



## **Análisis del sector comercializador de cacao en el Cantón el Carmen**

### *Analysis of the cocoa marketing sector in the Canton of El Carmen*

### *Análise do setor de comercialização de cacau no Cantão de El Carmen*

Rosa A. Ruano-Almeida <sup>1</sup>  
[rosa.ruanoa@ug.edu.ec](mailto:rosa.ruanoa@ug.edu.ec)

Tanya V. Ruano-Almeida <sup>1</sup>  
[tanya.ruanoa@ug.edu.ec](mailto:tanya.ruanoa@ug.edu.ec)

**Recibido:** 30 de enero de 2017 \* **Corregido:** 2 de febrero de 2017 \* **Aceptado:** 1 mayo de 2017

- <sup>1.</sup> Magister en Diseño Curricular; Profesora de Segunda Enseñanza en la Especialización de Comercio y Administración; Licenciada en Ciencias de la Educación en la Especialización de Comercio y Administración; Licenciada en Ciencias de la Educación Especialización Comercio y Administración; Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- <sup>ii.</sup> Magister en Administración y Dirección de Empresas; Diploma Superior en Pedagogía Universitaria; Licenciada en Sistemas de Información; Analista de Sistemas; Universidad de Guayaquil, Ecuador.

## Resumen.

**Objetivo:** Analizar cómo influye la comercialización del cacao nacional en el desarrollo socioeconómico de los productores del cantón El Carmen, provincia de la Manabí. **Materiales y métodos:** El presente proyecto investigativo se desarrollara a través de datos históricos con respecto a la problemática de comercialización abordada, para luego detectar como punto de partida lo que ocasiona a los productos el no tener un adecuado manejo comercial del cacao. **Resultados:** Los productores del Cantón El Carmen del sector cacaotero son personas con un nivel de educación medio por esta razón poseen escasos conocimientos en su gran mayoría acerca de comercializar su producto de manera adecuada para obtener mayor ganancia en su producción. **Conclusiones:** Durante el proceso de comercialización del cacao nacional surge notoriamente la participación de intermediarios cuya influencia se da en calificar la calidad del producto de forma inadecuada pagando a los productores precios inferiores a los que normalmente se encuentran establecidos en el mercado cacaotero.

**Palabras Clave:** Producción de cacao; sector comercializador; El Carmen.

**Abstract.**

**Objective:** To analyze how the commercialization of the national cocoa influences the socioeconomic development of the producers of the canton of El Carmen, province of La Manabí.

**Materials and methods:** This research project will be developed through historical data regarding the marketing problem addressed, and then to detect as a starting point what causes the products not to have an adequate commercial management of the cocoa. **Results:** The producers of the Canton of El Carmen in the cocoa sector are people with an average level of education. For this reason, they have very little knowledge about marketing their products adequately to obtain greater profits in their production.

**Conclusions:** During the process of commercialization of the national cocoa, the participation of intermediaries whose influence is in qualifying the quality of the product improperly occurs paying the producers prices lower than those normally established in the cocoa market.

**Keywords:** Cocoa production; marketing sector; The Carmen.

## **Resumo.**

**Objetivo:** Analisar a forma como a comercialização do desenvolvimento socioeconômico nacional influencia o cacao dos produtores do cantão de El Carmen, Província de La Manabi. **Materiais e Métodos:** Este projeto de pesquisa será desenvolvido através de dados históricos relativos ao problema de marketing dirigidas, para detectar e, em seguida, um ponto de partida, como o que faz com que os produtos não tem uma gestão comercial adequada do cacao. **Resultados:** Os produtores do Cantão de El Carmen na indústria de cacao são pessoas com um nível médio de educação. Por esta razão, eles têm muito pouco conhecimento de marketing sobre os seus produtos de forma adequada para obter maiores lucros em sua produção. **Conclusões:** Durante o processo de comercialização do cacao nacional, a participação de intermediários, cuja influência é na fase de qualificação a qualidade do produto indevidamente ocorre pagar preços mais baixos do que os produtores estabelecidos na normalmente Aqueles mercado do cacao.

**Palavras chave:** A produção de cacao; setor de marketing; A Carmen.

## **Introducción.**

La agricultura se ha convertido en una de las fuentes más importante de ingresos para cada país entre los cuales Ecuador se destaca al posicionarse en el 6to puesto de productores de cacao a nivel mundial ya que aproximadamente un 70% de la producción exportable de cacao nacional, se la utiliza para la producción de chocolates finos y de aroma. (Salcedo & Guzmán, 2014) (Chavarría, 2014)

La mayor parte del cacao ecuatoriano corresponde a una mezcla de Nacional y trinitario introducidos después del siglo XIX. Sin embargo, el sabor Arriba sigue permaneciendo ya que el Ecuador tiene las condiciones agro-climáticas para el desarrollo del cultivo. (Proecuador, 2013)

El cacao nacional se produce entre las principales provincias del Ecuador destacando a Manabí como proveedora cacaotera (Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, 2016), en donde se localiza el cantón El Carmen cuya población se encuentra entre los 89.021 habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010). El sustento económico en dicho cantón es el comercio, en donde el plátano conforma la mayor riqueza, ganadería y producción y crecimiento de la zona cacaotera.

La producción de cacao nacional utiliza pocos insumos evitando así residuos que contaminen el ambiente, el agua y el suelo, en cuyo proceso se ven involucradas las familias de productores en la parte productiva y otras en los distintos procesos entre los que destaca la comercialización. (Córdova-Ávalos, Sánchez-Hernández, Estrella-Chulím, Sandoval-Castro, & Ortiz-García, 2001)

Los agricultores que están en las regiones menos accesibles pueden ser víctimas de explotación, especialmente si las cantidades producidas en dichas zonas no son lo bastante elevadas

para permitir la actividad de más de un intermediario. Los cultivadores también pueden caer en la tentación de aceptar adelantos generosos de los intermediarios contra la entrega de cosechas futuras, y quedar así endeudados. (Centro de Comercio Internacional Desarrollo de productos y mercados, 2011) (Barragán , Pascual, & Ojea, 2010)

Los productores de cacao nacional se enfrentan con problemas como que al no estar organizados ven casi siempre perdida su producción por el bajo volumen y la dificultad de transportar el producto cacaotero a los centros de alto consumo, para los productores de cacao nacional influye notoriamente la falta de conocimiento (Thompson, 2011), en los procesos de adopción de tecnologías, comercialización y sobre todo en los niveles de bajo índice de sobrevivencia familiar. (Hernández-Valencia & Lasso-Ramírez, 2016)

El presente estudio pretende analizar cómo influye la comercialización del cacao nacional en el desarrollo socioeconómico de los productores del cantón El Carmen, provincia de la Manabí.

### **Materiales y métodos.**

El presente proyecto investigativo se desarrollara a través de datos históricos con respecto a la problemática de comercialización abordada, para luego detectar como punto de partida lo que ocasiona a los productos el no tener un adecuado manejo comercial del cacao, podemos llegar a un razonamiento lógico para hallar una alternativa de solución que permita mitigar el problema, para así luego definir los objetivos que se deben cumplir al finalizar el proyecto, además se reforzara la investigación con recursos didácticos como textos, libros de asignaturas afines, revistas científicas, folletos agrícolas e internet.

Se elaborará un cuestionario en formato Likert para obtener importante información de los productores de cacao nacional que comercializan dicho producto, para así poder generar, a partir de información verídica, una propuesta de mejora para al desarrollo socioeconómico del cantón El Carmen.

La observación será una de los métodos de nivel empírico que se utilizara, ya que es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. Por lo tanto en este método se podrá apreciar las causas y los efectos de la problemática planteada generada en la población objetiva de estudio a las que se dirigirá el proyecto investigativo.

Se procederá a utilizar métodos estadísticos como la herramienta informática de Microsoft Excel, para el procesamiento de los datos obtenidos en el proceso de investigación, ya que al ser un software desarrollado para realizar cálculos matemáticos, administrativos y financieros permite organizar y distribuir los datos de una manera ordenada y precisa.

Los métodos estadísticos matemáticos se encargan de recopilar datos numéricos, de interpretarlos y elaborar relaciones entre determinados grupos de elementos para determinar tendencias

Se aplicaran tablas estadísticas que tendrán como objetivo resumir los datos obtenidos, para posteriormente realizar representaciones gráficas cuya finalidad es la comprensión y análisis de los resultados.

## Resultados.

### 1. ¿Cree usted que posee los recursos necesarios para realizar un proceso óptimo de comercialización del cacao nacional?

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Muy de acuerdo	55	18%
Algo de acuerdo	85	28%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	37	12%
Algo en desacuerdo	60	20%
Muy en desacuerdo	69	23%
Total	306	100%

*Cuadro N°1.- Recursos necesario*

Según la información recolectada se ha discernido que un 18% está Muy de acuerdo 28% Algo de acuerdo que el financiamiento es un factor importante para mejorar la comercialización del cacao nacional, mientras que un 12% de los encuestados dijeron que Ni de acuerdo - Ni en desacuerdo, lo cual indica que con el financiamiento se beneficiarían, como también no podría beneficiarles el financiamiento en el proceso para mejorar la comercialización.

### 2. ¿Piensa usted que la situación actual del mercado cacaotero, está atravesando por un estado decreciente?

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Muy de acuerdo	66	22%
Algo de acuerdo	49	16%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	65	21%
Algo en desacuerdo	79	26%
Muy en desacuerdo	47	15%
Total	306	100%

*Cuadro N° 2.- Situación Actual*

Un 26% respondió que están Algo en desacuerdo, en frente a un 15% muestran que están Muy en desacuerdo. Lo cual da a entender que la situación actual del mercado cacaotero está atravesando por un estado decreciente.

### 3. ¿En el transcurso del presente año la oferta y demanda del cacao nacional ha incrementado sus ingresos?

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Muy de acuerdo	56	18%
Algo de acuerdo	41	13%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	85	28%
Algo en desacuerdo	60	20%
Muy en desacuerdo	64	21%
Total	306	1

*Cuadro N° 3.- Oferta y Demanda*

Con los resultados obtenidos se puede notar que con un 28% los productores indican que están Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo que en el transcurso del presente año la oferta y demanda del cacao nacional haya incrementados sus ingresos, frente a un 13% muestran que están Algo en acuerdo. Lo cual indica que los ingresos de los productores mediante la oferta y la demanda del cacao nacional se encuentran en un nivel medio.

### 4. ¿Cree usted que el consumo del cacao nacional en el mercado ha superado sus expectativas?

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Muy de acuerdo	65	21%
Algo de acuerdo	77	25%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	44	14%
Algo en desacuerdo	59	19%
Muy en desacuerdo	61	20%
Total	306	100%

*Cuadro N° 4.- Consumo del cacao nacional*

En el cuadro estadístico se encuentra claramente reflejado que un 25% de la población está Algo de acuerdo, que el consumo del cacao nacional en el mercado ha superado su expectativa, en cambio un 14% respondió que esta Ni de acuerdo Ni en desacuerdo en que el consumo del cacao nacional ha superado su expectativas en el mercado. Esto quiere decir que los productores pueden ser favorecidos con el consumo del cacao nacional en el mercado.

### 5. ¿Cree usted que la variación del precio del cacao nacional afecta su comercialización?

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Muy de acuerdo	54	18%
Algo de acuerdo	89	29%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	42	14%
Algo en desacuerdo	64	21%
Muy en desacuerdo	57	19%
Total	306	100%

*Cuadro N°5.- Variación del precio*

En la encuesta realizada a los productores un 29% supo decir que esta Algo de acuerdo, que la variación del precio del cacao nacional afecta su comercialización, en comparación con un 14% índico que esta Ni de acuerdo Ni en desacuerdo. Dando a entender que la variación del precio del cacao nacional podría ser favorable a los productores, como también desfavorable al momento de comercializar su producto con una variación del precio regular.

## 6. ¿Cree usted que la calidad del cacao nacional es influyente al momento de comercializar?

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Muy de acuerdo	90	29%
Algo de acuerdo	80	26%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	56	18%
Algo en desacuerdo	35	11%
Muy en desacuerdo	45	15%
Total	306	100%

*Cuadro N° 6.- Calidad del cacao nacional*

Un 29% de los encuestados está Muy de acuerdo que la calidad influye mucho cuando se trata de comercializar el cacao nacional, mientras que un 11% se encuentra Algo en desacuerdo. Lo cual indica que la calidad interviene al momento de comercializar el cacao nacional.

## 7. ¿Considera usted que los intermediarios encarecen el proceso de comercialización?

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Muy de acuerdo	58	19%
Algo de acuerdo	78	25%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	36	12%
Algo en desacuerdo	69	23%
Muy en desacuerdo	65	21%
Total	306	100%

*Cuadro N° 7.- Intermediarios*

Con un 25% los encuestados coinciden que están Algo de acuerdo, que los intermediarios encarecen en el proceso de comercialización, frente a un 12% se encuentra Ni de acuerdo -Ni en desacuerdo lo cual indica que los intermediario benefician a los productores como también una minoría indico que sería desfavorables en el proceso de comercializar.

## 8. ¿Cree usted que los precios son respetados dentro del mercado cacaotero?

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Muy de acuerdo	53	17%
Algo de acuerdo	72	24%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	39	13%
Algo en desacuerdo	81	26%
Muy en desacuerdo	61	20%
Total	306	100%

*Cuadro N° 8.- Precios*

Con los resultados obtenidos se puede observar que con un 13% los productores indican que están Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo que los precios son respetados dentro del mercado cacaotero, frente a un 26% que están Algo en desacuerdo. Lo cual indica que los precios no son respetados a los pequeños productores.

## 9. ¿Cree usted que los costos de mantenimiento del cultivo del cacao nacional afectan sus rendimientos?

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Muy de acuerdo	55	18%
Algo de acuerdo	65	21%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	85	28%
Algo en desacuerdo	36	12%
Muy en desacuerdo	65	21%
Total	306	100%

*Cuadro N° 9.- Mantenimiento del cultivo*

En el cuadro estadístico se encuentra claramente reflejado que un 28% de los encuestados esta Ni de acuerdo -Ni en desacuerdo, que los costos de mantenimiento del cultivo del cacao nacional afectan sus rendimientos, en cambio un 12% respondió que esta Algo en desacuerdo, en

Análisis del sector comercializador de cacao en el cantón el Carmen

---

que aquellos los afectase. Esto quiere decir que el costo de mantenimiento del cultivo de cacao nacional afecta sus ganancias.

### 10. ¿Piensa usted que el financiamiento es un factor importante para mejorar la comercialización del cacao nacional?

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Muy de acuerdo	85	28%
Algo de acuerdo	76	25%
Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	28	9%
Algo en desacuerdo	47	15%
Muy en desacuerdo	70	23%
Total	306	100%

*Cuadro N° 10.- Financiamiento*

Según la información recolectada se ha discernido que un 28% está Muy de acuerdo que el financiamiento es un factor importante para mejorar la comercialización del cacao nacional, mientras que un 9% de los encuestados dijeron que Ni de acuerdo Ni en desacuerdo, lo cual indica que con el financiamiento se beneficiarían, como también no podría beneficiarles el financiamiento en el proceso para mejorar la comercialización.

### 11. ¿Qué nivel de educación posee?

Alternativas	Valor Absoluto	Valor Relativo
Primaria	98	32%
Secundaria	86	28%
Estudios superiores	32	10%
Ninguno	90	29%
Primaria Básica	98	32%
Total	306	100%

*Cuadro N° 10.- Nivel de educación*

En el cuadro estadístico se encuentra claramente reflejado que un 32% de los productores del cacao nacional, han obteniendo un nivel de educación primaria a lo largo de su vida, mientras que un 10% de la población señala que han llegado al estudio superior sin ejercer su carrera. Esto quiere decir que los productores del Cantón El Carmen del sector cacaotero son personas con un nivel de educación medio por esta razón poseen escasos conocimientos en su gran mayoría acerca de comercializar su producto de manera adecuada para obtener mayor ganancia en su producción.

### **Conclusiones.**

La presente investigación ha permitido conocer la actividad comercial en el sector cacaotero del cantón El Carmen y su situación actual frente al desarrollo socioeconómico, es así que se han determinado las siguientes conclusiones:

Durante el proceso de comercialización del cacao nacional surge notoriamente la participación de intermediarios cuya influencia se da en calificar la calidad del producto de forma inadecuada pagando a los productores precios inferiores a los que normalmente se encuentran establecidos en el mercado cacaotero.

El escaso conocimiento por parte de los productores acerca de la comercialización directa con la industria del cacao, dificultando la realización de negociaciones en donde se pueda obtener un beneficio igualitario hacia ambas partes, es necesario que los productores adquieran conocimientos en dicha área que logren negociar apropiadamente su producto con la finalidad de aumentar sus ingresos.

El nivel de educación de los productores se concentra mayoritariamente en primaria, esto se debe a los ingresos percibidos por realización de la actividad comercial cacaotero no son lo

suficiente para lograr solventar su gastos en materia educacional, optando por dedicarse al trabajo de campo, sin saber que aquello está afectando su aprendizajes para mejor su calidad de vida, tanto en el ámbito económico como social.

Se concluye indicando que los productores cacaoteros se encuentran sujetos a comercializar el cacao nacional con una influencia desfavorable en el desarrollo social y económico del sector por las falencias que surgen al momento de realizar dicha actividad comercial, sin aprovechan las condiciones biodiversas que les ofrece su cantón.

### **Recomendaciones.**

Según lo expresado en las conclusiones se formularon las siguientes recomendaciones para los productores del sector cacaotero en el cantón El Carmen.

Se recomienda que los productores sigan capacitándose para que obtengan bases de conocimientos solidas tanto en el ámbito comercial como agrícola, además recibirán asesoramiento técnico en el momento que lo requieran, logrando así obtener un cacao nacional de mejor calidad conllevando a formar parte de la exportación.

Se determinó mediante el análisis y la observación que para mejorar el canal de comercialización cacaotero, es factible en gran medida la reducción del desconocimiento ejecutando el plan de capacitación para el manejo comercial planteado.

Los productores deben seguir con el acceso a créditos agrícolas en las instituciones financieras que les brinden beneficios en su labor, para así poder aumentar su inversión en el cultivo del cacao generando mayor actividad agrícola hacia el sector.

Formar una agremiación que les permita establecer un centro de acopio cuya función será dar cierto poder de negociación ante la industria cacaotera logrando mantener acuerdos en donde exista conformidad para ambas partes con la finalidad que los productores logren obtener una mayor ganancia, permitiéndoles mejorar su calidad de vida.

Resaltar que se debe cumplir con los procesos adecuados en forma correcta efectuar el cultivo de cacao nacional mediante la optimización de recursos, para obtener una producción capaz de satisfacer a mercado nacional e internacional conllevando en acrecentar los ingresos de los agricultores del sector cacaotero.

### **Bibliografía.**

- Asociación Nacional de Exportadores de Cacao. (2016). *Historia del Cacao*. Guayaquil: ANEC.
- Barragán, H., Pascual, A., & Ojea, O. (2010). *Desarrollo, salud humana y manazas ambientales: La crisis de la sustentabilidad*. La Plata: Editorial de la Universidad Nacional de La Plata.
- Centro de Comercio Internacional Desarrollo de productos y mercados. (2011). *Cacao Guía de prácticas comerciales*. Ginebra: Palais des Nations.
- Chavarría, H. (2014). *Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe*. San José: CEPAL.
- Córdova-Ávalos, V., Sánchez-Hernández, M., Estrella-Chulím, N., Sandoval-Castro, E., & Ortiz-García, C. (2001). Factores que afectan la producción de cacao (*theobroma cacao* l.) En el ejido francisco I. Madero del plan Chontalpa, Tabasco, México. *Universidad y Ciencia*, 34(17).
- Hernández-Valencia, R., & Lasso-Ramírez, N. (2016). Transacciones de pequeños productores del campo en municipios de Risaralda. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 47(1), 154-172.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Población y Demografía*. Quito: INEC.
- Proecuador. (2013). *Análisis del sector cacao y elaborados*. Quito: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.
- Salcedo, S., & Guzmán, L. (2014). *Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe: Recomendaciones de Política*. Santiago: FAO.
- Thompson, D. (2011). *Tools for Environmental*. Gabriola Island: New Society Publishers.