alto valor como el chocolate Premium y el chocolate negro cuyo contenido de cacao es mayor.

1.8.5 Márgenes para los actores de la cadena

Los márgenes de participación para los actores e intermediarios de la comercialización en el mercado del cacao obedecen a múltiples factores lo que hace complejo el restablecimiento de márgenes específicos. Los factores que inciden en esta complejidad son: tipo de producto; calidad; el contexto actual y el escenario futuro deseado de la cosecha; la cantidad de fuentes de suministro y provisión para los productos básicos; la demanda y la tendencia de los precios (Ríos, Ruiz, Lecaro, & Rehpani, 2017).

Datos de la Asociación Europea de Organizaciones de Comercio Justo (EFTA), citados por Ríos, Ruiz, Lecaro, & Rehpani (2017), evidencian que la distribución de ingresos en la cadena productiva y comercializadora del cacao y productos derivados del mismo es muy desigual “el 70% del precio final del producto es percibido por grandes sociedades comerciales y la industria, y sólo el 5% del precio final se destina a los productores” (pág. 20). Este nivel de participación en oportunidades es insuficiente para asumir los gastos del proceso productivo original.

Los productores de cacao encaran a un mercado altamente centralizado, con pocos compradores (traders) que proveen el cacao en grano a un sector manufacturero igualmente concentrado. En consecuencia, la mayor rentabilidad de este sector la obtiene las sociedades comerciales internacionales (traders comerciantes), que adquieren el cacao en

grano, y las empresas manufactureras que fabrican una variedad de productos, especialmente en chocolate.

En la Figura 7 se presenta una distribución aproximada de ingresos en la cadena de valor de la actividad productiva del cacao, en la cual se observan los principales actores del mercado y la participación porcentual de los beneficios de su participación.

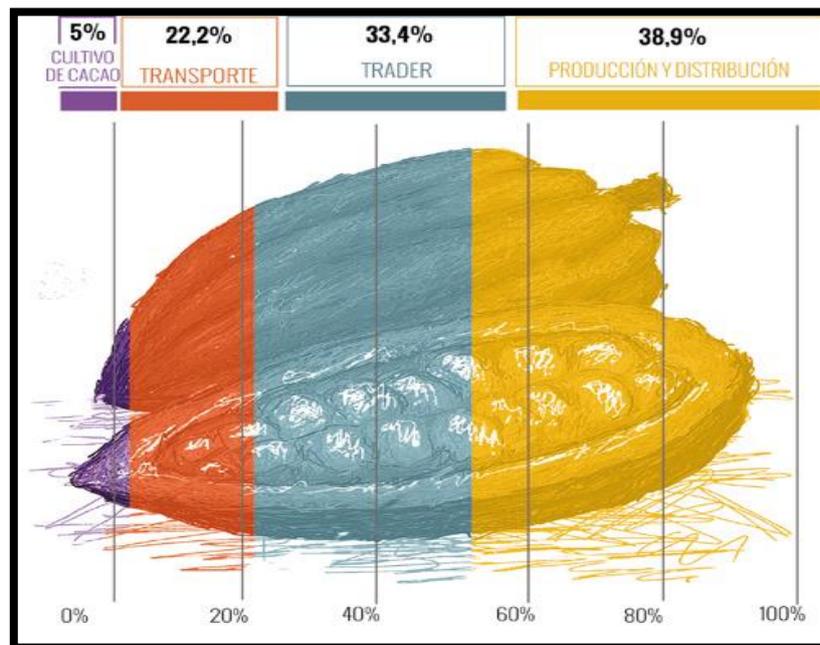


Figura 7. Distribución aproximada de Ingresos en la cadena de valor de cacao
Fuente: (Ríos, Ruiz, Lecaro, & Rehpani, 2017, pág. 21)

A modo conclusivo, entre los diversos actores de la cadena agroproductora y comercializadora de cacao y derivados, los que participan mayoritariamente de los rendimientos económicos son los traders, que adquieren el cacao en grano, y las industrias manufactureras que lo convierten, primordialmente en chocolate.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Tipo y diseño de la investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva. En este sentido, Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista-Lucio (2014), sostiene que una investigación descriptiva “Busca especificar propiedades, características y perfiles importantes de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (pág. 92). La presente investigación analiza todos los aspectos de los procesos de la cadena productiva y comercializadora de la actividad agrícola cacaotera, con miras a la descripción de los aspectos que inciden en su dinámica y en sus resultados operativos. En este contexto, la investigación se orienta a un análisis con estrategias metodológicas para obtener información sobresaliente de una realidad concreta para obtener hallazgos que permiten identificar circunstancias y escenarios que puedan orientar a tomar decisiones y plantear soluciones en el área objeto de estudio.

El diseño de la investigación se caracteriza por ser documental, pues se fundamenta en la revisión rigurosa de la literatura científica sobre el tema estudiado. Su finalidad es generar y desarrollar la perspectiva y base teórica del estudio, una vez planteado el problema de investigación. Para dar consistencia metodológica, la perspectiva teórica se construye mediante la revisión de la literatura, a este respecto Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista-Lucio (2014), señalan que este paso “consiste en detectar, consultar y obtener la bibliografía y otros materiales útiles para los propósitos del estudio, de los cuales se extrae y recopila información relevante y necesaria para el problema de investigación” (pág. 61).

2.2 Técnica de Análisis de la información

Para efectuar la recolección de datos se selecciona como técnica la observación documental que según Finol y Nava (2006) refieren que:

Son dos momentos en los cuales se recogen datos en un proceso de investigación. Primero en la conformación de un marco teórico que permita al investigador ubicarse temporal y espacialmente en el contexto de su problema a través de una

revisión crítica de los estudios realizados sobre el referido asunto. En un segundo momento recolecta la información ante la necesidad inminente de comprobar la hipótesis” (p.32).

Así, por medio de la revisión documental se obtendrán los datos de mayor relevancia que serán analizados y procesados en atención a las unidades, categorías y subcategorías que fundamentan el desarrollo de la investigación. El registro de los datos será realizado mediante encuestas.

2.3 El Método Comparativo

Son varias las razones que motivaron a la autora de la presente la investigación a seleccionar el método comparativo como herramienta de análisis del Mercado del cacao en el contexto del Comercio Justo en los países de América latina, entre ellas se tienen:

Permite conocer el comportamiento de los aspectos estudiados, sus diferentes características, los objetivos, su utilidad, lo cual es una herramienta eficaz para comprender en detalle su dinámica con respecto al entorno regional y global.

Favorece la comparación de similitudes y diferencias que giran en torno a las características del tema estudiado en países afines en materia de producción agro cacaotera.

En este sentido, la presente investigación efectuará un estudio donde se comparará la realidad ecuatoriana en el Comercio Justo de su producción de cacao con el resto de los países de Latinoamérica. Se escogen los países de la región por cuanto son productores y comercializadores hacia los mismos mercados del hemisferio norte, así como, los actores del proceso productivo son algo similares en idiosincrasia y realidad social. Todos los países estudiados comercializan su producción en la modalidad de Comercio Justo. La comparación incluirá información presentada en 2017 sobre los siguientes aspectos: país seleccionado, producción de cacao en Toneladas Métricas, superficie cosechada en hectáreas, cantidad de productores locales, productividad por hectárea, exportaciones en toneladas métricas y en US\$, importaciones en toneladas métricas y en US\$, consumo interno en toneladas métricas.

Toda esta información será cuantificada en un formato electrónico (hoja de cálculo en Excel) para efectuar las comparaciones y realizar los análisis correspondientes. Ello

permitirá ubicar y clasificar al Ecuador en el contexto latinoamericano del mercado del cacao y determinar cuáles son las fortalezas que constituyen su éxito o no en esta realidad. Los hallazgos permitirán determinar la prevalencia regional de la producción y comercialización del cacao en un escenario comparativo.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS Y RESULTADOS

3.1 Resultados

3.1.1 *Cultivo del cacao en Ecuador*

En el Ecuador, la actividad agrícola del cultivo de cacao, se encuentra ubicada y centralizada en las provincias de Guayas, Pichincha y El Oro, la información recabada como resultado de la presente investigación permite sostener que para finales del año 2016, se encontraban registradas ante la Superintendencia de Compañías del país 66 empresas con una capacidad generadora de 561 empleos (Corporación Financiera Nacional, 2018). La estructura productiva se encuentra conformada tal como se presenta en la Tabla 5.

Tabla 2. Estructura Empresarial Sector Cacao

Cultivo de cacao (A012702)	# Empresas 2016	# Empleados 2016
Grande	2	53
Mediana	8	145
Micro	30	72
Pequeña	26	291
Total general	66	561

Fuente: (Corporación Financiera Nacional, 2018).

Relativamente, la provincia con mayor significación productivamente es Guayas, que concentra el 65% de la estructura empresarial de la producción nacional de Cacao, ella es seguida por la provincia de Pichincha donde se encuentra el 11% de empresas del sector, seguida por El Oro que agrupa el 7% del parque industrial del sector, el restante 17% se diluye en todo el resto del país (Corporación Financiera Nacional, 2018).

3.1.2 *Elaboración de cacao, chocolate.*

Acorde a la información recabada, la Superintendencia de Compañías, a través de los reportes emanados de la Subgerencia de Análisis e Información y reportados por la Corporación Financiera Nacional (2018), se reconoce que a finales del ejercicio fiscal 2016, en la Provincia de Pichincha, la industria nacional concentraba la mayor cantidad de empresas (32) para elaborar industrialmente los productos derivados del Cacao y

fabricación de chocolate, este sector industrial generó para esa fecha 470 puestos de trabajo. A continuación se presenta la Tabla 6, donde puede observarse la composición del parque empresarial dedicado a esta actividad.

Tabla 3. Estructura Sector Empresarial del Cacao

Elaboración de cacao, chocolate (C10731)	# Empresas 2016	# Empleados 2016
Grande	4	213
Mediana	5	134
Micro	18	58
Pequeña	5	65
Total general	32	470

Fuente: (Corporación Financiera Nacional, 2018).

La búsqueda de evidencias, en la presente investigación dio como resultado que la ubicación de empresas que elaboran tanto el cacao como el chocolate por provincia, se encuentra distribuido de la siguiente manera: en Pichincha se agrupa mayoritariamente el 60% del parque industrial de este sector, en Guayas el 34%, tanto Azuay como en Loja se agrupan consecutiva e igualmente en su territorio, una cantidad de empresas equivalente al 3% (Corporación Financiera Nacional, 2018).

La información más actual, publicada en 2018, permite sostener que en el periodo comprendido entre el año 2013 al 2016, la producción de cacao y derivados, así como la superficie cosechada de la planta, observó un incremento porcentual equivalente al 38% y 13% respectivamente (Corporación Financiera Nacional, 2018).

3.1.3 Precio del Cacao

En este caso es necesario presentar los hallazgos relativos al comportamiento de los precios en el periodo comprendido entre enero 2015 - enero 2018 de la siguiente manera, salvo el pronóstico que se reporta desde enero 2015 hasta el mismo mes del año 2025:

- Precio productor Cacao
- Precio internacional del Cacao
- Precio pronosticado del Cacao 2015-2025.

Precio Productor Cacao

En este sentido, se presentan dos análisis, el primero consta del precio del productor - Cacao CCN1 almendra seca (\$/ton) y el segundo versa sobre el precio del productor - Cacao fino de aroma almendra seca (\$/ton), para ambos casos los resultados se presentarán en una línea de tiempo contentiva de periodos (meses) y precios (USD por mes) para el periodo indicado. La información es parte de la Ficha Sectorial de cacao y chocolate, emitida por la Corporación Financiera Nacional (2018) pues además de ser oficial, es pertinente y actual. (Ver Figuras 8 y 9, respectivamente).

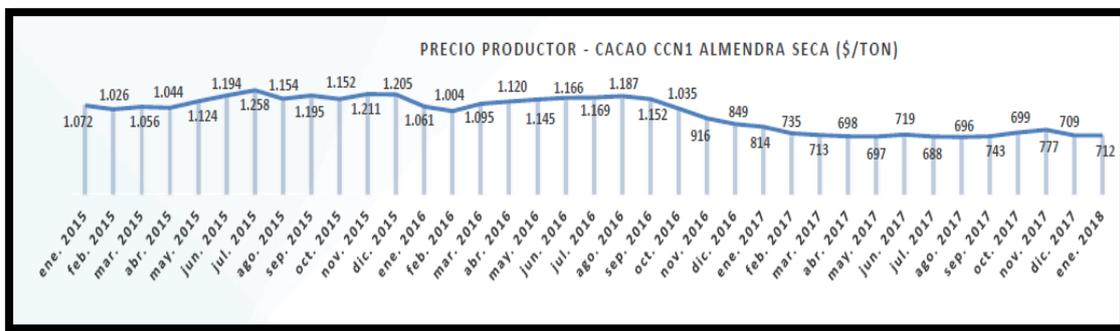


Figura 8. Precio productor - Cacao CCN1 almendra seca (\$/ton) Enero 2015-2018.

Fuente: (Corporación Financiera Nacional, 2018).

En la serie puede observarse un comportamiento que sobrepasa los 1.000 USD por tonelada de este producto en el periodo enero 2015- octubre 2016, posteriormente se observa un valor por debajo de esta cifra con tendencia a la baja, desde USD 916 noviembre 2016 hasta USD 712 en enero de 2018.

A continuación, se presenta la serie para el Cacao Fino de aroma donde se observa la misma tendencia y comportamiento.

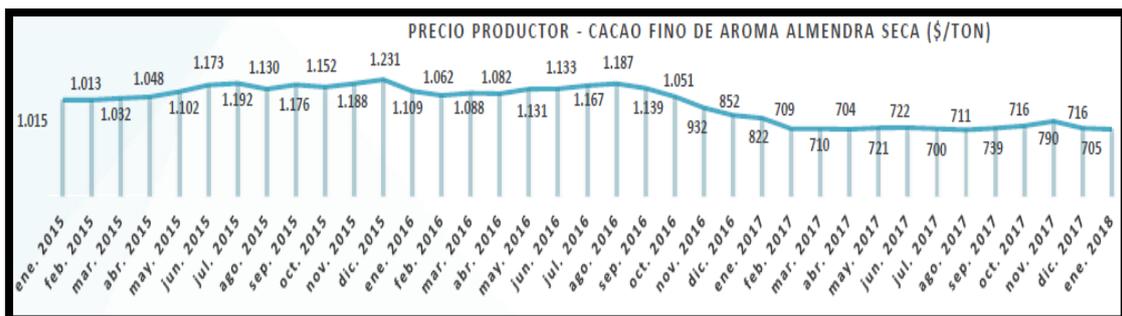


Figura 9. Precio productor - Cacao Fino de Aroma almendra seca (\$/ton) Enero 2015-2018.
Fuente: (Corporación Financiera Nacional, 2018).

Precio internacional del Cacao

A este respecto, se consideran todos los aportes del Banco Mundial, igualmente para el periodo enero 2015- febrero 2018, reportados en febrero de 2018 por la Corporación Financiera Nacional (Ver Figura 10).



Figura 10. Precio Internacional del Cacao (\$/ton) Enero 2015-Febrero 2018.
Fuente: (Corporación Financiera Nacional, 2018).

Al analizar esta Figura 10, puede inferirse que el precio interno ecuatoriano del Cacao a nivel de productor en sus variedades más importantes, observa el mismo comportamiento del precio a nivel internacional de este rubro de la economía nacional.

Precio pronosticado del cacao 2015-2025.

Igualmente, en esta oportunidad puede considerarse las cifras del Banco Mundial citadas por la misma fuente considerada en esta investigación, a pesar de que ha habido una baja del precio internacional que ha incidido en la valoración del precio interno del productor ecuatoriano, las estimaciones presentan una recuperación progresiva del precio y del mercado para el 2025, a continuación, se presenta la Figura 11.

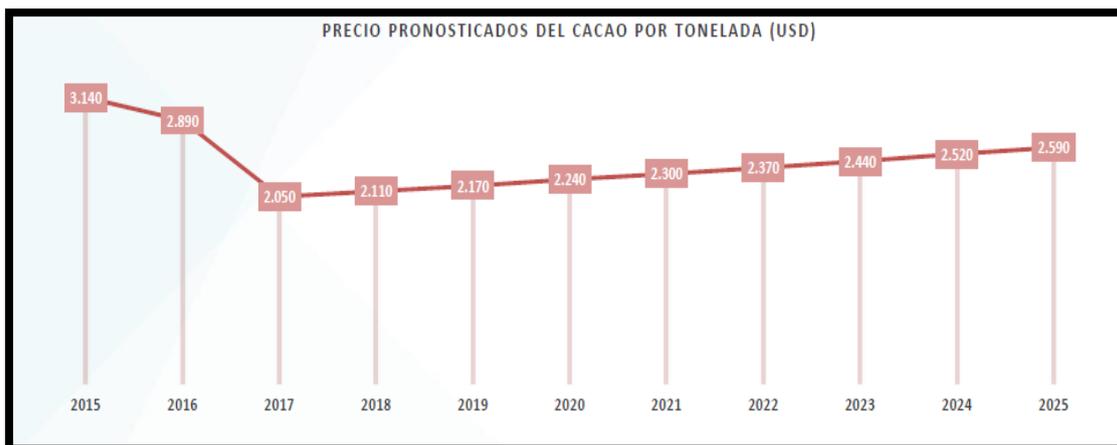


Figura 11. Precio Internacional del Cacao (\$/ton) Enero 2015-Febrero 2018.

Fuente: (Corporación Financiera Nacional, 2018)

Especialistas del área, tanto a nivel nacional como internacional, coinciden en que la disminución del precio internacional del cacao y sus derivados se debe a la baja demanda, factores climáticos, la caída de los ingresos de los consumidores finales, la acumulación de inventarios por parte de los grandes demandantes del producto a nivel internacional, la crisis en Europa y China en cuanto a materias primas, la sobreoferta proveniente de África (Fedecacao, 2017).

Exportaciones del sector cacao

Las exportaciones nacionales anuales durante el periodo comprendido entre los años 2013-2017, reportadas por el Banco Central del Ecuador y citadas por la Corporación Financiera Nacional (2018), indican el siguiente comportamiento mostrado en la Tabla 7.

En la Tabla 7, se evidencia un comportamiento sostenido al alza desde el año 2013 en las exportaciones del sector cacao en el país en millones de toneladas y en los demás valores asociados.

Tabla 4. Exportaciones Nacionales Por Año (2013-2017)

Año	TON Millones	FOB Millones USD	Toneladas Promedio (Millones USD)
2013	199,32	525,83	2,64
2014	223,34	710,15	3,18
2015	257,70	812,38	3,15
2016	253,02	750,03	2,96
2017	307,49	688,98	2,24
Total	1.240,86	3.487,38	14,18

Fuente: (Corporación Financiera Nacional, 2018)

Para finales del 2016, este sector productivo alcanzó exportaciones por un volumen de 253,02 millones de toneladas métricas, cifra por debajo a las reportadas en ese mismo periodo del año 2015, no obstante, al cierre del año 2017 los resultados fueron satisfactorios pues logró cubrirse el 122% del volumen de toneladas alcanzadas en el 2016. Como se puede inferir, a pesar del incremento del volumen exportado, los ingresos no observaron el mismo comportamiento debido al bajo precio del producto a nivel mundial.

Importaciones del sector Cacao

Las importaciones nacionales anuales durante el periodo comprendido entre los años 2013-2017, reportadas por el Banco Central del Ecuador y citadas por la Corporación Financiera Nacional (2018), indican el siguiente comportamiento mostrado en la Tabla 8.

Ecuador además de producir y exportar cacao y derivados, también importa cada año un pequeño volumen de productos derivados del cacao para consumo interno, las tendencias y expectativas a este respecto son de crecimiento progresivo.

Tabla 5. Importaciones Nacionales Por Año (2013-2017)

Año	TON Millones	FOB Millones USD	Toneladas Promedio (Millones USD)
2013	7.34	36.41	4.96
2014	783	39.75	5.089
2015	6.21	28.75	0.00
2016	5.61	25.42	4.53
2017	7.09	32.20	4.54
Total	34.08	162. 53	19.11

Fuente: (Corporación Financiera Nacional, 2018)

Indicadores Financieros del Actividad

En este sentido, se presenta el comportamiento del Estado de Resultados consolidado de la actividad del Sector, tanto de aquel dedicado al cultivo como al dedicado a la elaboración de Cacao, Chocolate correspondientes a los ejercicios económicos terminados al 31-12 de los años 2013-2014-2015-2016 (Ver Tabla 9)

Tabla 6. Estado de Resultados

Cuentas (Millones)	Cultivo de Cacao				Elaboración de cacao, chocolate			
	2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
Ingresos	45,97	61,83	58,97	34,18	103,77	110,72	112,69	117,40
Costos y Gastos	46,41	61,36	61,03	37,19	103,42	101,79	106,99	115,53
Utilidad Neta	0,93	1,24	0,65	0,47	2,82	11,74	9,99	4,77

Fuente: (Corporación Financiera Nacional, 2018)

Como puede evidenciarse para el período 2013 – 2016, se observa una contracción tanto en Ingresos, Costos y Gastos, así como en la Utilidad Neta, para el sector dedicado al Cultivo en un 26%, 20% y 49% respectivamente. Para el sector dedicado a la Elaboración de cacao, chocolate, se observa un comportamiento sostenido con tenencia al alza en todos los rubros de Ingresos, Costos y Gastos, Utilidad Neta equivalente al 13%, 12% y 69% respectivamente.

3.2 Organizaciones y estructura del Comercio Justo en Ecuador

En Ecuador, a partir de la década de los años 70's, comenzó la apertura de organizaciones tanto de productores como de productoras de actividades económicas enmarcadas dentro de la filosofía del Comercio Justo y de economía solidaria, todo con la finalidad de implementar la comercialización local e internacional de sus bienes bajo los principios que rigen este tipo de comercio. A continuación, se presenta la siguiente Tabla 9, contentiva con la cronología de organizaciones y estructura del Comercio Justo en Ecuador.

Tabla 7. Cronología de organizaciones y estructura del Comercio Justo en Ecuador

Fecha	Organización	Actividad
1970	Grupo Salinas en Guaranda	Desarrollo y comercialización de forma comunitaria de una gran diversidad de productos y servicios
1981	Camari	Comercializadora solidaria para promover el desarrollo de las comunidades
1985	Maquita Cushunchic - Hermanos (MCCH),	Puente entre productores y productoras campesinas con consumidores urbanos, afines a las Comunidades Eclesiales de Base, originariamente en el sur de Quito y luego en el resto del país
1990	Sinchi Sacha	Comercio con elemento de identidad cultural
1990	Chankuap	Influencia en aspectos sociales en la Amazonía
1990	Kuen	Influencia en aspectos sociales en el austro
1991	Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria (RELACC)	Fomentar la negociación comunitaria mediante la creación de redes nacionales de marketing solidario en América Latina
2003	Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ),	Oficialmente establecida en 2010 como Unión Nacional de Asociaciones Pequeños Productores Agropecuarios Certificados en Comercio Justo del Ecuador , agrupa a 11 organizaciones certificadas con Sello FLO y han desarrollado el Sello de Garantía SPP (Sello del Pequeño Productor) muy difundido en el Continente.

Fuente: (Marcillo, 2016)

Elaborado por: Autor de la Investigación

Las instituciones presentadas en la Tabla 9, se encuentran certificadas como organizaciones de organizaciones de Comercio Justo por la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO) a partir del año el 2011, impulsándolas a crear el Consorcio Ecuatoriano de Economía Solidaria y Comercio Justo del Ecuador, como un lugar de encuentro público, protección del comercio justo y el consumo responsable.

Es importante señalar que la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), está conformada por 10 grandes grupos que a continuación se detallan:

- FAPECAFES funciona desde 2002, y concentra siete agrupaciones de las provincias de Loja, Zamora Chinchipe y el Oro. Su finalidad es acumular la cantidad adecuada de café para exportarlo, mejorando los precios mediante procesos de negociación entre los actores y gestores, nacionales e internacionales del mercado del café, coadyuvando en la mejoras de la calidad de vida de las familias de los pequeños productores. Cuenta con aproximadamente 1449 agremiados.
- Asociación JAMBI KIWA, creada en 1997 y con personería jurídica a partir del 2001. Aglomera 30 colectividades ubicadas en cuatro zonas como Cumandá, Pallatanga, Alausí y Riobamba. Su finalidad es mejorar las condiciones de vida de

los socios, los cuales ascienden a 254, se encarga de comercializar plantas endémicas bajo diversas presentaciones tales como, infusiones, en polvo, granuladas, pero a la vez como productos medicinales y cosméticos, cuyo destino es tanto nacional como internacional, sus clientes más importantes son Japón, Unión Europea, Canadá, Estados Unidos, además tiene certificaciones orgánicas y de Comercio Justo, tales como OKO-Garantie BCS y Fair Trade FLO.

- COPROBICH, empresa corporativa que agrupa productores y es oficialmente reconocida por el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca (MAGAP), la mayoría de sus socios son miembros de la etnia Puruhá de 65 comunidades de los cantones Riobamba, Colta, Guamote, Guano y Penipe. Actualmente cuenta con 650 familias indígenas asociadas. Su producción consta de quinua, chocho, amaranto, trigo perlado, arroz de cebada. Su producción se exporta hacia Francia, Bélgica, Alemania y Canadá mediante la certificación FLO de Comercio Justo.
- Unidad Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral (UROCAL), tiene aproximadamente 600 socios provenientes de empresas productoras de banano y cacao. Comercializa al exterior banano orgánico, manteca de cacao, cacao orgánico, y polvo de cacao. Sus compradores más relevantes son Alemania, Canadá, Estados Unidos y Francia.
- Federación de Asociaciones Artesanales de Producción Cafetalera Ecológica de Manabí (FECAFEM), entidad constituida legalmente en el año 2004. Reúne productores de cinco organizaciones de cantones como 24 de Mayo, Olmedo, Jipijapa y Pajan. Sus asociados son aproximadamente 375, cuya producción es el café orgánico, y convencional. El producto convencional es exportado hacia Estados Unidos y Canadá, el orgánico se comercializa para Europa, primordialmente hacia Alemania, Francia y Bélgica. FECAFEM, tiene certificados por BCS Oko Garantie; de Mercado Justo FLO, y Sello de Pequeños Productores (SPP).
- La Asociación de Pequeños Productores Bananeros “El Guabo” (APPBG), es una empresa que comercializa hacia el mercado nacional e internacional. Suministra fruta fresca convencional (banano), orgánica (banano y baby banano); así como puré de banano (convencional y orgánico) a mercados europeos y norteamericanos.

Cuenta con importantes certificaciones como la FLO, en el marco del Comercio Justo, pero también certificados de producción orgánica EUREGAP y FDA.

- Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador (UNOCACE), es una entidad integrada por 18 agrupaciones de pequeños productores de cacao. Fue fundada en el año 1999, con el objetivo de favorecer el incremento de las ventas de los productores mediante el mejoramiento de los cultivos de Cacao. Cuenta con aproximadamente 1800 productores de Cacao nacional fino de aroma, localizados principalmente en las provincias de Guayas, Los Ríos, El Oro y Bolívar. Sus principales productos son Cacao en grano y licor del grano, Sus mercados más importantes lo constituyen Estados Unidos y la Unión Europea. Sus productos cuentan con certificación orgánica para la Unión Europea y NOP para Estados Unidos, Biosuisse y de la misma forma están certificados para el Comercio Justo (ESR y FLO).
- Federación de Organizaciones Negras y Mestizas del Sur Occidente de Esmeraldas, Atacames y Muisne (FONMSOEAM), se creó en el año 2000, su objeto consiste en apoyar al desarrollo organizativo, económico-social de las localidades autóctonas de la reserva ecológica del Mache Chindul, ubicada al suroccidente de la provincia de Esmeraldas, congrega a 350 grupos familiares de un total de 26 localidades. Sus productos comercializables son el Cacao orgánico, la barra de chocolate que menciona su origen y a la organización, el licor de Cacao, su destino comercial es nacional y tiene un mercado específico con Francia y ha sido certificado como producción orgánica, (BCS y ECOCERT) de la misma manera ostenta certificaciones de Comercio Justo (FLO).
- La Asociación Regional de Pequeños Productores Bananeros Cerro Azul, comenzó a funcionar en el año 200, su objetivo primordial se basaba en ayudar a la mejora de calidad de vida e ingresos familiares de sus asociados prestando asesoría técnica y financiación. Su producción es únicamente el banano orgánico y convencional, este se comercializa en los mercados de Comercio Justo hacia Estados Unidos y la Unión Europea. Sus productos están ampliamente certificados como orgánicos tanto para Estados Unidos como para Europa, de la misma manera están acreditados con certificados de Comercio Justo y algunos productores también cuentan con certificados de buenas prácticas agrícolas.

- La Corporación Fortaleza del Valle es una entidad que lidera a cinco organizaciones localizadas en el área del sistema de riego Carrizal – Chone. Fue instaurada en el año 2005 y no fue sino hasta el 2006 que adquirió su personalidad jurídica. Su finalidad es apoyar a la mejora socioeconómica de los productores de cacao asociados. Cuenta con 600 miembros objetivo es mejorar las condiciones. Su producción es el Cacao orgánico de fino aroma certificado orgánicamente y como producto del Comercio Justo.

3.3 Realidad del Comercio Justo del cacao en Ecuador

Acorde a lo propuesto por Marcillo (2016), en el Ecuador, actualmente el Comercio Justo involucra a instituciones como:

- Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS), cuya principal competencia es promover y auspiciar la Economía Popular y Solidaria en el Ecuador.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) que mediante su unidad de Coordinación de Redes Comerciales / CIALCO, fortalece la actividad agrícola y pecuaria a través de regulaciones, normas, impulsando la gestión del sector, implementando medidas que tiendan al desarrollo de las localidades rurales, cuyos resultados puedan verse cristalizados en la sostenibilidad económica y ambiental de los productores.
- Ministerio de Comercio Exterior (MCE), el cual mediante su unidad de Coordinación de Políticas de Exportaciones, tiene la responsabilidad de la formulación de políticas públicas en el marco del Comercio Justo de manera que los pequeños productores puedan insertarse con éxito en el comercio nacional e internacional de su producción.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), al está adscrito el IEPS y su intencionalidad es la eliminación de barreras que incidan desfavorablemente en la participación de las comunidades de la vida económica, política y social del país.
- Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), en cuyas atribuciones se concentra el impulso de herramientas que permitan un Comercio Justo en un mercado transparente y acorde a sus competencias, estimular el progreso del sector industrial y artesanal ecuatoriano, formulando y ejecutando políticas oficiales, proyectos que motiven la inversión e innovación tecnológica para producir bienes

con alto valor agregado y calidad suficiente para su comercialización en el mercado nacional e internacional.

- PROECUADOR: Instituto de Promoción de las Exportaciones e Inversiones, constituido para favorecer la exportación de bienes y servicios ecuatorianos enfocándose en la producción, sus actores y gestores con miras a la atracción de la inversión foránea y coadyuvando al logro de los objetivos estratégicos del Buen Vivir.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), institución creada para asegurar el alcance de los objetivos y diversas propuestas del Plan Nacional del Buen Vivir.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) cuya función es controlar las relaciones económicas de todas aquellas personas naturales y jurídicas sujetas a la LOEPS para asegurar la solidez del sector económico nacional.

En el Ecuador, el cacao exportado hacia la Unión Europea, Estados Unidos, Canadá y otros destinos, tiene certificación, en su mayoría, de producto ecológico o una acreditación de su producción en el marco del Comercio Justo, sin embargo, es pertinente saber los diferentes pasos para la obtención de este tipo de certificaciones para un productor, grupo de productores, asociaciones u otro tipo de organización interesadas.

En este caso es necesario, presentar los pasos requeridos para alcanzar este objetivo. Calderón-Rivera (2017), presenta las siguientes consideraciones a este respecto:

1. Creación de oportunidades para productores y productoras en desventaja económica.
2. Presentación de la documentación de soporte de la organización (reglamento, registros, estados financieros)
3. Personal contratado por la certificadora que realizará la auditoría a la organización.
4. Evaluación, análisis y presentación de resultados sobre la auditoría realizada a la organización (pág. 29).

Esta misma fuente señala que en Ecuador existen actualmente cuatro certificaciones de Comercio Justo, las cuales son: Fair For Life; Fairtrade Internacional; World Fair Trade Organization (WFTO) y Pequeños Productores. Acorde a lo sostenido por Marcillo (2016),

el 72% de las certificaciones concedidas en el año 2016 fue concedido por la Fairtrade Internacional, un 10% fue otorgado por Pequeños, el 7% fue impartido por WFTO y un 1% fue asignado por Fair For Life.

Por el momento, el Comercio Justo en Ecuador tiene dos objetivos: apoyar a los productores a escala internacional y promover, en un futuro, la comercialización de productos de manera local y así, cumplir con la cadena de valor global. El enfoque ligado primordialmente a exportaciones se debe a la inconsciencia del consumidor ecuatoriano y del poco o escaso apoyo de los gobiernos locales. Es por esta razón, que específicamente la producción nacional de cacao inmersa dentro del Comercio Justo se destina a la exportación.

Los productos nacionales que en el año 2016 lideraron las exportaciones de Comercio Justo son 4, el principal es el banano, luego le siguen las flores naturales, el Cacao y sus derivados y por último los aceites vegetales. La suma de todos ellos alcanzó el 94.82% de las exportaciones. A continuación se presenta la Figura 12 donde puede evidenciarse esta relación

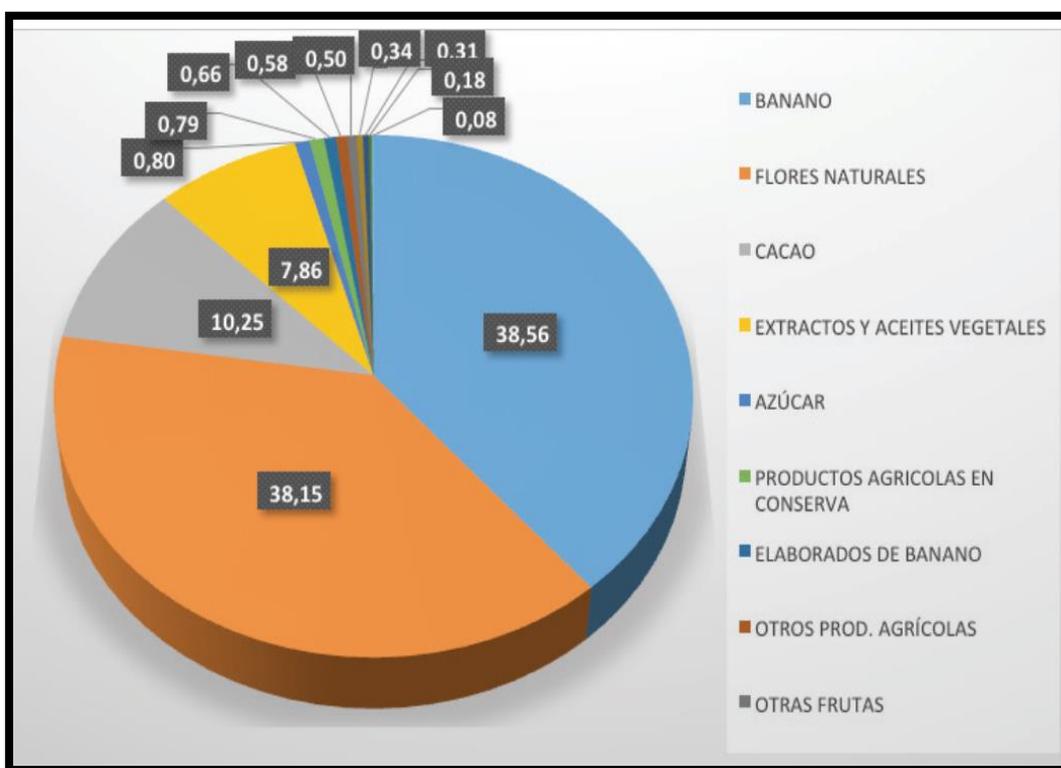


Figura 12. Productos de exportación mediante Comercio Justo 2016
Fuente: (Marcillo, 2016)

Un análisis de esta Figura 4 indica que del 100% de los productos exportados por esta vía comercial, el 10.25% equivale a la actividad económica derivada del cacao y sus productos procedentes de su elaboración.

Las exportaciones con vocación y reconocimiento de Comercio Justo al cierre del año 2016 señalaron que el banano, tal como lo evidencia la Figura 4 y los comentarios anexos, reportó ingresos por ventas al exterior por un monto de USD 53.28 millones que comparando esta realidad con respecto al año 2015 cuyas ventas alcanzaron USD 42.87 millones, evidencia un crecimiento y posicionamiento en el mercado mundial. Otros rubros significativos lo representan las flores (USD 37.28 millones), y el cacao y sus productos elaborados (USD 24.39 millones) (Calderón-Rivera, 2017).

A continuación, se presenta la Tabla 11 que reporta la Oferta de Productos de Ecuador con reconocimiento de Comercio Justo al mundo (en miles USD) donde puede apreciarse la participación del cacao y sus productos derivados para los años 2015 y 2016.

En la Tabla 11 puede evidenciarse con claridad, la ubicación relativa y absoluta de la participación económica del cacao con reconocimiento acreditable al Comercio Justo, en ambos años toda la exportación se realizó bajo esta modalidad comercial y en ambos periodos ocupó un rango importante en el total exportado.

Producto	Total de Exportaciones		Empresas y Asociaciones con sellos de CJ	
	2015	2016	2015	2016
Banano	2,731,459	2,655,342	42,874	53,284
Cacao (incluye chocolate)	812,382	750,030	30,287	24,392
Café (grano y elaborados)	19,858	19,020	964	964
Confección y textiles	106,464	99,985	83	33
Frutas secas y procesadas	215,679	206,450	498	531
Flores	819,939	802,461	36,981	37,280
Frutas Frescas	157,569	175,561	-	-
Jugo de Fruta	68,432	56,121	-	-
Oro	682,348	285,815	-	-
Hierbas y Especies	16,186	23,777	13	10
Miel	5	2	-	-
Quinua	6,003	4,850	670	460
Arroz	1,014	230	19	23
Balones Deportivos	5	10	-	-
Azúcar (incluye elaborados)	51,783	102,871	424	281
Té	1,594	1,341	89	46
Vegetales	125,987	136,994	14	31
Vino y otros alcoholes	492	389	-	170

Tabla 8. Oferta de Productos de Ecuador al mundo (en miles USD)
Fuente: (Calderón-Rivera, 2017)

3.4 El Comercio Justo para el cacao en América Latina

El Cacao como producto emblemático de la región, ha sido fuente de actividades económicas que han dinamizado sectores y regiones para generar desarrollo local, empoderamiento de habitantes en la definición de su destino, afianzamiento de una cultura de trabajo y respeto a la dignidad de sus semejantes, así como al entorno ambiental donde desarrollan su trabajo. Ha sido tan importante el papel del cacao en la historia, la cultura, la fuente de trabajo e ingreso familiar, que ha definido la vocación y orientación de regiones enteras de América Latina, el cacao ha sido la fuente de sustento de generaciones enteras, por ello se ha definido una Iniciativa Latinoamericana del Cacao (ILAC).

Esta Iniciativa, es una propuesta de CAF-Banco de Desarrollo de América Latina, para aprovechar las ventajas comparativas de la región en la producción y desarrollo del mejor

producto que es el Cacao Fino y Aromático. El mercado mundial del cacao ha observado un comportamiento creciente y muy enérgico, sobre todo en los últimos años. El sector productivo de Cacao tradicional, ha generado mundialmente una producción promedio de 4.192 millones de toneladas en el periodo 2014-2015. En consecuencia, el 72% de este volumen productivo proviene de África, el 10% de la región de Asia y Oceanía y el 18% restante lo aporta Latinoamérica, región que en promedio produce 744.000 toneladas (CAF, 2016).

A pesar del aporte relativo señalado en el párrafo anterior, es necesario aclarar que se trata de la producción de cacao convencional, no obstante, el Cacao Fino de Aroma, el más demandado por los mercados exigentes y con una capacidad de pago muy importante, es producido en América Latina. Esta producción se debe a las ventajas derivadas de la ubicación geográfica, la genética y la variedad y multiplicidad de los ecosistemas de la región. Esta ventajosa posición, es la clave que ha permitido la concentración de 7 de los 11 clúster genéticos del cacao (CAF, 2016).

La misma fuente indica que esta particularidad, ha favorecido la posición estratégica de Latinoamérica, como el más importante proveedor de esta variedad de cacao, cuyo segmento evidencia el crecimiento de mayor relevancia en comparación con todos los demás a nivel mundial (9% anual). Por ello la región, participa con el 80% de la producción global de Cacao Fino y de Aroma. Es por ello que, la mayoría de los productores de América Latina, exportan esta variedad de cacao.

The International Cocoa Organization (ICCO), en español, la Organización Mundial del Cacao, en un reporte del año 2015, a este respecto y citado por la CAF (2016), resume los siguientes aspectos (Ver Figura 13):

Highlights – Cacao Fino y de Aroma:

- Producción mundial: 243.303 ton.
- Producción Latinoamérica: 197.173 ton.
- Market Share América Latina: 81%
- Top 5 productores: Ecuador, República Dominicana, Perú, Venezuela y Colombia.
- Crecimiento del mercado: 9% al año. (200% superior al cacao genérico)
- Costo por Ton: Entre USD 3500 – USD 10.000

Fuente: ICCO , 2015

Figura 13. Cacao Fino de Aroma

Fuente: (CAF, 2016)

La alta demanda mundial del Cacao fino de aroma, continuará, estas son las apreciaciones de los expertos agrupados en la CAF-Banco de Desarrollo de América Latina y de otros organismos Internacionales como el ICCO, por ello, actualmente debe considerarse como la oportunidad de implementar iniciativas que impulsen la exploración e investigación, innovación y transformación-diversificación de la oferta.

La coyuntura orienta hacia la promoción de novedosas aplicaciones en segmentos del mercado como el fitofarmacéutico y el cosmético, conjuntamente fortalecer un posicionamiento especializado como primordial proveedor del segmento de alimentos, en la clasificación de chocolates prime.

En este mismo orden de ideas, el enfoque de mercado fundamentado en los principios del Biocomercio, representa la ocasión para impulsar una novedosa generación de unidades de negocios ambientalistas, con la propuesta de apoyar al desarrollo sostenible de la región. El respaldo a emprendimientos que propicien un bien o servicio ambiental partiendo del uso sostenible de la biodiversidad propia de cada país, se presenta como una oportunidad para alcanzar el desarrollo sostenible (CAF, 2016).

El sector industrial del cacao, tanto del cultivo como el de elaboración de productos derivados del mismo, en la región se circunscribe primordialmente en países como: Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Panamá, Perú, República Dominicana y Trinidad & Tobago; de esta relación de países, predominan Ecuador, Brasil y Perú en la producción y exportación. Sin embargo, para el resto de países de la región, aun cuando su participación en la producción es de menor relevancia, el Cacao persiste como elemento de importancia tanto para los ingresos nacionales como para la economía de las localidades.

Visto lo anterior, 388.841 familias latinoamericanas están dedicadas a la actividad cacaotera, cerca de 1.7 millones de personas obtienen algún beneficio de este cultivo, por tanto, para la subsistencia económica de los países involucrados, así como de la economía de los grupos familiares es indispensable, realizar inversiones que garanticen la producción de variedades de Cacao de alta calidad, con los requerimientos establecidos por el mercado global, así como la mejora continua de la formación y fortalecimiento de las capacidades de los peritos, expertos y productores (Observatorio del Cacao Fino y de Aroma para AL, 2017).

3.5 Factores de éxito del Comercio Justo en América Latina

Si bien el Comercio Justo funge como facilitador de beneficios para todos los actores de la cadena de producción y venta del cacao, es necesario que se produzcan vínculos en la relación comercial entre una empresa y su red de proveedores a largo plazo y de manera estable logrando así empatar con los principios del Comercio Justo: contribuir a la reducción de la pobreza y a la generación de ingresos desde el acompañamiento a través de apoyo técnico, elaboración de herramientas metodológicas e implementación de proyectos generados en alianza con actores estratégicos.

Uno de los factores que ha permitido que este movimiento tenga éxito en América Latina ha sido la implementación del Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP), iniciativa conjunta entre el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y los gobiernos locales, que promueve el desarrollo de los encadenamientos productivos y el mejoramiento en la competitividad de la red de proveedores; se orienta a mejorar la calidad, precio,

tiempo de entrega, servicio y asistencia técnica de los proveedores. De esta forma, las empresas aúnan esfuerzos para desarrollar propuestas en inclusión social y productiva.

El PDP se desarrolló en un principio en México con grandes empresas, posteriormente fue implementado por PNUD en El Salvador, y desde el año 2012 se adoptó por PNUD Colombia.

Acorde al párrafo precedente, en América Latina varias empresas han implementado este programa, optimizando eficiencia operacional en su cadena de valor y siendo más competitivas. Las principales mejoras se evidencian en los siguientes ámbitos:

- Mejora de costos aumentando la eficiencia de los proveedores.
- Modernización tecnológica.
- Incremento en la ganancia del productor.
- Abastecimiento con calidad, y precio competitivo.
- Mejora en tiempos de entrega.

Acorde a Karina García (2008), los resultados obtenidos a través del programa son los siguientes:

- Crecimiento de hasta 58 por ciento en el personal empleado.
- Más de 200 proveedores potenciales vinculados.
- Más de 80 proveedores desarrollados.
- Retorno sobre la inversión de cuatro a uno en el periodo de intervención.
- Aumento de utilidad neta hasta de 319 por ciento.
- Reducción de entregas fuera de tiempo de hasta 100 por ciento.
- Aumento de hasta 27 por ciento en ventas.

En la industria del cacao, uno de las empresas que ha aplicado el PDP es Nestlé, tanto en Ecuador como en diferentes países de Latinoamérica; el denominado Plan Cacao, ha logrado capacitar y mejorar la calidad de vida de más de 3.600 agricultores ecuatorianos. Sin embargo le hace falta promocionar esta iniciativa en sus productos, pues no todos los consumidores conocen sobre el tema.

Otro factor que ha permitido la implementación del Comercio Justo en los diferentes países de América Latina ha sido la puesta en marcha de campañas promoviendo esta tendencia. Así se han generado nuevas formas de comunicar este tema incentivando el consumo de productos provenientes de las organizaciones de productores de Comercio Justo.

3.6 Análisis comparativo del Comercio Justo en América Latina y el Ecuador

A efectos de presentar un análisis comparativo del Comercio Justo en América Latina, de forma que se pueda observar el comportamiento de Ecuador con el resto de los países de la región, se asumió el análisis correspondiente a la actividad industrial del Cacao en aspectos relativos a superficie cultivada, la producción total para los ejercicios 2016-2017, el volumen en TM de granos exportados para el año 2016, las exportaciones en miles de USD para el 2016, el promedio de exportaciones en TM para el periodo comprendido entre 2011-2014, el porcentaje de participación en la exportación mundial y por último el número de familias productoras de Cacao. Este análisis se presenta en la Tabla 12.

Tabla 9. Análisis del Mercado Justo del Cacao en América Latina

Indicadores de la Región Latinoamericana							
PAÍS	Hectáreas cultivadas	Producción Total (TM) 2016/2017	Volumen Exportado (TM en grano) 2016	Total Exportaciones (miles USD) 2016	Exportación (Promedio 2011 /2014) TM (ICCO Sept. 2015)	% Participación en la Exportación Mundial	# Productores (familias)
Bolivia	12.115	2.000	115	\$ 1.938	251	0,10%	8.300
Brasil	745.817	190.000	389	\$ 390.018			66.000
Colombia	180.000	55.000	10.449	\$ 136.655	5.577	2,29%	38.000
Costa Rica	4.000	700	410	\$ 11.892	276	0,11%	3.041
Ecuador	402.836	270.000	227.214	\$ 750.030	132.064	54,28%	100.000
México	61.600	30.000	169	\$ 660.784	891	0,37%	40.000
Panamá	3.000	1.000	435	\$ 3.056			2.000
Perú	144.000	105.000	61.888	\$ 293.197	24.690	10,15%	90.000
República Dominicana	150.912	80.000	107.298	\$ 302.339	25.956	10,67%	40.000
Trinidad & Tobago	4.000	500	365	\$ 4.801			1.500
TOTAL:	1.708.280	734.200	408.732	\$ 2.554.710	50.646	243.303	388.841

Fuente: Organización Internacional del Cacao (ICCO), Trademap.

Fuente: (Observatorio del Cacao Fino y de Aroma para AL, 2017)

Al observar la data presentada en la Tabla 11, puede evidenciarse que Ecuador ocupa el segundo lugar en la región en cuanto a superficie de hectáreas cultivadas, solo fue superada por Brasil, no obstante, el país lidera significativamente la producción total en TM de cacao producido en el periodo 2016-2017, la distancia con respecto a los demás países de la región es considerable también en todos los demás indicadores tales como el volumen en

TM de granos exportados para el año 2016, las exportaciones en miles de USD para el 2016, el promedio de exportaciones en TM para el periodo comprendido entre 2011-2014, el porcentaje de participación en la exportación mundial y por último el número de familias productoras de Cacao, llegando a alcanzar un porcentaje del 54.28% del total exportado mundialmente por América Latina al cierre del periodo estudiado. A continuación, se muestra la Tabla 13 demostrativa:

Tabla 10. Cuadro Comparativo de los productores de cacao Latinoamericano

País	Producción TM	Superficie cosechada (Has)	Productores	Productividad/hectárea	Exportaciones TM	Exportaciones USD	Importaciones TM	Importaciones USD	Consumo TM
Brasil	229.479	689.276	62.000	0,36 TM/ha	1.175	5.859.000	30.693	82.240.000	194.440
Colombia	48.242	107.728	27.000	0,42 TM/ha	7.216	20.580.000	5.107	14.318.000	42.700
Ecuador	193.154	402.434	90.000	0,38 TM/ha	183.647	508.865.000	26	60.000	5.160
México	28.700	117.000	41.000	0,24 TM/ha	621	1.465.000	21.529	63.495.000	65.400
Perú	77.093	97.658	45.000	0,65 TM/ha	36.951	111.663.000	289	671.000	16.200
Rep Dominicana	72.849	150.943	36.000	0,40 TM/ha	64.999	192.868.000	8	24.000	3.820
Venezuela	21.090	59.757	15.000	0,45 TM/ha	4.183	14.189.000	624	1.975.000	13.480
El Caribe *	9.000	36.000	5.000	0,30 TM/ha	5.000	15.200.000	20	80.000	3.000
Centroamérica **	15.000	21.000	25.000	0,28 TM/ha	4.200	9.500.000	2.000	2.000.000	15.000
TOTALES	694.607	1.681.796	346.000	0,38666667 TM/ha	307.992	880.189.000	60.296	164.863.000	359.200
* Jamaica, Haití, Trinidad y Tobago, Dominica y Granada									
** Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá									

Fuente: Elaboración Propia basada en datos de (Arvelo, Delgado, Maroto, Rivera, Higuera, & Navarro, 2016)

3.7 Análisis FODA del Comercio Justo del Cacao en Ecuador

A efectos de efectuar un análisis FODA del Comercio Justo del Cacao en Ecuador se asumirán los resultados obtenidos en la presente investigación (Ver Tabla 14).

Tabla 11. Matriz FODA del Comercio Justo del Cacao en Ecuador

<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ecuador es considerado como el primer productor mundial de cacao fino y de aroma 2. Apoyo institucional del sector oficial en las políticas de comercio justo del cacao. 3. Estructura productiva organizada desde los productores hasta los comercializadores 4. Productos certificados ecológicamente y en el marco del comercio justo. 5. Presencia nacional de certificadoras internacionales y nacionales. 6. Clima, geografía y diversidad de ecosistemas que favorecen la calidad del producto. 7. Empleo de la mano de obra local. 8. Iniciativas privadas en la producción y comercialización del Cacao, tanto tradicional como el Fino de Aroma. 9. Voluntad política de invertir en el sector para alcanzar su desarrollo. 	<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Poca competencia mundial en el mercado de Cacao Fino y de Aroma. 2. Preferencia mundial por productos alimenticios amigables con el ambiente. 3. Estimaciones a corto, mediano y largo plazo de la recuperación de la demanda mundial de Cacao y sus derivados. 4. Programa de desarrollo de proveedores no aplicado en el mercado. 5. Estimaciones de recuperación del precio mundial del cacao. 6. Voluntad de Cooperación Internacional de importantes empresas para la elaboración de chocolate prime y otros derivados. 7. Preferencia y crecimiento global por el Cacao Fino de Aroma 8. Mejoras en la calidad de vida y beneficios que recibe el agricultor. 9. Mayor enfoque en marketing y promoción del Comercio Justo. 10. La exportación realizada es únicamente de materia prima y al no transformarlo en un producto, se rompe la cadena de valor. 11. Inversión privada y pública para lograr culminar la cadena de valor y otorgar más beneficios a los productores.
<p>Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alta estructura de Costos y Gastos del sector nacional dedicado al cultivo de Cacao comprometiendo la Utilidad Neta del Sector 2. Producción y elaboración artesanal de importantes rubros del mercado del cacao desatendiendo la innovación tecnológica 3. Factores macroeconómicos nacionales que inciden sobre la competitividad del sector como costos de la mano de obra, trámites complicados, dificultad en la financiación de crédito público, entre otros. 4. Presencia de intermediarios en la cadena de distribución del Cacao 5. Costos elevados de maquinarias, equipos y tecnologías de producción e investigación. 6. Escaso marketing del Comercio Justo dentro del país que genera desconocimiento del tema en los ciudadanos. 	<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inestabilidad de precios actuales en el mercado internacional que afectan también los precios internos de los productores 2. Factores climáticos como El Niño 3. Plagas que afecten al cultivo del Cacao 4. Competencia por la capacidad proveniente de países productores de cacao commodity con estructuras de costos por debajo de los observados en Ecuador 5. Industrias foráneas de productos semi-elaborados y chocolate corriente altamente concentrada y competitiva 6. Países competidores productores de Cacao Fino y de Aroma en proceso de superar o alcanzar estándares de calidad 7. Avances en biotecnología y biocomercio capaces de lograr productos de Cacao en muy corto plazo 8. Reglamentos para la importación y aduanas.

Elaboración: Propia del Investigador

Es oportuno en este apartado presentar la Cadena de la Industria del Cacao en el marco del Comercio Justo (Ver Figura 6), pues ella permitirá la comprensión de las estrategias necesarias para el Sector.

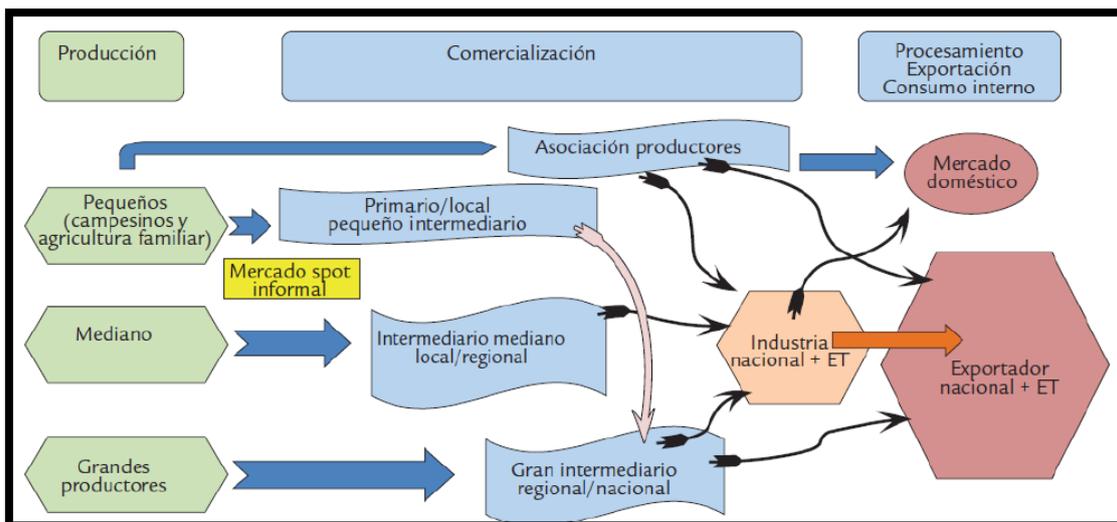


Figura 14. Cadena Del Cacao

Fuente: (Vassallo, Diferenciación y agregado de valor en la cadena ecuatoriana del cacao, 2017).

3.7 Estrategias para el mejoramiento del Comercio Justo del cacao a nivel de Ecuador

Tabla 12. Estrategias de mejoramiento

Fortalecer las competencias para las pequeñas unidades productoras, de campesinos, medianos y grandes productores relacionadas con el Comercio Justo	Integrar comisiones de trabajo con los actores involucrados para puntualizar las competencias de cada una de las unidades productivas y articular esfuerzos de apoyo técnico, insertando estas competencias en sus marcos operativos y normativos.
Divulgar en todas las unidades productivas, especialmente en las pequeñas unidades productoras todas las reglas, procesos y los principios del Comercio Justo para ratificar la voluntad, adhesión y aplicabilidad de estos por parte de los diferentes actores.	Formulación e implementación del plan de Divulgación de las normativa relativas al Comercio Justo, incluyendo la participación de los diversos actores y zonificar la difusión. Se procurará la participación oficial (gobiernos autónomos descentralizados). La divulgación incluirá elementos pedagógicos de acuerdo a las características del público y además contemplará todos los medios masivos de comunicación social, incluyendo a las redes sociales para formar a los actores y la ciudadanía.
Asimilar los estándares internacionales del Comercio Justo adecuados al Ecuador con protocolos característicos y propios por tipo de actores (Comercio Justo).	Caracterizar las tipologías de los diversos actores del Comercio Justo para adecuar los estándares y convencionalismos (protocolos) a la idiosincrasia ecuatoriana y a las particularidades de cada categoría de actor Delimitar los esquemas de Comercio Justo por tipología de actor, distinguiendo: <ul style="list-style-type: none"> • Asociaciones de pequeños productores • Instituciones de artesanos y artesanas • Miembros de la Agricultura Familiar Campesina • Empresas de la Economía Solidaria • Entidades privadas relacionadas con cadenas productivas y comerciales con pequeños productores y productoras • Instituciones empresariales del sector privado que acreditan mano de obra contratada • ONGs relacionadas con emprendimientos

	<p>de Comercio Justo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propagar estándares y protocolos • Generar conciencia y capacitar a los diferentes actores para su ejecución.
Desarrollar métodos para sensibilizar, formar y organizar en el marco del Comercio Justo del Cacao.	<ul style="list-style-type: none"> • Emprender campañas promocionales, para divulgar el Comercio Justo y su papel en la formación y fortalecimiento del modelo socioeconómico y solidario ecuatoriano. • Sugerir al Ministerio de Educación, mediante el Consejo de Educación Superior, la inclusión de objetivos relacionados al Comercio Justo en los pensum de estudios universitarios • Formular e implementar procedimientos asequibles para organizar a los productores de la Agricultura Familiar Campesina • Crear para su ejecución, mecanismos para apoyar la creación y organización de pequeños sectores de productores, artesanos, trabajadores, alrededor de productos del Comercio Justo.
Participar en procesos de investigación e innovación en productos del Comercio Justo	<ul style="list-style-type: none"> • Adelantar investigación de mercados basados en las necesidades de nuevos productos para nuevos nichos de mercado nacionales, regionales y globales en el marco del Comercio Justo del Cacao. • Involucrarse en misiones comerciales para observar y promocionar. Observar nuevas necesidades de otras latitudes y promocionar los productos • Difundir la información recabada de las propuestas innovadoras a los actores del Comercio Justo.
Desarrollar sistemas de calidad para productos del Cacao en el marco del Comercio Justo	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar los problemas de calidad más significativos por productos de Cacao y derivados por tipo de actor y rubro de producción • Formular y ejecutar el Plan de Calidad del Comercio Justo para corregir los problemas de calidad identificados • Coordinar con los diferentes actores la implementación del Plan de calidad, generando la sinergia en los diferentes procesos de la cadena del Cacao para lograr productos elaborados de alto valor agregado y calidad.
Disponer de dispositivos y mecanismos de participación y promoción de mercados para productos del Comercio Justo.	<ul style="list-style-type: none"> • Precisar el aporte responsable en la búsqueda de mercados de Comercio Justo en las oficinas comerciales del país ubicadas en el extranjero • Sugerir al Gobierno nacional la incorporación del tema de Comercio Justo en los Acuerdos de Cooperación internacional.
Incorporar los productos del Comercio Justo en el sistema de compras públicas	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitar el respaldo del IEPS a los actores del Comercio Justo para formarlos y capacitarlos en procesos de inserción al Sistema de Compras Públicas.
Mejora continua de la productividad y la competitividad de los productos del cacao en el marco del Comercio Justo	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar en los procesos productivos y administrativos de los actores del Comercio Justo, los problemas de productividad y rentabilidad. • Formular un plan de acción mancomunado para abordar las causas que inciden en la poca productividad y la limitada competitividad.

	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un Plan de trabajo para tecnificar la producción, incluyendo fertilizantes, recobro de los suelos, nuevas tecnologías ajustadas a la realidad, apoyo técnico técnica especializado en sitio, etc., elevando la productividad debido al conveniente manejo técnico y con estándares de calidad • Comunicar a los entes públicos correspondientes un Plan de acción y realizar acciones de incidencia para alcanzar su aprobación y recursos necesarios
<p>Aplicar el Programa de Desarrollo de Proveedores a la comercialización y producción del cacao.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar dentro de las empresas comercializadoras una planeación estratégica que conlleve las fases de ubicación, registro, diagnóstico y aprobación de sus productores. • Analizar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de cada punto levantado en la fase de planeación y construir planes de mejora a partir de ello. • Realizar capacitaciones a los productores respecto a procedimientos adecuados en la postcosecha y, sobre todo, promoviendo las prácticas ancestrales que se estaban perdiendo. • Accesibilidad a financiamientos y vinculación efectiva entre la empresa, instituciones financieras y los productores. • Impulsar la asociatividad de los pequeños y medianos productores creando coordinaciones que representen a los mismos.
<p>Fomentar la inversión empresarial y pública para culminar la cadena de valor y otorgar más beneficios a los productores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incluir dentro de Ley Orgánica para el Fomento Productivo, incentivos como exoneración de Impuesto a la Renta y su anticipo para atraer a las empresas a vincularse al Comercio Justo y exportar productos bajo esta modalidad. Al ser parte de una comercialización justa, los productores de Ecuador deben invertir, al menos un 25% de su remuneración, en estrategias que mejoren la productividad y la calidad del cacao. La inversión se sustenta para enfrentar el envejecimiento actual de los árboles, las enfermedades de los cultivos y el uso ineficiente de pesticidas y fertilizantes, sean orgánicos o agroquímicos. Además, el presupuesto destinado a la productividad del cacao incrementaría los ingresos de los agricultores, quienes podrían reinvertir en sus tierras y prevenir a conversión de terrenos infértiles en tierras de cultivo. • Formulación y aplicación de un plan promocional del cacao en el mercado nacional mediante el respaldo de las oficinas comerciales. • Posicionar el concepto de Comercio Justo en el mercado nacional, a través de campañas y ferias nacionales donde se presenten los diferentes exportadores de cacao y evidencien su trabajo e innovaciones futuras.

Elaboración: Propia del Investigador

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

En el Ecuador, la actividad agrícola del cultivo de cacao, se encuentra ubicada y centralizada en las provincias de Guayas, Pichincha y El Oro. La Provincia de Pichincha, concentra la mayor cantidad de empresas (32) para elaborar industrialmente los productos derivados del Cacao y fabricación de Chocolate.

En el periodo comprendido entre el año 2013 al 2016, la producción de Cacao y derivados, así como la superficie cosechada de la planta, observó un incremento porcentual equivalente al 38% y 13% respectivamente.

Para el periodo Enero 2015-Enero 2018, el precio del Cacao Cacao CCN1 almendra seca, al productor observa un comportamiento que sobrepasa los 1.000 USD por tonelada de este producto en el periodo enero 2015- octubre 2016, posteriormente se observa un valor por debajo de esta cifra con tendencia a la baja, desde USD 916 Noviembre 2016 hasta USD 712 en enero de 2018. La misma tendencia se observa en el cacao Fino de Aroma y el Precio Internacional del Cacao.

Especialistas del área, tanto a nivel nacional como internacional, coinciden en que la disminución del precio internacional del Cacao y sus derivados se debe a la baja demanda, factores climáticos, la caída de los ingresos de los consumidores finales, la acumulación de inventarios por parte de los grandes demandantes del producto a nivel internacional, la crisis en Europa y China en cuanto a materias primas, la sobreoferta proveniente de África

Para finales del 2016, el sector productivo del Cacao alcanzó exportaciones por un volumen de 253,02 millones de toneladas métricas, cifra por debajo a las reportadas en ese mismo periodo del año 2015, no obstante, al cierre del año 2017 los resultados fueron satisfactorios pues logró cubrirse el 122% del volumen de toneladas alcanzadas en el 2016. Se puede inferir que, a pesar del incremento del volumen exportado, los ingresos no observaron el mismo comportamiento debido al bajo precio del producto a nivel mundial.

La Institucionalidad oficial ecuatoriana que estimula, promueve e impulsa el Comercio Justo se encuentra representada por el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS); el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG); el Ministerio de Comercio Exterior (MCE); el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES); el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO); PROECUADOR; la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).

En el Ecuador existen actualmente cuatro certificaciones de Comercio Justo, las cuales son: Fair For Life; Fairtrade Internacional; World Fair Trade Organization (WFTO) y Pequeños Productores.

Los productos nacionales que en el año 2016 lideraron las exportaciones de Comercio Justo son 4, el principal es el banano, luego le siguen las flores naturales, el Cacao y sus derivados y por último los aceites vegetales.

La producción de cacao con la modalidad de Comercio Justo se destina únicamente a consumo internacional, la comercialización en el mercado nacional no es efectiva debido al escaso conocimiento del tema en el país.

Ecuador es considerado como el mayor productor y exportador de Cacao Fino y de Aroma, el cual representa el producto preferido por los mercados más exigentes y sus precios superan los del Cacao Tradicional o Convencional.

La innovación en el sector Cacao orienta hacia la promoción de aplicaciones en segmentos del mercado como el fitofarmacéutico y el cosmético, conjuntamente con el posicionamiento especializado del segmento de alimentos, en la clasificación de chocolates prime.

Ecuador ocupa el segundo lugar en América Latina en cuanto a superficie de hectáreas cultivadas, solo superada por Brasil, no obstante, el país lidera significativamente la producción total en TM de cacao producido en el periodo 2016-2017, la distancia con respecto a los demás países de la región es considerable también en todos los demás indicadores tales como el volumen en TM de granos exportados para el año 2016, las exportaciones en miles de USD para el 2016, el promedio de exportaciones en TM para el periodo comprendido entre 2011-2014, el porcentaje de participación en la exportación mundial y por último el número de familias productoras de Cacao, llegando a alcanzar un

porcentaje del 54.28% del total exportado mundialmente por América Latina al cierre del periodo estudiado.

Las conclusiones de las entrevistas efectuadas al sector agricultor-productor del Cacao son las siguientes:

- En un pasado reciente el intermediario se ubicaba en un sitio específico y se dedica a la compra de Cacao, los productores se acercaban directamente al intermediario para averiguar el precio y venderle su producto. Cada productor trabajaba por su cuenta, no existía un precio justo por parte del intermediario ni la calidad del producto tenía importancia.
- Los agricultores-productores desconocían el precio del producto a nivel de comercialización internacional y nacional, este era ocultado por el Intermediario. El agricultor vendía a los intermediarios y perdía la utilidad que realmente debía ganar. Adicional al precio, el Intermediario podía hacer perder al productor en 2 factores más: peso y calificación (calidad del producto).
- En cuanto a pagos, con el intermediario, este siempre se cancelaba al momento de la transacción, por lo que el productor estaba acostumbrado a un desembolso instantáneo.
- En la actualidad, los agricultores-productores comenzaron a averiguar los precios en el mercado nacional e internacional y comenzaron a vender los productos a los compradores (compañías diferentes a los intermediarios), a la hora de negociar consideran donaciones, capacitaciones, centros de trabajo para el productor, capital de trabajo proporcionado, tiempos de pago.
- Los productores comenzaron a asociarse para negociar, fortalecer el poder de representación gremial y a la hora del pago a las empresas compradoras, este se hace en un lapso mayor pudiendo llegar mayores tiempos que los ofertados por los intermediarios, sin embargo, las asociaciones pueden ahora cancelar al productor y después compensar a futuro con el pago de las empresas compradoras.
- El precio se establece acorde a los montos que señale la bolsa de valores ese día, ahora se entiende completamente el entorno que gira alrededor del precio del producto y por qué en ciertas ocasiones no conviene la venta.
- Reciben compensaciones económicas por parte de las empresas compradoras por las buenas prácticas y certificaciones obtenidas por el producto.

- Todavía hay agricultores-productores que trabajan con los intermediarios.
- La calidad del Cacao ecuatoriano se mantiene con el tiempo, esto le ha otorgado reconocimiento a nivel mundial. La almendra del Cacao es manejada adecuadamente para mejorar sabor que pueda competir con los de otros países. Otro factor de éxito es que hoy en día ya no se utiliza productos químicos cuestionados mundialmente en los cultivos, haciendo del producto uno más saludable para el consumo final.
- Se han otorgado certificaciones internacionales como UTZ y los productores conocen los mismos estándares que la competencia internacional y así estimulan la competitividad.
- Se trata de un ganar – ganar: gana el agricultor al vender directamente su cacao a la industria dedicada a la elaboración de chocolate y sus derivados a un mejor precio y con mayor productividad; además de beneficios sociales como capacitaciones, ayuda a la comunidad, beneficios medio ambientales y beneficios en calidad de su cosecha.
- Los agricultores-productores que se asocian para negociar con las compañías productoras de derivados del Cacao en el marco del Comercio Justo valoran esta nueva modalidad e indican su voluntad de nunca volver a negociar con los Intermediarios, quienes no recompensan a estos por sus buenas prácticas del manejo silvicultural, ni aportan a las comunidades algún tipo de beneficios.
- Actualmente reciben capacitación para mejorar su producto para competir en el mercado del Comercio Justo.
- Reconocen que en otros países del área los agricultores-productores son primero y resultan tan beneficiados como los otros miembros de la cadena productiva.
- Los agricultores-productores sugieren y recomiendan al Gobierno Nacional que brinde las herramientas necesarias para que el productor sea competitivo y salga adelante con su producción pues perciben que actualmente no existe presencia gubernamental.
- Sugieren al sector privado estar en contacto con el medio donde se produce y comercializa el producto para apreciar la realidad y mejorar los apoyos necesarios, no cuantitativamente sino cualitativamente.

Las conclusiones o hallazgos obtenidos al consultar al sector empresarial que comercia directamente con los agricultores-productores de cacao en Ecuador son las siguientes:

- El beneficio de comerciar directamente con los productores en el marco del Comercio Justo, es crear valor compartido afianzando el vínculo con la comunidad y fortaleciendo nuestra filosofía como empresa.
- En 2007 al comenzar a trabajar con grupos de agricultores que no tenían en mente el trabajo en equipo, eran personas dispersas donde cada uno veía por su beneficio. El resultado institucional fue haber logrado dar una directriz a todos estos productores para su capacitación y formación en el tema del Cacao; adicionalmente se fomentó la asociatividad y esto permitió que los agricultores tener la confianza de vender directamente el producto. Actualmente se trabaja con asociaciones, agricultores independientes, entre otros.
- Se trata de un ganar – ganar: gana el agricultor al vender directamente su cacao a la industria dedicada a la elaboración de chocolate y sus derivados a un mejor precio y con mayor productividad; además de beneficios sociales como capacitaciones, ayuda a la comunidad, beneficios medio ambientales y beneficios en calidad de su cosecha.
- Se compra a agricultores independientes, a agricultores a través de asociaciones y a un representante que tenemos en cada comunidad. El transporte desde los centros de producción hacía la empresa corre por cuenta del comprador evitando que el agricultor-productor tenga que trasladarse desde su lugar de origen hacia un lugar muy distante para entregar su producto.
- El precio justo se garantiza ya que el comercio del Cacao es una competencia: donde está el representante de la empresa compradora hay 10 o 15 personas más queriendo comprar Cacao, entonces si se ofrece buen precio al representante y este no lo ofrece o mejora otras opciones, el resultado será que no le van a vender a él. El agricultor es muy inteligente, tiene varias opciones para decidir a quién vender y vende donde ve un precio razonable, aunque no tenga beneficios. La misma agresividad en la compra-venta del producto hace que se manejen precios justos. Adicional a esto, al cotizar en la Bolsa, los productores pueden acceder a la información disponible y verificar si los precios suben o bajan.
- Se cree que la empresa más alineada a nivel país es Nestlé. Los beneficios recibidos por los agricultores por parte de Nestlé comparados con el aporte del resto de empresas, se puede evidenciar que no existe mayor inversión o trabajo comunitario por parte de estas.

- Actualmente existen 90 exportadores de cacao, de estos 90 únicamente 2 trans nacionales hacen algo para fomentar e incentivar el desarrollo rural, pero esto es muy superficialmente. Por esto veo a Ecuador muy distante de alcanzar el modelo de Comercio Justo de manera general, puede ser que el precio siempre sea competitivo pero el agricultor no tiene ningún beneficio adicional como escuelas de campo, capacitaciones, etc.
- Como factor clave de éxito en la producción de Cacao, se encuentra la calidad del grano caracterizado por el Cacao Fino de Aroma o Cacao Nacional. Primero tiene las características organolépticas o propiedades de calidad del Cacao; luego podemos hablar de la evolución en volumen que hemos experimentado, con corte a 2017 Ecuador exportó aproximadamente más de 300 mil toneladas de Cacao convirtiéndonos así en el mayor productor de Latinoamérica.
- De manera general, todos los exportadores que se enfoquen en el mercado del Cacao deben trabajar también la creación de valor compartido. No solamente darle un buen precio al agricultor, si no en darle beneficios adicionales como mejorar la calidad de sus fincas; mejorar condiciones sociales y ambientales, y finalmente, enfocarse en tema de ganar – ganar.
- Los logros que se han dado en Ecuador en lo que es comercio justo y sus diferencias con el modelo con intermediarios son los siguientes:

Factores	Logros y diferencias con el modelo de intermediario
<i>Tiempos de entrega</i>	Esto depende, por ejemplo: cuando un agricultor independiente pacta con nosotros un precio, no nos entrega enseguida el producto y lo mismo pasa con el intermediario, no podemos comparar un representante que tiene infraestructura más grande para el secado del grano con un pequeño agricultor que depende de factores climáticos (que haga bastante sol) para secar su cacao. Únicamente cuando el agricultor dispone previamente de producto listo para venta, la entrega se efectúa inmediatamente después de la negociación y esto no ocurre muy seguido.
<i>Trabajo infantil, equidad de género</i>	En temas de cacao no existen problemas de trabajo infantil. En cuanto a equidad de género, la tendencia es que el 88% son hombres y el 12% son mujeres.
<i>Cuidado al medio ambiente</i>	Este tema ha mejorado bastante, pues las certificaciones que pedimos a nuestros agricultores exigen bastante cuidado ambiental.

4.2 Recomendaciones

Los agricultores-productores deben mancomunadamente favorecer el proceso asociativo comunitario para reforzar e impulsar su poder de negociación y de representación para mejorar los precios de sus productos y lograr desde este escenario gremial el impulso, la

presión para alcanzar la formulación e implementación de políticas favorecedoras para este sector de la cadena productiva.

Este proceso favorecedor de la asociación del sector agricultor-productor debe contener como estrategia la sensibilización de aquellos otros pares, mediante la información cuantificada y evidenciada de las mejoras alcanzadas por las comunidades y de los beneficios económicos al trabajar prescindiendo del uso de Intermediarios. Informar de la diferencia de precios y de otros beneficios conexos como la capacitación y formación.

El sector productor debe promover la investigación, desarrollo e innovación en materia genética para mejorar la calidad competitiva del producto estrella en el sector, el Cacao Fino y de Aroma, pues es el de más demanda en los mercados exigentes de países de altos ingresos y que son socios comerciales del Ecuador, aunado que es el que representa el producto mejor pagado a nivel internacional. En tal sentido, coordinar con los organismos especializados y con el sector académico investigador ubicado en las prestigiosas universidades del país.

Fortalecer la cadena de valor del cacao minimizando la participación de los intermediarios y procurando la venta directa, lo cual beneficiaría a toda la cadena, sincerando los costos y gastos generados por estas figuras.

Reforzar la investigación e innovación para incorporar la tecnología necesaria en el país y generar productos con mayor valor agregado en este sector industrial, especialmente en el Cacao Fino de Aroma, con sus respectivos productos derivados como el Chocolate Premium, el licor de Cacao, el Chocolate Negro, entre otros. De la misma manera fortalecer la incursión en el mercado fitofarmacéutico y cosmético que actualmente demanda derivados del Cacao.

El sector privado dedicado a la compra directa de la producción de cacao a los agricultores-productores, debe participar con más énfasis en la generación de un valor compartido que mejore las condiciones de vida de los productores, sus comunidades, mejorar la calidad de sus fincas; mejorar condiciones sociales y ambientales, y finalmente, enfocarse en un relación ganar – ganar.

El sector oficial dedicado a la agroindustria nacional, al igual que en otras industrias de este sector, debe conceder el mismo apoyo y respaldo a la producción del Cacao, ya que Ecuador es el primer productor de Cacao Fino y Aroma del mundo, reconocido por los

países consumidores y que a su vez son de altos ingresos, lo cual favorecería un ingreso de divisas al país, así como la diversificación productiva de la agroindustria nacional.

Considerar para su implementación de las Estrategias para el mejoramiento del Comercio Justo del Cacao a nivel de Ecuador planteadas en la presente investigación.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade-Egas, F. (2017). Comercio justo o economía solidaria. *Revista AFESE-Temas Internacionales- Vol 49, No 49*. Recuperado de <http://www.revistaafese.org/ojsAfese/index.php/afese/article/view/562>, 103-118.
- ANECACAO. (2015). *EL CACAO, UNO DE LOS MÁS SIGNIFICATIVOS SÍMBOLOS DE NUESTRO PAÍS*. Obtenido de Asociación Nacional de Exportadores de Cacao-Ecuador: <http://www.anecacao.com/index.php/es/quienes-somos/cacao-en-ecuador.html>
- Arvelo, M., Delgado, T., Maroto, S., Rivera, J., Higuera, I., & Navarro, A. (2016). *Estado actual sobre la producción y el comercio del cacao en América*. San José de Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) y Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco A.C. (CIATEJ).
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Oficial Año II - Quito Miércoles 29 de Diciembre del 2010 - N° 351.
- Asamblea Nacional. (2011). *LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO*. Quito: Registro Oficial 444 de 10-may-2011.
- CacaoNet. (2012). *Una estrategia mundial para la conservación y uso de los recursos genéticos de cacao, como la Fundación para una Economía Cacaotera Sostenible*. Montpellier,France: Bioversity International.
- CAF. (2016). *Iniciativa Latinoamericana del Cacao*. Caracas-Venezuela: CAF-Banco de Desarrollo de América Latina.
- Calderón-Rivera, J. S. (2017). *EL COMERCIO JUSTO COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR PRODUCTIVO DE VINCES: CASO CACAO Y DERIVADOS*. GUAYAQUIL – ECUADOR: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL-FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS. Recuperado de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/22282/1/JOSELYN%20STEFANIA%20OCALDERON%20RIVERA%20TT.pdf>.

- Ceccon-Rocha, B., & Ceccon, E. (2010). La red del Comercio Justo y sus principales actores. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM- ISSN 0188-4611, Núm. 71. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/igeo/n71/n71a8.pdf>, pp. 88-101.*
- CEPAL , & CLAC. (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. Santiago de Chile y San Salvador: MARCO COSCIONE Y NANNO MULDER- EDITORES.
- Chehab, C. (2011). *Cadena del Cacao*. Quito: Observatorio del Comercio Exterior.
- CLAC. (2017). *Comercio Justo*. Obtenido de JUNTAS Y JUNTOS POR UN COMERCIO JUSTO: <http://clac-comerciojusto.org/comercio-justo/introduccion/comercio-justo/>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Quito: Decreto Legislativo 0, Registro Oficial 449 de 20-oct-2008, Última modificación: 13-jul-2011.
- Corporación Financiera Nacional. (2018). *FICHA SECTORIAL: Cacao y Chocolate*. Quito: GDGE – SUBG. DE ANÁLISIS E INFORMACIÓN.
- Fedecacao. (30 de Enero de 2017). *LOS PRECIOS DEL CACAO BAJAN POR FACTORES EXTERNOS*. Obtenido de Federación Nacional De Cacaoteros - Colombia: <http://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/noticias/324-los-precios-del-cacao-bajan-por-factores-externos>
- Fedecacao. (31 de Enero de 2017). *Los precios del Cacao bajan por factores externos* . Obtenido de Federación Nacional de Cacaoteros (FEDECACAO): <http://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/noticias/324-los-precios-del-cacao-bajan-por-factores-externos>
- Finol, T., & Nava, H. (2006). *Procesos y Productos en la Investigación Documental*. Maracaibo-Estado Zulia: Editorial de la Universidad del Zulia EDILUZ.
- Fuentes-Romero, J., & Rodríguez-Fernández, V. (2009). Una revisión bibliográfica de los estudios comparativos: su evolución y aplicación a la ciencia de las bibliotecas. *Revista Interamericana de Bibliotecología* , pp 411-433.

- González, J., Arévalo, J., Moreira, G., & Pesantez, H. (2018). Análisis de los beneficios económicos del Ecuador por el acuerdo con la unión europea. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Marzo ISSN: 1696-8352. Recuperado de <http://www.eumed.net/2/rev/oel/2018/03/beneficios-economicos-ecuador.html>, 1-12.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, & Baptista-Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación, Sexta Edición*. México, .F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- International Cocoa Organization. (3 de January de 2017). *What is Fine or Flavour Cocoa?* Obtenido de Fine or Flavour Cocoa: <https://www.icco.org/about-cocoa/fine-or-flavour-cocoa.html>
- León-Villamar, F., Calderón-Salazar, J., & Mayorga-Quinteros, E. (2016). Estrategias para el cultivo, comercialización y exportación del cacao fino de aroma en Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI-Vol. 9 - N° 18, Junio, 45 - 55*.
- Loayza-Ramos, F. (2018). *Análisis de la cadena productiva del cacao ecuatoriano para el diseño de una política pública que fomente la productividad y la eficiencia de la producción cacaotera período 2007-2016*. Quito: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-FACULTAD DE ECONOMÍA. Recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14635/Tesis%20Fernando%20Loayza%20Versi%C3%B3n%20final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Marcillo, C. (2016). *VIVE- Comercio Justo*. Quito: UTE-Ecuador.
- Mascorro-Sepúlveda, R. (2017). Aproximación a un modelo de negocio de comercio justo en una comunidad sustentable . *Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente*. Recuperado de <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/5280/Aproximaci%C3%B3n%20a%20un%20modelo%20de%20negocio%20de%20comercio%20justo%20en%20una%20comunidad%20sustentable.pdf?sequence=2>, 1-22.
- Méndez-Chávez, P. (2018). *ANÁLISIS DEL DESEMPEÑO EXPORTADOR A PARTIR DEL MODELO DE GESTIÓN EMPRESARIAL BASADO EN EL COMERCIO JUSTO EN LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE BANANO DE LA REGIÓN*

PIURA DEL 2013 AL 2016. Lima - Perú : Universidad Privada del Norte.

Recuperado de

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12981/M%C3%A9ndez%20h%C3%A1vez%20Paola%20Lisset.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Ministerio de Comercio Exterior. (2016). *CRECEN LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE COMERCIO JUSTO Y SU PRIMER MERCADO ES EUROPA*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior:

<http://www.comercioexterior.gob.ec/crecen-las-exportaciones-ecuatorianas-de-comercio-justo-y-su-primer-mercado-es-europa/>

Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones. (5 de abril de 2016). *150 800 PEQUEÑOS PRODUCTORES FORMAN PARTE DE LA CADENA EXPORTADORA DE COMERCIO JUSTO*. Recuperado el 23 de septiembre de 2018, de Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones: <https://www.comercioexterior.gob.ec/150-800-pequenos-productores-forman-parte-de-la-cadena-exportadora-de-comercio-justo/>

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (2016). *Cancillería intensifica la iniciativa de “Comercio Justo” en el Ecuador*. Obtenido de Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana: <http://www.cancilleria.gob.ec/cancilleria-intensifica-la-iniciativa-de-comercio-justo-en-el-ecuador/>

Observatorio del Cacao Fino y de Aroma para AL. (2017). *¿Por qué un Observatorio Regional de Cacao?* Caracas: CAF-Banco de Desarrollo de América Latina.

Programa de las Naciones Unidas. (2014). ANÁLISIS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA DE DESARROLLO DE PROVEEDORES EN EMPRESAS BASE DE LA PIRAMIDE 2014. *Programa de Desarrollo de Proveedores*, 6.

Ríos, F., Ruiz, A., Lecaro, J., & Rehpani, C. (2017). *Estrategias país para la oferta de cacao especiales -Políticas e iniciativas privadas exitosas en el Perú, Ecuador, Colombia y República Dominicana*. Bogotá, D.C.: Editorial Fundación Swisscontact Colombia. Recuperado de https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Colombia/Documents/Content/Estrategias_Pais_Cacaos_Especiales.pdf.

- Senplades . (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida* . Quito, Ecuador: REPÚBLICA DEL ECUADOR-CONSEJO NACIONAL DE PLANIFICACIÓN (CNP).
- Senplades. (2014). *Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Versión resumida ISBN 978-9942-07-691-5*. Quito, Ecuador: REPÚBLICA DEL ECUADOR-CONSEJO NACIONAL DE PLANIFICACIÓN.
- Vassallo, M. (2015). *Diferenciación y agregado de valor en la cadena ecuatoriana del cacao*. Quito: IAEN.
- Vassallo, M. (2017). Diferenciación y agregado de valor en la cadena ecuatoriana del cacao. *Revista R e p i q u e, e n e r o, N ú m . 1*, 23-43.
- World Fair Trade Organization. (2017). *History of fair trade*. Obtenido de Recuperado de <https://wfto.com/about-us/history-wfto/history-fairtrade>.

ANEXOS

ENTREVISTAS

Objetivo: Conocer desde el punto de vista de expertos y de productores de cacao, la situación actual de la producción de cacao en Ecuador, el comercio justo existente para este producto y el entorno comparativo de comercio justo del país en relación a Latinoamérica.

Primer productor entrevistado. -

Nombre: Darwin Campos

Ubicación: Cantón Naranjito

Asociación a la que pertenece: Asociación de Agricultores Agropecuaria San Francisco

Cargo: Presidente

1. ¿De qué manera se da la cadena productiva entre productor, intermediarios y compradores, para los pequeños y medianos productores de cacao en Ecuador?

El intermediario se ubica en un sitio y se dedica a la compra de cacao, los productores son quienes se acercan a vender al intermediario. El intermediario ocultaba los precios, solamente ellos sabían costos y cantidades de venta; el productor ignoraba mucha información y no pintaba como proveedor directo de la empresa. El intermediario se llevaba todo el trabajo, lo que debíamos ganar nosotros se llevaban ellos ya que busca lucrar. Todo lo ganado es para él.

Ahora los productores analizan la industria y deciden a que empresa venderán tomando en cuenta factores como: donaciones, capacitaciones, centros de trabajo para el productor, capital de trabajo proporcionado, tiempos de pago. Ahora el comprador sabe quién producen el cacao y hay un precio muy diferente al que ofrecía el intermediario, el productor conoce el precio que se ofrece día a día y las razones de la fluctuación.

En cuanto a pagos, con el intermediario el pago siempre era ese mismo momento, por lo que el productor estaba acostumbrado a un desembolso instantáneo. Inicialmente la empresa pagaba a la semana de la entrega del producto. Sin embargo, ahora la asociación

cuenta con fondos para pagar inmediatamente al productor y posteriormente reciben el pago de la empresa.

2. ¿Qué características tiene el cacao ecuatoriano como producto, comparativamente a nivel internacional?

La calidad del cacao ecuatoriano se mantiene con el tiempo, esto lo hace reconocido a nivel mundial. Los productores dan un buen manejo a la pepa de cacao para que tenga un buen sabor y similitud al de otros países. Otro factor de éxito es que hoy en día ya no utilizamos productos químicos en los cultivos, haciendo de nuestro producto mucho más saludable para el consumo final.

Adicionalmente, al manejarnos con certificaciones internacionales como UTZ sabemos que tenemos los mismos estándares que la competencia internacional y así somos competitivos.

3. ¿Considera que existe un comercio justo para los pequeños productores de cacao?

Sí, ahora contamos con mejores precios y mejoras en nuestra calidad de vida. Trabajar directamente nos ha dado varios beneficios, no solo laborales si no personales.

El cambio de modelo de trabajo con intermediarios a trabajar con el comprador directamente es algo que no cambiaríamos, sería retroceder en todo el avance que tenemos.

4. ¿Cuáles son los factores de éxito del Ecuador en relación a América Latina en relación a comercialización de cacao?

El productor va aprendiendo, se va preparando y familiarizándose con el cultivo de cacao; anteriormente existía mucho desconocimiento de este tema.

5. ¿Conoce el tratamiento y precios que se dan a nivel internacional en relación al cacao?

Sí, nosotros estamos siempre al tanto de los precios y cantidades que se manejan a nivel internacional. De esta forma evitamos perder en la venta. Sabemos que hay días en que los precios suben y otros en los que bajan; debemos estar a la expectativa de esta información para poder fijar nuestro precio de venta y no quedarnos con producto o perder dinero.

6. ¿Conoce usted cómo se encuentra Ecuador en cuanto a Comercio Justo en relación a otros países de América Latina?

Si, sabemos que en otros países el productor es primero. Siempre recibe ayuda por parte del gobierno. Lamentablemente en Ecuador el panorama es diferente: el productor es quien más trabaja y menos recibe, es explotado y no recibe un precio justo. Las empresas son quienes lucran por lo trabajado en el campo.

7. ¿Cuáles serían sus recomendaciones o consideraciones de mejoramiento en relación al tema de producción y comercio justo en la producción de cacao para pequeños y medianos productores?

La recomendación es que el gobierno se involucre más con la agricultura, tal como lo ha hecho la empresa privada, y brinden mayor apoyo al campesino. Deben poner mayor atención al ámbito laboral y sus derivados dentro del campo como, por ejemplo: salud, seguridad, medicina, remuneración y tiempo de trabajo. No deben olvidar que el campo alimenta a la ciudad.

Es importante también que brinden información respecto a los procesos que debe seguir el campesino para poder regularizar su venta o producción, por ejemplo, cuándo recurrir al Ministerio de Agricultura o que nos den mayor acceso a conocer sobre las nuevas leyes en las que estamos involucrados.

Otra consideración de mejoramiento es en cuanto a las capacitaciones al productor, incrementar el nivel de las mismas nos permite brindar un mejor producto cambiando malas prácticas por unas que garanticen un producto de calidad.

Segundo productor entrevistado. -

Nombre: Benito Quito

Ubicación: Cantón Naranjito

Asociación a la que pertenece: Asociación de Productores Agrícolas Hermanos Quito

Cargo: Presidente

1. ¿De qué manera se da la cadena productiva entre productor, intermediarios y compradores, para los pequeños y medianos productores de cacao en Ecuador?

Anteriormente cada productor trabaja por su cuenta, no existía un precio justo por parte del intermediario ni la calidad del producto tenía importancia. Para vender al intermediario cada productor se acercaba y preguntaba cuánto está dispuesto a pagar y este pago no era lo que nosotros aspirábamos. Adicionalmente nunca conocíamos el precio real al que nuestro cacao era vendido luego del intermediario

Ahora que trabajamos directamente con el comprador (empresa) y a través de la asociación, recibimos mejores tratos, herramientas de trabajo y mejoras económicas con los precios justos que recibimos por lo que vendemos. La cadena productiva funciona de la siguiente manera: cada socio trae su cacao al centro de acopio, nosotros nos encargamos del tratamiento del mismo y entregamos la producción al comprador. El precio se maneja acorde a los montos que señale la bolsa de valores ese día, ahora entendemos completamente el entorno que gira alrededor del precio de nuestro producto y por qué en ciertas ocasiones no nos conviene vender. El beneficio que tenemos ahora es que gracias a la certificación UTZ, por cada venta realizada recibimos \$3 adicionales. Es un reconocimiento que brinda la empresa por el cumplimiento de las buenas prácticas y certificación obtenida.

2. ¿Qué características tiene el cacao ecuatoriano como producto, comparativamente a nivel internacional?

Con un buen manejo, nuestro cacao tiene mayor aroma y esto lo hace más apreciado en el exterior. Así mismo la fermentación que damos a cada cosecha permite mejorar la calidad del producto.

3. ¿Considera que existe un comercio justo para los pequeños productores de cacao?

No, todavía existen productores que trabajan con intermediarios. Esto no está controlado y hay personas que continúan perdiendo al trabajar con este modelo.

4. ¿Cuáles son los factores de éxito del Ecuador en relación a América Latina en relación a comercialización de cacao?

Hoy en día el productor recibe capacitaciones respecto al manejo del cultivo, manejo de la poda, cosecha y proceso del cacao. Anteriormente conocíamos esto, pero no de una manera tan teórica y específica, únicamente por lo que aprendíamos en la familia; con esto los cultivos mejoraron, así como relación comercial que llevamos.

5. ¿Conoce el tratamiento y precios que se dan a nivel internacional en relación al cacao?

A diario nuestro comprador nos envía el precio que hay en el mercado vía mensajes. Antes nos enterábamos únicamente por la radio o el periódico.

6. ¿Conoce usted cómo se encuentra Ecuador en cuanto a Comercio Justo en relación a otros países de América Latina?

Nos encontramos enrumados en el camino del Comercio Justo, aún hace falta entender los factores que inciden en la oferta y demanda para que el productor este satisfecho con la venta.

7. ¿Cuáles serían sus recomendaciones o consideraciones de mejoramiento en relación al tema de producción y comercio justo en la producción de cacao para pequeños y medianos productores?

La empresa privada debe estar en contacto con el medio donde se comercializa el producto viendo la realidad, ya que desde la oficina todo se maneja con números, pero en el campo la situación es diferente.

Tercer productor entrevistado. -

Nombre: Euro Orellana

Ubicación: Cantón Naranjito

Asociación a la que pertenece: Asociación de Productores Agrícolas Hermanos Quito

Cargo: Socio

1. ¿De qué manera se da la cadena productiva entre productor, intermediarios y compradores, para los pequeños y medianos productores de cacao en Ecuador?

El agricultor vendía a los intermediarios y perdía la utilidad que realmente debía ganar, no sabían el precio al que se vendía el cacao a los exportadores. Adicional al precio, el intermediario podía hacer perder al productor en 2 factores más: peso y calificación (calidad del producto).

Viendo esto, los productores empezaron a tocar varias puertas de empresas privadas, pero nadie les abría las puertas. Cuando lograron una relación directa con el comprador principal, empezaron a tomar un rol de micro empresarios y manejan toda la relación comercial por sí mismos.

2. ¿Qué características tiene el cacao ecuatoriano como producto, comparativamente a nivel internacional?

Las multinacionales empiezan a exigir cada vez más la calidad del cacao, ya que están sujetos a regulaciones a nivel internacional. Esto hace que nuestro cacao se perfeccione mucho más.

3. ¿Considera que existe un comercio justo para los pequeños productores de cacao?

No, los productores que no han logrado trabajar directamente con una empresa aún reciben precios bajos y no están bajo el Comercio Justo.

4. ¿Cuáles son los factores de éxito del Ecuador en relación a América Latina en relación a comercialización de cacao?

La comercialización del cacao es una fuente sustentable tanto para el agricultor como para el país, esto acelera el proceso y permite la agilidad en la comercialización.

5. ¿Conoce el tratamiento y precios que se dan a nivel internacional en relación al cacao?

Manejamos los precios acorde a la bolsa de valores, así quitamos el paradigma de que la empresa impone el precio y despertamos el conocimiento del productor. Por esto conocemos a diario los precios que se manejan a nivel mundial.

6. ¿Conoce usted cómo se encuentra Ecuador en cuanto a Comercio Justo en relación a otros países de América Latina?

No tengo claro el enfoque de fuera.

7. ¿Cuáles serían sus recomendaciones o consideraciones de mejoramiento en relación al tema de producción y comercio justo en la producción de cacao para pequeños y medianos productores?

La recomendación es que el Gobierno brinde las herramientas necesarias para que el productor sea competitivo y salga adelante con su producción pues actualmente no existe presencia gubernamental. De esta forma les dan una oportunidad de crecimiento.

Debe existir también un ente gubernamental dedicado exclusivamente a incentivar y regular la calidad del producto y la compra/venta del mismo.

Personal administrativo entrevistado.-

Nombre: Christian Saavedra

Ubicación: Guayaquil

Institución a la que pertenece: Nestlé Ecuador S.A.

Cargo: Jefe de Plan Cacao

1. ¿Cuáles son los beneficios que ha obtenido la empresa al trabajar con el modelo de Comercio Justo?

El beneficio es crear valor compartido afianzando el vínculo con la comunidad y fortaleciendo nuestra filosofía como empresa.

1. ¿Cuáles son los resultados que han obtenido al trabajar con Comercio Justo?

En 2007 Nestlé empieza a trabajar con grupos de agricultores que no tenían en mente el trabajo en equipo, eran personas dispersas donde cada uno veía por su beneficio. Nuestro resultado fue haber logrado dar una directriz a todos estos productores para que puedan capacitarse y educarse mucho más en el tema del cacao; adicionalmente fomentamos la asociatividad y esto permitió que los agricultores tengan la confianza de vendernos directamente el producto. Actualmente trabajamos con asociaciones, agricultores independientes, entre otros.

2. ¿Cuáles son las principales características del Comercio Justo en el Ecuador?

Se trata de un ganar – ganar: gana el agricultor al vender directamente su cacao a la industria dedicada a la elaboración de chocolate y sus derivados a un mejor precio y con

mayor productividad; además de beneficios sociales como capacitaciones, ayuda a la comunidad, beneficios medio ambientales y beneficios en calidad de su cosecha.

3. ¿Cómo funciona su cadena de compra de abastecimiento de cacao? y ¿cómo garantizan un precio justo para los agricultores?

Compramos a agricultores independientes, a agricultores a través de asociaciones y a un representante que tenemos en cada comunidad. Esto funciona así: traer el cacao de Esmeraldas a Guayaquil toma unas 10 horas, por lo que el pequeño agricultor no va a darse este viaje solo para entregar su producto; lo que hace el representante de Esmeraldas es recibir el cacao de este productor en y asume todos los costos y riesgos de envío. Tanto el productor como el representante reciben las capacitaciones necesarias para llevar a cabo su trabajo.

El precio justo se garantiza ya que el comercio del cacao es una competencia: donde está nuestro representante hay 10 o 15 personas más queriendo comprar cacao, entonces si nosotros damos un buen precio a nuestro representante y el representante no da un buen precio, el resultado será que no le van a vender a él. El agricultor es muy inteligente, tiene varias opciones para decidir a quién vender y vende donde ve un precio razonable, aunque no tenga beneficios. La misma agresividad en la compra-venta del producto hace que manejemos precios justos.

Adicional a esto, ya que cotizamos en bolsa, los productores pueden acceder a la información disponible y verificar si los precios suben o bajan.

4. ¿Existen más empresas en el mercado del cacao que trabajan bajo el modelo de Comercio Justo?

Yo creería que la empresa más alineada a nivel país es Nestlé. Si comparamos los beneficios que reciben nuestros agricultores con el trabajo del resto de empresas, se puede ver que no existen mayor inversión o trabajo comunitario.

Actualmente existen 90 exportadores de cacao, de estos 90 únicamente 2 trans nacionales hacen algo de desarrollo rural, pero muy superficialmente. Por esto veo a Ecuador muy distante de alcanzar el modelo de Comercio Justo de manera general, puede ser que el precio siempre sea competitivo pero el agricultor no tiene ningún beneficio adicional como escuelas de campo, capacitaciones, etc.

5. ¿Cuáles son los factores de éxito del Ecuador en relación a América Latina en relación a comercialización de cacao?

La calidad de nuestro grano caracterizado por el cacao fino de aroma o cacao nacional. Primero tenemos las características organolépticas o propiedades de calidad del cacao; luego podemos hablar de la evolución en volumen que hemos experimentado, con corte a 2017 Ecuador exportó aproximadamente más de 300 mil toneladas de cacao convirtiéndonos así en el mayor productor de Latinoamérica.

6. ¿Cuáles serían sus recomendaciones o consideraciones de mejoramiento en relación al tema de producción y comercio justo en la producción de cacao para pequeños y medianos productores?

De manera general, todos los exportadores que se enfoquen en cacao deben trabajar también en creación de valor compartido. No solamente darle un buen precio al agricultor, si no en darle beneficios adicionales como mejorar la calidad de sus fincas; mejorar condiciones sociales y ambientales, y finalmente, enfocarse en tema de ganar – ganar.

7. ¿Cuáles son los logros que se han dado en Ecuador en lo que es comercio justo y sus diferencias con el modelo con intermediarios, que usted puede identificar en los siguientes ámbitos:

Factores	Logros y diferencias con el modelo de intermediario
<i>Tiempos de entrega</i>	Esto depende, por ejemplo: cuando un agricultor independiente pacta con nosotros un precio, no nos entrega enseguida el producto y lo mismo pasa con el intermediario, no podemos comparar un representante que tiene infraestructura más grande para el secado del grano con un pequeño agricultor que depende de factores climáticos (que haga bastante sol) para secar su cacao. Únicamente cuando el agricultor dispone previamente de producto listo para venta, la entrega se efectúa inmediatamente después de la negociación y esto no ocurre muy seguido.
<i>Trabajo infantil, equidad de género</i>	En temas de cacao no existen problemas de trabajo infantil. En cuanto a equidad de género, la tendencia es que el 88% son hombres y el 12% son mujeres.
<i>Cuidado al medio</i>	Este tema ha mejorado bastante, pues las certificaciones que pedimos a

ambiente	nuestros agricultores exigen bastante cuidado ambiental.
----------	--













