



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ESTRATEGIA PARA INCREMENTAR LAS EXPORTACIONES DE  
SECTOR CACAOTERO EN EL ECUADOR, PERIODO 2020-2021

NOBLECILLA ROMERO JHONSON ENRIQUE  
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA  
2021



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**ESTRATEGIA PARA INCREMENTAR LAS EXPORTACIONES DE  
SECTOR CACAOTERO EN EL ECUADOR, PERIODO 2020-2021**

**NOBLECILLA ROMERO JHONSON ENRIQUE  
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**MACHALA  
2021**



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

EXAMEN COMPLEXIVO

ESTRATEGIA PARA INCREMENTAR LAS EXPORTACIONES DE SECTOR  
CACAOTERO EN EL ECUADOR, PERIODO 2020-2021

NOBLECILLA ROMERO JHONSON ENRIQUE  
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

BENITEZ LUZURIAGA FRANCISCO VLADIMIR

MACHALA, 27 DE ABRIL DE 2021

MACHALA  
27 de abril de 2021

# BCG CHOCOLATE GOURMET

*por* Jhonson Noblecilla

---

**Fecha de entrega:** 13-abr-2021 10:16p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1558708689

**Nombre del archivo:** Proyecto\_Cacao\_Itimo\_TURNITIN.docx (43.01K)

**Total de palabras:** 3841

**Total de caracteres:** 20767

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, NOBLECILLA ROMERO JHONSON ENRIQUE, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado ESTRATEGIA PARA INCREMENTAR LAS EXPORTACIONES DE SECTOR CACAOTERO EN EL ECUADOR, PERIODO 2020-2021, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 27 de abril de 2021



NOBLECILLA ROMERO JHONSON ENRIQUE  
0703518985

## **RESUMEN**

La producción de cacao en Ecuador presenta inconvenientes de participación de todos los sectores. No hay equidad en la participación de mercado entre ellos, por lo que los pequeños agricultores no tienen las mismas oportunidades que los demás. El objetivo de este trabajo es identificar las causas que afectan la producción y comercialización de cacao en pequeñas fincas de las parroquias del Ecuador, crear estrategia para incrementar las exportaciones de sector cacaotero, identificando el potencial del chocolate gourmet a través del análisis estratégico de la matriz Boston Consulting Group BCG. Desde el año 2015 al 2019, según datos obtenidos de la plataforma Saiku SRI, la exportación de cacao ha decrementado, es por eso que se debe optar por estrategia para incrementar las exportaciones de este producto .El sector del cacao orgánico aún no ha sido considerado siendo este un sector emergente en los últimos años, es necesario que se incremente el apoyo a este sector, ya que al ser un mercado nuevo los productores no cuentan con la suficiente experiencia ni tampoco cuentan con los recursos necesarios para poder desarrollar este nuevo nicho de producción y exportación.

### **Palabras clave**

exportaciones, sector, cacaotero, chocolate, gourmet, bcg

## **ABSTRACT**

Cocoa production in Ecuador presents drawbacks for the participation of all sectors. There is no equity in market share between them, so small farmers do not have the same opportunities as others. The objective of this work is to identify the causes that affect the production and commercialization of cocoa in small farms in the parishes of Ecuador, create a strategy to increase exports of the cocoa sector, identifying the potential of gourmet chocolate through the strategic analysis of the Boston Consulting Group BCG matrix.. From 2015 to 2019, according to data obtained from the Saiku SRI platform, cocoa exports have decreased, which is why a strategy must be chosen to increase exports of this product. The organic cocoa sector has not yet been considered This being an emerging sector in recent years, it is necessary to increase support for this sector, since being a new market, producers do not have enough experience nor do they have the necessary resources to be able to develop this new niche of production and export.

Keywords

exports, sector, cocoa, chocolate, gourmet, bcg

## **ÍNDICE**

**RESUMEN 4**

**ABSTRACT 5**

**1. INTRODUCCIÓN 7**

**2. DESARROLLO 8**

**2.1. Marco Teórico 8**

**Problema 8**

**Objetivo 8**

**Comercio internacional 8**

**Matriz Boston Consulting Group – BCG 9**

**La producción de cacao en el Ecuador 11**

**Asociación Nacional de Exportadores de Cacao - Ecuador  
(ANECACAO) 13**

**Cacao fino de aroma 14**

**2.2. Solución del reactivo 15**

**2.3. Matriz BCG 17**

**3. CONCLUSIONES 19**

**4. BIBLIOGRAFÍA 21**

**Gráfico de Exportaciones de cacao en el Ecuador desde el año  
2015 al 2019 14**

**Tabla 1. Exportaciones de cacao en el Ecuador desde el año 2015 al  
2019 14**

**Tabla 2. Matriz BCG 17**



## 1. INTRODUCCIÓN

El cacao es una fruta tropical considerada como uno de los productos de mayor exportación del Ecuador por su aroma. En 2010, el sector cacaotero tenía una participación del 11% en las exportaciones y era necesario impulsar la productividad en beneficio del sector agropecuario.

En la actualidad el cultivo de esta planta es considerado como emprendimiento en áreas rurales, enfocados principalmente en el cultivo sostenible de la fruta.

En el presente trabajo se plantea que la balanza comercial del Ecuador es deficitaria, y se busca incrementar las exportaciones del sector cacaotero, identificando el potencial del chocolate gourmet a través del análisis estratégico de la matriz Boston Consulting Group BCG. Uno de los atributos de la excelente calidad del cacao en el Ecuador es su forma de producción inclusiva y asociativa, por lo que hay más de 100.000 familias que lo producen. Para los ecuatorianos, el cacao es el símbolo de nobleza y prosperidad económica, lo que ha identificado a nuestra fértil tierra desde antes de que fuera república.

En Ecuador, las fincas de tamaño mediano tienen una superficie que varía de 10 a 50 hectáreas, las cuales abarcan más de 3500 hectáreas en total, y representan cerca del 64% de la producción de cacao. Las grandes fincas de más de 50 hectáreas ocupan 1185 hectáreas, el 22% del total agrícola; y, las pequeñas fincas, de menos de 10 hectáreas que se encuentran esparcidas en todo el territorio corresponden 764 hectáreas, el 14% de la tierra con actividades agroproductivas. (Anecacao, 2021)

En Ecuador, el cultivo del cacao se ha identificado comúnmente en las diferentes plantaciones desde la época colonial, y actualmente se estima que existen alrededor de 500.000 hectáreas de tierra cacaotera, cultivadas en aproximadamente 100.000 fincas. Sin embargo, este producto no está bien pagado en las pequeñas fincas por el abuso que

adquieren por parte del comprador, ya que el producto se paga por debajo del 50% del valor real, lo que afecta la economía familiar.

## 2. **DESARROLLO**

### 2.1. **Marco Teórico**

#### ***Problema***

Los pequeños agricultores ubicados en las parroquias al vender o exportar sus productos no obtienen el precio razonable de los compradores, perjudicando significativamente a los pequeños agricultores que no tienen ningún recurso para vivir. Si bien existen diferentes asociaciones u organizaciones como Pro-Ecuador, Ane-cacao, Con-cacao, Corporación Fortaleza del Valle, entre otras, relacionadas con la compra de cacao, no se considera que estén asociados a los pequeños productores de cacao, solo quienes se permiten fincas medianas y grandes. Por lo tanto, no tienen opciones que favorezcan recibir el pago razonable por la venta de sus productos, lo que genera descontento e insatisfacción porque esto afecta sus intereses, tales como:

- a) adquisición de químicos para combatir plagas,
- b) adquisición de semillas para adelantar sus cultivos,
- c) el dinero necesario para mantener a sus familias.

Por otro lado, no pertenecer a una asociación les impide tener beneficios como orientación para el correcto cultivo de productos, oportunidades de crédito que les permitan avanzar con su producción, entre otros.

#### ***Objetivo***

Analizar la estrategia para incrementar las exportaciones de sector cacaotero en el Ecuador.

#### ***Comercio internacional***

Las relaciones internacionales están regularizadas por una serie de criterios formales e informales que buscan controlar la gestión y promover la cooperación entre estados que muchas veces, actúan bajo la incertidumbre, la desorganización o los intereses individuales y/o colectivos que caracterizan al viejo y nuevo orden internacional. Esa normativa es parte del régimen internacional de comercio y el de propiedad intelectual, Industrial. (Flores, 2007)

Una ventaja importante de los regímenes internacionales es que hacen más viables los acuerdos ya que proporcionan marcos para establecer responsabilidades legales (pero que no significan siempre responsabilidades vinculantes). Mejoran la cantidad y la calidad de la información disponible para los agentes. O reducen los costos de transacción tales como los costos de organización. «En la medida en que los regímenes internacionales pueden corregir defectos institucionales en la política mundial en cualquiera de estas tres dimensiones (responsabilidad, información, costos de transacción), pueden volverse recursos eficaces para el logro de fines estatales.

Al régimen internacional de comercio se lo puede definir como «un conjunto interrelacionado de reglas no discriminatorias acordadas por los países participantes que lo sustentan, que regula las políticas gubernamentales que inciden en el comercio. Estas reglas pueden enmarcarse dentro del plano multilateral, regional o bilateral. Para el presente estudio haré referencia a aquellas que funcionan en el plano multilateral.

### ***Matriz Boston Consulting Group – BCG***

La matriz BCG fue creada en 1968 por el fundador de BCG, Bruce Henderson. Fue publicado en uno de los ensayos cortos y provocativos de BCG, llamado Perspectives. En el apogeo de su éxito, fue utilizada por aproximadamente la mitad de todas las empresas de Fortune 500; hoy en día, sigue siendo fundamental en las enseñanzas de estrategia de las escuelas de negocios. (Smith, 2016)

La matriz BCG es, en pocas palabras, un marco de gestión de cartera que ayuda a las empresas a decidir cómo priorizar sus diferentes negocios. Es una tabla, dividida en cuatro cuadrantes, cada uno con su propio símbolo único que representa un cierto grado de rentabilidad: signos de interrogación, estrellas, mascotas (a menudo representadas por un perro) y vacas de efectivo. Al asignar cada negocio a una de estas cuatro categorías, los ejecutivos podrían decidir dónde concentrar sus recursos y capital para generar el mayor valor, así como dónde reducir sus pérdidas. (Segovia & Sánchez, 2014)

Está diseñada para ayudar con la planificación estratégica a largo plazo, para ayudar a una empresa a considerar oportunidades de crecimiento mediante la revisión de su cartera de productos para decidir dónde invertir, discontinuar o desarrollar productos. También se conoce como la matriz de crecimiento / participación. La matriz se divide en 4 cuadrantes según un análisis del crecimiento del mercado y la participación relativa del mercado, como se muestra en el diagrama a continuación:

Perros: Son productos de bajo crecimiento o cuota de mercado.

Interrogante: Productos en mercados de alto crecimiento con baja participación de mercado.

Estrellas: Productos en mercados de alto crecimiento con alta participación de mercado.

Vacas: productos en mercados de bajo crecimiento con alta participación de mercado

Para aplicar la Matriz de BCG, puede pensar que muestra una cartera de productos o servicios, por lo que tiende a ser más relevante para empresas más grandes con múltiples servicios y mercados. Teniendo en cuenta cada uno de estos cuadrantes, aquí hay algunas recomendaciones sobre acciones para cada uno:

Productos perros: el consejo de marketing habitual aquí es tratar de eliminar cualquier perro de su cartera de productos, ya que son una pérdida de recursos. Sin embargo, esto puede ser una simplificación excesiva, ya que es posible generar ingresos continuos con un costo mínimo.

Productos interrogantes: como sugiere el nombre, no se sabe si se convertirán en una estrella o caerán en el cuadrante de los perros. Estos productos a menudo requieren una inversión significativa para impulsarlos al cuadrante estrella. El desafío es que es posible que se requiera una gran inversión para obtener un rendimiento.

Productos estrella: puede ser el líder del mercado, aunque requiere una inversión continua para mantenerse. Generan más retorno sobre la inversión que otras categorías de productos.

Productos vaca: la regla simple aquí es "¡Ordeñar estos productos tanto como sea posible sin matar a la vaca! A menudo, productos maduros y bien establecidos.

Se utiliza el modelo como una descripción general de sus productos, en lugar de un análisis detallado. Si la participación de mercado es pequeña, se usa el eje de 'participación de mercado relevante' que se basa en sus competidores en lugar de en todo el mercado.

### ***La producción de cacao en el Ecuador***

Lo pequeños propietarios de fincas pequeñas y medianas dedicadas al cultivo del Cacao Nacional no reciben apoyo financiero del Gobierno Central o de las agencias relevantes debido a varios problemas, entre ellos: No están asociados con agencias gubernamentales, por lo que no recibir cualquier tipo de consejo que les ayude a incrementar sus cosechas y sacarles provecho.

Su trabajo genera bajos ingresos, incidiendo en la falta de educación de las familias, quienes optan por enviar a sus hijos a diferentes escuelas de la localidad con gran dificultad debido a que no cuentan con los recursos económicos suficientes poniendo en riesgo a sus seres queridos por muchas veces deben caminar a lugares distantes hasta su casa. Las familias generan muchos gastos en su vida diaria y tienen mucha necesidad de la orientación del gobierno para mejorar sus ingresos.

No cuentan con recursos económicos para fumigar sus plantaciones, las cuales están afectadas por la “plaga del sauce y la retama”, principal enfermedad que ataca al cacao. Estos factores están afectando a muchos agricultores que han optado por vender su tierra porque prefieren recibir el dinero para dedicarse a otra actividad que les permita vivir mejor y de esta manera ayudar a sus familias. Sin embargo, no es lo correcto ya que toda su vida ha luchado por mantener su tierra y producirla.

El cultivo de Cacao alcanzaba 2018 hectáreas y según la Organización Internacional del Cacao, Ecuador ocupa el cuarto lugar en la producción y exportación a nivel mundial de Aroma Fino Cacao, cubriendo el 60% de la producción mundial, considerando algunos factores que benefician que tales como: responsabilidad social y ambiental, liderazgo, conducta ética, conocimiento y preparación para el cultivo, lo que ha permitido que este sector cacaotero en su mayoría se sienta satisfecho y motivado para continuar con esta actividad agrícola.

Sin embargo, este organismo está dando mayor atención a los propietarios de grandes fincas, lo que afecta a otros campesinos que tienen sus tierras con cultivos que no pueden mantener por falta de asesoría y asistencia del gobierno. El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca de Ecuador impulsa un proyecto para reactivar Cacao fino de aroma; sin embargo, esto no cubre a todas las familias que trabajan en esta actividad.

Por otro lado, existen problemas de asesoramiento y planificación para quienes dedican su tiempo a esta labor; sin embargo, muchas familias no saben cómo controlar el dinero que se obtiene de la venta de cacao, lo que genera problemas para invertir en su plantación. Si bien actualmente existen normativas para el cultivo y producción del Cacao Nacional en Ecuador, las condiciones del cacaotero se establecen de acuerdo a estrategias con visión empresarial y comercial que ayudan a los agricultores a conformar la gran cadena de valor que apunta a la

sustentabilidad y sustentabilidad, enfoque que sigue un proceso de producción desde el inicio, es decir, desde la cosecha hasta su industrialización

Sin embargo, para los pequeños cacaoteros, la obtención de los recursos económicos no es manejable, es decir, no cuentan con un programa de capacitación y sensibilización que pueda ser la vía para mejorar la adquisición de los recursos económicos que benefician a las familias campesinas en estos lugares.

### ***Asociación Nacional de Exportadores de Cacao - Ecuador (ANECACAO)***

El sector cacaotero del país está representado por la ANECACAO, encargada de velar por los intereses de los productores y exportadores de cacao. Este organismo trabaja en conjunto con entidades gubernamentales que favorecen el desarrollo y uso de este producto. Para Ecuador, tiene grandes alternativas para expandir mercados, ya que el cacao ecuatoriano es reconocido mundialmente y es considerado uno de los mejores del mundo, por su calidad y sostenibilidad productiva.

Según ANECACAO, en 2019, la exportación de cacao afectó una fuerte caída del 42% durante marzo y abril de 2019. Sin embargo, a partir de mayo de 2019 se presentó un comportamiento irregular en el volumen de exportación, mostrando un promedio de 1.4 toneladas mensuales. No obstante, nuestro país tiene una creciente producción de cacao con una característica registrada e insuperable, sin embargo, debido a los cambios climáticos; las cosechas registraron una reducción sustancial de 30.000 TM en 2015.

Desde el año 2015 hasta el 2019, según los datos obtenidos en el SRI, las exportaciones en el sector cacaotero han decrementado. Esta problemática, crea un impacto negativo en la economía del país, puesto que el cacao ecuatoriano es un producto muy demandado en el extranjero, y más aun con el impacto negativo que la pandemia ha causado en el año 2020.



## Exportación de cacao en el Ecuador

**Año    Exportaciones**

2015    506.890.862

2016    466.949.881

2017    371.144.367

2018    366.545.451

2019    354.222.549

2.065.753.109

Tabla 1. Exportaciones de cacao en el Ecuador desde el año 2015 al 2019. Recuperado de la plataforma Saiku SRI

En el siguiente gráfico se puede observar el decaimiento de las exportaciones de cacao en el Ecuador.



Ilustración 1. Gráfico de Exportaciones de cacao en el Ecuador desde el año 2015 al 2019.

Realizado por el autor.

### ***Cacao fino de aroma***

El cacao es originario de América y se encontró en Ecuador en el siglo XVII, siendo Cristóbal Colón el primer europeo en descubrirlo al llegar a lo que hoy es Nicaragua, en Centroamérica. Ecuador es un país que ha demostrado tener un alto nivel global en el cultivo de cacao doméstico porque produce la mejor materia prima, sin el uso de químicos para su producción, manteniendo una fermentación corta con buen aroma y delicioso sabor.

Este producto se identifica con la clasificación de Cacao Fino de Aroma. Según datos estadísticos, la mayor producción de cacao se encuentra en las provincias de Los Ríos, Manabí y Guayas, presentando una variedad de aroma nacional o fina, la cual es bien recibida en el mercado internacional por su excelente aroma, sabor y calidad. Ecuador es un país competitivo en relación al Cacao Fino de Aroma seguido de Venezuela, Panamá y México, que son países que tienen su participación en el mercado mundial de este producto, considerando que del total de la exportación ecuatoriana se estima que el 75% es Fino.

Chocolate gourmet

### ***El chocolate gourmet***

generalmente se define por el porcentaje de cacao, pero una buena definición cubriría los siguientes aspectos: Calidad del ingrediente: la calidad de los granos de cacao, ya sea que la manteca de cacao sea sustituida por aceite vegetal. Para la producción de las barras de chocolate y bombones gourmet se utiliza cacao fino de aroma, que por su procesamiento ofrece texturas, aromas y sabores consistentes que han ganado mercado en Egipto, Brasil, Bélgica y otros países de Europa, explica Freire. (Revistalideres, 2015)

## 2.2. *Solución del reactivo*

El gobierno a través de las diferentes instituciones ha canalizado proyectos crediticios y de promoción, que están enfocados en apoyar a las pequeñas y medianas empresas, con fin de integrarlas a las cadenas productivas y consolidar su posición en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales. Por su parte, la empresa privada brinda servicios a las MIPYMES, a través de préstamos bancarios, asesoría al productor y exportador entre otros. Con mayor motivo hay que señalar las acciones de cada uno de estos actores está desarrollado.

El gobierno, a través de los diferentes ministerios que desarrollan sus actividades en el ámbito de la agricultura y la promoción de productos ecuatorianos, ha venido trabajando con algunos sectores productivos, como son el sector bananero, camaronero, cacaoero, pesquero, florícola entre otros. Sin embargo, específicamente el sector del cacao orgánico aún no ha sido considerado siendo este un sector emergente en los últimos años, es necesario que se incremente el apoyo a este sector, ya que al ser un mercado nuevo los productores no cuentan con la suficiente experiencia ni tampoco cuentan con los recursos necesarios para poder desarrollar este nuevo nicho de producción.

En la actualidad los productores de cacao orgánico cultivan de forma empírica, es decir que, aunque su producto esté libre de químicos, no tienen cumple los estándares de calidad exigidos para ingresar a un mercado extranjero, por este motivo se necesita de capacitación técnica y estructura para homogeneizar los métodos de cultivo considerando todos y cada uno de los componentes que intervienen en la calidad del cacao orgánico. La asistencia técnica que actualmente les brindan a los cultivadores de cacao orgánico es limitada, los productores requieren asistencia técnica específica para realizar la cosecha, con el propósito de promover la calidad del producto

- a) Impartir contenidos y aportar con el desarrollo de actividades a los productores de las ciudades de Guayaquil; y, Chone y a los productores de los cantones de Portoviejo, Salinas, Naranjal; y, Vinces en 5 módulos compuestos por 6 sesiones cada uno y una duración de 6 horas diarias.
- b) El MAGAP deberá realizar las convocatorias a cada uno de las capacitaciones.
- c) El coordinador general del proyecto organizara con el MAGAP el espacio físico donde se desarrollarán las capacitaciones a impartirse, el mismo podrá ser gestionado a través de las diferentes instituciones públicas, que cuentas con salones y espacios disponibles.
- d) Los capacitadores serán los responsables del desarrollo de las capacitaciones desde el inicio de las mismas y deberán contar con el tiempo necesario para despejar las consultas o dudas que se pudieren presentar durante y posterior a la ejecución de las capacitaciones.

Incentivados por los objetivos establecidos por el Ministerio de Comercio Exterior sobre establecer estrategias para aumentar la oferta exportable ecuatoriana, se propone la creación de un clúster de cacao orgánico con el objetivo de contribuir e impulsar la competitividad del subsector, bajo los lineamientos de un modelo de negocios basado en la productividad, la tasa de innovación y el desempeño competitivo de las empresas.

Un clúster es un conjunto de empresas concentradas geográficamente que realizan actividades económicas dentro de la misma cadena. Estos son grupos de empresas interconectadas y complementarias de los actores asociados más allá de su ubicación geográfica, para maximizar los beneficios de las acciones de grupo para su rentabilidad y competitividad.

El objetivo de crear el clúster de cacao orgánico es agrupar a los productores y asociaciones cacaoteras orgánicas y contar con la colaboración de universidades e instituciones públicas y privadas. Colaborar con el desarrollo y estudio de nuevas oportunidades de negocios en el sector, fortaleciendo las exportaciones de cacao orgánico ecuatoriano y sus derivados

consolidados en una marca reconocida internacionalmente por su calidad, y su compromiso con el medio ambiente.

### 2.3. Matriz BCG

#### 2.3. Matriz BCG

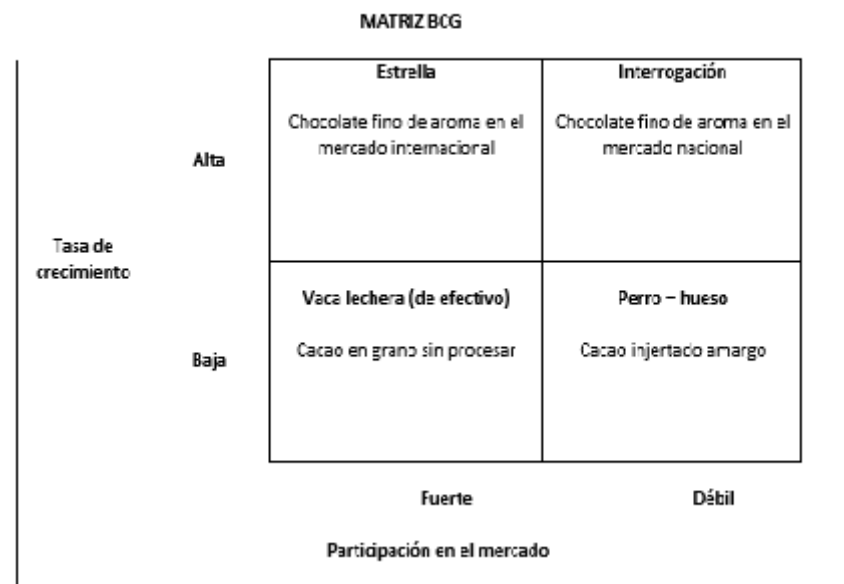


Tabla 2. Matriz BCG

Tabla 2. Matriz BCG

De acuerdo a la matriz BCG, se propone implementar una estrategia externa intensiva que incluya el desarrollo de productos de chocolate fino de aroma para ofrecer al mercado internacional, la cual es una propuesta de consumo aportando calidad en el producto terminado. Al estar dirigida la producción de este sector a satisfacer un mercado gourmet se determina dentro de la matriz BCG como representante internacional del Ecuador con

chocolate fino de aroma teniendo un gran porcentaje en las consignas de exportación este producto se catalogaría como estrella ya que tiene un nivel de rentabilidad alto.

Por otra parte, dentro de la misma matriz se ubica en el mercado nacional como producto interrogante debido a que, relativamente para el mercado y el sector es un producto nuevo lleva en el mercado masivo por pocos años, por lo que es necesario educar al consumidor para que adquiera el gusto por chocolate gourmet y a los consumidores que ya gustan del chocolate en estas condiciones hacer accesible el producto. El mercado nacional tiene un consumo de chocolate y elaborados en los hogares ecuatorianos, según el Banco Central del Ecuador, en los cuales ya se tiene una brecha de mercado abierta para la producción nacional.

Como producto vaca, se tiene al cacao fino de aroma sin procesar, que por muchos años se ha venido exportando, sin realizar ningún producto con esta materia prima. Este producto que ya se encuentra en el mercado, es un producto indispensable para este tipo sector de producción, por lo cual ya posee una rentabilidad establecida y no requiere mayor inversión.

Como producto perro, se tiene al cacao de rama o injertado. Este cacao, aunque es de crecimiento y cosecha rápida, este no posee la calidad del cacao fino de aroma y este suele ser amargo, por ende, tiene poca acogida en el mercado internacional.

### 3. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en este trabajo muestran la necesidad que tienen los propietarios de pequeñas fincas en relación a mantener su economía activa para poder tener un mejor sistema de vida, se establece que efectivamente existe la predisposición de los mismos involucrados para que este cambio se establezca y esto brinde una inclusión social efectiva y activa a favor de la comunidad.

Por otro lado, se debe verificar que si los comerciantes de cacao no reciben el pago justo por la venta de cacao, no podrán comprar fertilizantes para su producción, ni podrán adquirir semillas para cultivar, ni podrán recurrir a el alquiler de maquinaria para trabajar la tierra y se relata en el artículo Diagnóstico de la Cadena Productiva del Cacao en Ecuador, emitido por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, que menciona la importancia de crear líneas específicas para pequeños productores de cacao en con el fin de reducir el espacio de los intermediarios y que puedan vender su producto al precio

Igualmente; las ayudas gubernamentales deben mantenerse en todos los grupos de campesinos dedicados a la producción agrícola, de lo contrario no podrán contar con créditos. Además, los resultados de la investigación demuestran la importancia de aplicar ciertos cambios dentro de la inclusión social en la Constitución Política del Ecuador. Sin embargo, existen varias estrategias que se pueden crear para beneficiar a los pequeños productores de cacao en el Ecuador, entre las cuales se encuentran:

- Establecer líneas de crédito directas que contemplen bajos intereses en beneficio de esta gente.
- Desarrollar un método para reemplazar las plantaciones de cacao que no se pueden rehabilitar para zonificar en otro sector para que los pequeños productores continúen con su actividad.

- Establecer una organización que esté preparada para dar seminarios a estos agricultores con estrategias de cultivo actuales para mejorar su producción.
- Implementar incentivos fiscales para que los pequeños propietarios se sientan motivados a continuar con su producción.
- Establecer una zonificación geográfica ajustada al terreno de pequeños árboles de cacao para recibir la debida atención de las organizaciones como aporte básico a su producción.
- Es de suma importancia que el Ministerio de Agricultura y Ganadería Acuicultura y Pesca gestione la debida importancia para que beneficie a este sector minorista para que permitan generar la reactivación económica de este grupo de personas, permitiéndoles vivir con dignidad.

La implementación de las denominaciones de origen otorga beneficios a los productores porque mejoran sus ingresos y permiten el acceso de sus productos a mercados especializados; además contribuye a renovar sus estructuras organizativas. Tales ventajas se extienden a los compradores porque ellos obtienen la garantía de un producto de calidad. Un segmento importante de la producción de cacao ecuatoriano es el cacao fino y de aroma conocido también como Nacional o Arriba, que reúne las condiciones para protegerlo mediante la ejecución de una denominación de origen. Los principales productores del cacao fino y de aroma en Ecuador son los pequeños y medianos productores, quienes poseen Unidades Productivas (UPAS) de Subsistencia.



#### 4. BIBLIOGRAFÍA

Adame, J. (2002). Análisis de un dictamen de la compromex. *Revista de Derecho Privado*, 75-84.

Anecacao. (2015). Anecacao. Obtenido de <http://www.anecacao.com/uploads/standard/ensayosdecortes.pdf>

Anecacao. (2015). Anecacao. Obtenido de <http://www.anecacao.com/uploads/standard/requisitos.pdf>

Anecacao. (2015). Anecacao. Obtenido de <http://www.anecacao.com/uploads/standard/muestreo.pdf>

Anecacao. (2019). Anecacao. Obtenido de Normas de calidad: <http://www.anecacao.com/index.php/es/servicios/normas-de-calidad.html>

Anecacao. (2021). Anecacao. Obtenido de NUESTROS SOCIOS: <http://www.anecacao.com/index.php/es/socios.html>

Delgado, D., & Chavez, P. (2018). LAS PYMES EN EL ECUADOR Y SUS FUENTES DE FINANCIAMIENTO. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-18.

Dini, M., & Stumpo, G. (2018). “Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de foment. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Flores, M. (2007). *La protección jurídica para el cacao fino y de aroma del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional.

Oviedo, J. (2016). Los principios Unidroit para los contratos internacionales. *Dikaion: revista de actualidad jurídica*, 94-134. Obtenido de <https://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/319/461>

Perez, F. (2020). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad de las PYMES en el Ecuador. *Revista Eruditus*, 39-52.

Pinot de Villechenon, F. (2017). *La Internacionalización de las PyMEs Latinoamericanas y su Proyección en Europa*. Hamburgo: FUNDACIÓN EU-LAC.

Segovia, C., & Sánchez, M. (2014). *Casos de marketing y estrategia*. Barcelona: Editorial UOC.

Smith, A. (2016). *La matriz BCG: El análisis BCG de la cartera*. Madrid: 50Minutos.es.