



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Extensión Santo Domingo

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR INTEGRACIÓN Y
ADUANAS**

Tesis de grado previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR INTEGRACIÓN Y ADUANAS

**“ANÁLISIS DEL CACAO NACIONAL DE ORIGEN Y SUS DERIVADOS
PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN EL COMERCIO JUSTO EN LA
ETNIA TSÁCHILA – SANTO DOMINGO”.**

Estudiante:

VANESSA KARINA POZO ATIENCIA

Director de tesis:

ING. LULY TAPIA

Santo Domingo – Ecuador

Enero, 2014

“ANÁLISIS DEL CACAO NACIONAL DE ORIGEN Y SUS DERIVADOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN EL COMERCIO JUSTO EN LA ETNIA TSÁCHILA – SANTO DOMINGO”.

Ing. Luly Tapia
DIRECTOR DE TESIS

APROBADO

Ing. Katusca Rosero.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Eco. Raúl Luna Benavides
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Msc. Paulina Morales.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Santo Domingo.....de.....2014

Autor: VANESSA KARINA POZO ATIENCIA

Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

**Título de Tesis: “ANÁLISIS DEL CACAO NACIONAL DE ORIGEN Y
SUS DERIVADOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN
EN EL COMERCIO JUSTO EN LA ETNIA TSÁCHILA
– SANTO DOMINGO”**

Fecha: ENERO, 2014

El contenido del presente trabajo, está bajo la responsabilidad del autor/a.

Vanessa Karina Pozo Atiencia
172465057-5

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Extensión Santo Domingo

INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS

Santo Domingo.....de.....del 2014

Econ. Msc. Raúl Luna

**COORDINADOR DE LA CARRERA DE INGENIERÍA DE COMERCIO
EXTERIOR INTEGRACIÓN Y ADUANAS.**

Estimado:

Mediante la presente tengo a bien informar que el trabajo investigativo realizado por la señorita: **VANESSA KARINA POZO ATIENCIA**, cuyo tema es “**ANÁLISIS DEL CACAO NACIONAL DE ORIGEN Y SUS DERIVADOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN EN EL COMERCIO JUSTO EN LA ETNIA TSÁCHILA – SANTO DOMINGO**”, ha sido elaborado bajo mi supervisión y revisado en todas sus partes, por lo cual autorizo su respectiva presentación.

Particular que informo para fines pertinentes

Atentamente.

Ing. Luly Tapia
DIRECTOR DE TESIS

AGRADECIMIENTO

A Dios, por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A mis Padres Marcial Pozo y Esther Atiencia por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial – Extensión Santo Domingo, por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A la Ing. Luly Tapia Directora de tesis, por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

A la Msc. Paulina Morales por la atención y su predisposición para la recopilación de datos.

Igualmente al Econ. Msc. Raúl Luna, por su disposición profesional y apoyo, que contribuyó a elevar el nivel científico de este trabajo

Y por último me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy.

Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

A mis hermanos y sobrina por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar. A mi sobrino Sebastián quien ha sido y es mi motivación, inspiración y felicidad.

TABLA DE CONTENIDO

Portada.....	i
Sustentación y Aprobación de los Integrantes del Tribunal.....	ii
Responsabilidad del autor.....	iii
Informe del director de tesis.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Tabla de contenido.....	vii
Índice tablas.....	xi
Índice de gráficos.....	xiii
Índice de anexos.....	xiv
Resumen.....	xv
Abstract.....	xvi

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1.	Título de la investigación.....	2
1.2.	Planteamiento del problema.....	2
1.3.	Justificación de la investigación.....	4
1.4.	OBJETIVOS.....	7
1.4.1.	Objetivo General.....	7
1.4.2.	Objetivo Especifico.....	7
1.5.	Hipótesis.....	8

CAPITULO II MARCO REFERENCIAL

2.1.	Marco Teórico.....	9
2.1.1.	El cacao.....	9
2.1.2.	Historia Ecuatoriana del cacao.....	9
2.1.3.	Generalidades del cacao ecuatoriano.....	10
2.1.4.	Tipos de Cacao.....	11
2.1.4.1.	Sabor Arriba.....	12

2.1.4.2.	CCN – 51	12
2.1.4.3.	ICS 95	12
2.1.5.	Productos derivados del Cacao	13
2.1.6.	Exportaciones de caco en el Ecuador.....	13
2.1.7.	Oferta vs Demanda del cacao fino de aroma	15
2.1.8.	Certificaciones del Cacao a Nivel Internacional.....	15
2.1.8.1.	Certificaciones Orgánica y/o de Comercio Justo.....	15
2.1.8.1.1.	Características esenciales del Comercio Justo.....	17
2.1.8.1.2.	Objetivo del Comercio Justo.....	17
2.1.8.1.3.	Involucrados de la Cadena del Comercio Justo	17
2.1.8.1.3.1.	Cadena de Producción del Comercio Justo.....	18
2.1.8.1.4.	El Comercio Justo y el desarrollo sostenible	20
2.1.8.1.5.	OBJETIVOS DEL COMERCIO JUSTO	20
2.1.8.1.6.	PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO	21
2.1.8.1.7.	VENTAJAS vs DESVENTAJAS DEL COMERCIO JUSTO	22
2.1.8.1.8.	EMPRESAS CON CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO	23
2.1.8.2.	Certificación Rainforest Alliance	27
2.1.8.2.1.	Objetivo.....	27
2.1.8.2.2.	Principios	27
2.1.8.2.3.	Ventajas vs Desventajas de Rainforest Alliance.....	29
2.1.8.3.	Fairtrade	29
2.1.8.3.1.	Red Internacional Fairtrade.....	30
2.1.8.3.2.	Funcionamiento.....	30
2.1.8.3.3.	Objetivo.....	31
2.1.8.3.4.	Beneficios en el Sur	31
2.1.8.3.5.	Empresa con Certificación Fairtrade	33
2.1.8.3.6.	Certificaciones FLO (Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo).....	35
2.1.8.3.7.	Estructura Arancelaria del Cacao en Mercado Internacional	37
2.1.8.4.	Estructura del Precio del Cacao Orgánico	38
2.1.8.5.	Proceso de producción cacao orgánico	38
2.1.8.5.1.	Estudio sobre los Mercados de Valor para el Cacao Nacional de Origen y con Certificaciones, Claudia Radi, julio 2005	39

2.1.8.6.	Composición del precio del cacao	40
2.1.8.7.	Producción del cacao en Santo Domingo de los Tsáchilas.....	40
2.1.8.8.	Producción de los tipos de cacao en la zonas	42
2.1.8.9.	Cadena de producción del cacao en la zona.....	43
2.1.8.10.	Las características de la cadena productiva del cacao	44
2.1.8.11.	Principales productores o actores de la zona de cacao	46
2.1.8.12.	Normativa ACEPROCACAO.....	46
2.1.8.13.	Norma técnica ecuatoriana NTE INEN 176	48
2.1.8.14.	Norma técnica ecuatoriana NTE INEN 177:95	52
2.1.9.	Marco conceptual.....	57
2.1.10.	Marco legal	58
2.1.10.1.	Económica popular y solidaria.....	59
2.1.10.2.	Ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario	64
2.1.10.3.	Agencia ecuatoriana de aseguramiento de la calidad del agro "AGROCALIDAD".....	66

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.	Operacionalización de variable.....	70
3.2.	Estrategias metodológicas.....	71
3.2.1.	Diseño de la Investigación	71
3.2.2.	Tipo de Investigación.....	71
3.2.3.	Unidad de Análisis	71
3.2.4.	Población.....	71
3.2.5.	Muestra	72
3.2.6.	Métodos de investigación	72
3.2.6.1.	Método inductivo	72
3.2.6.2.	Fuentes y técnicas para la recolección de la información.....	72

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.	Análisis estadístico.....	73
------	---------------------------	----

4.2.	Análisis económico	92
4.3.	Interpretación de resultados	92
4.4.	Comprobación de hipótesis.....	93

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.	Conclusiones	95
5.2.	Recomendaciones	95
	Bibliografía.....	97
	Anexos.....	100

ÍNDICE TABLAS

Tabla N° 1	Clasificación de calidad	6
Tabla N° 2	Tipos de Cacao que produce el Ecuador	11
Tabla N° 3	Rankin de países exportadores de cacao	14
Tabla N° 4	Oferta y demanda internacional de cacao fino de aroma (miles TM).....	15
Tabla N° 5	Ventajas vs Desventajas del comercio justo	22
Tabla N° 6	Empresas con certificación de Comercio Justo	23
Tabla N° 7	Ventajas vs Desventajas de Rainforest Alliance.....	29
Tabla N° 8	Red Internacional Fairtrade.....	30
Tabla N° 9	33Empresa con Certificación Fairtrade	33
Tabla N° 10	Producción de cacao por zonas	41
Tabla N° 11	Producción de cacao de la zona	42
Tabla N° 12	Cadena productiva del cacao en la zona	44
Tabla N° 13	Requisitos de las calidades del cacao beneficiado	51
Tabla N° 14	Número de muestras elementales de cacao en grano.....	55
Tabla N° 15	Variables	70
Tabla N° 16	Población.....	71
Tabla N° 17	Edad	73
Tabla N° 18	Comunidad encuestada	74
Tabla N° 19	Genero.....	75
Tabla N° 20	Nivel de instrucción	76
Tabla N° 21	Actividad laboral.....	77
Tabla N° 22	Administración de la finca	78
Tabla N° 23	Instrucción de la persona a cargo.....	79
Tabla N° 24	Extensión en hectáreas	80
Tabla N° 25	Tipos de productos	81
Tabla N° 26	Variedad de cacao que cultiva la etnia Tsáchila	82
Tabla N° 27	Hectáreas cultivadas de cacao.....	83
Tabla N° 28	Cantidad de producción por quintales.....	84
Tabla N° 29	Producto a la venta.....	85
Tabla N° 30	Comercialización del producto	86
Tabla N° 31	Tipo de Certificación del Cacao	87

Tabla N° 32	Realiza algún tipo de abono	88
Tabla N° 33	Tipo de abono que utiliza en su cultivo	89
Tabla N° 34	Recibe Capacitación.....	90
Tabla N° 35	Asociatividad para obtención de beneficio	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	Porcentajes de países que integran la certificación del precio justo	16
Gráfico N° 2	Marcas certificadas	16
Gráfico N° 3	Involucrados de la cadena del Comercio Justo	17
Gráfico N° 4	Cadena de producción del Comercio Justo	18
Gráfico N° 5	Estructura del precio del cacao orgánico	38
Gráfico N° 6	Composición del precio del cacao en porcentajes	40
Gráfico N° 7	Superficie, cosecha y producción por tipo de cacao	41
Gráfico N° 8	Mapa de la zona de producción de cacao de la etnia Tsáchila	42
Gráfico N° 9	Cadena productiva de la Etnia Tsáchila.....	45
Gráfico N° 10	Cadena productiva de la etnia Tsáchilas	46
Gráfico N° 11	Edad	73
Gráfico N° 12	Comunidad encuestada	74
Gráfico N° 13	Género.....	75
Gráfico N° 14	Nivel de instrucción	76
Gráfico N° 15	Actividad laboral.....	77
Gráfico N° 16	Administración de la finca	78
Gráfico N° 17	Instrucción de la persona a cargo	79
Gráfico N° 18	Extensión en hectáreas	80
Gráfico N° 19	Tipos de productos	81
Gráfico N° 20	Variedad de cacao que cultiva la etnia Tsáchila	82
Gráfico N° 21	Hectáreas cultivada de cacao	83
Gráfico N° 22	Cantidad de producción por quintales.....	84
Gráfico N° 23	Producto a la venta.....	85
Gráfico N° 24	Comercialización del producto	86
Gráfico N° 25	Tipo de Certificación del Cacao	87
Gráfico N° 26	Realiza algún tipo de abono	88
Gráfico N° 27	Tipo de abono que utiliza en su cultivo	89
Gráfico N° 28	Recibe Capacitación.....	90
Gráfico N° 29	Asociatividad para obtención de beneficio	91

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Subpartidas Arancelarias	101
Anexo N° 2: Cuestionarios	102
Anexo N° 3: Fotografías.....	104

RESUMEN

El presente trabajo permite realizar un análisis del cacao nacional de origen y sus derivados para la comercialización en el Comercio Justo en la Etnia Tsáchila – Santo Domingo, describiendo la situación actual de la etnia, el sistema de producción y la extensión de cultivo de cacao en la zona con la finalidad de obtener una concepción real.

A través del diagnóstico se determinó que la etnia Tsáchila no tiene certificados del comercio justo, el objetivo de este trabajo es analizar la comercialización del cacao, la cadena de comercialización y si tienen certificaciones, permitiendo analizar el grado de aceptación del cacao nacional de origen y sus derivados son de comercialización en el Comercio Justo en la etnia Tsáchila.

Para esta investigación el estudio que se realizó es de carácter no experimental de diseño observacional analítico - transversal, este método se empleará en cada etapa del proceso de investigación del mercado, para el levantamiento de la información se realizaron un cuestionario en las siete comunidades de la etnia Tsáchila, donde se obtuvo, el 49% de cultivan el cacao fino de aroma, 41% CCN51, y en pequeñas cantidades el cacao orgánico. Los productos que cultivan la etnia son el cacao con el 45% de la producción por hectárea y el 63% plátano y la naranja.

En conclusión la etnia Tsáchila no tiene procesos de comercialización con precio justo, esto se debe a que no producen cacao orgánico, la cadena de distribución no es la más adecuada para obtener un precio acorde al mercado.

ABSTRACT

This study allows an analysis of the national cocoa origin and their derivatives marketing in Fair Trade in Tsáchila Ethnicity - Santo Domingo, describing the current situation of the ethnic group, the production system and the extension of cultivation of cocoa the area in order to gain a true conception.

Through the diagnosis was determined that the Tsáchila ethnicity has no certified fair trade, the aim of this paper is to analyze the marketing of cocoa marketing chain and if they have certifications, allowing to analyze the degree of acceptance of the national cocoa origin and its derivatives are marketing fair trade in Tsáchila ethnicity.

For this research study that was conducted is not experimental analytical observational design - cross, this method will be used in each stage of the market research for the gathering of information a questionnaire was conducted in seven communities Tsáchila ethnicity, which was obtained, 49% of cultivated fine aroma cacao, 41 % CCN51 , and small amount organic cocoa. Items ethnicity are grown cocoa with 45 % of production per hectare and 63% banana and orange.

In conclusion Tsáchila ethnicity has no marketing processes with fair price, this is because they do not produce organic cocoa supply chain is not adequate for price according to the market.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Actualmente Santo Domingo es una zona que cultiva cacao (*Theobroma cacao* L.), no es extraño encontrar en las aceras de las calles y avenidas semillas de cacao secándose al natural, en los últimos años se ha incrementado el desarrollo en este sector, este estudio permite realizar un análisis del cacao nacional de origen y sus derivados para la comercialización en el comercio justo.

Los territorios de la etnia Tsáchila se integran por siete comunidades sin continuidad territorial como son: Chiguilpe, Colorados del Búa, Cóngoma Grande, los Naranjos Peripa, Poste y Otongo Mapali, ocupando un territorio de 10059 m² con una producción de de 8157 hectáreas de plantación de cacao entre ellos encontramos el Fino de aroma, CCN51 y el injerto o trinitario.

Este trabajo investigativo permite identificar la cadena productiva, su proceso de comercialización, la variedad de cacao que se cosecha, el tipo de certificación del mismo y el precio de venta se encuentra establecido en relación al tiempo de producción, procesamiento entre otros. Este trabajo comprende Capítulo I comprende de los lineamientos de la investigación como el planteamiento del problema, justificación y objetivos que se deben alcanzar.

Capítulo II es el marco referencial, la clasificación de las certificaciones del cacao, el tipo de empresas con certificaciones del cacao internacional, la composición del precio de cacao y las diferentes normas técnicas del cacao.

Capítulo III, está relacionado a la metodología, es decir a la formas, técnicas e instrumentos necesarios para el levantamiento de la información.

Capítulo IV son las conclusiones y recomendación del trabajo investigativo.

1.1. Título de la investigación

Análisis del cacao nacional de origen y sus derivados para la comercialización en el comercio justo en la etnia Tsáchila – Santo Domingo.

1.2. Planteamiento del problema

Los Tsáchila son un grupo étnico distribuido en comunas ubicadas alrededor de Santo Domingo, en la nueva Provincia de Santo Domingo de los Tsáchila, al occidente del Ecuador. Se trata de una región de montaña baja y clima subtropical.

Se los conoce como "Colorados", debido a su costumbre de pintarse el cabello de color rojo con achiote.

Los Tsáchila tienen una identidad bien marcada, el vestido, la pintura roja en los cabellos masculinos, su lengua el Tsáfiqui, que casi todos conservan; su propia alimentación y los poderes de curación de las cuales tienen gran reputación sus Ponés o Shamanes, son marcadores de su identidad.

Tiene una población de 2500 habitantes, agrupados en siete comunidades: Búa, Otongo-Mapalí, Congoma, Naranjos, Chigüülpe, Poste y Peripa.

Se dedican principalmente a la agricultura pero también están inmersos en la economía de mercado con menor énfasis por medio de la comercialización de cacao, ganado vacuno, banano, yuca y café tienen un gran prestigio en la zona y en el país con el contexto de ampliación e integración de una “nueva frontera agrícola” a la economía interna y al modelo agro-exportador.

Existen 10.059 hectáreas de territorio con una plantación de cacao de 7 a 10 mil en varias de las comunidades. En este escenario, para millones de pequeños productores, la existencia de mercados alternativos como el del Comercio Justo es una gran oportunidad

para lograr mejores precios para sus productos y, lo que es más importante, para aportar a la adopción de relaciones más solidarias en la producción, la comercialización y el consumo.

El Comercio Justo, al propiciar la asociatividad y organización de los pequeños productores, valorar el trabajo digno, respetar el medio ambiente y establecer eslabonamientos más directos entre los productores y consumidores, constituye una estrategia de desarrollo inclusivo, sostenible y sustentable que merece ser apoyada y promovida.

La razón para aplicar el sistema de Comercio Justo reside en mejorar la posición de los productores, estableciendo estándares *fairtrade* y creando un marco que permita un comercio en condiciones favorables para ellos.

Los productos con el Sello de Comercio Justo garantizan que se mejorará la situación de los productores. Al fin y al cabo, el impacto del Comercio Justo depende siempre de la buena voluntad y de la lealtad del consumidor.

El precio superior de venta del producto de Comercio Justo contribuye al desarrollo de las organizaciones de productores. La certificación contribuye al fortalecimiento de las organizaciones certificadas, a facilitar el acceso de éstas a los mercados internacionales y a apoyar el comercio sostenible.

El fairtrade se orienta hacia el desarrollo integral, con sustentabilidad económica, social y ambiental, respetando la idiosincrasia de los pueblos, sus culturas, sus tradiciones y los derechos humanos básicos.

La filosofía del Comercio Justo es que la mejor ayuda de los establecimiento de relaciones comerciales éticas y respetuosas, con crecimiento sostenible de las naciones y de los individuos.

1.3. Justificación de la investigación

El cacao se encuentra ligado a lo histórico, económico, político y social de Santo Domingo de los Tsáchilas. La producción cacaotera ha sido una actividad tradicionalmente agrícola en la etnia Tsáchila, movilizándolo a jornaleros y familias campesinas.

En el sistema de comercialización del cacao en la etnia Tsáchila influye la presencia de comerciantes intermediarios que afectan a los productores en el no pago de los precios reales del producto, esto hace que los principales actores de la cadena agroalimentaria sean afectadas al no tener incremento en sus ingresos económicos, lo cual en muchas ocasiones los desmotiva para adoptar tecnologías innovadoras de bajo costo, y por ende no son parte de un sistema de conocimiento que combinan información tecnológica y sus habilidades naturales para el cultivo del grano.

Es 52 mil plantas de cacao para sembrar en 80 hectáreas entregaron a los miembros de la Asociación Congomita-Conadu. El objetivo es impulsar y mejorar la producción de cacao, entre la población Tsáchila.

Para ello se firmó un convenio de transferencia de fondos del proyecto de mejoramiento de la producción de cacao nacional orgánico fino de aroma para las comunidades Tsáchilas.

A más de incentivar los cultivos también se pretende construir un centro de acopio para la comercialización directa del cacao y para el beneficio de la etnia tsáchila, y así tener una mejor calidad de productos.

Los productos con el Sello de Comercio Justo garantizan que se mejorará la situación de los productores. Al fin y al cabo, el impacto del Comercio Justo depende siempre de la buena voluntad y de la lealtad del consumidor. El precio superior de venta del producto de Comercio Justo contribuye al desarrollo de las organizaciones de productores. La certificación contribuye al fortalecimiento de las organizaciones certificadas, a facilitar el acceso de éstas a los mercados internacionales y a apoyar el comercio sostenible.

En general, hay un aumento de interés de los consumidores en productos que apoyan diferentes programas éticos y el Comercio Justo en especial. Productos como el café despiertan hasta ahora más interés que el cacao o los chocolates con productos de Comercio Justo. Hay diferentes razones para este desarrollo. Primero, la presencia en los supermercados. El café es un producto de alto consumo en comparación con los chocolates. Los estantes de chocolates están dominados por las grandes marcas. Éstas no tienen marcas especiales de productos de cacao con la certificación de Comercio Justo.

El aumento del consumo étnico anima a los fabricantes de alimentos a considerar más las implicaciones de sellos étnico-eco, Fairtrade, Rainforest Alliance, entre otras. Una de las más exitosas es la certificación orgánica, con la certificación de productos agrícolas en Europa y EE.UU.

En Ecuador, precios entre USD75-90/qq eran comunes en 2004, pero están ajustándose a los precios en los mercados internacionales.

Una organización de pequeños productores del Ecuador, en 2005, tuvo el éxito con un precio de USD 2 200/tonelada, con un producto de alta calidad con dos certificaciones (comercio justo y orgánico).

El mercado internacional no tiene una demanda alta para los derivados de cacao de Comercio Justo. Organizaciones de pequeños productores que venden cacao de Comercio Justo en pepa tienen un éxito muy respetable. En el pasado, MCCH del Ecuador tuvo un éxito fabuloso; Hasta ahora, no hay ejemplo exitoso sin cooperación; con el apoyo y la confianza entre empresas exitosas de chocolate y organizaciones de pequeños productores. Sin relaciones y contratos a largo plazo, no hay ejemplos de éxito en el mundo. La clave para cada organización de pequeños productores es el apoyo financiero, con asistencia técnica, conocimiento y en las relaciones a largo plazo.

El cacao Nacional tiene un tratamiento especial en el mundo de cacao y de los chocolates. El cacao del Ecuador significa alta calidad y sabores especiales. Los mercados de calidad

tienen un interés creciente en encontrar cacao de alta calidad, de sabores y orígenes especiales. Hasta los noventa, los chocolates de alto contenido de cacao (>60%) tenían un mercado pequeño, los consumidores preferían más los chocolates dulces con leche; pero había algunas excepciones, como Francia y Bélgica, en donde la mayoría de la población consumía chocolate de alta calidad y de alto contenido de cacao.

Con una gran demanda de cacao Nacional de alta calidad, como ASS y ASSS, hasta ahora, la clasificación de calidad se define con este proceso:

Tabla N° 1
Clasificación de calidad

Requisitos	Unidad	Cacao Arriba				
		ASSPS	ASSS	ASS	ASN	ASE
Cien granos pesan	g	135-140	130-135	120-125	110-115	105-110
Buena fermentación (mínimo)	%	75	65	60	44	26
Ligera fermentación* (mínimo)	%	10	10	5	10	27
Total fermentado (mínimo)	%	85	75	65	54	53
Violeta (máximo)	%	10	15	21	25	25
Pizarroso/pastoso (máximo)	%	4	9	12	18	18
Moho (máximo)	%	1	1	2	3	4
Totales (análisis sobre 100 pepas)	%	100	100	100	100	100
Defectuoso (máximo) (análisis sobre 500 gramos)	%	0	0	1	3	4**

Fuente: Normas de calidad

Elaborado por: Pozo Vanessa

ASSPS Arriba Superior Summer Plantación Selecta

ASSS Arriba Superior Summer Selecto

ASS Arriba Superior Selecto

ASN Arriba Superior Navidad

ASE Arriba Superior Época

* Coloración marrón violeta

** Se permite la presencia de granza solamente para el tipo ASE.

*** La coloración varía de marrón a violeta

Cabe resaltar que las certificaciones orgánicas, de Comercio Justo, y Rainforest Alliance, entre otras, no son certificaciones de calidad física y representan solamente el proceso de

cultivo, el cuidado del medio ambiente y los derechos humanos.

Con apoyo de diferentes organizaciones nacionales e internacionales, pero también de los compradores, hay organizaciones de pequeños productores que han adquirido certificaciones orgánicas, Comercio Justo y Rainforest Alliance. Las demandas de los clientes se enfocan más y más en volumen de alta calidad; pero solamente algunas organizaciones, como Unocace, tienen casi a todos sus socios con certificados de sello orgánico. Algunas otras organizaciones tienen, o están en el proceso, de recibir certificaciones.

Nuestra propuesta es alcanzar la certificación orgánica, Comercio Justo y Rainforest Alliance para la asociación de la etnia Tsáchila y poder vender el cacao nacional a buen precio y manteniendo los valores étnicos y cuidando el medio ambiente de las comunas Tsáchilas.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Analizar la comercialización del Cacao nacional de origen y sus derivados para un comercio justo en la etnia Tsáchila.

1.4.2. Objetivo Especifico

- Análisis de la situación histórica y actual del cacao en etnia Tsáchila.
- Establecer la producción del Cacao Nacional de origen y sus derivados de la etnia Tsáchila.
- Investigar la comercialización y certificación del comercio justo del cacao en la etnia Tsáchila.

1.5. Hipótesis

¿Qué grado de aceptación tiene la comercialización del cacao nacional de origen y sus derivados en el Comercio Justo en la etnia Tsáchila?

CAPITULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico

2.1.1. El cacao

El cacao es conocido como un ingrediente, “chocolate”. El cacao en el mundo ha tenido una evolución diferencia durante los últimos cien años aproximadamente.

“El árbol de cacao es una planta tropical que crece en climas cálidos y húmedos, concentrándose su producción en una banda estrecha de no más de 20 grados al norte y al sur de la Línea Ecuatorial”.(Instituto Interamericano de Cooperacion para la Agricultura - IICA, 1982, pág. 9)

El cultivo del cacao posee una diversificación ellos encontramos características que se presentan en términos de sabor y aromas, el cacao es la materia prima del chocolate. Para el estudio del cacao tiene como finalidad destacar el esfuerzo que realizan la etnia Tsáchila en Santo Domingo de los colorados, su producción, cultivo y la cadena de comercio.

La importancia del cacao recae en la economía de los productores y distribuidores de la zona, cabe destaca que el rendimiento la planta varia por tamaño del producto y el tiempo de cosecha, la planta de cacao tiene varia cosechas año.

2.1.2. Historia Ecuatoriana del cacao

El cacao en el Ecuador tiene su trayectoria en los siglos, convirtiéndose actualmente en el séptimo país a nivel mundial como exportado de caca fino de aroma. Según,(eHow en español, 2013) el cacao tiene su relevancia por convertirse en un rubor importante de ingresos para el estado. Así su historia se remonta:

“En los siglos XVI y en parte del siglo XVII la exportación del cultivo estaba prohibida para los territorios del Ecuador. Sin embargo en forma creciente y pese a las Cédulas Reales, se continuó exportando cacao, hasta que en 1789 el Rey Carlos IV permitió el cultivo y la exportación desde la costa ecuatoriana”(Millán, sn)A

“Así el cacao se convirtió en una de las fuentes principales de divisas durante el siglo XIX, conformándose una clase poderosa de productores y exportadores poseedores de latifundios, a quienes se les denominaría los “grandes cacaos”. En las provincias de Los Ríos, Guayas y El Oro, se asentaron las principales tierras destinadas al cacao y es justamente en estas zonas, en la parte de arriba de la cuenca del río Guayas donde se produciría el cacao fino de aroma con denominación de origen “Arriba”. Un cacao muy apreciado en el mercado internacional que obtiene altos precios por su calidad”(Millán, sn)B.

Ecuador, por sus especiales condiciones geográficas y su riqueza en biodiversidad, es el productor por excelencia de cacao nacional fino de aroma con el tradicional “Sabor Arriba” que ha sido reconocido durante siglos en el mercado internacional.

“El cacao que se produce en el Ecuador se lo conoce como variedad de tipo “Nacional”. Botánicamente esta clase pertenece a los denominados “Forasteros Amazónicos”. De ésta se obtiene el cacao “Arriba” que, por su aroma floral, es reconocido mundialmente, variedad que proviene exclusivamente del Ecuador.”(Millán, sn)C

2.1.3. Generalidades del cacao ecuatoriano

La producción de cacao en el Ecuador ha constituido un importante renglón para la economía nacional, en especial por su significativa contribución a la generación de divisas por concepto de exportación, actividad que se inició en la época de la Colonia. En la actualidad ocupa el tercer lugar en el monto de exportaciones del sector agrícola, después del banano y de las flores.

Según estudio realizado “La producción anual del cacao en el Ecuador fluctúa dentro de un rango de 80 000 a 90000TM (sin tomar en cuenta el año 1 998 que fue irregular por la presencia del fenómeno de El Niño), que se obtienen en 287100 hectáreas, con un rendimiento promedio de 300 kg/ha. Aproximadamente el 60% de la producción se exporta en grano, el 35% constituye materia prima para la fabricación de semielaborados (torta, licor, pasta, manteca y polvo) y chocolates; el 5% se destina a industrias artesanales del país. Gracias a la característica de calidad del cacao Nacional por su sabor y aroma florales, el Ecuador tiene una clara ventaja competitiva en el mercado mundial”(Blog. Agricultura Tropical, 2010)

El producto que ofrece Ecuador es uno de los mejores valorados del mundo --no es el mejor, pero sí tiene características que lo hacen de los más valorados por los sibaritas del chocolate.

2.1.4. Tipos de Cacao

Los granos o almendras se encuentran dentro de la mazorca del cacao y constituyen la materia prima para la elaboración de todo tipo de chocolates. En Ecuador existen sobre todo dos variedades de cacao: Sabor Arriba y CCN51.

Tabla N° 2
Tipos de Cacao que produce el Ecuador

TIPO DE CACAO	HECTÁREAS
Nacional	361.148,00
Complejo Nacional	3.550,00
Criollo	244
CCN51	21.250,00
ICS-95	150
Clones mejorados INIAP	23
TOTAL	386.365,00

Fuente: http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/VICENTE_URRUTIA.pdf
Elaborado por: Pozo Vanesa

El cacao del mundo se concentra en tres tipos el criollo o Sabor arriba conocido así en el Ecuador, forastero ó CCn51 y el trinitario que es una combinación de los dos anteriores o ICS95.

2.1.4.1. Sabor Arriba

También conocido como Fino y de Aroma. Es el producto tradicional y emblemático del Ecuador. Por sus fragancias y sabores frutales y florales, se volvió famoso entre los extranjeros y poco a poco lo fueron llamando Cacao Arriba. Por su organolepcia tiene un valor agregado que es reconocido por la industria de la confitería.

2.1.4.2. CCN – 51

Los frutos tienen una coloración rojiza en su estado de desarrollo y en su madurez. Contienen grandes cantidades de grasa, por lo que define sus propios nichos de mercados. Es una variedad que se caracteriza por su capacidad productiva, siendo esta cuatro veces mayor a las clásicas producciones y a su vez por ser resistente a las enfermedades.

- No. Granos/ Mazorca: 45
- Índice de grano: 1.5 gramos
- Índice de mazorca: 15

2.1.4.3. ICS 95

Producto de alta calidad con aroma y sabor, dando buena producción y tolerancia a moniliasis. Es de origen Trinitario, con alto grado de compatibilidad:

- No. Grano / Mazorca: 41
- Índice de grano: 1.4 gramos
- Índice de mazorca: 18
- % Cascarilla : 16.5
- % Almendras: 83.5

- % Grasa: 53.1
- pH: 4.9

2.1.5. Productos derivados del Cacao

“Es el cacao tras un proceso de industrialización o elaboración artesanal. Por lo general, se refiere al chocolate, que puede ser: barras, tabletas, bombones, coberturas, blanco, en polvo, relleno, baños y un sin fin de manufacturas más, obtenidos a partir de mezclas con otros productos o frutos secos”(ANECACAO, 2013)

El consumo de chocolate es asociado con una serie de beneficios para la salud. Estudios demuestran que favorece al sistema circulatorio, y que también tiene otros buenos efectos:

1. Anticanceroso,
2. Estimulador cerebral,
3. Antitusígeno,
4. Antidiarreico,
5. Efectos afrodisiacos.

2.1.6. Exportaciones de cacao en el Ecuador

El cacao es una de las materias primas agrícolas más importante de Ecuador en el comercio internacional es fuente de divisas para países productores.

“La contribución del comercio de cacao en muchos países al intercambio con el exterior varía significativamente con las fluctuaciones del precio, pero ha llegado a ser incluso el 54% de las ganancias por exportación en Ghana, el 40% en Costa de Marfil y el 30% en Camerún” (Corpei; GTZ; BioComercio Sostenible; Conservación y Desarrollo; Radi, Claudia, 2005)

Asimismo otro punto de vital importancia es que la gran mayoría de la producción de

cacao es realizada por pequeñas comunidades productoras, una de ellas es la etnia Tsàchila.

Tabla N° 3
Rankin de países exportadores de cacao

Rank		Producción		% de Part.
		(Miles de dólares)	(Tm)	
	Total	4328,286	4167,883	100.00
1	Côte d'Ivoire	1290,113	1242,300	29.81
2	Indonesia	841,279	810,100	19.44
3	Ghana	656,362	632,037	15.16
4	Nigeria	444,265	427,800	10.26
5	Camerún	274,240	264,077	6.34
6	Brasil	242,329	233,348	5.60
7	Ecuador	137,184	132,100	3.17
8	Togo	105,406	101,500	2.44
9	Papúa Nueva Guinea	58,986	56,800	1.36
10	Republica Dominicana	55,039	53,000	1.27
11	Peru	48,407	46,613	1.12
12	Colombia	41,055	39,534	0.95
13	México	28,219	27,174	0.65
14	Venezuela	22,119	21,300	0.51
15	Malaysia	19,004	18,300	0.44
16	Uganda	15,577	15,000	0.36
17	Sierra Leona	14,538	14,000	0.34
18	India	12,773	12,300	0.30
19	Guatemala	11,007	10,600	0.25
20	Madagascar	10,384	10,000	0.00

Fuente: CORPEI 2005

Elaborado por: Pozo Vanessa

La etnia Tsáchila tiene una producción de 10059 hect. de producción en sus distintas variedades tales como: CCN-51, Fino de aroma y el ICS 95.

Certificaciones del Cacao a Nivel Internacional

El mercado de chocolate es el mayor consumidor de cacao en grano, concentrándose en los países desarrollados.

La meta del Ecuador es pasar a producir a entre 20 y 25 toneladas por hectárea, lo que supondría un incremento exponencial en su producción y en sus ingresos,

“El consumo de productos de confitería de chocolate aumentó en un 10% entre 2002 y 2010

en un grupo de países seleccionados, entre los que figuran los principales países europeos, Estados Unidos, Brasil, Japón y Australia, tratándose de una tasa anual de crecimiento del 1,2%. Este hecho subraya el descenso del consumo de chocolate en la mayoría de los países seleccionados en 2009, en el peor momento de la crisis económica mundial. Sin embargo, el consumo empezó pronto a recuperarse en 2010, aumentando en 2,8%, para alcanzar un nivel récord de alrededor de 5,54 millones de toneladas”(Canacacao. Org, 2012)

Los productos intermedios como son sus derivados son utilizados en diversas divisas.

2.1.7. Oferta vs Demanda del cacao fino de aroma

Tabla N° 4
Oferta y demanda internacional de cacao fino de aroma (miles TM)

	Cacao/ chocolate	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Tasa Crec.
Oferta	Ordinario	3,134	3,605	3,737	3,804	3,841	3,864	3,883	4%
	Fino/Aroma	167	167	167	167	167	167	167	0%
	Total	3,302	3,772	3,904	3,971	4,008	4,031	4,050	4%
Demanda	Leche/otros	3,248	3,291	3,333	3,375	3,415	3,454	3,507	1%
	Oscuros	361	390	421	455	491	530	557	8%
	Fino/Aroma	180	195	210	227	245	265	278	8%
	Otros	180	195	210	227	245	265	278	8%
	Total	3,609	3,681	3,754	3,829	3,906	3,984	4,064	2%
Bal. O/D	Total	-307	92	150	142	102	47	-14	
	Ordinario	-294	119	193	202	180	145	97	
	Fino/Aroma	-13	-28	-43	-60	-78	-98	-111	

Fuente:(Canacacao. Org, 2012)

Elaborado por: Pozo Vanessa

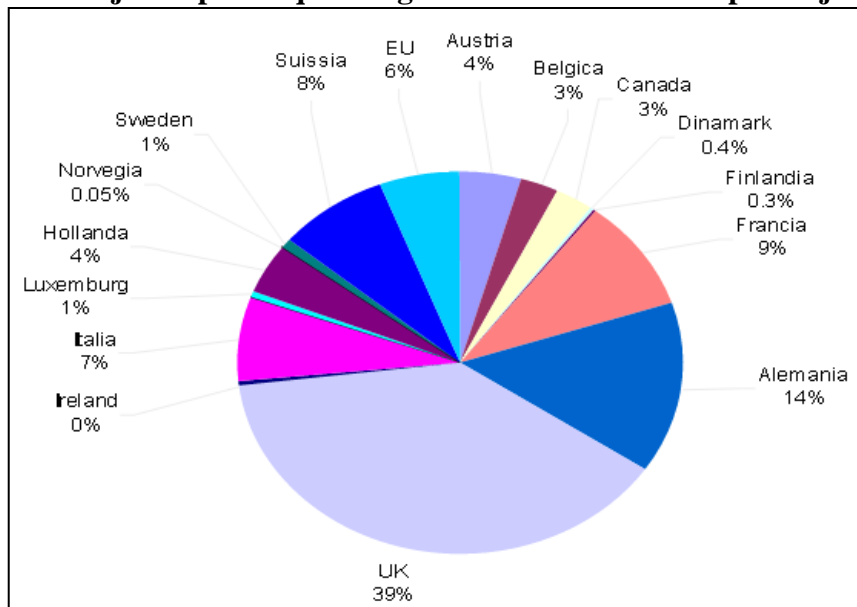
2.1.8. Certificaciones del Cacao a Nivel Internacional

2.1.8.1. Certificaciones Orgánica y/o de Comercio Justo

El comercio justo es un sistema que reside en mejorar la posición de los productores desfavorecidos en los países en vía de desarrollo, estableciendo estándares FAIRTRADE y creando un marco que permite un comercio favorable para los productores.

“Los productos con el sello de comercio Justo garantiza que se mejorar la situación de los productores. El impacto depende siempre de la buena voluntad y de la lealtad del consumidor”. (Corpei; GTZ; BioComercio Sostenible; Coservacion y Desarrollo; Radi, Claudia , 2005, pág. 7)

Gráfico N° 1
Porcentajes de países que integran la certificación del precio justo



Fuente: (Corpei; GTZ; BioComercio Sostenible; Coservacion y Desarrollo; Radi, Claudia , 2005)

Elaborado por: Pozo Vanessa

Los ellos de calidad del producto desde el 2002, FLO ha iniciado el proceso de armonización de los diferentes sellos en una imagen internacional y ha propuesto que la nueva marca certificada sea utilizada en países que adopten el mismo enfoque.

Gráfico N° 2
Marcas certificadas



Fuente: (Corpei; GTZ; BioComercio Sostenible; Coservacion y Desarrollo; Radi, Claudia , 2005)

Elaborado por: Pozo Vanessa

2.1.8.1.1. Características esenciales del Comercio Justo

- Los productos se compran reduciendo al mínimo el número de intermediarios
- El precio de compra está en función de los costos de producción deben permitir al productor alcanzar un nivel de vida razonable
- Se establecen relaciones a largo plazo
- Los contactos regulares garantizan que los productores reciban información sobre la calidad del productor, del envase y de las reacciones de los consumidores.
- Existe para el productor un premio incluido en el precio.

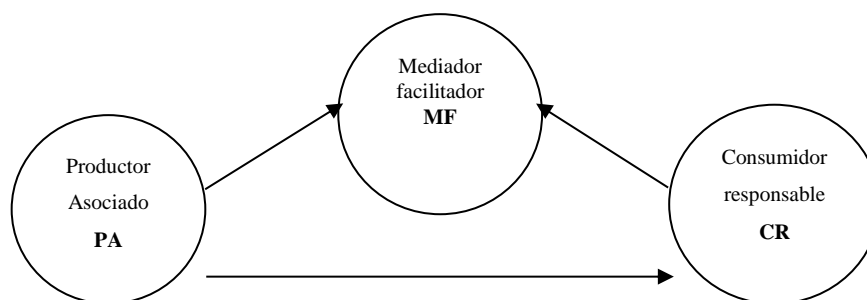
2.1.8.1.2. Objetivo del Comercio Justo

Persigue: obtener un precio y condiciones más justas para grupos de pequeños productores, hacer evolucionar las prácticas comerciales hacia la sustentabilidad y la incorporación de los costos sociales y medioambientales. También busca concienciar a los consumidores sobre el poder que tienen al comprar productos de este comercio.

2.1.8.1.3. Involucrados de la Cadena del Comercio Justo

Esta relación entre estos involucrados constituye una verdadera revolución del mercado, económico, social y cultural al establecer relaciones de apoyo mutuo, restaurar el sentido de comunidad y provocar unos flujos de circulación del capital social, a favor de los pequeños productores, que podrían controlar el mercado.

Gráfico N° 3
Involucrados de la cadena del Comercio Justo



Fuente: Espánica
Elaborado por: Pozo Vanessa

El Consumidor Responsable: Es consciente del poder de su consumo para elegir determinados productos elaborados con dignidad por productores asociados del Sur.

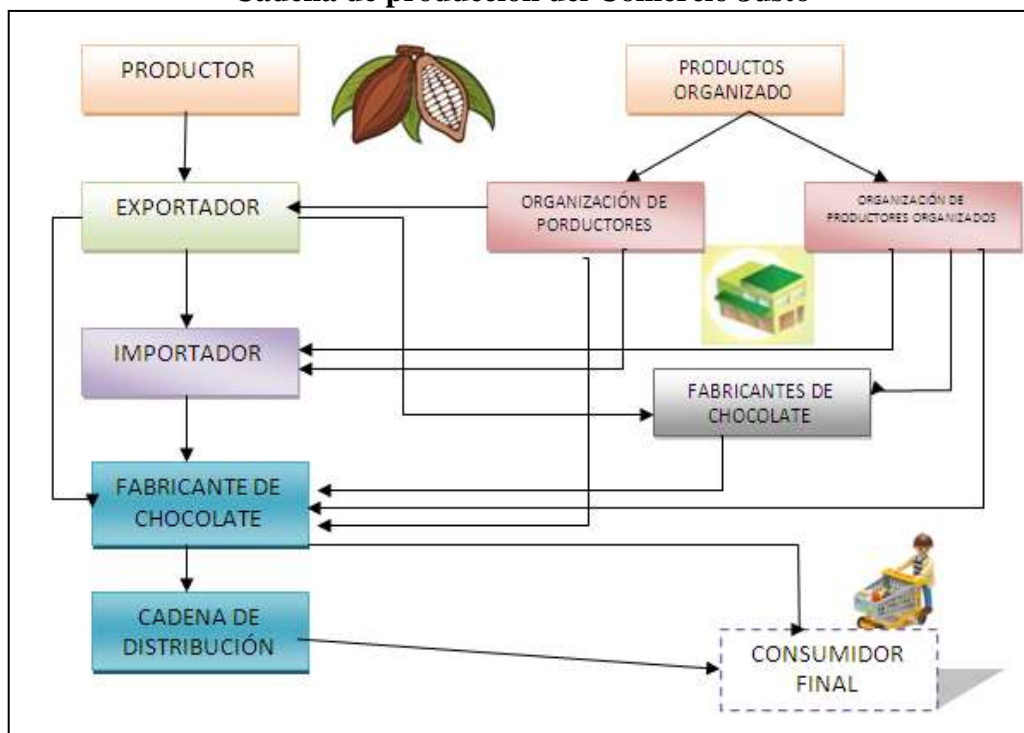
El Productor Asociado: Se unen en proyectos solidarios como medio de transformación de la sociedad en los países del Sur.

El Mediador-facilitador sin Ánimo de Lucro: Contribuye a difundir en el Norte, los productos y mercancías elaboradas por los productores asociados sin ánimo de lucro y con intención de favorecer el Comercio Justo.

2.1.8.1.3.1. Cadena de Producción del Comercio Justo

El comercio justo elimina todos los intermediarios innecesariamente, así como la compra y venta con carácter especulativo, tan habitual en el comercio tradicional. (Corpei; GTZ; BioComercio Sostenible; Coservación y Desarrollo; Radi, Claudia, 2005, pág. 15)

Gráfico N° 4
Cadena de producción del Comercio Justo



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Los productores individuales: Estos constituyen alrededor el 90%(más de 90.000 productores), y son principalmente pequeños productores.

Estos se relacionan directamente con los intermediarios ubicados en el pueblo más cercano.(ESPOL.EDU.EC, 2006, pág. 15)

Las asociaciones de productores: Estos casos son muy pocos, y se refieren a agrupaciones de productores que participan en la producción, acopio y comercialización, dirigiendo el producto a intermediarios, industria o directamente a exportadores.

Los intermediarios: Se estima que pueden pasar de 1000intermediarios a nivel nacional. Son de diferentes tamaños, dependiendo del volumen de compra y de la ubicación del acopio. De manera estimativa, el 10% de la producción se canaliza a través del Intermediario camionero; el 22% lo adquiere el comerciante del pueblo más cercano; el 54% lo compra el intermediario de la cabecera cantonal y el 14% el exportador directamente.

Los intermediarios a su vez tienen la opción de comercializarlo con la industria de semielaborados, la industria de elaborados o los exportadores de cacao en grano.

La industria de semielaborados: son los industriales que procesan el cacao y lo transforman hasta alguna de sus etapas intermedias (manteca, pasta, licor). Estas industrias dirigen el cacao procesado hacia el mercado externo.

La industria de elaborados: son los industriales que procesan el cacao hasta productos elaborados como el chocolate. En términos de comercialización, dirigen el producto final hacia el mercado de exportación (previos registros de calidad) o directamente hacia el mercado interno.

Los exportadores de Cacao en grano: Son alrededor de 29 en total. Son los acopiadores principales y su producto va al mercado externo sujeto al cumplimiento de normas de

calidad que exigen sus clientes.

2.1.8.1.4. El Comercio Justo y el desarrollo sostenible

Desde la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro de 1992 (Conferencia de las Naciones Unidas en Desarrollo y Medio Ambiente (UNCTAD), el desarrollo sostenible (entendido como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades) se ha convertido en el paradigma del desarrollo, integrando los tres pilares del desarrollo Sostenible – crecimiento económico, desarrollo social y protección medioambiental – como elementos interdependientes del desarrollo a largo plazo.

El desarrollo sostenible puede ser respaldado por sistemas que den prioridad a elementos ambientales, sociales o económicos. Es importante para el buen funcionamiento del mercado que consumidores y productores tengan acceso a una información fiable sobre los sistemas.

Es necesario contar con una mayor claridad y comprensión del efecto real de los sistemas privados relacionados con la sostenibilidad sobre los productores de los países en vías de desarrollo, así como sobre su entorno en sentido amplio.

La importancia del comercio justo radica en la capacidad de encontrar soluciones aplicadas localmente a problemas globales. (AGUIRRE, 2005, pág. a1) .

Esta solución es buscar la capacidad de vender el producto a costo accesible y con precios en relación al tiempo de producción, procesamiento entre otros.

2.1.8.1.5. Objetivos del comercio justo

Los objetivos del comercio justo es buscar una sostenibilidad económica entre productores y comerciante. (ETI comercio , s/n)

- Un salario justo para los productores
- Condiciones de trabajo dignas
- Respeto de los derechos humanos
- Lucha contra la explotación infantil
- La sostenibilidad del medio ambiente
- Igualdad entre hombres y mujeres

2.1.8.1.6. Principios del comercio justo

Busca la asociatividad entre productores, los principios son:

- Que los productores formen parte de cooperativas u organizaciones voluntarias
- Funcionamiento democrático
- Comercio, no ayuda: trabajo y libre iniciativa, en rechazo de subsidios y ayudas asistenciales
- Rechazo a la explotación infantil
- Igualdad entre hombres y mujeres
- Trabajo digno, respetando los derechos humanos
- Precio justo por los productos, que permita una vida digna a los productores
- Pago adelantado para evitar que recurran a otras formas de financiación
- Relaciones a largo plazo que les den seguridad
- Respeto del medio ambiente
- Calidad y producción sostenible
- Evitar intermediarios
- Más información al consumidor sobre la procedencia del producto

2.1.8.1.7. Ventajas vs desventajas del comercio justo

Tabla N° 5
Ventajas vs Desventajas del comercio justo

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> • Los productores forman parte de cooperativas u organizaciones voluntarias y funcionan democráticamente. • Libre iniciativa y trabajo, en rechazo a los subsidios y ayudas asistenciales (de allí la frase del comercio justo: «Comercio, no ayuda»). • Rechazo a la explotación infantil. • Igualdad entre hombres y mujeres. • Se trabaja con dignidad respetando los derechos humanos. • El precio que se paga a los productores permite condiciones de vida dignas. • Los compradores generalmente pagan por adelantado para evitar que los productores busquen otras formas de financiarse. • Se valora la calidad y la producción ecológica. • Respeto al medio ambiente. • Se busca la manera de evitar intermediarios entre productores y consumidores. • Se informa a los consumidores acerca del origen del producto. • Es proceso voluntario, tanto la relación entre los productores, los distribuidores y los consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios elevados • Poca variedad de productos • Pocos establecimientos y mal comunicados • Falta de publicidad y de interés por parte de la sociedad

Fuente: <http://comercio-justo-antavi.blogspot.com/>

Elaborado por: Pozo Vanessa

2.1.8.1.8. Empresas con certificación de comercio justo

Tabla N° 6
Empresas con certificación de Comercio Justo

ORGANIZACIÓN	DATOS DE CONTACTO (TELÉFONO, E-MAIL)	DESCRIPCIÓN
Asociación de Productores de Cacao de Atácame (APROCA), Asociación de Productores de Cacao de Río Verde (APROCAR), Asociación de Productores de Cacao de Muisne (APROCAM)	Daysi Rodríguez Rojas, produccion1@cefodi.org.ec, telf. 06.2.712.500, Esmeraldas	Actualmente estas tres organizaciones de productores de cacao reciben apoyo de CEFODI. Está ubicadas en la provincia de Esmeraldas y cuentan con aproximadamente 200 productores (APROCA: 113, APROCAR: 70 y APROCAM: 25). Los volúmenes comercializados son de 300 quintales en el 2004 y 1134 quintales en el 20053.
Asociación Agroartesanal de Producción de Bienes Agrícolas, Pecuarios y Piscícolas de Napo "Kallari"	Héctor Licuy y Diego Grefa, asociacionkallari@yahoo.es, diegogrefa@hotmail.com, telf. 06 2870009, Tena	Ubicado en la provincia de Napo, y oferta un cacao Tipo Nacional, fino y de aroma de muy buena calidad que es producido en sistemas agroforestales, en la Amazonía centro del Ecuador. Están certificados con Biolatina.
Asociación de Bananeros El Guabo	Jorge Ramirez, elguabo@ecua.net.ec, telf. 07.2.950.199 / 088	Se encuentra en las provincias de El Oro y Azuay y está conformada por asociaciones de pequeños productores que utilizan sistemas agroforestales (800ha.) con banano. Su certificadora es SKAL y el cacao no es comercializado como orgánico.
Asociación de Productores de Cacao de la Zona Norte de Esmeraldas	Virginia Borja, Nestor Lemos, aprocane@andinanet.net, telf. 06.2.786.027,	Ubicada en la provincia de Esmeraldas y agrupa a 429 familias de 20 comunidades con

(APROCANE)	Esmeraldas	una producción de 3,705 quintales/año. Está en proceso de obtención de la certificación orgánica. Pueden producir cacao durante todo el año y pueden ofertar producto de origen ya que está rodeada de los ríos: Bogotá, Cachavi, Wimbi, Santiago, Cayapas, Onzole, Tululbi, y Palabi.
Consorcio APAL	Rosa Zambrano, apal@ecua.net.ec, rosa_zambrano@yahoo.com	Ubicada en las provincias de El Oro, Azuay y Guayas, y cuenta con 6 organizaciones de pequeños productores. Produce cacao nacional fino de aroma en sistemas agroforestales en 2,400 ha. Certificadas por BCS, pero no es comercializado como orgánico.
Corporación de Cacaoteros de la Amazonía	Flavio Cordero Rodas, theobroma58@latinmail.com, telf. 06.2.818.017 Alexandra Robles Guato, monica@funedesin.org, telf. 06.2.280.0004, Lago Agrio	Actualmente ésta recibe apoyo de FUNEDESIN. Se ubica en la región amazónica, provincia de Sucumbíos. En el futuro operará como una empresa privada. Grandes centros de acopio y otro tipo de infraestructura están siendo construidos dentro del proyecto. Tienen programado ofertar 300TM en el próximo año 2006.
ECOLSUR/Cerro Azul	Galo Durazno, ecolsur@hotmail.com, telf. 07.2.888.943, 07.2.844.643	Se ubica en la provincia de El Oro y cuenta con 78 productores de cacao tipo nacional certificado orgánico por BCS. Sin embargo, éste no es comercializado como orgánico. Existe también ECOLSUR Nuevo/Cerro

		Azul que se encuentra en El Oro y su producción proviene de 31 pequeños agricultores de cacao tipo nacional certificado por BCS que no es comercializado como orgánico
Federación Nacional de Productores de Cacao del Ecuador (FEDECADE)	Víctor Chacón Salinas, fedecade_ec@yahoo.com, telf. 04.2.528.396 / 04.2.528.397, Guayas	Es una federación que agrupa alrededor de 1200 de Productores de familias y se encuentra principalmente en la provincia del Guayas. Cuenta con cerca de 200 TM al año y han exportado al mercado Europeo a través de la exportadora COFINA. Su cacao está certificado con sellos: Comercio Justo, orgánico y Rain Forest Alliance
Fundación Maquita Cushunchic (MCCH)	José Santos, fund@mcch.ecuanet.net.ec, josantos@telconet.net, Telf. 04.2.35.0824 Guayaquil	Ubicada en las zonas de Manabí y Poza Honda, y cuenta con 200 productores de organizaciones de pequeños productores. Su producción se basa en cacao fino de aroma con certificación de ECOCERT.
Grupo Agrícola Prieto Agrovital (AGROVITAL)	Pablo Prieto, pprieto@eo.pro.ec, telf. 07.2.939.754	Ubicado en la zona de El Oro se provee de haciendas bananeras y cacaoteras con producción de cacao fino de aroma en 80% y la variedad CCN51 en 20%. Su certificado proviene de BCS. No comercializan como orgánico.
Organización de Productores de Cacao Orgánicos Sabor Arriba	Milciades Fernández Nupia, milciades244@hotmail.com, Telf. 05.2.750.553,	Ubicado en las provincias de Los Ríos y Cotopaxi, y producen cacao tipo Nacional

(APROCAO S.A.)	Esmeraldas	sabor arriba, fino y de aroma de excelente calidad, en sistemas agroforestales.
Unión de organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador (UNOCACE)	Freddy Cabello, unocace@on.net.ec, telfax: 04.2.29.3662 Guayaquil	Ubicada en las provincias de Guayas, Los Ríos, El Oro, Cañar y Bolívar. Cuenta con 725 socios y 11 sub-organizaciones. La organización oferta un cacao tipo Nacional sabor arriba, fino y de aroma de excelente calidad, produciendo en un agro-ecosistema que favorece a la conservación de la biodiversidad de la región centro-sur del Ecuador. La certificadora es ECOCERT y tiene comprometida la mayor parte de su producción con un solo cliente de origen francés.

Fuente: FRAITRADE

Elaborado por: Pozo Vanessa

2.1.8.2. Certificación Rainforest Alliance

La certificación Rainforest Alliance, con su sello, representa otro tipo de certificación que tiene un enfoque en normas sociales y ambientales.

2.1.8.2.1. Objetivo

Es proteger los ecosistemas, así como a la gente y animales que dependen de ellos, por medio de la transformación de las prácticas de uso de suelos, prácticas de negocios y comportamiento de los consumidores bajo un desarrollo humano ambientalmente responsable, socialmente equitativo y económicamente viable.

2.1.8.2.2. Principios

- Sistema de Gestión Social y Ambiental
- Conservación de Ecosistemas
- Protección de la Vida Silvestre
- Conservación de Recursos Hídricos
- Trato Justo y Buenas Condiciones para Los Trabajadores
- Salud y Seguridad Ocupacional
- Relaciones con la Comunidad
- Manejo Integrado del Cultivo
- Manejo y Conservación de Suelos
- Manejo Integrado de Desechos



Ejemplos:

- Conservación de ecosistemas.
- Conservación de la vida silvestre.
- Tratamiento justo y buenas condiciones para los trabajadores.
- Relaciones con la comunidad.

- Manejo integrado de los cultivos.
- Manejo completo e integrado de desechos.
- Conservación de fuentes de agua.
- Conservación de suelos.
- Planificación y monitoreo

Adicionalmente, hay reglamentos para cada cultivo. La dueña de la certificación es Sustainable Agriculture Network (SAN), con miembros en Guatemala, Colombia, Brasil, Ecuador (Corporación de Conservación y Desarrollo, Quito), Honduras, Dinamarca, México, El Salvador, Belice y EE.UU. La ONG Rainforest Alliance de los EE.UU. es miembro de SAN y sede de la Secretaría Internacional, pero no la única dueña del sello.

Este tipo de certificación permite una diferenciación con otros mercados que son de gran interés para empresas más grandes. Certificaciones como de Comercio Justo u orgánica tienen limitaciones que a veces no permiten que empresas medianas o grandes utilicen los sellos sin dar la impresión de que todos sus otros productos, que no tienen la certificación, son malos para los consumidores y los productores.

El Ecuador tiene 7650 ha de cacao certificado con este sello, el cacao tiene el mayor reconocimiento en los mercados internacionales. Desde el 2004, Ecuador es el único país con cacao certificado por RAINFOREST ALLIANCE para producción de chocolate en Europa.

La demanda mundial ha aumentado rápidamente y se requiere más producto certificado. El cacao con la certificación de Rainforest Alliance recibe un premio que depende de la negociación, pero generalmente es más alto que los premios de Comercio Justo u orgánico. Premios de USD15 y más son muy comunes, pero dependen mucho de la negociación. (Corpei; GTZ; BioComercio Sostenible; Conservación y Desarrollo; Radi, Claudia, 2005)

2.1.8.2.3. Ventajas vs Desventajas de Rainforest Alliance

Tabla N° 7
Ventajas vs Desventajas de Rainforest Alliance

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> • Aplica las mejores prácticas de manejo para proteger a los trabajadores y al ambiente, lo que diferencia su producto en un mercado cada día más exigente. • Mejorar la imagen de una finca y ayudar al productor a tener acceso a nuevos mercados o conseguir mejores precios, estabilidad en contratos o favorables opciones de crédito. • Incrementar la eficiencia, reducir los costos de producción y mejorar la administración de una finca, lo que muchas veces redundaría en una mejor calidad del producto. • garantizar a los consumidores que los productores y empresas han cumplido con estrictas normas ambientales y sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Estratificación de personas • Costo de adquisición

Fuente: http://naturacert.org/documents/1_Que_Es_Rainforest_Alliance_Certified_04-06.pdf

Elaborado por: Pozo Vanessa

2.1.8.3. Fairtrade

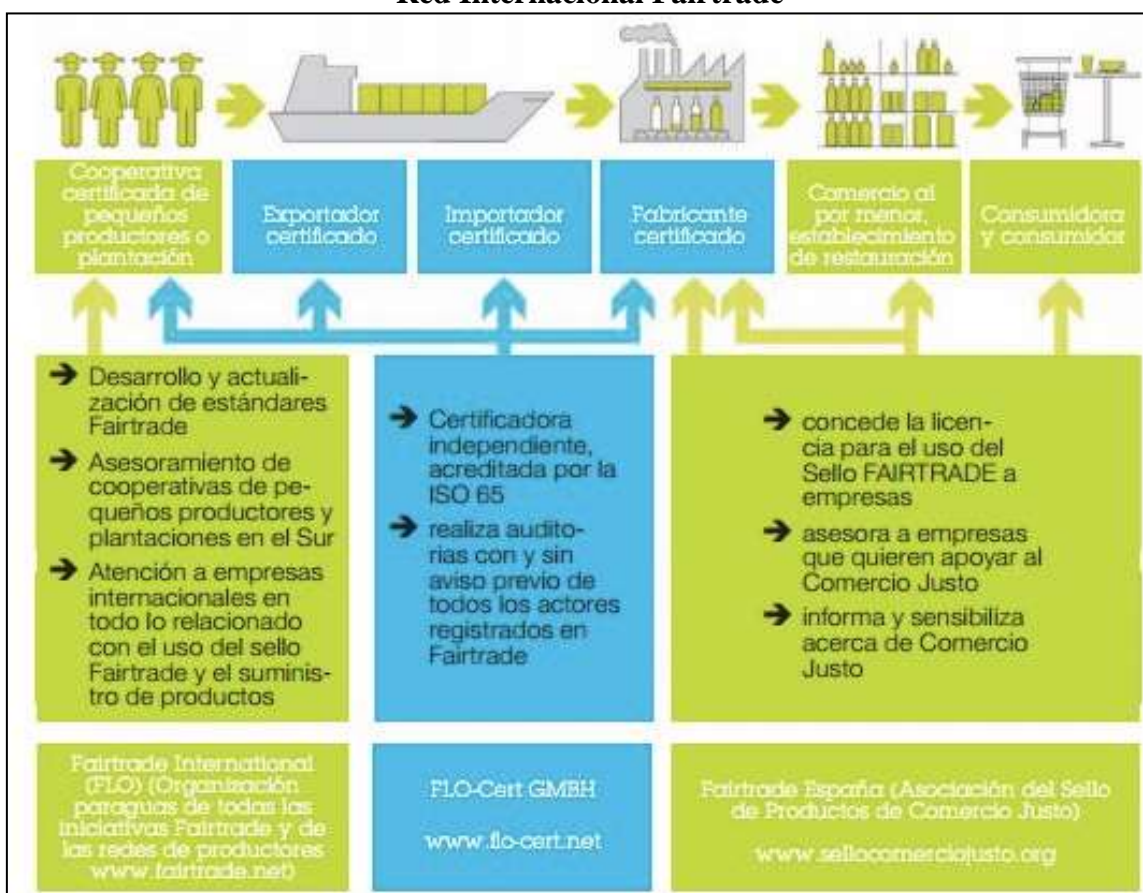
Sistema Internacional que merece confianza. En sus más de 20 años de historia la certificación Fairtrade ha demostrado ser una herramienta eficaz de lucha contra la pobreza y un aliado de confianza para organizaciones de productores, empresas y entidades internacionales.

“La idea que nació desde las organizaciones de Comercio Justo es sencilla y eficaz:

Garantizar con un Sello, impreso en el embalaje de un producto, que ese producto cumple los criterios de Comercio Justo. De esta forma los consumidores pueden decidir, si estos criterios y el desarrollo de los productores y trabajadores en el Sur son conceptos que merecen su confianza y apoyo”.(Fairtrade, s/n)

2.1.8.3.1. Red Internacional Fairtrade

Tabla N° 8
Red Internacional Fairtrade



Fuente: (Fairtrade, s/n)

Elaborado por: Pozo Vanessa

2.1.8.3.2. Funcionamiento

Fairtrade España pertenece a Fairtrade International (FLO), la organización internacional que engloba a 22 asociaciones Fairtrade y tres redes continentales de productores de América Latina, África y Asia.

Con la participación de todos los socios desde Fairtrade International se fijan los estándares Fairtrade que tienen validez a nivel global. Además Fairtrade International presta apoyo y asesoramiento a los grupos productores en el Sur con asesores locales.

Todos los actores que participan en Fairtrade se someten a auditorías regulares por parte de la auditora independiente FLO-Cert, cuyo sistema de certificación cumple con las exigencias de la norma para certificaciones, la ISO 65. Auditores independientes auditan a más de 1.000 comerciantes a nivel mundial así como a los grupos productores.

Con estos controles se garantiza el cumplimiento de los estándares Fairtrade y que los ingresos adicionales lleguen a las organizaciones de productores en países en vía de desarrollo y que se utilicen allí de forma democrática y sostenible.

2.1.8.3.3. Objetivo

El objetivo de Fairtrade es el apoyo a las personas que en el comercio internacional están jugando con desventaja – en concreto a pequeños productores y productoras, así como trabajadores y trabajadoras en países en vía de desarrollo.

Además la red global de Fairtrade persigue un objetivo claro de desarrollo: Reducir la pobreza en el Sur global a través de un comercio más responsable.

2.1.8.3.4. Beneficios en el Sur

- **Precios justos y estables.** La mayoría de los productos **Fairtrade** cuentan con un precio mínimo establecido que los importadores pagan a los productores. Este precio cubre los **costes de una producción sostenible** y funciona para los productores como una red de seguridad que les protege en épocas en las que los precios de mercado caen por debajo de los costes de producción. Cuando el precio de mercado es más alto que el precio mínimo **Fairtrade**, los importadores pagan el precio de mercado.
- **Relaciones comerciales a largo plazo** son esenciales en Fairtrade. Los productores

también pueden negociar mejores precios. Fairtrade International además fija un plus para productos ecológicos o de calidad especial y los productores tienen derecho de obtener pre-financiación y de acceder a contratos estables, a largo plazo.

- **Premium Fairtrade** para el desarrollo. Las organizaciones de productores invierten el Premium Fairtrade en proyectos sociales y económicos. El Premium Fairtrade se usa sobre todo en **proyectos de formación, sanidad y para la transición del cultivo de convencional a biológico**, así como la mejora de las técnicas de cultivo, rendimiento y calidad.
- **Participación y autonomía.** El Premium Fairtrade se ingresa en una cuenta separada de la organización de productores o de la plantación. Los agricultores o trabajadores deciden de forma autónoma y democrática sobre los proyectos que llevarán a cabo con el premium.
- **Derechos de los trabajadores.** Los estándares Fairtrade protegen los derechos básicos de los trabajadores tal como los establece la **Organización Internacional de Trabajo (OIT)**. Eso incluye estándares de salud y seguridad, libertad de reunión y de negociación colectiva de convenios, la prohibición de trabajo infantil, esclavitud y discriminación. Los estándares compartidos y vinculantes son el corazón del movimiento Fairtrade. Son la muestra creíble de que la lucha contra la pobreza no se queda en meras palabras.

Productores

En el centro del trabajo de Fairtrade están las personas en el Sur global, en los llamados países en vía de desarrollo. Alrededor de 1.000 cooperativas de pequeños productores y plantaciones trabajan en todo el mundo con los estándares Fairtrade, es decir, mucho más de un millón de pequeños agricultores, trabajadores y trabajadoras en más de 60 países que se benefician del sistema de certificación de Comercio Justo.

2.1.8.3.5. Empresa con Certificación Fairtrade

Las empresas **licenciatarias** y que tienen **productos propios** certificados con el **Sello FAIRTRADE-Comercio Justo** actualmente son:

Tabla N° 9
Empresa con Certificación Fairtrade

EMPRESA U ORGANIZACIÓN	WEB	ACTIVIDAD
ALTERNATIVA 3	www.alternativa3.com	Importación y distribución de café, cacao, azúcar, quinua, arroz y té con la marca
ALLIANCE VENDING S.A	http://www.alliancevending.es/	Distribución de café
BEN & JERRY'S	www.ben-jerrys.es	Distribución de helado con la marca Ben & Jerry's
BESTSELLER	www.bestseller.com	Distribución de prendas de algodón con la marca Jack & Jones
CAFÉ RICO	www.caferico.net	Distribución de café con la marca CAFÉ RICO
CAFÉS BATALLA	www.cafesbatalla.com	Importación y distribución de café con la marca TARRAZÚ
CAFÉS CANDELAS	www.cafescandelas.com	Distribución de café con la marca CANDELAS
CAFÉS CIVIT	www.cafescivit.com	Importación y distribución de café con la marca CIVIT
CAFÉS NOVELL	www.cafenovell.com	Distribución de café con la marca FILOSOFÍA Q
CAFÉS SAULA	www.cafesaula.com	Distribución de café con la marca 100% CAFÉ AMIGO
CAFÉS TUPINAMBA	www.tupinamba.com	Distribución de café
CARAMELOS CERDAN	www.carameloscerdan.com	Fabricación de azúcar y caramelos publicitarios
CARPETAS ABADIAS	http://carpetasabadias.com	Distribución de bolsas de portátiles de algodón con la marca Abadía
COMERCIAL CHOCOLATES LACASA	www.lacasa.es	Distribución de azúcar de Comercio Justo
CORTÉS BARTOLOMÉ, S.L.	www.azucarprieto.com	Distribución de azúcar de Comercio Justo
EROSKI S. COOP	www.eroski.es	Distribución de balones de fútbol con la marca ROMESTER y de prendas de algodón con la marca CHEROKEE
ESTUCHADOS RAMPE	www.rampe.es	Distribución de azúcar y cacao con la marca RAMPE
FAIR TRADE & ECOLOGIC GOURMET FOOD PRODUCT		Distribución de chocolates
FUNDACIÓN ADSIS EQUIMERCADO	www.equimercado.org/	Importación y distribución de té y miel con la marca Fundación ADSIS – EQUIMERCADO

GRUPO LECHE PASCUAL SAU	www.mocay.com	Distribución de café con la marca MOCAY
HERBES DEL MOLI COOP. V.	www.herbesdelmoli.com	Distribución de té e infusiones
IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria)	www.ideas.coop	Distribución de café con la marca IDEAS
INTERMÓN-OXFAM	www.intermonoxfam.org	Importación y distribución de café, cacao, té y azúcar con la marca INTERMON OXFAM
LEONOR SÁNCHEZ DEL POZO	http://bioles.es/	Importación y distribución de arroz con la marca BIOLES
MEYER HOSEN	www.meyer-hosen.com	Empresa Alemana, distribución de pantalones de algodón con la marca MEYER HOSEN
PERE CORNELLA	www.cafescornella.es	Distribución de café con la marca CORNELLA
PFANNER ZUMOS	www.pfanner.com	Distribución de zumos de fruta con la marca PFANNER
PHARMADUS	www.pharmadus.com	Importación y Distribución de infusiones con la marca PHARMADUS
PRODUCTOS CONTINENTAL S.L	www.cafes-salzillo.es	Distribución de café con la marca CAFÉS SALZILLO
PRODUCTOS JAMAICA S.L	www.flordejamaica.es	Distribución de café con la marca JAMAICA
PROMERCA	www.promerca.com	Distribución de azúcar
SIERRA MAESTRA DISTRIBUCIONES SOLIDARIAS	www.sierramaestra.es	Fabricación y Distribución de mojito
STARBUCKS COFFEE ESPAÑA S.L	www.starbucks.es	Distribución de café con marca ESTIMA en sus establecimientos
STUNNER S.L	www.stunner.es	Distribución de prendas elaboradas con algodón certificado
SUPRACAFÉ	www.supracafe.com	Importación y distribución de café con la marca SUPRACAFÉ
TEMPLO FOOD SERVICE S.L.		Distribución de café
TORRELSA SAU	www.torrelsa.com	Distribución de café con la marca ALDEA COFFEE
UNIÓN TOSTADORA	www.unitos.com	Importación y distribución de café
VDA. PIFARRÉ	www.v-pifarre.com	Distribución de caramelos con azúcar de Comercio Justo

Fuente: FRAITRADE

Elaborado por: Pozo Vanessa

2.1.8.3.6. Certificaciones FLO (Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo)

Fairtrade Labelling Organizations International (Organización Internacional de Certificación de Comercio Justo, FLO en sus siglas en inglés) es un organismo cuya principal actividad es crear y controlar los estándares de certificación del comercio justo.

Son encargados de promover internacionalmente la Fairtrade Certification Mark (sello de Comercio Justo de la asociación FLO). Actualmente, existen organizaciones que difunden la certificación Fairtrade en 15 países europeos diferentes, además de en Canadá, Estados Unidos, Japón, Australia y Nueva Zelanda.

Objetivo

- Trabajar con productores y trabajadores marginados / as, con el fin de ayudarlos a pasar de una situación de vulnerabilidad a otra de seguridad y autosuficiencia económica
- Considerar a productores y trabajadores como partes activas de sus organizaciones
- Jugar activamente un papel cada vez mayor en el panorama del comercio internacional para conseguir una mayor equidad

Los principios

- Libertad de asociación y negociación colectiva
- Acceso a salud y seguridad social
- Viviendas y condiciones higiénicas adecuadas
- Prohibición del trabajo infantil y forzado

Organizaciones

1. **FLO International**, encargada de revisar estándares y asesorar a los productores que lo deseen a obtener la certificación y a capitalizar las oportunidades económicas que ello les puede reportar. Para asegurarse de la transparencia del sistema, los estándares

son desarrollados y supervisados por el Comité de Estándares y Prácticas de FLO (FLO Standards and Policy Committee), en el que participan los principales grupos de interés (o "stakeholders") relacionados con el comercio justo: las organizaciones que pertenecen a FLO y las asociaciones de productores, así como expertos independientes.

2. **FLO-CERT** es una entidad de certificación que opera independientemente y sigue los estándares de certificación internacionales ISO (ISO 65). Su misión consiste en lograr que productores y distribuidores de productos de comercio justo cumplen con los estándares de comercio justo establecidos por el sello Fairtrade proporcionado por FLO.

NORMATIVA ISO 65

ISO 65 (EN 45011) es la normativa para los organismos que trabajan con sistemas de certificación de productos. En todo el mundo se acepta esta normativa como el mayor indicativo de que un organismo de certificación es competente. FLO-CERT sigue esta normativa en todas sus gestiones de certificación de comercio justo Fairtrade.

Lo que significa que:

- FLO-CERT es completamente independiente en la toma de decisiones.
- FLO-CERT trata a todos sus clientes por igual.
- FLO-CERT expide certificados en los que el mercado puede confiar.
- FLO-CERT ha puesto en práctica un sistema de control de calidad para mejorar sus servicios continuamente.
- FLO-CERT procede de forma transparente, informa a sus clientes y consumidores de cada paso a dar.
- FLO-CERT es inspeccionado por un organismo independiente para asegurar el cumplimiento continuado de la normativa ISO 65.
- FLO-CERT está acreditado para certificar en contra de los Estándares Genéricos para

organizaciones de pequeños productores, Estándares Genéricos para situaciones de trabajo contratado, Estándares Genéricos Comerciales Fairtrade y todos los Estándares Fairtrade específicos de producto (salvo oro, madera y la sección «requisitos para operadores de la cadena comercial del algodón» del Estándar Fairtrade para plantas fibrosas).

2.1.8.3.7. Estructura Arancelaria del Cacao en Mercado Internacional

El cacao Nacional del Ecuador ha perdido mucho de su imagen en los últimos años. El mercado de cacao fino y de aroma representa ~4% del mercado mundial.

El 80% viene de Latinoamérica y el Caribe, 18% de Oceanía y 2% de África. Europa, con países como Bélgica, Luxemburgo, Francia, Alemania, Italia, Suiza e Inglaterra, pero también los mercados de EE.UU. y Japón son mercados importantes para el cacao fino y de aroma. Entre el 5% y el 20% de las importaciones de cacao en los mejores mercados son cacao fino y de aroma, usado para la producción de chocolates especiales. Marcas como Hachez, de Alemania, se especializan en el uso del cacao Arriba.

Con una gran demanda de cacao Nacional de alta calidad, como ASS y ASSS, y el fuerte desarrollo de CCN51 con sus atributos especiales (pepas grandes, peso, entre otros), muchos participantes de la cadena de cacao han empezado a mezclar con el Nacional, para recibir mejores precios y ofrecer más producto. Hasta ahora no hay cifras actuales y concretas de las áreas, plantaciones, la distribución y el volumen de CCN51.

Cada organización maneja diferentes estadísticas y hay cálculos en los cuales el cacao CCN51 alcanza un volumen no menor a 15 000 y hasta 20 000t/año. Si solamente una parte de este volumen se mezclara con el Nacional para tener más ASS en el mercado, el diagrama siguiente confirmaría lo dicho. Anecacao manejó solamente hasta 2004 los volúmenes de exportación de CCN51.

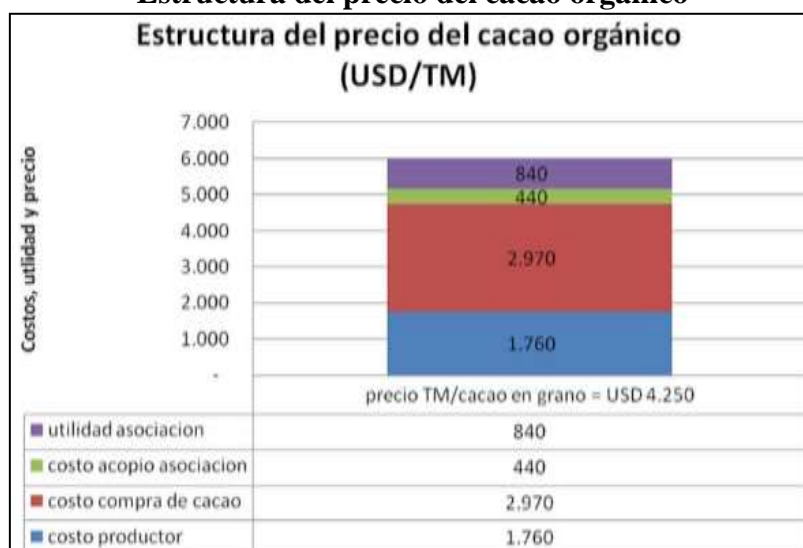
2.1.8.4. Estructura del Precio del Cacao Orgánico

El precios del cacao orgánico, tienen un Valor agregado con respecto a los precios internacionales del cacao convencional. Sin embargo, al igual que los precios de los demás productos agrícolas, los precios del cacao orgánico certificado están sujetos a variaciones ocasionadas por externalidades como fenómenos naturales, y otros factores de índole económica que reducen o expanden la oferta y demanda y presionan los precios al alza o, al contrario, su contracción.

2.1.8.5. Proceso de producción cacao orgánico

El cacao orgánico es producido en terrenos totalmente agro ecológicos donde no se utiliza herbicidas ni abonos químicos, la categoría de orgánico es más saludable y se trata con el mismo proceso de fermentación del cacao en grano. En adición al cacao orgánico se obtienen productos semielaborados del cacao tales como licor de cacao orgánico, manteca de cacao y polvo de cacao, los cuales tienen mayor demanda que el grano crudo.

Gráfico N° 5
Estructura del precio del cacao orgánico



Fuente:(ESPOL.EDU.EC, 2006)

Elaborado por: Pozo Vanessa

El precio del cacao depende de dos factores de oferta y de demanda. Estor precios internacionales tienden a seguir un patrón de largo plazo ligado al ciclo del cacao.

Durante los periodos de expansión de la producción, existe un excedente de producción

que genera primero una caída y más tarde un estancamiento de los precios. En consecuencia, los precios bajos fruto del exceso de producción generalmente tienen un impacto negativo sobre las cosechas, puesto que los productores tienden a cambiar de cultivo, factor que nuevamente permite una subida de precios. El ciclo del cacao se caracteriza de esta manera por efectos de expansión y recesión.

2.1.8.5.1. Estudio sobre los Mercados de Valor para el Cacao Nacional de Origen y con Certificaciones, Claudia Radi, julio 2005

Hay una limitación de los productos elaborados de cacao con el sello de Comercio Justo. Uno de los productores menores es la cooperativa El Ceibo de Bolivia, que vende a Suiza y a EE.UU.

Una de las razones son la oferta y la demanda, que no son suficientes para invertir en la fabricación de elaborados, falta de capital para inversiones y mantenimiento, insuficiente capacidad entre las organizaciones (de pequeños productores y de los organismos internacionales de apoyo). Otra es la combinación con orgánico que mejora también los precios. Los precios de cacao de comercio justo en pepas son definidos por los estándares de comercio de cacao de FLO:

Precio mínimo para la calidad Standard: FOB USD 1.600 por tonelada (~ USD 72/qq) en el caso de que el precio internacional sea menor a USD 1 600. El cacao Nacional puede recibir un premio adicional por su clasificación fino de aroma pero para esto existen reglamentos y depende de negociaciones individuales.

FT PREMIUM ADICIONAL: FOB USD 150 POR TONELADA (~ USD 6,80/QQ)

Si el precio del mercado mundial para un cacao de origen o de tipo específico es mayor que el precio mínimo, el precio de base se calcula así:

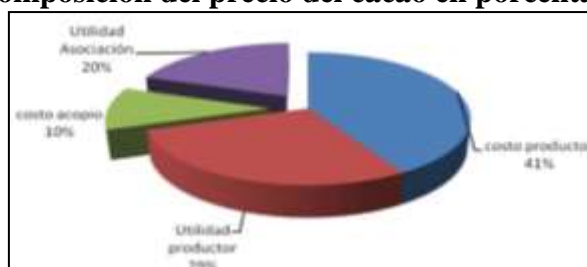
**PRECIO DE MERCADO DE MUNDO + FT PREMIUM = PRECIO DE
COMERCIO JUSTO**

Si hay adicional a la certificación orgánica, el precio de aumenta.

2.1.8.6. Composición del precio del cacao

La composición del precio del cacao esta compuesto por los siguientes rubros: La utilidad asociativa, costo del acopio, utilidad del productor, costo de productor siendo este el de mayor porcentaje.

Gráfico N° 6
Composición del precio del cacao en porcentajes



CATEGORIA	USD/TM	%
1. PRECIO DE EXPORTACION	4.250	100%
Utilidad sobre ventas de asociación	840	20%
Gasto de fermentación, secado y acopio	440	10%
Gasto de Cacao a productores	2.970	70%
2. PRECIO AL PRODUCTOR	2.970	70%
Utilidad al productor	1.230	29%
Gasto de Productor	1.740	41%

Fuente: ANECACAO

Elaborado por: Pozo Vanessa

2.1.8.7. Producción del cacao en Santo Domingo de los Tsáchilas

Los territorios de la nacionalidad Tsáchilas se localiza en la actual provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, provincia constituida como tal en el 2007, ubicada en la parte noroccidente del país.

Los territorios que integran las sietes comunidades sin continuidad territorial son: Chiguilpe, Colorados del Búa, Cóngoma grande, los Naranjos Peripa, Poste y Otongo Mapali, ocupando un territorio de 10059 m2.

Tabla N° 10
Producción de cacao por zonas

COMUNAS	PARROQUIAS
Puerto Limón	El Poste Peripa Los Naranjos Cóngoma Grande (Su mayor parte)
Luz de América	Congoma Grande
Ámbito rural de la parroquia urbana	Chiguilpe OtongoMapalí Colorados del Búa (su mayor parte)
San Jacinto del Búa	Colorados del Búa
Valle hermoso	Colorados del Búa

Fuente: GADSD 2012

Elaborado por: Pozo Vanessa

La producción de cacao a nivel nacional son 11 la provincias que ofertan este tipo de producto siendo Santo Domingo, exclusivamente la etnia tsáchila la población de estudio. La provincia tiene una superficie de 8157 de plantación de cacao entre ellos encontramos el Fino de aroma, CCN51 y el injerto o trinitario. A continuación cabe detallar la producción de cacao.

Gráfico N° 7
Superficie, cosecha y producción por tipo de cacao

PROVINCIA	TOTAL		NACIONAL		COMPLEJO NACIONAL		CRIOLLO		CCN - 51		ICS - 95		CLONES MEJORADOS DEL INIAP	
	SUPERFICIE	PROD TM	SUPERFICIE	PROD TM	SUPERFICIE	PROD TM	SUPERFICIE	PROD TM	SUPERFICIE	PROD TM	SUPERFICIE	PROD TM	SUPERFICIE	PROD TM
	HA	TM	HA	TM	HA	TM	HA	TM	HA	TM	HA	TM	HA	TM
TOTAL	386,362	154,545	361,147	124,856	3,549	2,23	244	149	21,250	27,223	149	64	23	22
AZUAY	3,283	1,412	3,069	1,140	30	20	2	1	181	249	1	1	0	0
BOLIVAR	9,570	9,761	8,945	7,886	88	141	6	9	526	1,719	4	4	1	1
CAÑAR	4,420	3,978	4,132	3,214	41	57	3	4	243	701	2	2	0	1
COTOPAXI	14,515	2,322	13,568	1,876	133	34	9	2	798	409	6	1	1	0
EL ORO	3,013	783	2,816	633	28	11	2	1	166	138	1	0	0	0
ESMERALDAS	56,624	22,083	52,929	17,841	520	319	36	21	3,114	3,89	22	9	3	3
GUAYAS	76,638	49,048	71,636	39,626	704	708	48	47	4,215	8,640	30	20	5	7
LOS RIOS	100,707	35,247	94,135	28,476	925	509	64	34	5,539	6,209	39	15	6	5
MANABI	96,948	18,420	90,621	14,882	891	266	61	18	5,332	3,245	37	8	6	3
STO. DOMINGO	8,157	1,224	7,625	989	75	18	5	1	449	216	3	1	0	0
NORORIENTE	12,487	10,266	11,672	8,293	115	148	8	10	687	1,808	5	4	1	1

Fuente: ANECACAO

Elaborado por: Pozo Vanessa

Según ANECACAO El grano de cacao del de tipo ARRIBA o nacional fue de mayor exportación, mientras que el CCN51 se exporta en producto terminado. El CCN51 en producción se obtiene el 216 Tm anuales y 989 Tm del Nacional o fina de aroma en la provincia.

2.1.8.8. Producción de los tipos de cacao en la zonas

La producción de cultivo que predomina en la etnia Tsáchila se desglosan a continuación:

Tabla N° 11
Producción de cacao de la zona

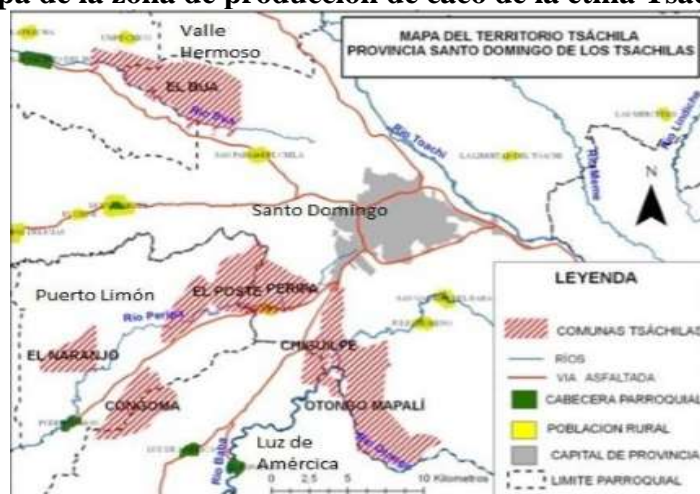
COMUNAS	PLÁTANO DOMINICO	BARRAGANETE	ORITO	MAQUEÑO	GUINEO	CA CAO NACIONAL	CA CAO CCN - 51	CA CAO INJERTO	PIÑA NACION.	PIÑA HAWAY.	CAFÉ	MARACUYÁ	YUCA	MAÍZ	CAÑA DULCE	MALANGA	BALSA
CHIGUILPE	171	12	22	19,5	0	37,5	96	37	1	2,5	0,5	3	39	20,5	0,5	2	23,5
OTONGO MAPALÍ	34	0	150	23	4	24	19	10	0	0	0,5	0	9,5	1	0	0	11
CÓNGOMA GRANDE	374	55,5	1,5	55	0	70,8	229	19	3,5	0	2,5	1	88,5	19,5	1,5	4,25	60
EL POSTE	216	10,5	0,5	3	1	92	54	2	0	0	6,5	0	41	12	0	5	15,5
PERIPA	106	38,5	11	3	0,5	55	105	5	0	0	0	0	9	2	0	7	14,5
COLORADOS DEL BUA	403	9	0	1	0	138	64,5	17,5	0	0	52,5	29,5	152	21,5	0	9,5	28,5
NARANJOS	133	11,5	0	0	0	25,5	33	5,5	0	0	0	2	18	1,5	0	0	6,5
TOTAL	1435	137	185	105	5,5	443	600	96	4,5	2,5	62,5	35,5	357	78	2	27,8	160

Fuente: ANECA CAO

Elaborado por: Pozo Vanessa

Los niveles de niveles productividad, rentabilidad y calidad del cacao en la Provincia a lo largo de la cadena a través de la aplicación de tecnologías que son muy pocas usadas por etnia Tsáchila. La zona de mayor producción de provincia son las parroquias valle hermoso, puerto limón, Luz de América y San Jacinto del Búa.

Gráfico N° 8
Mapa de la zona de producción de caco de la etnia Tsáchila



Fuente: GPSD 2010

Elaborado por: Pozo Vanessa

Las extensiones abordan o superan las 100 has por comunidades, mientras que mientras otras propiedades alcanzan de 20 a 60 hac, e inclusive 5 hac de superficie.

Según (Ministerio de Agricultura , Ganadería, Acuacultura y Pesca , 2013) “En la comunidad Cóngona Grande, km. 20 a Puerto Limón de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se realizó la firma del convenio de transferencia de fondos del proyecto “Mejoramiento de ingreso, mediante el fomento del cultivo y producción de 80 hectáreas de Cacao Nacional Orgánico Fino de Aroma”, el que se inició con la entrega de 52 mil plantas de cacao nacional fino de aroma a las 80 familias integrantes de la Asociación Agro Artesanal CONGOMITA CONA-DU, con lo que se busca el fomento del cultivo y producción de estas 80 hectáreas productivas”

El ministerio está impulsado el desarrollo local con la renovación de las plantas de cacao espera generar mayor ingresos en la zona. Esta actividad estará complementada con la capacitación a los socios en las técnicas de siembra, cultivo, cosecha y comercialización directa de cacao nacional fino de aroma.

Las comunidades Tsáchilas beneficiadas son: Cóngoma Grande, Peripa, Otongo Matalí, Chigüilpe y los Colorados del Búa, además de las parroquias Puerto Limón, Luz de América, Julio Moreno y Umpechico.

2.1.8.9. Cadena de producción del cacao en la zona

El destino de la producción agrícola varían en función de los productos, la comercialización del cacao es a través de intermediario por comerciantes que llevan el producto a Guayaquil, la comercialización está determinada por la presencia y demanda de intermediarios en todas las comunas, quienes al conocer la demanda del mercado.

Tabla N° 12
Cadena productiva del cacao en la zona

Comuna	DESTINO PRODUCCION				
	Intermediario	Mercado Local	Mercado otra ciudad	Cupo Exportación	
CHIGUILPE	89	79	0	2	170
OTONGO MAPALÍ	47	5	0	16	68
CÓNGOMA GRANDE	130	71	3	0	204
EL POSTE	102	48	1	0	151
PERIPA	53	56	0	0	109
COLORADOS DEL BUA	134	3	0	0	137
NARANJOS	52	21	1	0	74
Total	87	283	5	18	393
	22%	72%	1%	5%	

Fuente: GADSD 2010

Elaborado por: Pozo Vanessa

El mal estado de los caminos provoca que los comuneros tengan que vender sus productos a intermediarios a bajo precio. No existe conexión entre productores y consumidor final, siempre hay la existencia de intermediarios. Carecen de centros de acopio que permitan organizar mejor la venta de productos.

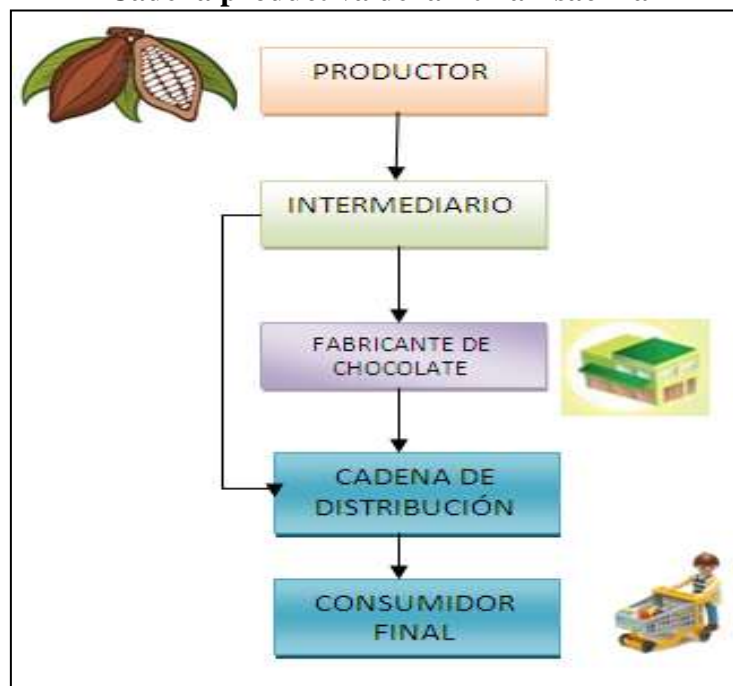
El desconocimiento sobre el proceso que incluye toda la cadena productiva, hace que saquen los productos de las fincas buscando la mejor manera de venderlos. La economía de las familias se ve afectada y el nivel de vida no mejora.

2.1.8.10. Las características de la cadena productiva del cacao

La cadena productiva es un sistema que agrupa a los actores económicos interrelacionados por el mercado con participación articulada en actividades que generen valor.

Los componentes son:

Gráfico N° 9
Cadena productiva de la Etnia Tsáchila



Fuente: Investigación de campo

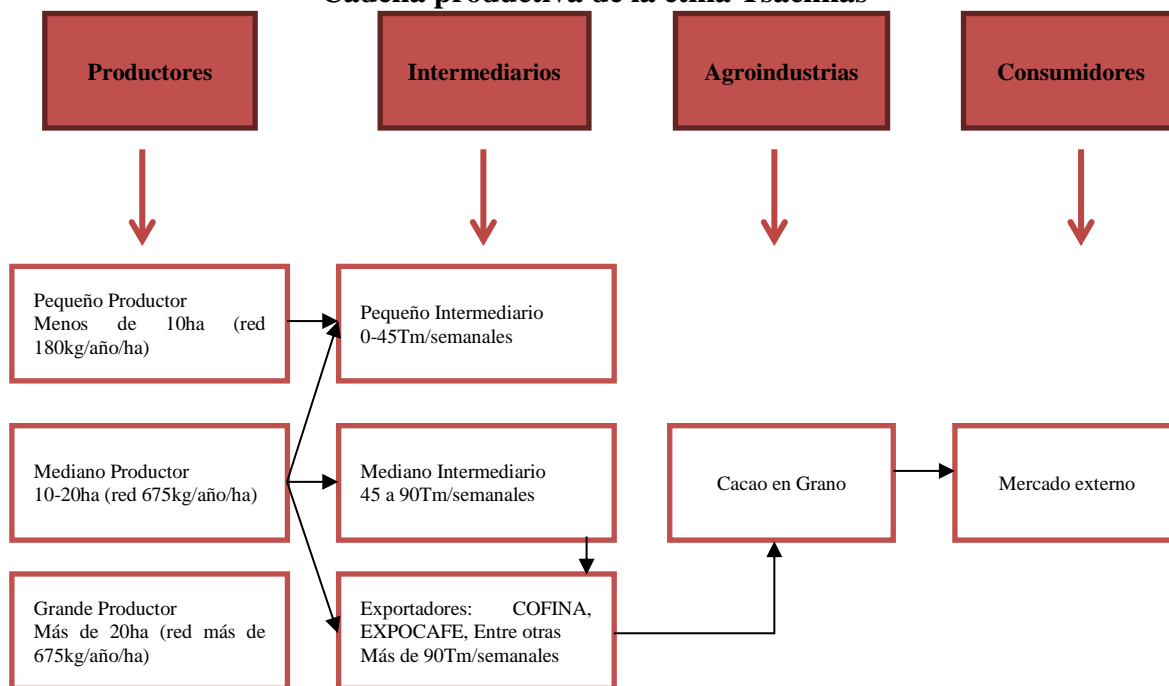
Elaborado: Pozo Vanessa

En Santo Domingo se han identificado tres tipos de productores, pequeños (1 a 10ha), mediano (10 a 20 ha) y grandes productores (más de 20 ha). Estos datos son obtenidos por el (Instituto de altos estudios nacionales , 2011)

La cadena productiva comprende al pequeño productor que vende sus productos a intermediarios que a su vez comercializan sus productos al exportador que ofrece mayor precio en el mercado. El mismo proceso siguen los medianos productores con los medianos intermediarios, quienes a su vez, según el precio y la demanda, comercializan con el exportador. Este último acopia la producción de pequeños, medianos y grandes productores y vende al mercado externo cacao en grano sin mayor proceso de industrialización.

Según el estudio realizado por el consejo provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas en el año 2010, se acota que la cadena productiva de la etnia Tsáchilas constituye por el volumen de producción que producen.

Gráfico N° 10
Cadena productiva de la etnia Tsáchilas



Fuente: GPSD 2010

Elaborado por: Pozo Vanessa

2.1.8.11. Principales productores o actores de la zona de cacao

Según estudio realizado (Instituto de altos estudios nacionales , 2011, pág. 12) La relación entre los productores asociados y no asociados no es buena. Los representantes de las asociaciones manifiestan que los productores asociados trabajan y se sacrifican por su bienestar, mientras que los productores individuales. Los actores que intervienen en la cadena de producción

2.1.8.12. Normativa ACEPROCACAO

El artículo 66, numeral 13, de la Constitución de la República del Ecuador, reconoce y garantiza a las personas: “El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria”,

Que el Objetivo 6.3 del Plan Nacional para el Buen Vivir, publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 144 de 5 de marzo de 2010 es “Fomentar la Asociatividad como base para

mejorar las condiciones de trabajo, así como para crear nuevos empleos; Cantón y Parroquia Santo Domingo, en el local del Gobierno Provincial de Santo Domingo, se constituye la ASOCIACIÓN COORDINADORA ECUATORIANA DE PRODUCTORES DEL CACAO NACIONAL FINO DE AROMA “ACEPROCACAO”, siendo socios las organizaciones de primer, segundo y tercer grado conforme a este estatuto, constituidas bajo cualesquiera de las formas asociativas que otorgan los ministerios; la ASOCIACIÓN COORDINADORA ECUATORIANA DE PRODUCTORES DEL CACAO NACIONAL FINO DE AROMA “ACEPROCACAO”, es una entidad de derecho privado, sin fines de lucro, orientada al fomento y desarrollo del Cacao Nacional Fino de Aroma y sujeto a las disposiciones establecidas por el Título XXX, del Libro I del Código Civil, el Estatuto, los Reglamentos y las normas legales vigente; integra a las personas vinculadas al desarrollo agropecuario en toda la cadena del Cacao Nacional Fino de Aroma, en investigación, viveros, producción, comercialización, capacitación, valor agregado y transferencia de tecnología. Para el logro de sus objetivos, la Asociación podrá suscribir convenios para afiliarse a cualquier organización o crear y/o participar en otras personas jurídicas de carácter nacional o internacional.

Art. 3.- DE LOS FINES.- La ASOCIACIÓN COORDINADORA ECUATORIANA DE PRODUCTORES DE CACAO NACIONAL FINO DE AROMA “ACEPROCACAO”, es una organización inclusiva, incluyente, intercultural que sustenta su accionar en principios de la Economía Popular y Solidaria, igualdad, equidad con profunda ética ambiental y social. Los fines de la Asociación son:(Minisreio de Agricultura, Ganaderia, Acuacultura y Pesca, 2012)

- Mejorar las condiciones de la vida de los productores de cacao del Ecuador a través de sus organizaciones socias,
- Consolidar la cadena productiva con políticas dirigidas a mejorar la calidad, productividad e imagen del cacao a nivel nacional e internacional,
- Integrar, organizar y representar a los productores de cacao y además actores de la actividad cacaotera ante el estado ecuatoriano, organismos y entidades nacionales e internacionales, públicas y privadas,
- Generar espacios de intercambio de información y experiencias de las organizaciones

cacaoteras

- Promover, gestionar y ejecutar programas y proyectos de asistencia técnica, capacitación, inversión, investigación, mercadeo y pasantías, que mejoren la producción, productividad, sostenibilidad, calidad, competitividad y posicionamiento del Cacao Nacional Fino de Aroma,
- Desarrollará y promover alianzas con socios estratégicos nacionales e internacionales para completar esfuerzos y logro de objetivos, concertando políticas de promoción y desarrollo sostenible de la actividad cacaotera en armonía con los intereses nacionales y requisitos del mercado interno y externo,
- Promover la diversificación agrícola y pecuaria en la perspectiva de mejorar la seguridad alimentaria d las familias Cacaoteras, exhortando a la producción orgánica y la conciencia de la defensa del medio ambiental y el ecosistema,
- Organizar y actuar un sistema de información comercial y estadístico sobre la actividad cacaotera,
- Promover programas de inclusión comercial, valor agregado e industrialización del Cacao Fino de Aroma,
- Gestionar ante los organismos competentes la formulación y aplicación de políticas crediticias orientadas al fomento del Cacao Nacional Fino de Aroma,
- Concienciar a los socios para desarrollar prácticas de ahorro e inversión,
- Buscar los mecanismos para aportar, rescatar y construir, junto con el Estado, una identidad y cultura cacaotera,
- Preparar a sus miembros para que participen en la dirección de la organización como dirigentes, líderes, administradores, compañeros y socios;
- Otras que se presenten de conformidad a las necesidades de la Asociación Ecuatoriana.

2.1.8.13. Norma técnica ecuatoriana NTE INEN 176

Cacao en grano. Requisitos.

1. Objeto.

1.1 Esta norma establece la clasificación y los requisitos de calidad que debe cumplir el cacao en grano beneficiado y los criterios que deben aplicarse para su

clasificación.

2. Alcance.

2.1 Esta norma se aplica al cacao beneficiado, destinado para fines de comercialización.

3. Definiciones.

3.1 Cacao en grano. Es la semilla proveniente del fruto del árbol *Theobroma cacao* L.

3.2 Cacao beneficiado. Grano entero, fermentado, seco y limpio.

3.3 Grano defectuoso. Se considera como grano defectuoso a los que a continuación se describen:

3.3.1 Grano mohoso. Grano que ha sufrido deterioro parcial o total en su estructura interna debido a la acción de hongos, determinado mediante prueba de corte.

3.3.2 Grano dañado por insectos. Grano que ha sufrido deterioro en su estructura (perforaciones, picados, etc.) debido a la acción de insectos.

3.3.3 Grano vulnerado. Grano que ha sufrido deterioro evidente en su estructura por el proceso de germinación, o por la acción mecánica durante el beneficiado.

3.3.4 Grano múltiple o pelota. Es la unión de dos o más granos por restos de mucílago.

3.3.5 Grano negro. Es el grano que se produce por mal manejo poscosecha o en asocio con enfermedades.

3.3.6 Grano ahumado. Grano con olor o sabor a humo o que muestra signos de contaminación por humo.

3.3.7 Grano plano vano o granza. Es un grano cuyos cotiledones se han atrofiado hasta tal punto que cortando la semilla no es posible obtener una superficie de cotiledón.

3.3.8 Grano partido (quebrado). Fragmento de grano entero que tiene menos del 50% del grano entero.

3.4 Grano pizarroso (pastoso). Es un grano sin fermentar, que al ser cortado longitudinalmente, presenta en su interior un color gris negruzco o verdoso y de aspecto compacto

3.5 Grano violeta. Grano cuyos cotiledones presentan un color violeta intenso, debido al mal manejo durante la fase de beneficio del grano.

3.6 Grano ligeramente fermentado. Grano cuyos cotiledones ligeramente estriados presentan un color ligeramente violeta, debido al mal manejo durante la fase de beneficio del grano.

3.7 Grano de buena fermentación. Grano fermentado cuyos cotiledones presentan en su totalidad una coloración marrón o marrón rojiza y estrías de fermentación profunda. Para el tipo CCN51 la coloración variará de marrón a marrón

violeta.

3.8 Grano infestado. Grano que contiene insectos vivos en cualquiera de sus estados biológicos.

3.9 Grano seco. Grano cuyo contenido de humedad no es mayor de 7,5% (cero relativo).

3.10 Impureza. Es cualquier material distinto a la almendra de cacao.

3.11 Cacao en baba. Almendras de la mazorca del cacao recubiertas por una capa de pulpa mucilaginosa.

3.12 Fermentación del cacao. Proceso a que se somete el cacao en baba, que consiste en causar la muerte del embrión, eliminar la pulpa que rodea a los granos y lograr el proceso bioquímico que le confiere el aroma, sabor y color característicos.

4 Clasificación.

Los cacaos del Ecuador por la calidad se clasifican de acuerdo a lo establecido en la tabla 1

5 Requisitos.

5.1 Requisitos específicos.

5.1.1 El cacao beneficiado debe cumplir con los requisitos que a continuación se describen y los que se establecen en la tabla 1.

5.1.2 El porcentaje máximo de humedad del cacao beneficiado será de 7,5% (cero relativo), el que será determinado o ensayado de acuerdo a lo establecido en la NTE INEN 173.

5.1.3 El cacao beneficiado no deberá estar infestado.

5.1.4 Dentro del porcentaje de defectuosos el cacao beneficiado no deberá exceder del 1% de granos partidos.

5.1.5 El cacao beneficiado deberá estar libre de: olores a moho, ácido butírico (podrido), agroquímicos, o cualquier otro que pueda considerarse objetable.

5.1.6 El cacao beneficiado, deberá sujetarse a las normas establecidas por la FAO/OMS, en cuanto tiene que ver con los límites de recomendación de aflatoxinas, plaguicidas y metales pesados hasta tanto se elaboren las regulaciones ecuatorianas correspondientes.

5.1.7 El cacao beneficiado deberá estar libre de impurezas.

Tabla N° 13
Requisitos de las calidades del cacao beneficiado

REQUISITOS	UNIDAD	CACAO ARRIBA					CCN-51
		ASSPS	ASSS	ASS	ASN	ASE	
Cien granos pesan	g	135-140	130-135	120-125	110-115	105-110	135-140
Buena fermentación (mínimo)	%	75	65	60	44	26	65***
Ligera fermentación* (mínimo)	%	10	10	5	10	27	11
Total fermentado (mínimo)	%	85	75	65	54	53	76
Violeta (máximo)	%	10	15	21	25	25	18
Pizarroso/pastoso (máximo)	%	4	9	12	18	18	5
Moho (máximo)	%	1	1	2	3	4	1
Totales (análisis sobre 100 pepas)	%	100	100	100	100	100	100
Defectuoso (máximo) (análisis sobre 500 gramos)	%	0	0	1	3	4**	1
ASSPS Arriba Superior Summer Plantación Selecta ASSS Arriba Superior Summer Selecto ASS Arriba Superior Selecto ASN Arriba Superior Navidad ASE Arriba Superior Época * Colocación marrón violeta ** Se permite la presencia de granza solamente para el tipo ASE. *** La coloración varía de marrón violeta							

Fuente: ANECACAO

Elaborado por: Pozo Vanessa

5.2 Requisitos complementarios.

5.2.1 La bodega de almacenamiento debe presentarse limpia, desinfectada, tanto interna como externamente y protegida contra el ataque de roedores.

5.2.2 Cuando se aplique plaguicidas, se deben utilizar los permitidos por la Ley para formulación, importación, comercialización y empleo de plaguicidas y productos afines de uso agrícola (Ley No739).

5.2.3 No se debe almacenar junto al cacao beneficiado otros productos que puedan transmitirle olores o sabores extraños.

5.2.4 Los envases conteniendo el cacao beneficiado deben estar almacenados sobre paletas (estibas).

6. Inspección

6.1 Muestreo

6.1.1 El muestreo se efectuará de acuerdo a lo establecido en la NTE INEN 177.

6.1.2 Aceptación o rechazo. Si la muestra ensayada no cumple con los requisitos establecidos en esta norma, se considera no clasificada. En caso de discrepancia se repetirán los ensayos sobre una muestra reservada para tales efectos.

Cualquier resultado no satisfactorio en este segundo caso será motivo para reclasificar el lote.

7. Envasado

7.1 El cacao beneficiado debe comercializarse en envases que aseguren la protección del producto contra la acción de agentes externos que puedan alterar sus características químicas o físicas y resistir las condiciones de manejo, transporte y almacenamiento.

8. Etiquetado

8.1 El etiquetado de los envases destinados a contener cacao beneficiado, debe contener al menos la siguiente información:

8.1.1 Nombre del producto y tipo.

8.1.2 Identificación del lote.

8.1.3 Razón social de la empresa y logotipo.

8.1.4 Contenido neto y contenido bruto en unidades del Sistema Internacional de Unidades, SI.

8.1.5 País de origen.

8.1.6 Puerto de destino.

2.1.8.14. Norma técnica ecuatoriana NTE INEN 177:95

Cacao en grano. Muestreo. (INEN, 1994).

1. Objeto.

1.1. Esta norma establece el procedimiento para la toma de muestra del cacao en grano.

2. Definiciones.

2.1. Lote. Es la cantidad específica de cacao en grano con características similares, que se

somete a inspección como un conjunto unitario.

2.2. Muestra. Es un grupo de granos extraído de un lote, que sirve para obtener la información necesaria que permite apreciar una o más características de ese lote, lo cual servirá de base para tomar una decisión sobre dicho lote.

2.3. Muestra elemental. Es la cantidad de granos tomada de una sola vez y de un solo punto del lote determinado.

2.4. Muestra global o total. Es el conjunto de muestras elementales.

2.5. Muestra reducida (porción). Es la cantidad de cacao en grano que se obtiene al reducir de tamaño la muestra global.

2.6. Muestra de laboratorio. Es la cantidad de cacao en grano obtenida de la muestra reducida, que está en condiciones de ser enviada al laboratorio, para en ella efectuar los ensayos correspondientes.

2.7. Muestra de ensayo. Es la parte de la muestra de laboratorio destinada a un análisis o ensayo.

2.8. Nivel de calidad aceptable (AQL). Es el máximo porcentaje defectuoso, o el mayor número de efectos en 100 unidades, que debe tener el producto para que el plan de muestreo de por resultado la aceptación de la mayoría de los lotes sometidos a inspección.

2.9. Nivel de inspección. Es el número que identifica la relación entre el tamaño del lote y tamaño de la muestra.

2.10. Envase (saco). Es el recipiente que contiene cacao en grano y que está destinado a protegerlo del deterioro, contaminación y a facilitar su manipulación.

2.11. Sacamuestras. Instrumento que se utiliza para extraer el producto de un embalaje.

2.12. Producto granel. El que no está envasado.

3. Disposiciones generales.

3.1. Se deberá tomar todo tipo de precauciones para evitar la contaminación del cacao en grano durante el muestreo.

3.2. Las muestras serán identificadas consecutivamente según hayan sido tomadas.

3.3. Las muestras se protegerán contra los cambios en su composición, pérdidas y Contaminación por impurezas, etc.

4. Muestreo.

4.1. Toma de muestras.

4.1.1. Si el cacao en grano que se va a muestrear se presenta en envases de distintos tamaños se deberá agrupar en lotes de acuerdo con la capacidad de los envases, es decir, en cada lote deberá haber envases de una misma capacidad.

4.1.2. El número de muestras elementales extraídas completamente al azar, estarán en función de lo indicado en la tabla 1, y serán tomadas en gramos.

4.1.3. Las muestras elementales que en conjunto forman la muestra global, podrán ser de aproximadamente de 100 a 1.000 gramos, las mismas que serán divididas de acuerdo a lo indicado en el numeral 4.4.1., hasta obtener una muestra reducida de 1.500 gramos.

4.1.4. Las muestras en los lotes para producto envasado o empacado se obtendrán realizando un muestreo al azar, para lo cual se enumerarán las unidades del lote, se utilizarán los números aleatorios, y el número de muestras según lo establecido en la tabla 1. En los envases la muestra se obtendrá introduciendo el calador (ejemplo Fig. 1) en un solo punto, este deberá penetrar por lo menos hasta la mitad diagonal el saco, y por lo menos en tres puntos seleccionados al azar, cuando se utilice uno de los caladores que se indican como ejemplo en las figuras 2, 3 y 4.

Cuando por condiciones del sitio de almacenamiento no sea posible movilizar el producto, se podrá muestrear las caras visibles del lote.

Cuando las partes interesadas consideren conveniente se hará un corte longitudinal el mismo que deberá llegar hasta el fondo del lote, con lo cual se tendrá dos caras adicionales para muestrear.

Siempre se utilizará un sistema de muestreo aleatorio, para lo cual el número de muestras elementales establecidos en la tabla 1, serán divididas para el número de caras visibles del lote.

Tabla N° 14
Número de muestras elementales de cacao en grano

Tamaño del lote (número de sacos)	Número mínimo de muestras elementales *
2 - 8	2
9 - 15	3
16 - 25	5
26 - 50	8
51 - 90	13
91 - 150	20
151 - 280	32
281 - 500	50
501 - 1 200	80
1 201 - 3 200	125
3 201 - 10 000	200
10 001 - 35 000	315
35 001 - 150 000	500
150 001 - 500 000	800
mayor a 500 001	1 250

* El tamaño de la muestra puede cambiar dependiendo del nivel de inspección acordado entre comprador y vendedor. Muestreo por atributos.

Fuente: NTE INEN 177:95 - Segunda revisión 1995-09

Elaborado por: Pozo Vanessa

4.2 Sacamuestras

Dependiendo de la forma de presentación se podrá utilizar:

Calador sacamuestras de compartimiento de doble tubo. Compuesto de dos tubos metálicos concéntricos, ambos con aberturas que coinciden entre sí. El diámetro del tubo Interior es ligeramente menor al del tubo exterior, lo cual hace posible la rotación mediante el uso de la manivela. La forma y dimensiones del calador sacamuestras de compartimiento se indican en el ejemplo de la figura 1.

Sacamuestras de los ejemplos de las figuras 2 a 5, y para productos en movimiento ejemplo figura 6.

4.3 Divisores.

Divisor tipo Boerner. Aparato constituido por un alimentador (a) una serie de tubos distribuidores (b) y un recipiente (c). Sirve para distribuir el producto, dividiendo las muestras en dos porciones representativas, y también para homogenizar la muestra haciéndola pasar varias veces por el aparato cuarteador que consta en el ejemplo de la figura 8.

4.4 Reducción por cuarteo

4.4.1 Tanto para el cuarteo que se efectúe en forma manual o mecánicamente, la cantidad del producto de la recolección de las muestras elementales se mezclará muy bien para formar la muestra global, para luego dividirla en 4 partes iguales; se eliminarán dos porciones diagonalmente opuestas, las otras dos se mezclarán de nuevo y se repetirá sucesivamente la operación hasta obtener el tamaño requerido de muestra reducida (1 500 gramos) según lo establecido en el numeral 4.1.3

4.5 Condiciones posteriores al muestreo

4.5.1 La muestra reducida (1 500 gramos) se dividirá en tres muestras iguales, destinadas; una al vendedor, otra al comprador para destinarla al laboratorio de análisis y la tercera a la entidad que debe actuar en casos de discrepancia.

4.5.2 La muestra reducida y dividida según se indica en el numeral anterior (4.5.1) se distribuirá en recipientes adecuados (envases plásticos, etc.). Limpios y secos, que se cerrarán herméticamente, se les pondrá los sellos o firmas de las partes interesadas.

4.5.3 Se deberá suscribir un acta de muestreo que incluya la siguiente información:

- a) número de la Norma INEN de referencia: NTEINEN 177,
- b) dirección donde se realizó el muestreo,
- c) lugar y fecha donde se realizó el muestreo (Establecimiento, bodega, etc.).
- d) nombre de la compañía comercializadora del cacao en grano y nombre del comprador,
- e) nombre comercial del cacao en grano. (Clasificación-tipo. nombre científico),
- f) número de lote,
- g) capacidad de los envases del lote, o cantidad a granel.
- h) número de envases y/o empaques muestreados,
- i) tamaño de la muestra en gramos del cacao en grano muestreado,
- j) Observaciones sobre condiciones en que se encuentra el cacao en grano,
- k) nombre y firma de la persona que realizó el muestreo.
- l) nombre y dirección de las partes interesadas.

4.5.4 La muestra (500 gramos) destinada al análisis deberá enviarse al laboratorio tan pronto como se haya tomado, si no es posible hacer esto, se deberá guardar de tal modo que no se altere la calidad del cacao en grano, el tiempo que dure guardado no deberá ser mayor de 15 días. Las dos muestras restantes se almacenarán por el término de 30 días para efectos de discrepancia entre los interesados, y en condiciones que no afectan la calidad del

cacao en grano.

2.1.9. Marco conceptual

Los Tsáchilas, más conocidos como Colorados por su costumbre de pintarse el cabello y el cuerpo de rojo con el fruto del achiote (Bixa Orellana), forman parte de la población indígena que habita las tierras bajas de las vertientes occidentales de los Andes ecuatorianos. (Bestard Camps, 2002, pág. 116)

El Comercio Justo (CJ), es un sistema comercial que busca la igualdad y la justicia para los pequeños productores en países en vías de desarrollo en el comercio internacional.

El objetivo de este movimiento es reducir la pobreza y eliminar la explotación que muchas veces enfrentan los productores de menos recursos en estos países. En este movimiento busca la dignidad tanto del productor como del consumidor. (IICa, 2001, pág. 85)

Fairtrade, Comercio Justo es una certificación de alcance internacional. (Sello del comercio JUsto.org, 2012)

El cacao, es una planta que se cultiva desde tiempos inmemorables. Los españoles la encontraron cultivada por los mayas y utilizada por los Aztecas en diferente forma. Desde el descubrimiento de la planta por los europeos, el desarrollo del cultivo ha evolucionado rápidamente. Desde este periodo, la tecnología de su uso se desarrolló en forma vertiginosa por la competencia entre países. (IICa, 1984, pág. 5)

Rainforest Alliance, trabaja para conservar la biodiversidad y asegurar medios de vida sostenibles transformando las prácticas de uso de suelo, las prácticas empresariales y el comportamiento de los consumidores. (Rainforest Alliance, 1987)

Productor Asociado PA, El Productor Asociado es una figura creada con el fin de amortizar y distribuir los costos fijos operativos (Contables, legales, administrativos, comerciales, web

marketing, entre otros). (add Vissor, s/n)

Mediador Facilitador MF, se obliga a prestar los servicios de información, orientación y asistencia, sin facultad decisoria propia.(Blanco Carrasco, 2009)

Consumidor Responsable CR, Es un concepto defendido por organizaciones ecológicas, sociales y políticas que consideran que los seres humanos harían bien en cambiar sus hábitos de consumo ajustándolos a sus necesidades reales y optando en el mercado por opciones que favorezcan la conservación del medio ambiente y la igualdad social.

Las Asociaciones de Productores, tienen por objeto hacer el mercadeo de productos agropecuarios y a su comercialización en los centros de consumo que resultaren en forma proporcional a sus aportes. Se pretende con ellos incidir sobre los precios, en favor de los productores y consumidores, Igualmente racionalizar la consecución de los recursos crediticios.

Estructura Arancelaria del Cacao, la estructura arancelaria utilizada en Ecuador es la NANDINA, constituye la Nomenclatura Común de los Países Miembros de la Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú). El cacao y sus preparaciones se ubican en el Capítulo 18 del Arancel, a continuación se presenta una Tabla con las subpartidas arancelarias del este sector:(Bachenherimer, s/n)

Claudia Radi julio 2005, las organizaciones de pequeños productores y de los organismos internacionales de apoyo.(Corpei; GTZ; BioComercio Sostenible; Coservacion y Desarrollo; Radi, Claudia , 2005)

2.1.10. Marco legal

La investigación será realizada en la Etnia Tsáchilas del cantón Santo Domingo de los Colorados en un lapso de 8 meses a partir del mes de Septiembre a Abril del 2013.

2.1.10.1. Económica popular y solidaria

Objetivo 11. Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

“Construimos un sistema económico cuyo fin sea el ser humano y su buen vivir. Buscamos equilibrios de vida en condiciones de justicia y soberanía. Reconocemos la diversidad económica, la recuperación de lo público y la transformación efectiva del Estado”.

(Plan Senplades, 2011)

Políticas y Lineamientos

Política 11.1. Impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción.

Fomentar la producción nacional vinculada a la satisfacción de necesidades básicas para fortalecer el consumo doméstico y dinamizar el mercado interno.

Aplicar incentivos para el desarrollo de actividades generadoras de valor, especialmente aquellas de los sectores industrial y de servicios, con particular énfasis en el turismo, en el marco de su reconversión a líneas compatibles con el nuevo patrón productivo y energético, y considerando la generación de empleo local, la innovación tecnológica, la producción limpia y la diversificación productiva.

Fortalecer la producción nacional de software, agroalimentaria, del tejido y del calzado, bajo parámetros social y ambientalmente responsables.

Diversificar las formas de producción y prestación de servicios, y sus capacidades de agregación de valor, para ampliar la oferta nacional y exportable.

Transferir la gestión de bienes y empresas incautadas por el Estado a las iniciativas provenientes de la economía popular y solidaria, especialmente aquellas promovidas por

las y los trabajadores de dichas empresas.

Impulsar las importaciones indispensables para los objetivos del Buen Vivir, especialmente las de insumos para la producción, y desincentivar las que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

Desarrollar una logística eficiente que permita mejorar la productividad, calidad, diversificación productiva y distribuir de mejor manera los ingresos en la cadena de valor.

Reconocer la diversidad de actoras y actores económicos e impulsar su participación efectiva en los espacios de decisión económica.

Política 11.2. Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.

Ampliar y flexibilizar las compras públicas, dando prioridad a proveedores asociativos rurales y urbanos, en particular a mujeres y personas de grupos de atención prioritaria.

Impulsar las pequeñas y medianas unidades productivas para el fortalecimiento y complementariedad territoriales, tanto a nivel nacional como en esquemas de integración regional.

Apoyar la producción artesanal de calidad en todas las ramas, fortaleciendo los talleres como unidades integrales de trabajo y capacitación, y recuperando saberes y prácticas locales.

Fomentar el turismo comunitario y de escala local, que dinamice y diversifique la producción y los servicios, y asegure ingresos justos.

Crear marcos regulatorios específicos que reflejen y faciliten el funcionamiento de los procesos comunitarios, cooperativos y asociativos en general.

Capacitar a las asociaciones de pequeños productores y productoras sobre las demandas internas de bienes y servicios a nivel local y regional.

Difundir las ventajas, aportes y potencialidades de la producción asociada.

Crear marcos regulatorios específicos que reflejen y faciliten el funcionamiento de los procesos comunitarios, cooperativos y asociativos en general.

Generar y estimular líneas de financiamiento específicas para el acceso a activos y medios de producción por parte de las unidades económicas populares y solidarias, en especial de

las más desfavorecidas, contemplando mecanismos de prevención y atención del riesgo productivo.

Política 11.3. Impulsar las condiciones productivas necesarias para el logro de la soberanía alimentaria.

Fomentar la pesca artesanal mediante programas de asociatividad, apoyo tecnológico y protección de las reservas pesqueras.

Reconvertir, en casos específicos, unidades dedicadas al monocultivo exportador hacia la producción de alimentos para el mercado local, cuando se trate de recuperar vocaciones productivas previas o de mejorar los ingresos de las y los productores directos.

Incentivar programas de conservación y recuperación de productos y semillas tradicionales.

Fomentar la producción de alimentos sanos y culturalmente apropiados orientados al consumo interno, mediante un apoyo integral que potencie las capacidades productivas y la diversidad de las pequeñas y medianas unidades, urbanas y rurales, de las comunidades campesinas, indígenas, montubias y afroecuatorianas.

Impulsar la industria nacional de alimentos, asegurando la recuperación y la innovación de productos de calidad, inocuos y de alto valor nutritivo, el vínculo con la producción agropecuaria y con el consumo local, y minimizando el uso y el desecho de embalajes.

Proteger la producción local de alimentos básicos a través de precios de sustentación, subsidios productivos y mecanismos similares.

Política 11.4. Impulsar el desarrollo soberano de los sectores estratégicos en el marco de un aprovechamiento ambiental y socialmente responsable de los recursos no renovables.

Impulsar el funcionamiento articulado y eficiente de las empresas y entidades públicas en la gestión de todos los sectores estratégicos.

Fortalecer y ampliar el sistema estatal de administración, regulación, control, exploración,

extracción y refinación de recursos no renovables y de comercialización de sus derivados así como expandir su capacidad conforme a los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia.

Crear una empresa nacional minera que impulse un modelo de aprovechamiento social y ambientalmente responsable, en los marcos definidos en la Constitución, generando mecanismos para el consentimiento informado, la no intervención en zonas intangibles y los encadenamientos productivos y fiscales.

Iniciar procesos de exploración minera respetando los derechos de la naturaleza y los de las comunidades asentadas en territorios con potencial minero.

Someter los contratos de concesión minera a la Constitución en cuanto a sectores estratégicos, desarrollo territorial, responsabilidad social y ambiental, y no afectación a las condiciones vinculadas con la soberanía alimentaria.

Política 11.6. Diversificar los mecanismos para los intercambios económicos, promover esquemas justos de precios y calidad para minimizar las distorsiones de la intermediación, y privilegiar la complementariedad y la solidaridad.

Impulsar las redes de comercialización directa y a las iniciativas de compras solidarias.

Fijar precios y tarifas equitativas para los servicios básicos, y controlar y regular precios de mercado en general.

Desarrollar un programa nacional público de comercialización de productos agrícolas y de primera necesidad.

Identificar e impulsar la adopción de medios e instrumentos alternativos de moneda social, de arte ancestral popular o similares para los intercambios locales, propiciando el pensamiento diferenciado en capacitación y determinación de precios.

Política 11.7. Promover condiciones adecuadas para el comercio interno e internacional, considerando especialmente sus interrelaciones con la producción y con las condiciones de vida.

Manejar eficiente y transparentemente los servicios aduaneros para facilitar el comercio de exportación y de importación.

Aplicar aranceles selectivos, subsidios y otras medidas para regular el comercio en función de los intereses nacionales.

Política 11.8. Identificar, controlar y sancionar las prácticas de competencia desleales, y toda violación a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos para fomentar la igualdad de condiciones y oportunidades en los mercados.

Formular y aplicar un marco normativo que regule monopolios, oligopolios, monopsonios y oligopsonios.

Impulsar el acceso público a información de precios y producción.

Ampliar la protección nacional a productos de la economía popular y de la economía social y solidaria, frente al dumping social del comercio internacional y el proteccionismo de los estados centrales.

Definir normas y estándares de productos y servicios que garanticen los derechos de las y los consumidores y promuevan la producción nacional.

Política 11.12. Propender hacia la sostenibilidad macroeconómica fortaleciendo al sector público en sus funciones económicas de planificación, redistribución, regulación y control.

Impulsar una adecuada distribución y re-distribución del ingreso y de la riqueza nacional.

Asignar recursos presupuestarios a los sectores de la salud, la educación, la educación superior y la investigación, ciencia, tecnología e innovación, de acuerdo a la Constitución.

Incentivar la productividad sistémica, procurando crear condiciones de producción favorables a la economía endógena para el Buen Vivir.

Fortalecer el sector público como uno de los actores de la economía, y consolidar sus capacidades de respuesta frente a situaciones de crisis y vulnerabilidad.

Fomentar la inversión pública para potenciar las capacidades y oportunidades, así como para la economía endógena para el Buen Vivir en el corto, mediano y largo plazo.

Impulsar acciones intersectoriales que aporten al mantenimiento de la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.

Implementar una política tributaria y arancelaria orientada a proteger y promover la producción nacional, la redistribución de la riqueza, los ingresos y la responsabilidad ambiental.

Fortalecer los mecanismos para un manejo equilibrado y transparente de las finanzas públicas.

Impulsar políticas de alivio presupuestario de la deuda externa, en aplicación de los resultados de las auditorías integrales, especialmente en lo relativo a deudas ilegítimas.

2.1.10.2. Ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario

La ley describe lo siguiente: (Ley orgánica de Economía Popular y Solidaria del sistema Financiero, 2011)

Título I

Del Ámbito, Objeto y Principios

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.

Art. 3.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto:

- a. Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado;
- b. Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay;
- c. Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario;
- d. Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y,
- e. Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento.

Art. 4.- Principios.- Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común;
- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable;
- d) La equidad de género;
- e) El respeto a la identidad cultural;
- f) La autogestión;
- g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas; y,

h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Art. 73.- Unidades Económicas Populares.- Son Unidades Económicas Populares: las que se dedican a la economía del cuidado, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad.

2.1.10.3. Agencia ecuatoriana de aseguramiento de la calidad del agro "AGROCALIDAD".

“MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL REGISTRO Y CERTIFICACIÓN DE VIVEROS Y PRODUCTORES DE MATERIAL VEGETAL DE CACAO NACIONAL FINO Y DE AROMA SABOR "ARRIBA" Y OTRAS VARIEDADES”

1. Presentación

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro - AGROCALIDAD, bajo el direccionamiento del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca - MAGAP como entidad rectora de la política agraria, están encaminadas a cumplir con los lineamientos de las Políticas Nacionales y los Modelos de Gestión del Gobierno Nacional. El cacao es un producto símbolo del Ecuador, ya que por más de 400 años ha sido determinante para la identidad nacional. El sector cacaotero es trascendental en la economía nacional, cubre una superficie aproximada de 400.000 hectáreas, es muy importante por su incidencia social y ecológica. Constituye una fuente de sustento para 500.000 ecuatorianos aproximadamente, se estima que cerca del 80% de la producción total involucra a pequeños y medianos productores que poseen hasta tres hectáreas de cultivo.(Registro Oficial, 2011, págs. 5-15)

Ecuador exporta alrededor del 60% del cacao fino de aroma del mundo. En los últimos años la exportación de cacao supera en promedio las 130 mil toneladas al año, el 80% corresponde a grano y el 20 % restante a elaborados y semielaborados, sin embargo la Organización Internacional del Cacao (ICCO), reconoce tan sólo el 75% como fino de

aroma "sabor arriba".

1.2 Alcance

Este manual se aplica a todas las personas naturales o jurídicas que realizan actividades de producción y comercialización de material vegetal de propagación de Cacao Nacional Fino y de Aroma Sabor "Arriba" y otras variedades dentro del territorio ecuatoriano.

1.3 Ámbito de Aplicación

El ámbito de aplicación del presente Manual, es para todo el territorio ecuatoriano a través de la Dirección de Sanidad Vegetal-Programa Específico de Cacao y procesos desconcentrados de AGROCALIDAD.

1.4 Base Legal

El documento ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones establecidas en el Acuerdo Ministerial No. 446, publicado en Registro Oficial No. 342 de 22 de diciembre de 1993; el Acuerdo Interministerial, para el Reposicionamiento del Cacao Nacional Fino y de Aroma Sabor "Arriba", No. 180, publicada en el Registro Oficial No. 199, del 25 de mayo del 2010; La Ley de Sanidad Vegetal y su Reglamento de Codificación No. 315, de 16 de abril del 2004; Acuerdo Ministerial No. 446, publicado en el Registro Oficial No. 342 del 22 de diciembre de 1993; el Decreto Ejecutivo No. 1449 de creación de AGROCALIDAD, de fecha 22 de noviembre del 2008, publicado en el Registro Oficial No. 479, del 2 de diciembre del 2008; Resolución No. 070, publicado en Registro Oficial No. 241, del 22 de julio del 2010.

CONTROL POS CERTIFICACIÓN

Los técnicos autorizados en cada una de las provincias realizarán visitas de supervisión a los viveros o establecimientos de propagación de material vegetal de Cacao Nacional Fino y de Aroma Sabor "Arriba" y otras variedades, durante el tiempo de vigencia de la certificación, a fin de ejercer el seguimiento y control, pudiendo suspender o revocar la misma, por incumplimiento de las obligaciones del productor o comercializador o su representante legal. Durante la supervisión, AGROCALIDAD se reserva el derecho de tomar muestras de material vegetal, suelo o agua para su respectivo análisis de laboratorio.

3.1 Supervisión

Se realizarán dos supervisiones pos-certificación utilizando el formulario para supervisiones (ver anexo 4) en el transcurso del año pudiendo realizar otra supervisión por pedido expreso del propietario o para verificar alguna denuncia.

Durante la supervisión se determinará la conformidad con los requisitos específicos para la certificación en base a los criterios establecidos por AGROCALIDAD.

La supervisión se realizará de conformidad a los mismos criterios técnicos establecidos para la inspección.

Resuelve:

Artículo 1.- Establecer el procedimiento técnico y administrativo para la Certificación de Calidad de Cacao Fino y de Aroma Sabor "Arriba" y de otras variedades, incluidos elaborados y semielaborados, para la exportación de Cacao Nacional Fino y de Aroma Sabor "Arriba" y otras variedades, detallado en el manual de procedimientos, que se anexa a la presente resolución y que forma parte integrante de la misma.

Artículo 2.- Toda persona natural o jurídica, pública o privada, interesada en comercializar y exportar Cacao Nacional Fino y de Aroma Sabor "Arriba" y otras variedades, incluidos elaborados y semielaborados, cumplirá con el procedimiento técnico establecido por AGROCALIDAD y demás requisitos que le permitan comercializar y exportar lícitamente, constante en el anexo de la presente resolución.

Artículo 3.- Todo exportador de Cacao Nacional Fino y de Aroma Sabor "Arriba" y otras variedades, incluidos elaborados y semielaborados, calificados y registrados en AGROCALIDAD, deberán llevar un registro de exportaciones y destino final, sujeto a verificación y control.

Artículo 4.- Las transgresiones a la presente resolución serán sancionadas conforme a lo que establece la Ley de Sanidad Vegetal, la normativa del sector agropecuario.

Artículo 5.- En tanto el subproceso de control de calidad sea creado, encárguese de la ejecución de esta resolución a la Dirección de Sanidad Vegetal de AGROCALIDAD, así como a los procesos desconcentrados a nivel nacional.

Artículo 6.- Deróguese a la Resolución N° 141 A de 7 de septiembre del 2010, publicada en Registro Oficial N° 309 de 27 de octubre del 2010.

La presente resolución entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial. Dado en Quito, a los 18 días del mes de abril del 2011. Comuníquese y publíquese.

f.) Dra. María Isabel Jiménez, Ph.D., Directora Ejecutiva, Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro - AGROCALIDAD.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Operacionalización de variable

Tabla N° 15
Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALA	
Variable Independiente Cacao Nacional de origen y sus derivados	Es una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado. Utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos	Producción	Producto		
		Derivados	Planta	# de plantas por hectáreas	
			Mazorca		Monto de producción
					Fermentada
		Productos semielaborados		Seca	
				Manteca de cacao	
Variable Dependiente Comercio Justo	Es una forma alternativa de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por la Organización de las Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el ecologismo) que promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores.	Comercialización	Cadena de producción	Productor	
				Intermediario	
				Exportador/acopio	
				Importador	
		Certificaciones	Comercio justo	Rain Forent Aliance	
				FLO	
			Cacao orgánico		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

3.2. Estrategias metodológicas

3.2.1. Diseño de la Investigación

La presente es una investigación con carácter de estudio no experimental de diseño observacional analítico - transversal, ya que la obtención de los datos se realizará mediante ciertos rasgos existentes en el objeto de estudio, por lo que este método se empleará en cada etapa del proceso de investigación del mercado.

3.2.2. Tipo de Investigación

Esta es una investigación de tipo exploratoria y analítica, ya que está orientada a la identificación de elementos y características del problema, busca comprender de mejor manera la aplicación del cacao nacional de origen y sus derivados a la comercialización del Comercio Justo en la etnia Tsáchila.

3.2.3. Unidad de Análisis

La unidad de análisis es la aceptación del cacao nacional de origen y sus derivados para la comercialización del comercio justo en la etnia Tsáchila al que se pretende analizar a fondo para llegar a la conclusión de que se identifique la cultura Tsáchila a nivel internacional.

3.2.4. Población

Como ya se ha mencionado anteriormente se analiza la etnia Tsáchila.

Tabla N° 16
Población

	Tsáchilas – Santo Domingo de los Tsáchilas
Territorio	10.059 hectáreas
Población	2500 habitantes
Familias Agrícolas Cacaoteras	435
Temperatura:	22, 9 ° C (media)
Clima:	Tropical Húmedo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

3.2.5. Muestra

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{E^2(N-1) + (Z^2 P * Q)}$$

- Z= % de Confianza 95%
- N= tamaño de la población 435
- P= Probabilidad de Éxito 50%
- Q= probabilidad del Fracaso 50%
- E= Error Máximo permisible 5%
- n= tamaño de la muestra **75 encuestas**

3.2.6. Métodos de investigación

3.2.6.1. Método inductivo

Método de conocimiento permitirá analizar la problemática central del trabajo investigativo, es decir la aceptación que tendrá el cacao nacional de origen y sus derivados para la comercialización en el comercio justo en la etnia Tsáchilas a partir de las observaciones sistemáticas de la realidad se descubrirán las causa y efectos, de igual manera se descubrirán los sub problema del caso de estudio.

3.2.6.2. Fuentes y técnicas para la recolección de la información

La información se obtendrá por medio del análisis de los datos obtenidos de la base de datos de las instituciones públicas y privadas de Santo Domingo de los Tsáchilas, es decir, se empleará información de tipo cuali-cuantitativa, tanto de fuentes primarias como de fuentes secundarias. Para la elaboración del marco teórico se recurrirá a las fuentes bibliográficas disponibles en el internet y en la biblioteca universitaria.

Las técnicas para la recolección de la información se aplicarán la entrevista al presidente de la asociación de cacaotero de la provincia Tsáchila, un cuestionario que se aplicará para obtener información de primera mano a los de la etnia Tsáchila.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis estadístico

Tratamiento y Análisis de la información

Al disponer de información necesaria obtenida de las diferentes fuentes para el respectivo análisis, se procederá al tratamiento y análisis de estos datos.

Pregunta N° 1 Edad

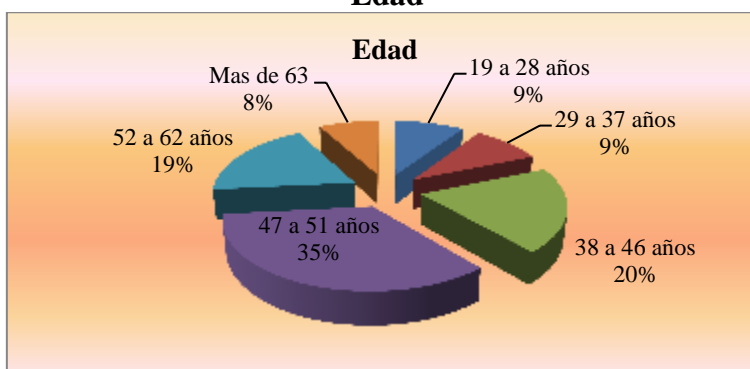
Tabla N° 17
Edad

Variables	Fr	Fa
19 a 28 años	7	9%
29 a 37 años	7	9%
38 a 46 años	15	20%
47 a 51 años	26	35%
52 a 62 años	14	19%
Más de 63	6	8%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 11
Edad



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

La edad promedio de los habitantes de la Etnia Tsáchilas es diverso, son una población

económicamente activa que concentra su edad de 47 a 51 años con el 35%, es decir una población que está envejeciendo, existe una pequeña proporción de habitantes en etapa de madures en edad de 38 a 46 años con el 20%, mientras que una pequeña población tiene más de 63 años con el 8%.

Pregunta N° 2 Comunidad encuestada

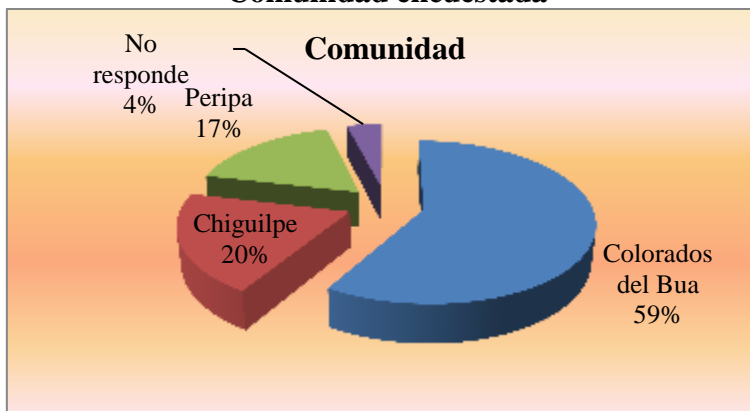
Tabla N° 18
Comunidad encuestada

Variable	Fr	Fa
Colorados del Búa	44	59%
Chiguilpe	15	20%
Peripa	13	17%
No responde	3	4%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 12
Comunidad encuestada



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

Según la aplicación de las encuestas se realizó en las siguientes comunidades donde habitan la Etnia Tsáchila de los cuales 59% pertenece a la comunidad de Colorados del Búa comunidades donde cultivan el cacao, un 20% son habitantes de la comunidad de Chiguilpe y un 17% a la comunidad de Peripa.

Pregunta N° 3 Género

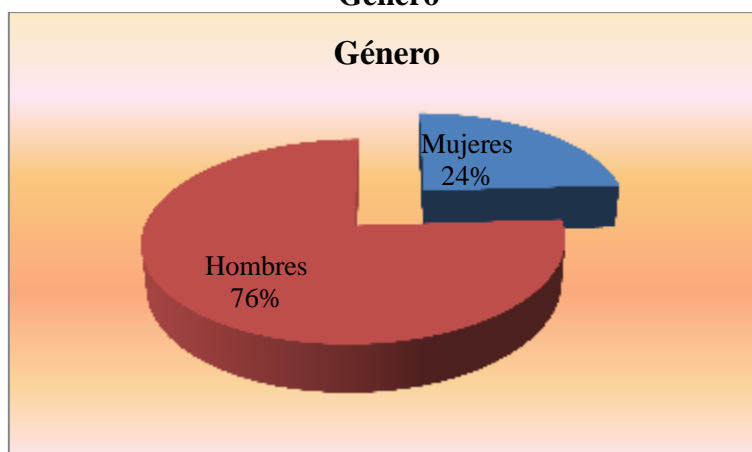
Tabla N° 19
Género

Variable	Fr	Fa
Mujeres	18	24%
Hombres	57	76%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 13
Género



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

De la población de estudio encuestada a la población Etnia Tsáchila, nos dio como resultado que un 76% representa hombres y un 24% son mujeres.

Esta población nos permite identificar que se mantiene aún la jerarquización de poderes, es decir que el jefe de hogar es el hombre.

Pregunta N°4 Nivel de Instrucción

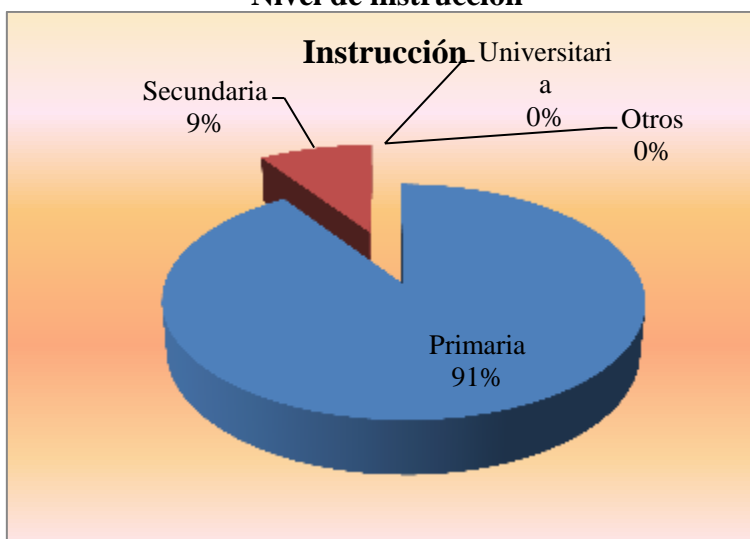
Tabla N° 20
Nivel de instrucción

Variable	Fr	Fa
Primaria	68	91%
Secundaria	7	9%
Universitaria	0	0%
Otros	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 14
Nivel de instrucción



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

De la investigación realizada a la población Etnia Tsáchila se obtuvo que el 91% tiene un nivel de instrucción primaria, un 9% tiene un nivel de instrucción secundaria y un 0% lo que representa que no tienen ningún nivel de instrucción de tercer nivel, entre ellas se encuentra instrucción universitaria, tecnológicos.

Pregunta N° 5 Que tipo de actividad realiza

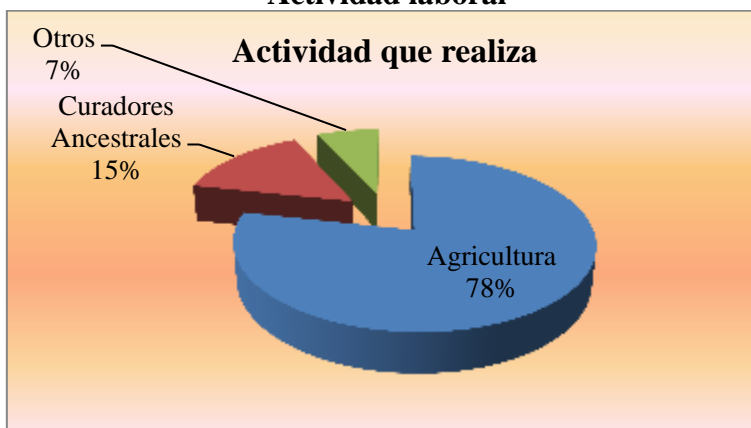
Tabla N° 21
Actividad laboral

Variab les	Fr	Fa
Agricultura	69	78%
Curadores Ancestrales	13	15%
Otros	6	7%
TOTAL	88	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 15
Actividad laboral



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

De la investigación realizada en la etnia Tsáchila, por cultura o costumbres realizan más de dos a tres tipos de actividades entre ellas, obteniendo, el 78% de las personas se dedican a la agricultura, el 15% a las curaciones ancestrales y tal solo un 7% a otro tipo actividades.

La etnia Tsáchila se la conoce tradicionalmente porque son reconocidos como curanderos ancestrales, las personas a la vez realizan agricultura como fuente de ingreso económico, existiendo un poco población que se han dedicado a otro tipo de actividad basado a un título de tercer nivel.

Pregunta N° 6 Manejo de la finca

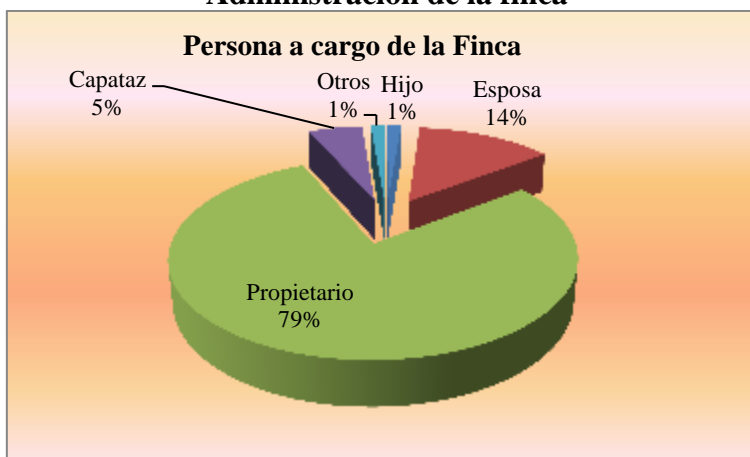
Tabla N° 22
Administración de la finca

Variable	Fr	Fa
Hijo	1	1%
Esposa	10	14%
Propietario	59	79%
Capataz	4	5%
Otros	1	1%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 16
Administración de la finca



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

Según las encuestas realizadas a la población Etnia Tsáchila se determinó que sus fincas están a cargo de sus mismos propietarios lo que representa un 79%, el 14% por sus esposas, mientras que un 5% lo está a cargo de un capataz y tan solo el 1% está representado por su hijo u otras personas.

Pregunta N° 7 Instrucción académica de la persona a cargo

Tabla N° 23
Instrucción de la persona a cargo

Variable	Fr	Fa
Agricultor	75	100%
Profesional	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 17
Instrucción de la persona a cargo



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Pozo

Análisis

Según los resultados arrojados por la población Etnia Tsáchila se puede establecer que las personas que se encuentran a cargo de las fincas son agricultores, que no poseen ningún título profesional.

Pregunta N° 8 extensiones de su finca

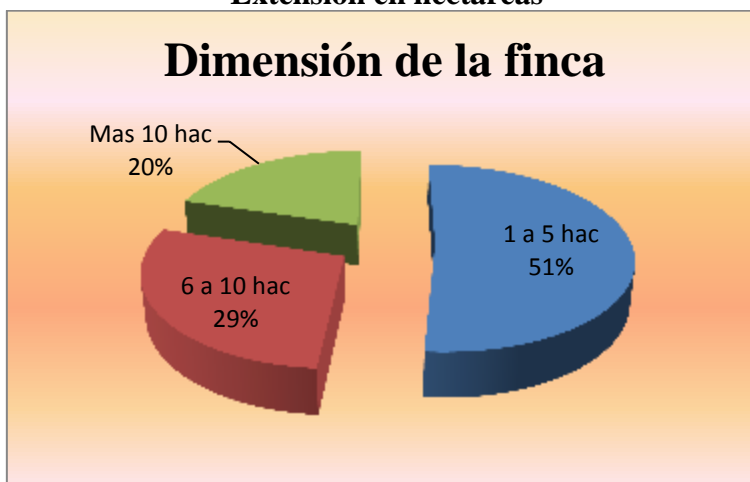
Tabla N° 24
Extensión en hectáreas

Variable	Fr	Fa
1 a 5 hac	39	51%
6 a 10 hac	21	28%
Mas 10 hac	15	20%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 18
Extensión en hectáreas



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

Se determinó que el 51% de la población Etnia Tsachila encuestada tiene una dimensión de 1 a 5 hectáreas, mientras que el 29% tiene de 6 a 10 hectáreas y tan solo el 20% tienen más de 10 hectáreas.

Pregunta N° 9 Producto que cultiva

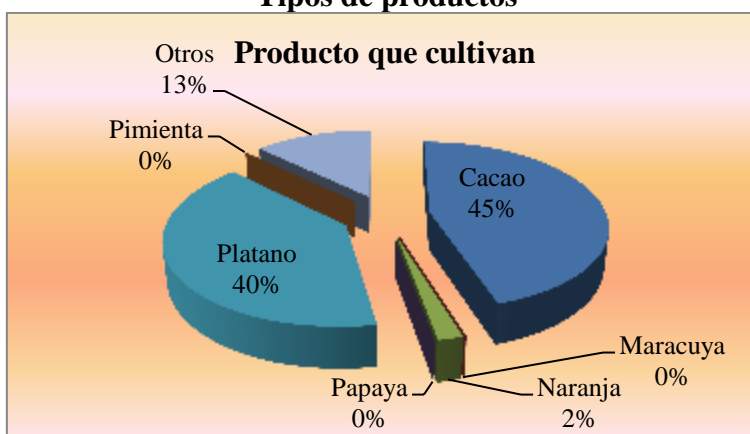
Tabla N° 25
Tipos de productos

Variable	Fr	Fa
Cacao	71	45%
Maracuyá	0	0%
Naranja	3	2%
Papaya	0	0%
Plátano	63	40%
Pimienta	0	0%
Otros	20	13%
TOTAL	157	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 19
Tipos de productos



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

Como podemos observar, la mayoría de la población Etnia Tsáchila cultiva un 45% de cacao, seguido está el plátano con un 40%, un 2% cultivan naranja, el pimienta y la papaya obtuvieron un 0% por lo que no la cultivan y un 13% de personas prefieren cultivar otros productos. Al realizar esta investigación se determinó que la mayoría de la población Etnia Tsáchila se dedica más al cultivo del cacao y del plátano siendo estos dos productos de mayor relevancia, mientras que los demás productos son cultivados pero en pequeñas cantidades.

Pregunta N°10 Tipo de cacao que cultiva

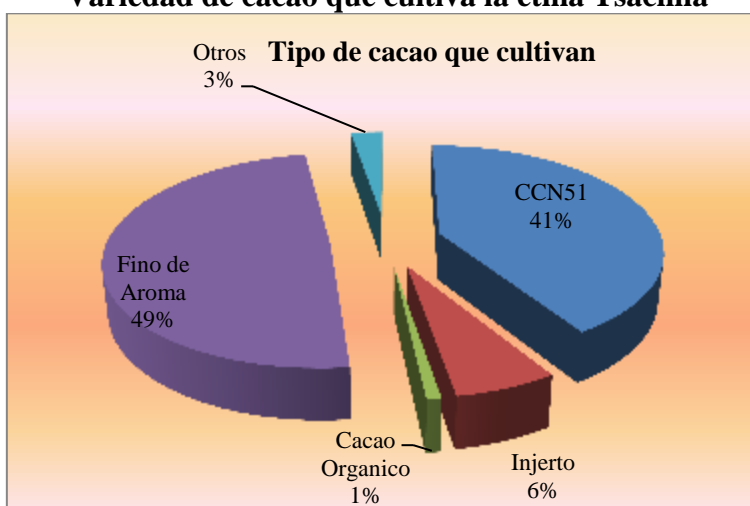
Tabla N° 26
Variedad de cacao que cultiva la etnia Tsáchila

Variable	Fr	Fa
CCN51	46	41%
Injerto	7	6%
Cacao Orgánico	1	1%
Fino de Aroma	55	49%
Otros	3	3%
TOTAL	112	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 20
Variedad de cacao que cultiva la etnia Tsáchila



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

De la investigación realizada en la población Tsáchila se determinó que el 49% cultivan cacao de tipo Fino aroma, el 41% cultivan cacao CCN51, un 6% cultivan cacao injerto, el 1% cacao orgánico y un 3% cultivan otro tipo de cacao.

Pregunta N° 11 Cantidad de hectáreas cultivadas de cacao

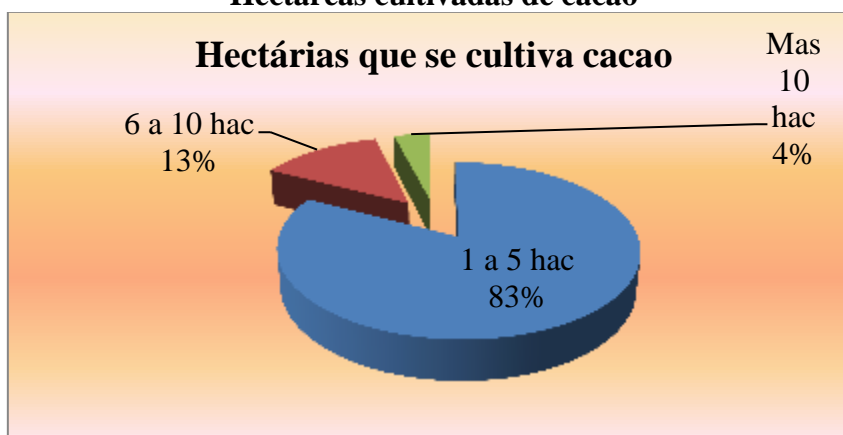
Tabla N° 27
Hectáreas cultivadas de cacao

Variable	Fr	Fa
1 a 5 hac	62	83%
6 a 10 hac	10	13%
Mas 10 hac	3	4%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 21
Hectáreas cultivadas de cacao



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Vanessa Pozo

Análisis

Se observa que un 83% de los encuestados en la población Etnia Tsáchila cultivan el cacao de 1 a 5 hectáreas de toda la extensión de su finca, un 13% de las personas cultivan cacao de 6 a 10 hectáreas y tan solo un 4% cultivan más 10 hectáreas el cacao.

Pregunta N° 12 Producción de cacao por hectáreas al año

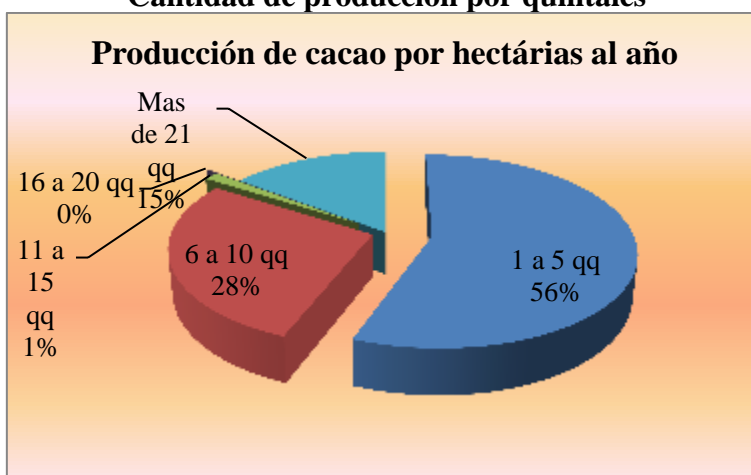
Tabla N° 28
Cantidad de producción por quintales

Variable	Fr	Fa
1 a 5 qq	42	56%
6 a 10 qq	21	28%
11 a 15 qq	1	1%
16 a 20 qq	0	0%
Más de 21 qq	11	15%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 22
Cantidad de producción por quintales



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

Al realizar esta pregunta se determinó que el 56% de la población Etnia Tsachila produce cacao de 1 a 5 qq al año, un 28% produce cacao de 6 a 10 qq al año, seguido de ello se tiene el 1% los mismo que producen de 11 a 15 qq al año y finalmente el 15% quien produce más de 21 qq al año.

Pregunta N° 13 Forma de venta del producto

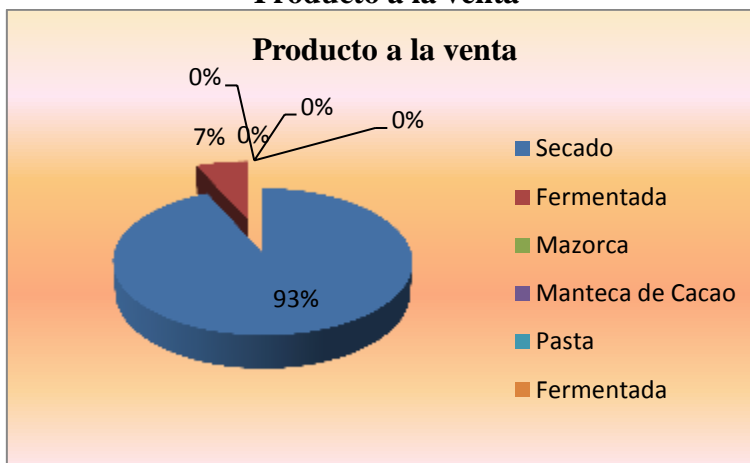
Tabla N° 29
Producto a la venta

Variable	Fr	Fa
Secado	70	93%
Mazorca	0	0%
Fermentada	5	7%
Manteca de Cacao	0	0%
Pasta	0	0%
Licor de Cacao	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 23
Producto a la venta



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

El 93% de la población Etnia Tsáchila al cacao lo vende en seco y mientras que un 7% al cacao lo vende fermentado, es decir que estas dos formas son las más comunes de vender cacao.

Pregunta N°14 A quien vende la producción de cacao

Tabla N° 30
Comercialización del producto

Variables	Fr	Fa
Usted saca su producto a vender a un centro de acopio	63	84%
Le compran en su finca misma	6	8%
Asociación	0	0%
Otro	6	8%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 24
Comercialización del producto



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

Al momento de vender el cacao, la población Etnia Tsáchila, lo hacen a centros de acopio que representa un 84%, mientras que el 8% de personas venden a otros y a su vez el producto es comprado dentro de la finca, es decir ninguno vende su producción a asociaciones.

Pregunta N° 15 Tipo de certificación

Tabla N° 31
Tipo de Certificación del Cacao

Variable	Fr	Fa
Si	0	0%
No	75	100%
Indique cual	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 25
Tipo de Certificación del Cacao



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

Según los resultados arrojados por la investigación realizada en la población Etnia Tsáchila en su totalidad que es el 100% sus cultivos de cacao no cuentan con certificación alguna.

Pregunta N° 16 Realiza algún tipo de abono para la planta

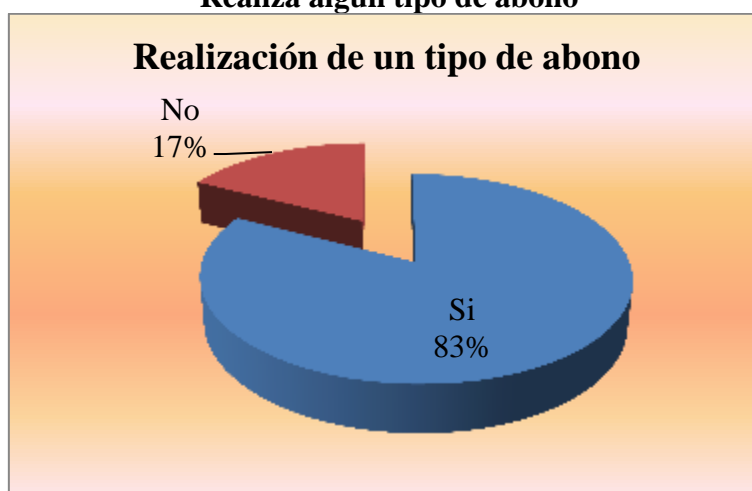
Tabla N° 32
Realiza algún tipo de abono

Variable	Fr	Fa
Si	62	83%
No	13	17%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 26
Realiza algún tipo de abono



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

El 83% de la población Etnia Tsáchila produce su propio abono para la planta del cacao y solo un 17% no realizan su propio abono para el cultivo de cacao.

Pregunta N°17 Tipo de abono para el cultivo

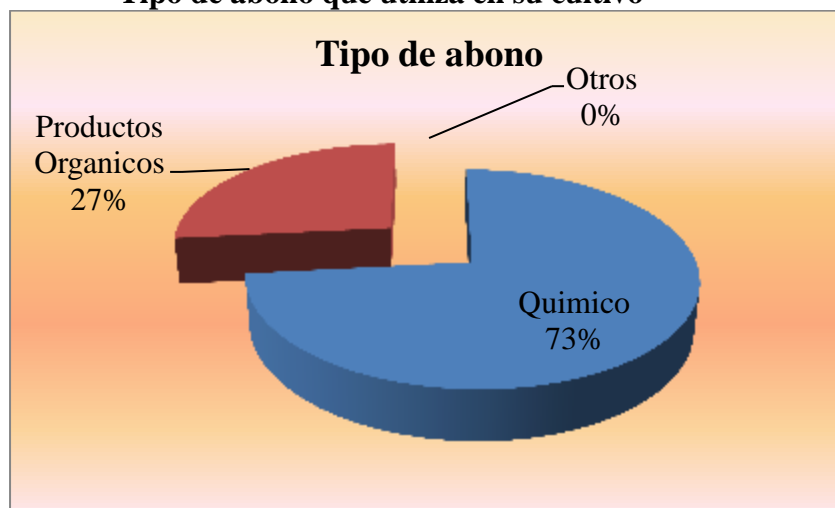
Tabla N° 33
Tipo de abono que utiliza en su cultivo

Variable	Fr	Fa
Químico	55	73%
Productos Orgánicos	20	27%
Otros	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 27
Tipo de abono que utiliza en su cultivo



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

Al establecer esta investigación en la población Etnia Tsáchila se determinó que un 73% realiza abono de tipo químico y un 27% abono de tipo orgánico, estos dos tipos de abonos son los más utilizados para el cultivo del caco por la población Etnia Tsáchila.

Pregunta N° 18 Capacitación de manejo de cultivo de cacao

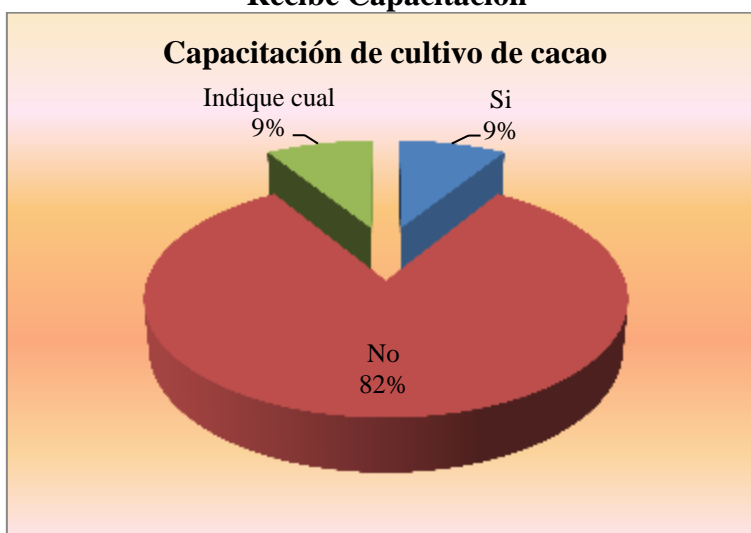
Tabla N° 34
Recibe Capacitación

Variable	Fr	Fa
Si	7	9%
No	65	82%
Indique cual	7	9%
TOTAL	79	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 28
Recibe Capacitación



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

Como se observa la mayoría de la población Etnia Tsáchila que corresponde a un 82% de personas no cuentan con una capacitación adecuada para el manejo cultivo de cacao y tan solo un 9% de las personas si reciben capacitación para el manejo de cultivo de cacao.

Y un 9% reciben capacitación del MAGAP para el buen manejo del cacao

Pregunta N° 19 Asociación para el beneficio de la nacionalidad

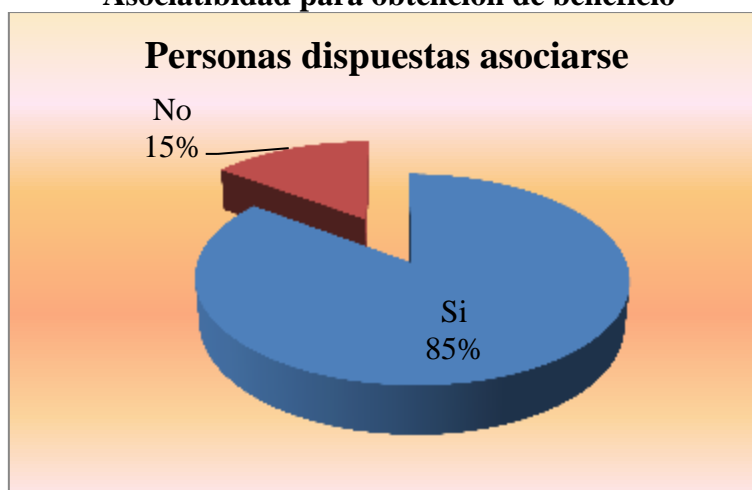
Tabla N° 35
Asociatibilidad para obtención de beneficio

Variable	Fr	Fa
Si	64	85%
No	11	15%
TOTAL	75	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Gráfico N° 29
Asociatibilidad para obtención de beneficio



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Pozo Vanessa

Análisis

Al recabar información realizando las encuestas se pudo determinar que el 85% de la población Etnia Tsáchila está dispuesta asociarse para el beneficio de la nacionalidad y tan solo una 15% no requiere del beneficio.

4.2. Análisis económico

El bajo rendimiento de la producción de cacao en la zona por comuneros es de 1 a 5 qq por hectárea, al año 56% venden sus productos secado, 93% en semilla verde de cacao. Cuando el punto óptimo es de 22 qq al año. Esto se debe a la falta de capacitación por un lado.

La cadena comercial de los Tsáchilas es la 84% venden directo al centro de acopio la cual llega a costar por quintal \$113,00 y el costo en la finca llega \$80,00 hasta \$95,00 siendo producto de calidad sea en grano seco o fermentado.

4.3. Interpretación de resultados

Dentro de la investigación se encontraron los siguientes hallazgos:

Los Tsáchilas son un grupo étnico pre incásico que se encuentra acentuado en el cantón Santo Domingo, distribuido en 7 comunidades, son conocidos como colorados por sus costumbre de pintarse de rojo con achiote el cuerpo y el cabello; su lenguaje es el Tsafiqui, los Ponés o Shamanes, son marcadores de su identidad.

La población alcanza 2500 habitantes en edad adulta comprendida entre 47 a 51 años de edad, lo que representa el 35% de la población agrupado en siete comunidades: Búa, Otongo-Mapalí, Congoma, Naranjos, Chigüilpe, Poste y Peripa, siendo Colorados del Búa la de mayor población con el 59%.

Predomina el sexo masculino con el 76% siendo este el jefe de la casa, el 91% de la comunidad Tsáchilas tiene un nivel institucional Primaria, se dedican a la agricultura el 100% y quienes administradores propia fina el 79%.

La extensión de la finca por familia en la comunidad Tsáchilas es de 1 a 5 hectáreas lo que representa el 51% tiene pequeña cantidad de hectáreas y de las cuales cultivan productos de la zona como el 45% cacao y 40% plátano.

El cacao de mayor producción en la zona por parte de los comuneros es de tipo de cacao CCN51 con el 41% 49% Fino de Aroma.

El cacao que se producen en la zona no tiene certificación alguna, siendo un producto que se abona químicamente a la planta el 83% y tan solo el 10% realizan un abono orgánico dando como resultado pequeñas cantidades de cacao certificado empíricamente con cacao orgánico.

Los Tsáchilas están dispuestos a asociarse el 35% con el propósito de mejorar no solo el producto, sino la producción por hectárea y el precio en sí.

4.4. Comprobación de hipótesis

HI ¿El cacao nacional de origen y sus derivados **SI** cumplen con las condiciones necesarias para ser comercializados bajo los parámetros del comercio justo?

HO ¿El cacao nacional de origen y sus derivados **NO** cumplen con las condiciones necesarias para ser comercializados bajo los parámetros del comercio justo?

FRECUENCIAS OBSERVADAS			
CATEGORIA	PREGUNTA 18	PREGUNTA 19	TOTAL
SI	14	68	82
NO	65	11	76
TOTAL	79	79	158

FRECUENCIAS ESPERADAS			
CATEGORIA	PREGUNTA 18	PREGUNTA 19	
SI	41	41	82
NO	38	38	76
TOTAL	79	79	158

CÁLCULO EXCEL	
PRUEBA CHI	8,83966E-17
PRUEBA CHI INV	73,92939666

CÁLCULO MANUAL		
FO	FE	$\alpha^2 = \sum \frac{(Fo - Fe)^2}{Fe}$
14	41	17,7804878
68	41	17,7804878
65	38	19,18421053
11	38	19,18421053
TOTAL		73,92939666

INTERPRETACIÓN

Se puede concluir que el cacao fino de aroma es un producto de mayor aceptabilidad para la venta, La etnia Tsáchila ha optado por cultivar el CCN51. Siendo este un producto derivado del fino de aroma, en cuanto al precio o calificación con certificación el producto actualmente no tiene, pero los Tsáchilas están dispuestos a asociarse como alternativa y buscar capacitaciones, y mejorar la producción y el precio.

El 73,92 es el grado de aceptabilidad, es decir más del 50% están dispuesto al cambio y buscar un mejor grado de aceptabilidad.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Durante el levantamiento de la información se pudo identificar, interpretar la información que permite demostrar el trabajo planteado

- Existen pequeños trabajos propiamente etnográficos como son culturas ancestrales y la participación de la economía del mercado mediante la comercialización del cacao fino de aroma, plátano como fuente de ingresos siendo estos mínimos, debido a que la cadena de comercialización es inadecuada provocando un abaratamiento en el precio del cacao.
- Se evidencio la importancia que tiene el estudio de la comercialización y certificación del comercio justo como punto de partida para conceptos claros con teorías científicas.
- La producción del cacao en la comunidades de la etnia Tsáchila es el fino de aroma y el CCN51, su proceso de fertilización se la realiza a base de químicos y bajo la capacitación del MAGAP como institución de capacita citadora a los agricultores que se dedican a la producción de cacao, mejorando la producción y rentabilidad a nivel de parcelas, a través de la aplicación de tecnologías de manejo del cacao.

5.2. Recomendaciones

- Proporcionar la venta directa a los centros de acopio de su producción en la etnia Tsáchila, y que busque la asociatividad con el propósito de crear una alianza fuerte donde el precio sea respetado y este acorde al mercado.
- Aplicar las normativas y respetar los precios de comercialización y la estructura del

precio del cacao.

- Proporcionar el cultivo del cacao fino de aroma con certificación orgánica, el mismo que le permitirá a la etnia tener mayor rentabilidad económica y al país mayor ingresos de producción.

BIBLIOGRAFÍA

1. add Vissor. (s/n). *Prodcutos Asociado*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de Definicion : <https://sites.google.com/a/addssa.com/addvissor/indice-general/06-trabaje-con-nosotros/productor-asociado>
2. AGUIRRE, F. (29 de Noviembre de 2005). ¿como funciona el comercio Justo? *REvista Vinculando*, pág. 1.
3. ANECACAO. (11 de Octubre de 2013). *Tipos de Cacao*. Recuperado el 11 de Octubre de 2013, de Cacao Nacional: <http://www.anecacao.com/cacao-nacional/>
4. Bachenherimer, H. (s/n). Definicion de Terminos . En H. Bachenherimer, *Facultad de Ciencias Economicas y Administrativa* . Corporacion regional de educacion Superior CRES.
5. Bestard Camps, J. (2002). *Identidades, Relaciones y Contextos*. Barcelona: Dáquesta.
6. Blanco Carrasco, M. (2009). *Concepto de Mediacion* . Balears: Curso de Verano.
7. Blog. Agricultura Tropical. (11 de Diciembre de 2010). *Agricultura Tropical Ecuador*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de Generalidades del Cacao Ecuatoriano : <http://agricultura-tropical-ecuador.blogspot.com/2010/11/el-cacao-ecuatoriano.html>
8. Canacacao. Org. (2012). *LA economia Cacaotera Mundial- PAsado Presente*. Londres : EX/146/7.
9. Corpei; GTZ; BioComecio Sotenible; Coservacion y Desarrollo; Radi, Claudia . (s/d de Julio de 2005). *Estudio sobre los mercados de vlor para el cacao Nacional de origen y con certificaciones* . Recuperado el 11 de Octubre de 2013, de Ecociencia.org: <http://www.ecociencia.org/archivos/EstudiodeMercadoparaCacaoNacionaldeOrigeny oncertificaciones-100226.pdf>
10. eHow en español. (31 de julio de 2013). *El caco en el emundo: Principales paises prodcutores* . Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de http://www.ehowenespanol.com/cacao-mundo-principales-paises-productores-galeria_168538/#pg=2
11. ESPOL.EDU.EC. (JUnio de 2006). *Estrutura y Dinamica de la cadena de cacao en el ecuador*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de Escuela Politécnica del Ejercito : http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10338/22/Dinamica_cadena_cacao_Ecuador.pdf

12. ETI comercio . (s/n). *Objetivos del comercio Justo* . Recuperado el 19 de Octubre de 2013, de Eticomercio .org: <http://www.eticomercio.org/objetivos--principios.html>
13. Fairtrade. (s/n). *Fairtrade*. Recuperado el 19 de Octubre de 2013, de Sello de comercio Justo. org:
<http://www.sellocomerciojusto.org/es/sobrefairtrade/queesfairtrade.html>
14. IICa. (2001). *Comercio y medio ambiente, analisis de la nueva normativa* . Costa Rica: s/e.
15. IICa, C. (1984). *Bibliografía sobre el cacao*. Costa Rica : Centro Interamericano de Documentación e información agrícola .
16. INEN. (1 de Febrero de 1994). *Cacao en grano* . Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de Norma Técnica Ecuatoriana:
http://www.flordebaba.com/NORMA_T%C3%89CNICA_ECUATORIANA_NTE_INEN_176_y_177.pdf
17. Instituto de altos estudios nacionales . (1 de Julio de 2011). *escuela de Gobierno y Administración pública*. Recuperado el 1 de Octubre de 2013, de Estudio de Factibilidad para la cadena productiva del cacao fino de aroma en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchila :
<http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/2602/1/MONOGRAFIA%20Roberto%20Campos.pdf>
18. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura -IICA. (1982). Orígenes del Cacao. En E. E. Recreo, *El cacao* (pág. 9). Managua : MIDINRA Dsta.
19. Ley orgánica de Economía Popular y Solidaria del sistema Financiero. (2011). *LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL FINANCIERO*. ECUADOR: REGISTRO OFICIAL 444/10/05.
20. Millán, A. (sn). *Historia del cacao*. Recuperado el 8 de Octubre de 2013, de UNED curso de desarrollo económico :
<http://r0.unctad.org/infocomm/espagnol/cacao/descripc.htm>
21. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (1 de Diciembre de 2012). *Normas de Aceprocacao*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de normativas de protección de cacao:
http://servicios.agricultura.gob.ec/mag01/pdfs/aministerial/2012/2012_0576.pdf
22. Ministerio de Agricultura , Ganadería, Acuacultura y Pesca . (s/d de s/n de 2013). 52 mil plantas de cacao fueron entregadas a la comunidad Tsáchila . *boletín de prensa*,

pág. 1.

23. Plan Senplades. (2011). *PLan NAcional para el buen vivir*. Recuperado el 11 de Octubre de 2013, de Congreso Nacionl del Estado Ecuatoriano:
<http://plan.senplades.gob.ec/politicas-y-estrategias11>
24. Rainfores Alliance. (1987). *certificaion INternacional*. Recuperado el 1 de Octubre de 2013, de Rainforest Alliance.org: <http://www.rainforest-alliance.org/es/about>
25. Registro Oficial. (1 de Julio de 2011). *AGROCALIDAD*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de Ley de Sanidad Vegetal y su reglamento de aplicación:
http://www.agrocalidad.gob.ec/agrocalidad/images/pdfs/Previncin%20%20programa%20de%20Influenza%20Aviar_A.pdf
26. Sello del comercio JUsto.org. (13 de Diciembre de 2012). *FairTrade*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de Definicion :
www.sellocomerciojusto.org/es/empresas/queesfairtrade.html

Anexos

Anexo N° 1: Subpartidas Arancelarias

PARTIDAS ARANCELARIAS DEL CACAO Y SUS DERIVADOS SEGÚN NOMENCLATURA NANDINA 2012	
Subpartida	Descripción
1801.00	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado
	Crudo:
1801.00.11.00	Para siembra
1801.00.19.00	Los demás
1801.00.20.00	Tostado
1802.00.00.00	Cáscara, películas y demás residuos de cacao
18.03	Pasta de cacao, incluso desgrasada
1803.10.00.00	Sin desgrasar
1803.20.00.00	Desgrasada total o parcialmente
1804	Manteca, grasa y aceite de cacao
	Manteca de cacao:
1804.00.11.00	Con índice de acidez expresado en ácido oleico o inferior o igual a 1%
1804.00.12.00	Con índice de acidez expresado en ácido oleico o superior a 1% pero inferior o igual a 1.65%
1804.00.13.00	Con índice de acidez expresado en ácido oleico superior a 1.65%
1804.00.20.00	Grasa y aceite de cacao
1805.00.00.00	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante
18.06	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao
1806.10.00.00	Cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante
1806.20	Las demás preparaciones, en bloques tabletas o barras con peso 2 Kg. En forma líquida, pastosa o en polvo, gránulos o formas similares, en recipientes o envases inmediatos con un contenido superior a 2 Kg.
1806.20.10.00	Sin adición de azúcar, ni otros edulcorantes
1806.20.90.00	Los demás
	Los demás, en bloques, tabletas o barras:
1806.31	Rellenos
1806.31.10.00	Sin adición de azúcar, ni otros edulcorantes
1806.31.90.00	Los demás
1806.32.00.00	Sin rellenar
1806.90.00.00	Los demás

Fuente: Arancel Nacional de Importaciones de Ecuador, 28 de diciembre del 2012

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Anexo N° 2: Cuestionarios



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Extensión Santo Domingo

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
Ingeniería En Comercio Exterior Integración Y Aduanas

La información de este cuestionario es con objetivo académico, no se releva la información de la misma.

- 1.- Edad: _____ 2.- Comunidad: _____
- 3.- Sexo: mujer ___ hombre ___
- 4.- Instrucción: Primaria ___ Secundaria ___ Universitaria ___ Otros ___
- 5.- Qué tipo de actividad realiza: Agricultura ___
 Curadores ancestrales ___ otros ___
- 6.- Su finca está a cargo:
 Hijo ___ Propietario ___
 Esposa ___ Capataz ___
 Otros ___
- 7.- Instrucción de a persona a cargo:
 Agricultor ___ Profesional ___
- 8.- Su finca que rango de dimensión es
 1 a 5 hac.
 6 a 10 hac.
 Mas 10 hac.
- 9.- Que producto cultiva usted
 Cacao ___ Plátano ___
 Maracuyá ___ Pimienta ___
 Naranja ___
 Papaya ___ otros _____
- 10.- Qué tipo de cacao cultiva usted
 CCN51 ___ Fino de Aroma ___
 Injerto ___ otros _____
 Cacao orgánico ___
- 11.- Cuantas hectárea cultiva usted de cacao
 1 a 5 hac
 6 a 10 hac
 Mas 10 hac.
- 12.- Su producción de cacao por hectáreas al año es:
 1 a 5 qq
 6 a 10 qq
 11 a 15 qq
 16 a 20 qq
 Más de 21 qq

13.- Como saca su producto

- Secado
- Mazorca
- Fermentada
- Manteca de cacao
- Pasta
- Licor de cacao

14.- A quien le vende su producción de cacao

- Usted saca su producto a vender a un centro de acopio
- Le compran en su finca misma
- Asociación
- Otro _____

15.- El cacao que usted cultiva tiene algún tipo de certificación

Si ___ No__

Indique cual _____

16.- Usted realiza algún tipo de abono para su plana Si___ NO---

17.- De qué tipo

- Químico ___
- Productos orgánicos ___
- Otros _____

18.- Usted recibe capacitación de manejo de cultivo de cacao?

Si ___ No__

Indique cual _____

19.- Usted estaría dispuesto asociarse para el beneficio de la nacionalidad?

Si___ No_____

Anexo N° 3: Fotografías

