

# Avances

Centro de Información y Gestión Tecnológica

## Procedimiento de comercialización de cacao fino de aroma en la provincia Los Ríos, Ecuador

*Procedure for the marketing of fine aroma cocoa in the province Los Rios, Ecuador*

### Deyanira Mata Anchundia

Magister en Administración para el Desarrollo Educativo, docente titular principal de Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Los Ríos, Ecuador, dmataa\_uteq@hotmail.com ; ID: <https://orcid.org/0000-0002-6126-585X>

### Para citar este artículo / to reference this article / para citar este artigo

Mata, D. (2019). Procedimiento de comercialización de cacao fino de aroma en la provincia Los Ríos, Ecuador. *Avances*, 21(1), 103-116. Recuperado de <http://www.ciget.pinar.cu/ojs/index.php/publicaciones/article/view/420/1412>

### RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo diseñar un procedimiento para la comercialización del cacao fino de aroma en la provincia Los Ríos, Ecuador. Para realizar el diagnóstico que dio origen a la propuesta realizada, se emplearon dos fuentes de información (primaria y secundaria) que, mediante los métodos y técnicas de la investigación científica, permitieron identificar el estado actual del proceso de comercialización del cacao fino de aroma para los pequeños

productores. Para ello se seleccionó una muestra de 719 productores, empleando el muestreo probabilístico aleatorio estratificado y se encuestó al total de comerciantes. La propuesta evidenció una secuencia de cuatro etapas, las cuales fueron desglosadas en un total de diez pasos, los cuales permiten la comercialización del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo para los pequeños productores en Ecuador. Para

Recibido: septiembre 2018

Aprobado: noviembre 2018

cada etapa se planteó el objetivo, los pasos y su descripción.

**Palabras clave:** procedimiento, proceso de comercialización, cacao fino de aroma.

---

## **ABSTRACT**

The way in which fine aroma cocoa is currently marketed does not guarantee a fair commercialization for small producers in the province of Los Rios, Ecuador, hence this research aims to establish the components of a methodology for the marketing of fine cocoa of aroma with a Fair Trade approach and its theoretical validation. For the development of this

research, the following methodology was followed: Several bibliographic sources were reviewed that addressed different approaches in relation to methodology and fair trade, defining the different stages for the structuring of the methodology, using, in addition, the Delphi method with consult experts for their theoretical validation. As a result, a methodology was obtained that will allow the commercialization of fine aroma cacao with a fair trade approach for the province of Los Rios, Ecuador.

**Keyword:** procedure, marketing process, fine aroma cocoa.

---

## **INTRODUCCIÓN**

La comercialización de bienes agropecuarios es un proceso de intercambio que tiene lugar en los mercados, por medio del cual los productos se transfieren de manos de los productores a los intermediarios, esta comercialización implica la formación de precios y por tanto la remuneración (Chiriboga, 2014).

La comercialización de productos agropecuarios es uno de los componentes más complejos del sistema agroproductivo, dado que en él se conjugan todas las fortalezas y limitaciones de la oferta, para atender la diversa, cambiante y cada vez más exigente demanda en los diferentes

mercados globales, regionales, nacionales y locales (Rodríguez, 2016).

Según indica la FAO (2013, 2015), se considera que dentro de los problemas más relevantes en la comercialización de los productos agropecuarios para los pequeños productores se encuentran: la falta de organización de los productores para comercializar sus productos, la diferenciación de los productos que se comercializan, la distancia entre el productor y el consumidor final y la calidad en las relaciones entre los actores que participan en los procesos de compra y venta, incluido el grado de formalidad de los acuerdos que establezcan, además

existe una limitada visión de mercado con fuerte énfasis en lo productivo.

La cadena en la comercialización, es cómplice de la explotación que sufre el productor de cacao, que no recibe precios "justos", y ese mismo proceso es responsable de la pobreza en que vive el pequeño agricultor cacaotero ecuatoriano (Aponte, González & González, 2013).

En el caso de Ecuador existe un tipo de cacao único en el mundo, con el nombre de cacao Nacional, al cual se le reconoce por tener una fermentación muy corta y dar un chocolate suave de buen sabor y aroma, por lo que se conoce a nivel mundial con la clasificación fino de aroma según indica De la Cruz-Landero *et al.* (2015).

En la actualidad, el Ecuador posee una gran superioridad en este producto, pues más del 70% de la producción

mundial de cacao fino de aroma se encuentra en sus tierras, convirtiéndolo en el mayor productor del mundo (Gómez *at al.*, 2016).

Sin embargo, en Ecuador existen muchos problemas en la cadena de comercialización del cacao, por lo que se considera que el gobierno debe intervenir para regularla, eliminando la intermediación, ubicando reglamentos de cumplimiento obligatorio para las exportadoras, quienes deben comprar directamente al agricultor, pagándole los precios establecidos en forma técnica de acuerdo a la variación de los precios internacionales (León *at al.*, 2016). Ante este contexto, la presente investigación tiene como objetivo, diseñar un procedimiento para la comercialización del cacao fino de aroma en la provincia Los Ríos, Ecuador.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización del diagnóstico que dio origen a la determinación de la necesidad de diseñar un procedimiento para para la comercialización del cacao fino de aroma en la provincia Los Ríos, Ecuador, se emplearon dos fuentes de información (primaria y secundaria) que, mediante los métodos y técnicas de la investigación científica, permitieron identificar el estado actual del proceso de comercialización del cacao fino de aroma para los pequeños productores.

Sobre la base de estos elementos, se seleccionó la provincia Los Ríos y en ella los cantones de Valencia, Mocache y Buena Fe, los cuales se caracterizan por

la alta potencialidad para el cultivo, sin embargo, muestran bajos rendimientos productivos.

Se trabajó con fuentes de información primaria, donde se realizaron entrevistas a los exportadores de cacao fino de aroma en la provincia de Los Ríos, y a los representantes de organizaciones e instituciones que tienen relación con el cacao fino de aroma entre ellas:

Se aplicaron dos encuestas, una para pequeños productores con el objetivo de caracterizar el estado actual del proceso de comercialización del cacao fino y de aroma y el nivel cognitivo en relación a las políticas para el sector

cacaotero, y la otra para los comerciantes (intermediarios) con el objetivo de conocer la oferta, demanda, el precio y la situación de los pequeños productores de cacao fino de aroma. Se seleccionó una muestra de 719 productores (33.3 %), empleando el muestreo probabilístico aleatorio estratificado (Sampieri, 2006). Para ello se empleó la fórmula de Calero (1978) [1].

$$n = \frac{\left( \frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}}{d} \right)^2 p \left( 1 - \hat{p} \right)}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}}{d} \right)^2 p \left( 1 - \hat{p} \right) - \frac{1}{N}}$$

Leyenda:

Z: distribución Normal.

$\alpha = 0.05$  (nivel de significación)

N: tamaño de la población.

n: tamaño de la muestra.

$p = 0.5$  (proporción que igual a este valor garantiza el tamaño óptimo de muestra)

$d = 0.05$  (error absoluto)

Se realizó una encuesta a la población total de comerciantes de este producto en los cantones Valencia, Mocache, Buena Fe y Quevedo, en aras de conocer cómo se establecen las relaciones entre la oferta, la demanda y el precio del cacao fino de aroma para los pequeños productores.

Para el análisis de los resultados de los instrumentos aplicados al proceso de comercialización del cacao fino de

aroma con enfoque de Comercio Justo, en Ecuador, se aplicó la matriz FODA. Para ello se realizó un taller entre productores, investigadores, comerciantes y exportadores (9 personas) y se trabajó con los resultados de la tabulación de las entrevistas y encuestas realizadas y la experiencia de los participantes.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El resultado del diagnóstico permitió definir las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que intervienen en el proceso de comercialización del cacao fino de aroma con Comercio Justo, entre las que se encontraron:

*Fortalezas:* Reconocimiento y demanda del cacao fino de aroma de Ecuador por las características especiales que presenta, Ecuador presenta un potencial agroecológico natural para la producción del cacao fino de aroma, experiencia acumulada para la inserción en el mercado internacional y pequeños productores con años de trabajo en este cultivo de tradición.

*Oportunidades:* Existe una amplia demanda del cacao fino de aroma a nivel internacional, el cacao fino de aroma es un producto con denominación de origen, presencia en nichos de mercados especializados, existencia de normativas para el Comercio Justo y el cacao fino de aroma y el mercado demanda producciones limpias y sanas.

*Debilidades:* Bajos niveles de producción y productividad del cacao fino

de aroma, insuficiente tecnología y capacitación en cuanto al manejo del cultivo, plagas y enfermedades y huertas envejecidas, cadena de comercialización larga, acceso insuficiente de los pequeños productores a créditos bancarios, bajo nivel de asociatividad y desconocimiento del CJ de los pequeños productores, bajos niveles de escolaridad de los pequeños productores, problemas de calidad en el proceso de la poscosecha, reemplazo del cacao fino de aroma por la variedad CCN-51, bajo precio del cacao fino de aroma que reciben los productores y no existe un precio diferente en relación al CCN-51.

*Amenazas:* Competitividad creciente en el mercado internacional del cacao fino de aroma, expansión del área cultivada en el mundo de nuevas variedades y clones identificados y clasificados, el precio no diferenciado que recibe Ecuador en el mercado internacional, trámites de exportación demasiado engorrosos y con demoras excesivas y condiciones climáticas adversas.

### **Etapas del procedimiento de comercialización del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo**

Para facilitar la comprensión del procediendo, se muestra una secuencia de cuatro etapas, que implican un total de diez pasos, los cuales permiten la comercialización del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo para los pequeños productores en Ecuador. Para

cada etapa se plantea el objetivo, los pasos y su descripción.

#### **Etapa I. Preparación inicial**

*Paso 1:* Selección y sensibilización de los actores a nivel cantonal

Descripción: Se conformara un grupo técnico asesor integrado por un representante de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, representante de la coordinadora ecuatoriana de Comercio Justo y un representante del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Valencia. Este realiza una selección previa de los actores a nivel cantonal que participan directa o indirectamente en el proceso de comercialización del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo, tomando en consideración que debe existir una representatividad de actores productivos, económicos, sociales y políticos de manera que se logre una integración en este proceso.

Técnicas y herramientas a utilizar: Trabajo en equipo y charlas de especialistas.

*Paso 2:* Constitución de un grupo de trabajo de Comercio Justo a nivel de cantón

Descripción: Se propone la creación de un grupo de trabajo con la misión de organizar y desarrollar un proceso participativo de construcción para el Comercio Justo a nivel de cantón, integrado por los representantes de los actores identificados en el paso uno de la metodología, así como, la definición de las funciones esenciales determinadas para el grupo, entre las que se destacan:

- ✓ Constituir una mesa de trabajo entre actores del Estado y los actores comunitarios y privados del Comercio Justo, para definir y delimitar con claridad qué instituciones del Estado ejercerá los roles de rectoría, fomento y promoción, regulación, supervisión de la comercialización del cacao fino de aroma con Comercio Justo a nivel de cantón, provincia y país.
- ✓ Definir las competencias de cada una de las entidades en el cumplimiento del rol asignado.
- ✓ Fomentar la actividad cacaotera con enfoque de Comercio Justo.
- ✓ Planificar el desarrollo por cantones y reformular el proceso productivo del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo a nivel de Cantón.
- ✓ Gestionar la cooperación entre los actores implicados, para el cumplimiento de las competencias del Comercio Justo.
- ✓ Asesorar y acompañar a las organizaciones de pequeños productores en el proceso de innovación, para asegurar el éxito y la eficiencia en la producción del cacao fino de aroma.
- ✓ Realizar iniciativas conjuntas entre actores.
- ✓ Planificar y organizar acciones a corto, mediano y largo plazo que garanticen el funcionamiento de la cadena de comercialización con Comercio Justo.
- ✓ Habilitar a los actores comunitarios del Comercio Justo para el manejo de instrumentos básicos de comercialización a través de catálogos.  
Técnicas y herramientas a utilizar:  
Talleres a través de grupo de expertos para la asesoría en el tema.  
*Paso 3:* Caracterización de la capacitación del proceso de comercialización a los actores del Comercio Justo  
Descripción: Para atender la capacitación de los actores, se procederá a realizar un diagnóstico sobre la comercialización del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo, atendiendo a las necesidades detectadas, se elaborará el programa de capacitación, que permita la adquisición de competencias sobre el Comercio Justo, dentro de las que se deben encontrar las siguientes:
  - ✓ Diseñar un sistema de capacitación de los actores implicados, basado en las normativas y los principios para el Comercio Justo.
  - ✓ Desarrollar procesos sostenidos de capacitación para toda la cadena de comercialización del cacao fino de aroma con Comercio Justo.
  - ✓ Se buscarán acuerdos para la capacitación, entre las organizaciones de pequeños productores con los Gobiernos Autónomos Descentralizados a nivel local, Universidades y los Institutos de Investigaciones.

Técnicas y herramientas a utilizar:  
Curso sobre Comercio Justo, páginas web, redes sociales, taller de experiencias del Comercio Justo entre los actores.

## **Etapa II. Caracterización de la situación de partida para la organización y la gestión del proceso de comercialización del cacao fino de aroma con Comercio Justo.**

Objetivo: Caracterizar la situación de partida para la organización y la gestión del proceso de comercialización del cacao fino de aroma con Comercio Justo.

*Paso 4:* Diagnóstico agro socioeconómico en la identificación de los diferentes tipos de actores de la cadena de valor del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo

Descripción: En el ámbito de la sustentabilidad económica el Comercio Justo estimula a que los actores (productores, organizaciones y empresas) puedan trabajar en cadenas de valor donde tienen la posibilidad de auto sostenerse. El Comercio Justo valora un precio justo por los productos y servicios y una remuneración digna para el trabajo, así mismo, a un excedente que permita capitalizar el emprendimiento y llevar a la vida comunitaria (Jácome, 2013).

Se debe realizar un diagnóstico de las necesidades de la tipología de cada actor de la cadena de comercialización del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo, teniendo en cuenta las

especificidades y misión de cada tipo de actor a partir de la realidad ecuatoriana.

La determinación de estas necesidades permitirá una evaluación de los conocimientos, habilidades y aptitudes de estos actores. De esta manera se desarrollará un plan de trabajo con sus objetivos que permita organizar las acciones a desarrollar.

Técnicas y herramientas a utilizar:  
Diagnósticos participativos, talleres en correspondencia con las necesidades de cada actor de la cadena.

*Paso 5:* Capacitación: "Introducción de modalidades de escuela de liderazgo, escuelas de campo, sistema de capacitación y asistencia técnica con participación de los productores".

En base al resultado de las necesidades de cada tipo de actor de la cadena de valor del cacao fino de aroma (paso cuatro), se debe diseñar e implementar planes de asistencia técnica, transferencia de tecnologías y formación a los productores, organizaciones y empresas de Comercio Justo, así como programas de tecnificación y diversificación de la producción, ajustados a las necesidades específicas de cada actor de la cadena.

Estos se pueden desarrollar mediante la introducción de modalidades de escuela de liderazgo, escuelas de campo, intercambio de experiencias, sistemas de capacitación, combinando esfuerzos entre entidades públicas, privadas, Universidades, Institutos de investigaciones y ONGs.

Estas acciones tendrán como características fundamentales las siguientes:

- ✓ Carácter holístico donde se acepté la realidad y complejidad del agricultor y su campo.
- ✓ Que sean práctico, tomando lugar en el campo con destreza y repetición.
- ✓ Que enfatizan en el proceso de toma de decisiones y que no solo se enfoquen en las tecnologías, sino el proceso de análisis de alternativas y toma de decisiones.
- ✓ Que incluyan un seguimiento individual, donde el facilitador visita a individuos en sus campos para ayudarles a enfrentar obstáculos en sus fincas.

La base fundamental para realizar estas acciones es el conocimiento y la motivación de los agricultores. Muchas se convierten en parcelas de aprendizaje como laboratorio, para que grupos de 15 a 30 productores se reúnan para dar sistematicidad a las actividades. El objetivo principal es mejorar la capacidad de los agricultores para solucionar problemas y tomar decisiones según indica Pontius *et al.* (2002).

Técnica y herramienta a utilizar: Acciones de investigación-acción, intercambio de experiencias, talleres entre los actores de la cadena y el trabajo en equipo.

### **Etapas III. Rediseño de mecanismos de comercialización con enfoque de Comercio Justo**

Objetivo: Diseñar de manera continua los mecanismos de

comercialización con enfoque de Comercio Justo.

*Paso 6:* Rediseño de la cadena productiva sostenible del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo basado en un sistema de calidad

En el rediseño de la cadena productiva del cacao se tendrá en cuenta la importancia comercial para el mercado interno y la exportación, donde las características del cacao fino de aroma deben mantener el sabor y aroma especiales y sobre todo que sea inocuo, de acuerdo a lo establecido en Agrocalidad (2012).

En cada contexto se analizará la posibilidad de incluir prácticas de conservación que posicione al cacao fino de aroma, como un cacao amigable con la biodiversidad y que contribuya con metas de conservación a nivel nacional, regional y local a partir de alternativas agroecológicas y económicamente viables.

Para el fomento y promoción de las producciones ambientales se propone las siguientes acciones según indican Barrantes y Foster (2010):

- ✓ Fomentar las investigaciones en cuanto a la fertilización de los cacaotales con insumos que sean considerados de bajo impacto ambiental, a través de programas de asistencia técnica, capacitación y políticas de crédito para los pequeños productores.
- ✓ Revisar y actualizar manuales ya existentes, sobre buenas prácticas del cultivo, así como fomentar la



implementación del manual de Buenas Prácticas Agrícolas.

- ✓ Diseñar y difundir un programa de capacitación para los productores, sobre los beneficios de una adecuada preparación de los suelos y prácticas ambientalmente amigables.
- ✓ Fomentar el cultivo de cacao en sistemas agroforestales, incluyendo planificación agroforestal de la finca, diseño y manejo adecuado de las cortinas de sombra para lograr una mayor diversificación de los cacaotales con árboles frutales, maderables y medicinales.
- ✓ Fomentar el pago por servicios ambientales, que brindan los cacaotales, con el fin de que los productores involucrados reciban los beneficios sociales directos e indirectos.

Técnicas y herramientas:

Tormenta de ideas, trabajo en equipo, talleres de sensibilización.

*Paso 7: Rediseño de mecanismos de precio justo*

Un precio justo en el contexto local o regional, es aquel que se ha acordado a través del diálogo y la participación. No solamente cubre costos de producción, sino que también permite una producción socialmente justa y ambientalmente responsable. Registro Oficial (2017).

Para determinar el precio justo se proponen los siguientes pasos:

1. Nuevo mecanismo para determinar el precio en el proceso de comercialización del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo, si analizamos la fórmula:

Precio de Comercio Justo = Precio Mínimo Justo + Premium

El Precio mínimo justo para el cacao fino de aroma con Comercio Justo tendrá en cuenta:

- ✓ El Precio Mínimo Justo de referencia será el precio establecido en la bolsa de Nueva York, los gastos relacionados al traslado al puerto y los gastos exclusivamente relacionados a la exportación para obtener el precio.
- ✓ El Costo promedio de producción: Los costos promedio de producción considerarán lo relacionado al proceso productivo, desde la siembra hasta la cosecha y poscosecha, los servicios ambientales, la fuerza de trabajo (incluyendo a la familia), el capital y la inversión, más el 15% del total de la inversión.  
La nueva certificadora de conjunto con la organización de productores establecerá y actualizará cada dos años un estudio de sus costos promedio de producción, que se utilizará como base para la negociación del precio mínimo.
- ✓ Los diferenciales de calidad en cuanto a las características del

grano, más el valor agregado por la denominación de origen de cacao fino de aroma.

Para el Premium se realizará una evaluación de los estándares identificados en la propuesta de la nueva certificadora y se le dará un valor de uno al diez para cada uno de ellos.

Se determinará el promedio para los estándares al que se le denominará coeficiente de estándares para el Comercio Justo (CECJ). De acuerdo al valor obtenido en el CECJ, se ubicará dentro de los tres rangos propuestos en la certificadora propuesta y se determinará el Premium a pagar. Los Premium establecidos se mantendrán hasta un período de dos años, pasado esta etapa se debe actualizar los valores asignados a cada Premium.

Este Premium se pagará directamente a los productores, a los cuales se les sugerirá destinar el 5 % para el fondo de la comunidad. Este fondo debe ser empleado para mejorar la situación social, económica y las condiciones ambientales de la comunidad, lo que se convierte en uno de los estándares que se evalúa en la próxima campaña.

Técnicas y herramientas a utilizar:  
Consulta e expertos

*Paso 8:* Rediseño de variables de producto, distribución y comunicación

En América Latina, es bien visible la tendencia hacia la apuesta por los mercados internos, sin embargo, según Coscione (2015) son casi inexplorados por la falta de conciencia de los

ciudadanos (consumidores), aspecto este que interviene directamente en la comercialización del cacao fino de aroma. Por lo tanto, se considera que se debe rediseñar las actuales variables de producto, distribución y comunicación con enfoque de cadena de valor y para ello se propone lo siguiente:

- ✓ Propiciarles a los consumidores de la comunidad, conocimientos sobre el cacao fino de aroma con enfoques de Comercio Justo.
- ✓ Abrir espacios en los mercados en la comunidad, con el apoyo de las instituciones públicas y la academia.
- ✓ Crear valor agregado al cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo por productores, a partir de las necesidades de los demandantes y la denominación de origen del producto.
- ✓ Promover nuevas formas de comercialización tanto interna como externa, basadas en la justicia y equidad que permita desencadenar un proceso de creación de una cultura de Comercio Justo a nivel local, provincial y nacional.
- ✓ Fomentar, promocionar e incentivar las relaciones y prácticas de distribución justa y equitativa a nivel local, nacional, regional.
- ✓ Abrir líneas de financiamiento y productos financieros específicos para el desarrollo del Comercio Justo.
- ✓ Desarrollar procesos en cuanto a producto, distribución y comunicación para la sensibilización,

formación y organización en Comercio Justo.

- ✓ Fortalecer la cadena de valor del cacao fino de aroma con Comercio Justo.
- ✓ Incluir al cacao fino de aroma con Comercio Justo como producto en el Sistema de Compras Públicas.

Técnicas y herramienta a utilizar: Trabajo en equipos, discusión grupal, talleres participativos para cada tipología de actor en la cadena de valor del cacao fino de aroma, utilización de trípticos, página web y redes sociales.

#### **Etapas IV. Evaluación y ajuste de la Metodología**

Objetivo: Evaluar la implementación de la Metodología para garantizar su ajuste y mejora continua.

*Paso 9:* Evaluación de los resultados

Para la evaluación de los resultados de la implementación de la metodología, se analizará la dimensión económica, social, ambiental y cultural. Para ello se realizó la operacionalización de las variables donde se conceptualizó a la variable dependiente, posteriormente se identificaron las dimensiones dentro de la variable, para cada dimensión se propusieron los indicadores, que mediante ellos se evaluará la propuesta de metodología y posteriormente se definió la manera en como recolectar los datos.

Para el procesamiento de la información se sugiere el empleo de los niveles o categorías evaluativas

adoptados por Pérez (2013) y Menoya (2015):

- ✓ Insatisfactorio (en caso de disminución de un aspecto positivo o de estabilidad o aumento de un aspecto negativo).
- ✓ Satisfactorio (en caso de tendencia al incremento de aspectos positivos o de disminución de aspectos negativos).
- ✓ Muy satisfactorio (en caso de algún aspecto positivo que no estuvo presente con anterioridad, alguno negativo que se haya eliminado completamente o que se haya transformado en positivo).

Técnica y herramienta a utilizar: Análisis de informes, intercambio con expertos, taller grupal.

*Paso 10:* Seguimiento y retroalimentación

Los resultados obtenidos en el paso nueve constituirán la base para el rediseño de las acciones de cada etapa, las cuales están encaminadas a la mejora del proceso de comercialización del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo y las dificultades que se deriven de la implementación de la metodología.

Este paso permitirá conectar la etapa de evaluación y ajuste de la metodología con la etapa de preparación inicial, que como parte de la evaluación se analizarán el proceso de comercialización del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo, lo que permitirá la retroalimentación de la metodología. Es importante destacar que la retroalimentación, se debe realizar en

cada uno de los pasos de la metodología, para el seguimiento de la misma.

Técnicas y herramientas a utilizar:  
Discusión grupal a través de tormenta de ideas y el análisis de expertos.

## CONCLUSIONES

En el diagnóstico realizado a los cantones Buena Fe, Valencia, Mocache y Quevedo, se determinó que el proceso de comercialización del cacao fino de aroma presenta problemas en todo el proceso, dada las deficiencias analizadas en las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades en la cadena de comercialización de este cultivo.

Se construyó un procedimiento para la comercialización del cacao fino de aroma con enfoque de Comercio Justo, el cual concibe un grupo de acciones que fortalecen el proceso de comercialización con enfoque de Comercio Justo, y que se implementan a través de etapas, pasos y actividades lógicas, como guía para determinar la comercialización del mismo con enfoque de Comercio Justo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aponte, B. J., González, A. J., & González, A. D. (2013). Fases de la cadena de suministro de las empresas avícolas. *Venezolana de Gerencia*, 18(64), 685-708. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29029478009>

Barrantes, L. & Foster, R. (2010). *Cadena productiva de cacao: políticas y acciones*. Costa Rica: Ministerio

de Agricultura y Ganadería. Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria. 11 p. Recuperado de [http://www.infoagro.go.cr/Marcolnstitucional/Documents/Politica\\_cacao.pdf](http://www.infoagro.go.cr/Marcolnstitucional/Documents/Politica_cacao.pdf)

Calero, A. (1978). *Técnica de muestreo*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.

Chiriboga (2014). Diagnóstico de la comercialización agropecuaria en Ecuador implicaciones para la pequeña economía campesina y propuesta para una agenda nacional de comercialización agropecuaria. *Revista Ciencia UNEMI*, 9(18), Junio 2016, 45–55. ISSN 1390-4272 Impreso.

Coscione M. (2015). América Latina y el sentido originario del Comercio Justo. *EUTOPIA*, (7), 11-26. DOI: <https://doi.org/10.17141/eutopia.7.2015> Recuperado de <http://revistas.flacsoandes.edu.ec/eutopia/article/view/1633/1324>

De la Cruz-Landero, E., Córdova-Avalos, V., García-López, E., Bucio-Galindo, A. & Jaramillo-Villanueva, J. (2015). Manejo agronómico y caracterización socioeconómica del cacao en Comalcalco, Tabasco. *Foresta Veracruzana*, 17(1):33-40. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49742125005>

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la

- Agricultura, Italia). (2013). *Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe 2014*. San José, Costa Rica, IICA. Recuperado de: <http://www.fao.org/docrep/019/i3702s/i3702s.pdf>.
- FAO, (2015). El papel de los pequeños agricultores en la producción y el comercio sostenibles de los productos básicos <http://www.fao.org/docrep/019/i3702s/i3601s.pdf>
- Gómez, L., Araceli, J., Villacreses, M. & Torres, M. (2016). *Tendencias de las exportaciones de cacao ecuatoriano 2013–2015*. pp. 671 - 684
- Jácome, R. (2013). *Agenda Ecuatoriana de Comercio Justo*. Quito. Ecuador.
- León, F., Calderón, J., Mayorga E. (2016). Estrategias para el cultivo, comercialización y exportación del cacao fino de aroma en Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI*, 9(18), 45-55. Recuperado de <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/303/265>
- Menoya, S. (2015). *Modelo de gestión del turismo desde el gobierno local para municipios con vocación turística basado en el enfoque de cadena de valor*. (Tesis en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Económicas). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Pinar del Río. Cuba
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca. (2012). *Guía de buenas prácticas agrícolas para cacao. Resolución Técnica No. 183. Inocuidad de los alimentos*. Ecuador: Agrocalidad. 66 p. Recuperado de <http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/Guia-BPA-cacao1.pdf>
- Pérez, I. (2013). *Relaciones de actores sociales en el ecoturismo como base al desarrollo territorial sostenible en el Parque Nacional Viñales y su área de influencia, Cuba*. (Tesis presentada en opción al grado científico de Doctora en Ciencias Geográficas). Facultad de Geografía, Universidad de La Habana.
- Pontius, R. Dilts, A. (2002). Bartlett (Ed). *From farmer field school to community IPM: Ten years of IPM training in Asia*. FAO Community IPM Program. Web: <http://www.communityipm.org>
- Rodríguez, D. (2016). *Esquemas de comercialización que facilitan la vinculación de productores agrícolas con los mercados*. San José, C. Rica .74 p.
- República de Ecuador. Secretaría Nacional de la Administración Pública. (2017). Registro Oficial No. 105 del Ecuador. Recupera de <https://www.registroficial.gob.ec/index.php/registro-oficial->

web/publicaciones/registro-  
oficial/item/9713-registro-oficial-  
no-105.html

Hernández-Sampieri, R., Fernández-  
Collado, C. & Baptista-Lucio, P.  
(2006). *Metodología de la  
investigación*. 4ta edición. p. 47-  
61. Recuperado de

[https://seminariodemetodologiade  
lainvestigacion.files.wordpress.co  
m/2012/03/metodologc3ada-de-  
la-investigacic3b3n-roberto-  
hernc3a1ndez-sampieri.pdf](https://seminariodemetodologiadelainvestigacion.files.wordpress.com/2012/03/metodologc3ada-de-la-investigacic3b3n-roberto-hernc3a1ndez-sampieri.pdf)

*Avances journal assumes the Creative Commons 4.0 international license*