ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA

Principales Procesos Tecnológicos, Organizacionales Y Jurídicos Para Establecer La Denominación De Origen Del Cacao Nacional Fino Y De Aroma

Andrea Carolina Landeta Rea
Jacqueline Catalina Coronel Flores
Geovanny Bastidas Riofrío
Facultad de Escuela y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 Vía Perimetral
Apartado 09-01-5863.
Guayaquil – Ecuador
andrea_landeta_rea@hotmail.com
jccf19@hotmail.com
gbastida@espol.edu.ec

Resumen

La ubicación geográfica del Ecuador ha permitido el desarrollo de una de las variedades de cacao más cotizadas en el mercado extranjero, el cacao fino y de aroma, que por poseer un olor y sabor únicos, han motivado a organismos nacionales (IEPI, INIAP, ANECACAO) e internacionales (GTZ) a obtener la Denominación de Origen, cuyo objetivo es proteger las características de este producto y garantizar el buen uso de su nombre. Debido a que la DO es un proceso nuevo en nuestro país existen ciertas falencias dentro de los procesos técnicos, organizacionales y jurídicos, procesos que con capacitación e inversión pueden ser superados y garantizarán la calidad del producto. Hasta el día de hoy no se han realizado estudios que permitan medir el impacto que generaría la implementación de la DO en nuestro cacao, es por esta razón que mediante el presente estudio, con la utilización de las herramientas necesarias, se pudo comprobar que DO tendrá un efecto positivo en las exportaciones del cacao ecuatoriano fino y de aroma. La DO también suscita el Comercio Justo, que promueve el desarrollo sustentable de los productores y el cuidado del medio ambiente.

Palabras Claves: *Denominación de Origen, caco fino y de aroma, Comercio Justo.*

Abstract

The geographic location of Ecuador has allowed the development of one of the most quoted varieties of cocoa in the foreign market, the fine cocoa aroma, owning a unique scent and flavor. It has motivated national (IEPI, INIAP, ANECACAO) and international organisms (GTZ) to obtain an Origin Denomination (DO), whose objective is to protect the characteristics of this product and to guarantee the good use of its name. Because, DO is a new process in our country several problems exists within the technical, organizational and legal processes. However, with the qualification and investment could be surpassed the problems and will guarantee the quality of the product.

Until today, studies have not been done to measure the economic and social impact of implementing DO in our cocoa, therefore by means of the present study, with use of the necessary tools, we can verified that DO will have a positive effect in the exports of the fine Ecuadorian cocoa aroma

The DO also promotes Right Commerce, which raises the viable development of the producers and the care of the environment.

1. CAPÍTULO I: INDUSTRIA DEL CACAO

El cacao da origen a uno de los productos más deliciosos del mundo. Es un cultivo íntimamente ligado a la cultura ecuatoriana, tanto por su origen como por su gran importancia en el desarrollo económico y social del país.

Etimológicamente proviene de las palabras mayas "kaj" que significa "amargo" y "kab" que representa "jugo"; de la unión de estas dos palabras surgió "kajkab" de donde se derivó el término "cacaualt" para finalmente transformarse en la palabra cacao

1.1. Mercado del Cacao

1.1.1. Mercado Internacional

Desde el punto de vista comercial e industrial, en el mercado mundial generalmente se clasifican los granos de cacao en dos categorías:

Cacao ordinario: Son granos producidos por los cacaos variedad "Forastero"; éstos son utilizados en la fabricación de manteca de cacao y de productos que tengan una elevada proporción de chocolate.

Cacao fino y de aroma: Considerado como el "príncipe de los cacaos", éste es famoso por sus características específicas de aroma o color en chocolates finos de revestimientos o capas de cobertura. La oferta mundial de cacao fino y de aroma es relativamente reducida y representa aproximadamente el 5% del cacao producido en el mundo, debido a su fragilidad frente a las enfermedades y frente a los insectos.

Producción

La primera zona productora se ubica en África con una participación del 70%, principalmente en África del Oeste, seguida de Asia y finalmente en América Central y Sud- América. Según la producción anual los ocho países principales productores en el mundo son: Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Camerún, Nigeria, Brasil, Ecuador y Malasia. Estos países representan el 95% de la producción mundial.

Consumo

A pesar de que el cacao se produce en los países en desarrollo, se consume principalmente en los países desarrollados. Los compradores en los países consumidores son los transformadores y los productores de chocolate. Unas pocas compañías multinacionales dominan tanto la transformación como la producción de chocolate.

Precios

Los precios del cacao responden a factores de oferta y de demanda. Los precios internacionales tienden a seguir un patrón de largo plazo ligado al ciclo del cacao, que se estima que dura un poco más de 20 años.

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.

Producción de cacao fino y de aroma

Esta producción representa sólo el 5 % del mercado mundial que hoy está totalmente dominado por la producción de cacao ordinario. Este hundimiento del mercado ha sido generado por la democratización del chocolate a través de una producción masiva que requiere de cantidad antes que calidad.

1.1.2. Mercado Nacional

El cacao ecuatoriano tiene un tratamiento especial en el mundo de cacao y de los chocolates porque es considerado de alta calidad y sabores especiales. En el mercado ecuatoriano tenemos las siguientes variedades de cacao:

Cacao Criollo: Es una planta de poco vigor y bajo rendimiento, destacándose la alta calidad de sus semillas.

Cacao Forastero: Esta variedad es la más cultivada en el mundo; se estima que ocupa alrededor del 80% del área en producción. Se caracteriza por su relativa resistencia a ciertas enfermedades y su alta productividad.

Cacao Trinitario: El cacao Trinitario ocupa del 10 al 15% de la producción mundial, está constituido por el cruce del criollo de Trinidad con la variedad introducida de la Cuenca del Orinoco; se lo considera cacao de calidad. Dentro de esta variedad se ubica el CCN51, este clon presenta características de alta producción y tolerancia a las enfermedades pero no tiene el aroma que posee el Nacional.

El cacao llamado ”Nacional” que se produce en el Ecuador, ha sido clasificado como del tipo “forastero”, puesto que posee algunas características fenotípicas de éste, no obstante se diferencia en que posee un sabor y aroma característicos, que son muy apreciados por las industrias de todo el mundo. Tradicionalmente se conoce al cacao ecuatoriano como “cacao arriba”, debido a que se lo cultivaba en la zona superior del río Guayas (río arriba), denominación que se convirtió en sinónimo de buen sabor y aroma.

Producción, superficie y rendimiento

El aporte del Ecuador en cuanto a la producción mundial de cacao, aunque es importante (3%), es muy inferior al del resto de países africanos, que, por ejemplo, entre Costa de Marfil, Indonesia y Ghana abarcan el 72% de la producción mundial al año 2006.

Realmente, la ventaja comparativa del Ecuador se halla en la calidad de su producto, pues es el primer proveedor de cacao fino y de aroma en el mundo, abarcando más del 65% de la producción mundial de esta variedad de cacao.

La producción del cacao ecuatoriano se encuentra ligada a las condiciones del ecosistema, lo que determina un rendimiento diferente al de otros países productores.

En el Ecuador de las 58.466 UPAS[1] de cultivo solo de cacao, el 50% son pequeñas, es decir que van de 1 hasta las 10 hectáreas, el 17% UPAS de hasta 20 hectáreas, el 20% hasta 50 hectáreas y la diferencia mayores de 50 hectáreas.

En cuanto a la productividad, la Provincia del Guayas es la que más aporta con el 28.36%, seguida de Los Ríos y Manabí, con el 23.76% y 19.38%, respectivamente.

[1] Unidades de Producción Agropecuarias

Exportaciones

Ecuador se posesiona como el país más competitivo de América Latina en la comercialización de cacao en grano, muy por encima de Venezuela, Panamá y México que son países que han incrementado su participación en el mercado mundial de este producto, gracias a la característica de calidad del cacao Nacional por su sabor y aroma florales.

Precio

El precio del cacao es diferenciado según calidades del cacao en grano. Se encuentra que el precio del cacao en grano ASSPS y ASSS es mas alto a comparación de las otras calidades de cacao.

2. CAPÍTULO II: DENOMINACIÓN DE ORIGEN (DO)

Las personas hemos sentido desde tiempos muy remotos la necesidad de singularizar y diferenciar aquellos productos cuyo uso o consumo le proporcionaba mejores resultados o mayores satisfacciones. Una de las formas más tradicionales de diferenciación de estos productos con cualidades especiales ha sido designada por medio del nombre de su lugar de origen o procedencia, que ha tenido una amplia difusión en el ámbito de los productos agroalimentarios.

Es evidente que este fenómeno de singularización frente al producto corriente sólo se produce con aquellos que poseen una calidad y características especiales, gracias a las que alcanzan una notable reputación en el mercado entre los de su misma naturaleza y, generalmente, un precio superior, lo que les hace estar sujetos al riesgo de usurpación de su nombre o a imitaciones, que tratan de aprovechar el prestigio alcanzado por el producto original para conseguir una mejor situación en el mercado.

Para evitar el empleo indebido de estos nombres prestigiosos en productos de otras procedencias, o incluso en las que aún procediendo de la zona de la que toman el nombre, no se ajustan en su producción o elaboración a las prácticas que le imprimen la tipicidad que le es peculiar, se instituyó en algunos países mediterráneos desde las primeras décadas de este siglo, el instrumento jurídico de protección conocido como Denominación de Origen.

Las denominaciones de origen nacieron en la antigüedad gracias a la gente que ocupaba su tiempo en la producción de ciertos bienes, cuyo cuidado en su elaboración hacían del producto una característica de la región en donde se producía y en consecuencia surgió la necesidad y el derecho de otorgar protección a su titular contra aquellas personas ajenas a la región que pretendieran imitarla.

Se debe dar a conocer la Denominación de Origen como un signo distintivo, resaltando las cualidades específicas del clima y suelo que han hecho posible la obtención del producto de calidad, así como también los aspectos históricos, tradicionales y culturales del sitio geográfico al que corresponde la denominación. La denominación de origen beneficia no sólo al productor, sino también al consumidor, porque le permite reconocer que el producto identificado por ésta, posee la calidad, reputación y otras características particulares propias y exclusivas, que son el resultado de la relación entre los factores naturales y humanos del lugar.

La calidad y las características del producto se basan fundamental y exclusivamente en el medio geográfico, incluidos los factores naturales y humanos. Esta figura de protección puede ser promovida por las Comunidades Autónomas, pero su autorización definitiva corresponde a la Administración Central, es decir, que las Denominaciones de Origen pertenecen al Estado, son un patrimonio nacional, lo que no permite que puedan ser objeto de apropiación particular.

2.1. Definición

La decisión 486 de la Comisión de Comunidad Andina, Régimen Común sobre Propiedad Industrial, en el Art. 201 define a la Denominación de Origen como:

Art. 201.- “Se entenderá por Denominación de origen, una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, 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”.

2.2. Objetivo

El objetivo de la Denominación de Origen es proteger los productos cuyas características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y cuya producción, transformación y elaboración se realicen dentro de la zona geográfica delimitada.

2.3. Importancia

La importancia de las Denominaciones de Origen radica en que cada día existen consumidores más exigentes y productores más concienciados con la necesidad de ofrecer calidad, lo cual ha incidido en el crecimiento notable de estas certificaciones. Se trata de uno de los mecanismos básicos para asegurar y garantizar productos de calidad, bajo el control de los Consejos Reguladores, que son organismos que velan por el mantenimiento de unos parámetros estrictos.

2.4. Obtención de la DO

Para iniciar un proceso de obtención de Denominación de Origen se debe considerar lo siguiente:

- La perspectiva histórica del producto en cuestión.
- Las particularidades del producto tanto en sus características específicas, como en las prácticas productivas que los singularizan.
- La naturaleza socioeconómica del producto.
- Las manifestaciones socioculturales que se derivan del producto.
- El marco institucional y organizacional, formal o informal, que se ha ido estructurando en torno al producto en estudio

La información precedente, debidamente organizada, es remitida al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) para su consideración y estudio. De ser aprobado, se registra ante dicho organismo. Una vez obtenida la “Denominación de Origen” se procede a la búsqueda de un emblema o logo que permita identificar al territorio en cuestión.

2.5. Gestión y Seguimiento de la DO

Ésta constituye la etapa más laboriosa debido a que tiene que ver con la instrumentación de la denominación recibida y sobre la cual no hay experiencia en nuestro país. En este sentido, los aspectos que a continuación se señalan son básicamente indicativos y provienen del análisis de las experiencias europeas y del propio conocimiento acerca de la realidad del país.

El primer paso está orientado hacia el establecimiento del **Consejo Regulador de la Denominación**, como ente capaz de supervisar y canalizar el logro de la referida denominación. Este deberá llegar a disponer de un carácter integral donde tengan presencia los distintos actores de la cadena productiva en consideración.

Ante el débil tejido organizacional e institucional presente en muchas regiones del país, el desarrollo de una base organizativa lo suficientemente sólida y estable constituye un extraordinario reto a afrontar, particularmente a nivel del sector productivo, que generalmente es muy desarticulado y por la situación del Ecuador tiene un deficiente nivel educativo.

Este esfuerzo organizativo debe estar acompañado de un proceso formativo de mejoramiento de las capacidades técnicas y humanas, que por un lado permita elevar la productividad mediante una gestión adecuada de los recursos disponibles, y que por otro lado, facilite la interacción y convivencia entre los distintos actores.

2.6. Ventajas y Desventajas de la DO

2.6.1. Ventajas

Además de constituirse en mecanismos de desarrollo económico para los países, ciudades y pueblos, la denominación de origen tiene las siguientes ventajas:

- Fomenta y favorece la organización del sector productivo.
- Facilita el acceso, de productores, a mercados nacionales e internacionales.
- Mejora a nivel regional, nacional e internacional la divulgación, promoción y la oferta del producto protegido.
- Proporciona un marco estricto y legal de defensa y protección del producto contra el fraude.
- Asignación de un precio premium y la percepción del consumidor en relación a denominación/origen/calidad/reputación.
- La posibilidad de fomento de rutas turísticas

2.6.2. Desventajas

- Se requiere de una constante inversión en defensa de la denominación y en publicidad.

3. CAPÍTULO III: PROCESOS TÉCNICOS, ORGANIZACIONALES Y JURÍDICOS DE LA DO

En base a las experiencias de otros países, se conoce que para obtener la Denominación de Origen de un producto se demanda el cumplimiento estricto de una serie de requisitos a nivel técnico, organizacional y jurídico que a continuación detallamos:

3.1. Procesos Técnicos

- Cultivo
  - Reproducción de material vegetal.
  - Establecimiento y producción.
  - Rehabilitación de Plantaciones
- Acopio y transporte
- Proceso de Comercialización

3.2. Procesos Organizacionales

Para definir los procesos organizacionales, se lo analizaron las experiencias reales de organizaciones cacaoteras en el Ecuador que manejan sistemas de producción y venta bajo parámetros de calidad.

Para el presente estudio, estas experiencias constituyeron un referente importante en el análisis del sistema organizacional para el manejo y venta del cacao; y sobre éste, se establecieron proyecciones y ajustes que permitirían mantener el proceso y los requerimientos rigurosos de la certificación de origen.

3.2.1. Actores de la cadena organizacional

Productores.- Existen productores pequeños, medianos y grandes, los que se diferencian entre si por la variedad producida, la superficie plantada, el nivel tecnológico utilizado y el mercado de destino del producto.

Asociación de Productores.- Son agrupaciones de pequeños productores que tienen como objetivo mejorar los sistemas de producción y comercialización de sus socios.

Los Intermediarios.- Son comerciantes pequeños y medianos que acopian el cacao de las diferentes zonas productoras del país, para entregarlas al industrial o al exportador.

Las industrias de semielaborados y elaborados.- En este proceso participan empresas grandes como pequeñas y artesanales, con una capacidad instalada de aproximadamente 70 mil toneladas anuales. Utilizan como materia primas las dos variedades, dependiendo del derivado que van a fabricar.

Organizaciones Jurídicas de base o de primer grado.- Son agrupaciones de productores ubicadas en determinado territorio geográfico, que se asociaron con la finalidad de mejorar las condiciones de vida de sus miembros, a través de acciones de desarrollo en diferentes áreas (salud, educación, infraestructura, ambiente, producción, seguridad), etc.

Organización Jurídica de Segundo Grado.- Esta constituida legalmente por varias organizaciones de base o de primer grado que buscan objetivos comunes; entre ellos, la comercialización asociativa de rubros de interés como el Cacao Nacional Fino y de Aroma.

Exportador intermediario.- Si una organización no tuviera un vínculo directo con un importador necesitará de un intermediario exportador en el país, mismo que al constituirse en co-responsable de mantener la calidad del producto con Denominación de origen.

Mercado – Importador directo.- Si existiera una relación directa de negocio entre las organizaciones de productores y un mercado exterior; podría el comprador mantener un supervisor de procesos que periódicamente supervise la aplicación de los acuerdos establecidos entre las partes.

3.3. Procesos Jurídicos

En el Ecuador sobre las denominaciones de origen, se debe observar un régimen legal que está constituido por normas de diversos cuerpos legales, a los mismos que se trata de dar concordancia y armonía para una lógica interpretación y aplicación.

Únicamente el INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL (IEPI) podrá conceder la autorización de uso de la Denominación de Origen Cacao Arriba, a aquellas personas naturales o jurídicas, del sector público o privado, que demuestren tener legítimo interés y que cumplan con los requisitos establecidos.

La autorización del uso de la Denominación de Origen Cacao Arriba tendrá una duración de diez años, contados a partir de la fecha de concesión de dicha autorización, pudiendo ser renovada por períodos iguales de acuerdo con el procedimiento de renovación previsto para las marcas.

Durante el tiempo de vigencia de la autorización, el titular deberá pagar una tasa anual de mantenimiento, pago que deberá hacerse dentro de los primeros sesenta días de cada año.

4. CAPÍTULO IV: PUNTOS CRÍTICOS DE LOS PROCESOS TÉCNICOS, ORGANIZACIONALES Y JURÍDICOS

El Ministerio de Coordinación y Desarrollo Social (MCDS)2, estableció una estrategia para revisar, analizar y establecer en forma conjunta –con productores, instituciones de apoyo y empresas privadas- alternativas para mejorar los procesos y potenciar la cadena, tomando en cuenta los nudos críticos presentados a nivel técnico, organizacional y jurídico.

Los nudos críticos encontrados son los siguientes:

4.1. Puntos Críticos en los Procesos Técnicos:

Cultivo
- Reproducción de material Vegetal:
- Selección Individual de plantas madres.
- Selección y definición de clones de alta calidad para las principales zonas productoras del Ecuador.
- Establecimiento de Jardines clónales.
- Producción de patrones de plantas.
- Selección de varetas para injertos.

Establecimiento y producción
- Implementación del riego: goteo, aspersión, micro aspersión, otros.
- Abonadura y Fertilización
- Podas de formación
- Podas de rehabilitación

Acopio y Transformación
- Cosecha, post cosecha y acopio de cacao
- Construcción de centros de acopio.

---

[2] El Ministerio de Coordinación y Desarrollo Social es una Estructura creada por la administración del Presidente Rafael Correa período 2007- 2010, con finalidad de articular procesos entre las carteras de estado del frente social: Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES, Ministerio de Salud Pública, Ministerio del Ambiente, Ministerio de Vivienda, Ministerio de Educación.

- Acuerdos para estandarizar la cosecha
- Recepción de "cacao en baba" en el centro de acopio.
- Proceso de fermentación y secado

Proceso de Comercialización
Mercado

4.2. Puntos Críticos en el Proceso Organizacional

- No está acentuado en cada productor el sentido de pertenencia y el convencimiento de que puede ser un empresario campesino.
- Debilidad en el nivel de planificación y gestión de procesos de producción y acopio.
- No disponen de recursos económicos suficientes para la compra del producto a los asociados
- Se evidencia debilidad en las relaciones entre organizaciones

4.3. Puntos Críticos en el Proceso Jurídico

El IEPI es el único organismo a nivel de país que está en capacidad legal de tramitar el certificado de la denominación de origen de cualquier producto o servicio especial para consumidores, este organismo indica que los problemas jurídicos; más bien, pueden provenir de los procesos internos y externos que enfrentan los territorios y las organizaciones, relacionados a la tenencia de tierra, conflictos zonales con empresas mineras, problemas jurídicos con instituciones del estado, incumplimiento de acuerdos comerciales anteriores u otros derivados de los procesos de trabajo.

5. CAPÍTULO V: MODELO ECONOMÉTRICO Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para medir el impacto que generaría la Denominación de Origen en el Ecuador, se utilizaron como modelo las exportaciones de Venezuela, país que actualmente cuenta con DO para su cacao, los datos fueron tomados desde el año 1999.

Se realizó un modelo de regresión lineal simple en el programa E-views, de donde se obtuvieron los siguientes resultados:

LOG (EXPORT) = 0.0778*DO - 0.3054*TRANS + 4.4490 + 0.1029*LOG (PRECIO) + 0.2894*PROC.

Con la finalidad de explicar el crecimiento que tendrían nuestras exportaciones con la implementación de la DO se realizó una proyección considerando las exportaciones de cacao fino y de aroma del Ecuador desde el año 1999, en base a la ecuación obtenida en el caso venezolano para obtener una visión de los posibles resultados.

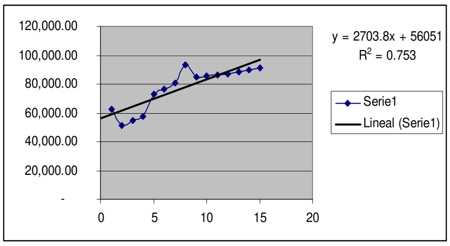

Figura 1. Proyección Exportaciones Ecuatorianas

Como se puede observar en el gráfico, las exportaciones del Ecuador incrementarían con lo que queda demostrado que la DO tendrá un impacto positivo en las exportaciones ecuatorianas.

6. CAPÍTULO IX: COMERCIO JUSTO

La razón para aplicar el sistema de Comercio Justo reside en mejorar la posición de los productores desfavorecidos en los países en vías de desarrollo, estableciendo estándares 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 en los países en vías de desarrollo. 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 el comercio tradicional del cacao, las empresas comerciales y la industria chocolatera reciben alrededor del 70% de las ganancias del chocolate, mientras que los productores (que no suelen tener otra fuente de ingresos) cobran tan sólo el 5%. Las organizaciones de Comercio Justo europeas pagan precios justos y apoyan la producción a largo plazo gracias a los contactos que establecen con los productores en los países en desarrollo. La venta de productos de Comercio Justo también crea una relación entre productores y consumidores. Cuando éstos conocen mejor los problemas del Tercer Mundo en general, están más dispuestos a pagar un precio justo.

6.1. Definición

El Comercio Justo es una alternativa al comercio convencional, que acerca el productor al consumidor, evitando la cadena de intermediarios. El Comercio Justo es una “asociación comercial que busca el desarrollo sustentable para los productores excluidos o con desventajas en los grandes circuitos del comercio tradicional. Busca realizar esto proponiendo mejores condiciones comerciales para los pequeños productores, educando a los consumidores para generar toma de conciencia en torno al tema y llevando a cabo campañas de educación y promoción”

6.2. Objetivos

El Comercio Justo persigue como objetivos:

- El obtener un precio y condiciones más justas para grupos de pequeños productores,
- Hacer evolucionar las prácticas comerciales hacia la sustentabilidad.
- La incorporación de los costos sociales y medioambientales.
- Busca concientizar a los consumidores acerca del poder que tienen al comprar favoreciendo intercambios más justos.

6.3 Criterios

El Comercio Justo es aquel que está basado en relaciones justas de comercio que garantiza:

- Un salario justo para los trabajadores o trabajadoras que les permita tener condiciones de vida dignas.
- Mejorar las condiciones de seguridad e higiene del lugar de trabajo.
- Proteger los derechos de los niños.
- Salvaguardar las minorías étnicas.
- Preservar el medio ambiente.
- Fomentar la igualdad entre hombres y mujeres.
- Un trabajo digno respetando los derechos humanos.
- Se busca la manera de evitar intermediarios entre productores y consumidores.
- Se informa a los consumidores acerca del origen del producto.

6.4. Beneficiarios

Como beneficiarios del comercio justo tenemos a los siguientes:

- Los productores asociados: No se ven marginados de los mercados, son reconocidos por su historia y experiencia, fortaleciendo así su identidad productiva y cultural. Su esfuerzo es premiado con un precio justo y habitualmente mejora su relación con otros actores del comercio convencional.
- Las cosechadoras y trabajadores de plantaciones: Mejoran sus condiciones laborales y de vida.
- Los comercializadores en los países del Norte: Pueden contar con socios comerciales confiables y motivados (Organizaciones de Productores).
- Los consumidores: Se ven beneficiados ya que los productos comerciados a través del Comercio Justo se caracterizan por mayor transparencia, deben incorporar los costos ambientales y sociales asociados a su producción. Otra ventaja es la posibilidad de reconocer el origen de estos productos.

6.5. Organizaciones

El Comercio Justo diferencia a cuatro tipos de participantes:

- Organizaciones de productores.
- Organizaciones de importación.
- Worldshops, comercio especializado en los productos de Comercio Justo.
- Organizaciones internacionales responsables de la definición y certificación de los estándares del Comercio Justo.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- Por medio de la Denominación de origen, el cacao ecuatoriano podrá ser diferenciado de las demás variedades de cacao y su nombre no podrá ser usurpado o mal utilizado.
- A nivel técnico, la producción del cacao en todas sus etapas aún se realiza de una manera artesanal,

los productores aún no están concientes de las exigencias de este proceso.

- A nivel organizacional, los productores cacaoteros están iniciando el desarrollo de una mentalidad empresarial y de trabajo comunitario organizado que les permitirá comprender y aportar de una manera más significativa a la efectiva implementación de la Denominación de Origen.
- El aspecto jurídico no se considera un nudo crítico debido a que únicamente cuando la DO esté implementada se podrán identificar y desarrollar las necesidades de leyes adicionales que regulen el proceso.
- El análisis de la experiencia de la DO del cacao venezolano nos permitió conocer la realidad de la implementación de esta certificación y proyectarla al caso ecuatoriano.
- Mediante el presente estudio se ha demostrado que la implementación de la denominación de origen ayudará a preservar la presencia del cacao ecuatoriano fino y de aroma en el mercado extranjero, incrementará los volúmenes de exportación e ingresos de las familias productoras.

7.2. Recomendaciones

- Considerando las ventajas comparativas que tiene el Ecuador para la producción de cacao nacional fino de aroma es fundamental articular y potenciar la cadena y la participación de los actores, con la perspectiva de cubrir la demanda insatisfecha de cacao especial de Ecuador.
- El Ministerio de Agricultura y el INIAP deberían incrementar la inversión y control de los procesos técnicos de la DO; de tal forma que se pueda garantizar una adecuada producción de plantas (plantas madres, clones e injertos), considerando riego, abonadura y podas efectivas.
- Para garantizar la continuidad de la DO, los productores y organizaciones deberán recibir capacitación constante, que les permita cambiar paulatinamente la producción artesanal a una forma de cultivo más técnico en el área del cacao para obtener como producto el flujo efectivo de cantidad, calidad y frecuencia.
- Las organizaciones de productores deberán desarrollar talleres y programas de formación en el área de planificación y gestión de procesos, que crean en el productor un concepto de empresarios comunitarios.
- El Consejo Regulador de la DO deberá ser una entidad que brinde apoyo jurídico al proceso y tener la capacidad de aplicar reglamentos de otros países que poseen la DO para el caso ecuatoriano, considerando ciertas particularidades de nuestro país.
- Trabajar constantemente en mejorar la imagen que actualmente tiene el cacao ecuatoriano fino y de aroma en el mercado internacional; la misma que a pesar de su excelente calidad se ha visto afectada por prácticas deshonestas por parte de los productores intermediarios; como el caso de las mezclas de este cacao con el cacao ordinario (CCN-51).
- El Ecuador posee muchos productos con características singulares (arrope de mora, turrones de miel de abeja, queso de Salinas, etc.) que podrían beneficiarse con este tipo de certificaciones; por lo que se debería realizar un estudio para identificar estos productos potenciales.

8. AGRADECIMIENTOS

Agradecemos el aporte intelectual para el presente estudio al Economista Giovanny Bastidas Director de Tesis, ANECACAO y a la CORPEI.

9. REFERENCIAS

A continuación se citan las referencias empleadas para el presente estudio:

- www.bce.fin.ec
- www.corpei.org
- www.ecuadorcocoaarriba.com
- www.mag.gov.ec
- www.anecacao.kom.ec
- www.bancoex.gov.ve
- Manual de cultivo de cacao del INIAP
- La economía del cacao en Venezuela; Dr. Rafael Cartay; Director del Centro de Investigaciones Agroalimentarias (CIAAL) Faces-ULA.

Econ. Giovanny Bastidas Riofrío
DIRECTOR DE TESIS