



**República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil**

**Trabajo de Titulación
Para la Obtención del Título de:
Ingeniero en Comercio Exterior Mención Negocios Internacionales.**

**Tema:
Análisis de exportación de chocolate ecuatoriano con valor agregado al
mercado chino.**

**Autor:
José Eduardo Garcés Ibarra**

**Directora del Trabajo de Titulación:
Ing. María Inés Valencia., MSc.**

**2023
Guayaquil – Ecuador**

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios, mi madre, seres queridos, mi pareja que siempre me han brindado su apoyo para poder cumplir todos mis objetivos Ellos son los que con su cariño me han impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades. También agradezco a la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil por brindarme los conocimientos adquiridos durante mi carrera y agradezco a mi tutor por ser un apoyo en esta última etapa.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado en primer lugar a Dios, quien con su ayuda me ha guiado a poder lograr todos mis objetivos, también dedico este trabajo a mi madre, mi pareja y mi abuelo quien gracias a sus consejos logré convertirme en un hombre con valores y valiente ante cualquier adversidad.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Quien suscribe, **José Eduardo Garcés Ibarra** egresado de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil con **C.I 0919631671** de la carrera de Ing. Comercio Exterior Mención Negocios Internacionales declara que la responsabilidad de este trabajo de titulación “**ANÁLISIS DE EXPORTACIÓN DE CHOCOLATE ECUATORIANO CON VALOR AGREGADO AL MERCADO CHINO**” es de su autoría con sus correspondientes citas bibliográficas, resultados y conclusiones pertenecientes al autor.

José Eduardo Garcés Ibarra.

ANÁLISIS DE EXPORTACIÓN DE CHOCOLATE ECUATORIANO CON VALOR AGREGADO AL MERCADO CHINO.

José Eduardo Garcés Ibarra
josegarces104@gmail.com

RESUMEN

El artículo tuvo como objetivo analizar la viabilidad de exportación de chocolate con valor agregado desde Guayaquil hacia el mercado chino. Para lograrlo, se utilizó una metodología mixta para analizar las exportaciones de chocolate ecuatoriano en los últimos años, y se empleó un diseño no experimental, de corte transversal y alcance descriptivo para descubrir patrones de exportación en el mercado chino y a nivel mundial. Los resultados demostraron que la calidad, sabor y textura del chocolate ecuatoriano, junto con la certificación de producción, premios internacionales, control del proceso productivo y trazabilidad, han sido clave para su éxito en el mercado internacional. Además, se destacó que el acuerdo comercial entre Ecuador y China puede ser beneficioso para la exportación de chocolate hacia ese destino. En conclusión, se evidenció que la exportación de chocolate con valor agregado hacia el mercado chino es viable, debido a las oportunidades que ofrece el mercado chino y la alta demanda de chocolate a nivel mundial.

Palabras clave: mercados emergentes, exportación, estrategias, mercado chino.

INTRODUCCIÓN

La exportación es el proceso de transportar bienes y servicios desde un país hacia otro, con el fin de obtener un beneficio económico. Esto se realiza a través de intermediarios como empresas, agencias gubernamentales y pequeños comerciantes, quienes se encargan de promover y negociar los términos de la exportación. Dicho procedimiento pueden realizarlo todas las personas jurídicas y naturales, sean extranjeras con residencia en el país o ecuatorianos registrados en el sistema ECUAPASS como exportador (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021). De acuerdo con el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MIDAGRI] (2020) el comercio exterior a nivel macroeconómico contribuye a la generación de empleo al crecer, reforzarse o sostenerse las actividades, proporciona mayores ingresos fiscales y la obtención de divisas.

Por otro lado, el cacao es uno de los productos más antiguos conocidos por el hombre, siendo utilizado desde hace más de cinco mil quinientos años como alimento y para realizar intercambios comerciales. Ecuador no está exento de dicha realidad, pues a partir de la época de la colonia y de la República, el cultivo del cacao ha contribuido notablemente a la economía, la sociedad y la política del país. El cacao se divide en dos categorías: que son el común y el fino de aroma. En lo que respecta al cacao común representa el 95% de la producción mundial, mientras que el cacao fino de aroma compone el 5% restante. La última variedad es muy demandada por empresas europeas, ya que su sabor y aroma únicos lo hacen ideal para la fabricación de chocolates Premium o gourmet, lo que afecta en el precio en la bolsa de valores de Londres y Nueva York (Mendoza et al., 2021).

El cultivo de cacao supone un impacto significativo en los países productores, ya que proporciona trabajo a más de 150 000 agricultores y genera cerca de 1 500 000 empleos

directos relacionados con la producción, procesamiento y venta. La elaboración de cacao en América ocupa una superficie de alrededor de 1 700 000 hectáreas y genera ingresos anuales superiores a los \$900 millones. Esta planta se encuentra en México, Colombia, Costa de Marfil, Venezuela, Camerún, Brasil, Nigeria, Perú, Togo, República de Congo, Bolivia, Ghana, Malasia, Trinidad, Tobago e Indonesia (Carranza et al., 2020).

Actualmente, el estudio busca resolver la interrogante ¿Cómo puede el chocolate ecuatoriano con valor agregado aumentar su exportación al mercado chino? La línea de investigación del actual trabajo es Sistemas económicos, economía internacional, globalización, desarrollo. El objetivo general del proyecto es analizar la viabilidad de exportación de chocolate con valor agregado desde la ciudad de Guayaquil hacia el mercado de China. En el caso de los objetivos específicos, estos incluyen analizar las exportaciones e importaciones mundiales de chocolate en los últimos cinco años; escribir la evolución de las exportaciones de chocolate desde Ecuador hacia el mundo y China en los últimos cinco años. Asimismo, proponer estrategias que permitan fortalecer la presencia de las exportaciones ecuatorianas en el mercado chino.

MARCO TEÓRICO

Cacao

El cacao, cuyo nombre científico es *Theobroma cacao* (que significa "comida de los dioses" en griego), es un fruto originario de América Central y del Sur. Existen muchas variedades de este grano, aunque el reconocido por su aroma, dulzura y sabor es el Fino de Aroma o Nacional, el cual recibe un valor superior por parte de la Organización Internacional del Cacao (ICCO). En el Ecuador, se encuentran condiciones propicias para la siembra de dicha fruta, como un clima cálido con precipitaciones de agua durante todo el año y

temperaturas entre 25° y 28° centígrados. El cultivo comienza a partir de los cuatro a cinco años, pero su mayor producción la alcanza a los 8 y 10 años. La mazorca es alargada y de forma leñosa, al estar tierna tiene color verde y luego amarillo cuando se encuentra madura. Esta posee un tamaño aproximado de 7 a 10 cm de ancho y de 10 a 32 cm de largo, en cuanto a su peso promedio es de 200 gramos a un kilogramo. Las semillas son de color morado claro, con una pulpa dulce y gelatinosa, cuya cantidad de almendras máximas es de 60 en mazorcas grandes y mínimo de 20 en las más pequeñas. Esta variedad, conocida como "pepa de oro" por su color amarillento al ser secada, se distingue por su intensa fragancia y sabor al masticarla (Chávez et al., 2019).

Los recientes descubrimientos arqueológicos muestran que el uso del cacao data de hace 5300 años en la provincia Zamora Chinchipe, ubicada en el sur este de Ecuador, en la parte superior del Amazonas. Esta planta se cultiva en los trópicos húmedos de las latitudes 10° Norte y 10° Sur de los continentes americano, africano, asiático y Oceanía, al igual que fue domesticada por las culturas mayas 200 años antes de Cristo, así como por los Toltecas y Aztecas en Centroamérica (García et al., 2021). El cacao ecuatoriano es uno de los más antiguos y preciados en el mundo y ha estado presente en el país desde la época prehispánica. En el siglo XIX, el cacao ecuatoriano se convirtió en uno de los productos con mayor demanda mundialmente. Se crearon plantaciones de cacao en todo el país y los productores comenzaron a innovar con nuevas variedades y técnicas de cultivo, lo que le ayudó al país a aumentar aún más su producción y comercialización (Abad et al., 2020).

La promoción de productos de cacao ecuatoriano a nivel internacional es realizada por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) para diversificar el comercio con los diferentes destinatarios y actores. Esto ha contribuido a alcanzar resultados exitosos en el año 2020, con la exportación de \$815,5 millones, y una

estimación de \$266,4 millones hasta mayo de 2021. Las principales naciones compradoras han sido Estados Unidos, Indonesia, Malasia y Países Bajos. A través de Aromas del Ecuador - Edición Cacao, se han programado 161 citas comerciales con el objetivo de brindar información relevante sobre el sector y promover los mejores productos de la cadena agroindustrial (MPCEIP, 2021).

Países productores de cacao fino de aroma

Según la Iniciativa Latinoamericana del Cacao [ILAC] (2020), los productores de cacao que son 438,841 personas, obtienen sus ingresos principales de una extensión de terreno de 1 885 060 hectáreas, lo que da una producción general de 782 000 toneladas métricas en el periodo 2018 a 2019. Los países con mayor cantidad de hectáreas cultivadas de cacao fino de aroma son Brasil con 745 817 hectáreas, seguido de Ecuador con 573 316, Colombia con 180 000 y República Dominicana con 150 912. A pesar de las grandes extensiones de terreno que poseen algunas naciones, el Ecuador tuvo la mayor producción con 298 000 toneladas métricas, luego se encuentra Brasil con 195 000 y Perú con 120 000.

Durante 2017 y 2018, el Ecuador fue el principal exportador de cacao en grano, con una cantidad entre 284 546 y 294 063 toneladas, de las cuales el 50% a 75% de las exportaciones era cacao fino y de aroma. El precio del cacao fino por tonelada se estima entre \$3 mil a \$10 mil. En segundo puesto se encuentra República Dominicana que exportó cantidades significativamente menores que fueron de 50 622 y 68 164 toneladas y en tercer lugar está Perú con 58,091 y 60 101 toneladas. Al contrario, Brasil y México destinaron la mayor parte de su producción a la industria nacional de chocolate (Iniciativa Latinoamericana del Cacao [ILAC], 2020).

Chocolate

Los productores de provincias como Los Ríos, Guayas, Manabí y Esmeraldas proveen la materia prima para las marcas de chocolate ecuatoriano. Estas han ido ganando terreno en el mercado internacional desde que la primera barra de chocolate fino ecuatoriana fue fabricada en el 2004. En vista de ello, el Ecuador ocupa el cuarto lugar a nivel mundial en la producción y exportación de cacao en grano, aunque su presencia en el ámbito de los chocolates es aún limitada. En el país se elabora siete tipos de chocolates, incluyendo las barras de chocolate blanco y negro, con especias, con frutas deshidratadas, con leche, con hierbas aromáticas y con frutos secos. El producto viene en diversas presentaciones, incluyendo el paquete de 35, 50, 70, 80 y 100 gramos (PRO ECUADOR, 2017).

El cacao es un ingrediente básico para la producción de chocolate desde hace al menos tres milenios en Mesoamérica. Actualmente, este se consume de diferentes maneras y es uno de los alimentos más populares, debido a que contiene como componentes la feniletilamina, que ayudan a generar bienestar emocional y estimular el sistema nervioso. Además, posee alcaloides, como la cafeína y la teobromina que benefician el rendimiento físico y la actividad. Inclusive, se ha determinado que, si se ingiere de forma moderada, el chocolate puede ser beneficioso para la salud cardiovascular, ya que posee propiedades antioxidantes que contribuyen a la prevención de enfermedades del corazón (Secretaría de Salud de México, 2019).

Por otro lado, en el 2019 la elaboración de productos de confitería, chocolates y cacao consiguió \$92,95 mil millones de Valor Agregado Bruto (VAB), lo cual representó una participación 0.13% del Producto Interno Bruto (PIB) total. Asimismo, se constató que el sector de producción de chocolate y cacao en el 2020 tuvo un incremento en las ventas y exportaciones del 12% (Corporación Financiera Nacional, 2021).

Fabricación del chocolate

De acuerdo con Nestlé Family Club (2022) el proceso de fabricación del chocolate debe contemplar desde la cosecha del cacao hasta que se consigue el producto final, el cual se detalla a continuación.

- **Cultivo y cosecha:** El cacao es cosechado dos veces al año en las regiones productoras, debido a que la maduración de las mazorcas es de cuatro a seis meses. El agricultor procede a recolectarlas del árbol mediante un corte cuidadoso por el tallo.
- **Desgrane:** Se coloca una mazorca en la mano y con la otra se la parte con un machete por la mitad, de esta manera, se abre y se extrae las almendras que contienen las habas envueltas en una pulpa viscosa.
- **Fermentación:** Esta tiene una duración de cuatro a siete días y consiste en colocar las semillas en hojas de banano, yute o cajas para evitar que el haba germine, se elimine la pulpa y así se desarrolle el aroma.
- **Secado:** Consiste en exponer al sol las almendras estirándolas en un yute colocado en el suelo para que se sequen, en donde el agricultor debe mover el grano cada cierto tiempo para se logre secar uniformemente. De esta manera, se logra eliminar la humedad del haba, lo que le ayuda a que conserve sus cualidades.
- **Ensacado y transporte:** Los granos de cacao secos, fermentados y enfriados son almacenados en sacos para que luego sean comercializados o transportados a las fábricas de chocolate.

- **Trituración:** Los granos de cacao pasan por un proceso de limpieza, para luego ser trituradas obteniendo trocitos más pequeños. Después es separada la cascara mediante aspiradores dejando solo las habas trituradas y limpias conocidas como grué.
- **Torrefacción:** Se trata de un proceso en el que el haba de cacao desarrolla más de 400 aromas, ya que el grano es tostado a temperaturas entre los 120° a 150° centígrados y donde se mantiene durante un tiempo variable que puede alcanzar los 25 minutos.
- **Moliendo:** Los granos tostados pasan por un nuevo proceso de molido donde llegan a estar con mayor temperatura, esto le permite que el grué se convierta en una masa líquida que es conocida como licor o pasta de cacao.
- **Tratamiento de la leche:** Se mezcla la leche con el azúcar para que se concentre.
- **Mezclado:** Depende del tipo de chocolate que se va a elaborar y se coloca en diferentes mezcladoras. Para el chocolate blanco se mezcla la leche, la manteca de cacao y el azúcar. La elaboración del chocolate negro requiere del azúcar, la pasta y la manteca de cacao, mientras que en la producción del chocolate de leche se utiliza la manteca y pasta de cacao, la leche y el azúcar.
- **Refinación:** Es un proceso indispensable, dado que le brinda la calidad y finura al chocolate. Al ser granulosa la textura de la mezcla de ingredientes, es pasada a la maquina con cinco rodillos para que esta la convierta en polvo fino.
- **Conchado:** Para obtener el mejor chocolate, con todos sus aromas y suavidad, se debe someter la mezcla a un proceso llamado conchado. Durante este, se añaden manteca de cacao, lecitina y aroma de vainilla para incrementar la fluidez y darle al

chocolate el sabor deseado. Este procedimiento, también ayuda a eliminar los sabores amargos y ácidos, permitiendo que los aromas naturales salgan a la superficie.

- **Templado:** El chocolate refinado se lleva a temperaturas de entre 45°C y 50°C para permitir que los cristales de azúcar se disuelvan.
- **Mezcla con ingredientes:** Se incorpora otros ingredientes en caso de requerirlo como las almendras, avellanas, galletas, entre otros.
- **Moldeo y embalaje:** se procede a dar la forma deseada al chocolate, vertiéndolo en moldes como tabletas, bombones, chocolatinas. Luego el producto es pasado a un túnel de enfriado, para que quede listo para su envasado y distribución. Para garantizar que el chocolate llegue en perfectas condiciones, debe mantenerse a una temperatura entre 15° y 17°.

Empresas productoras de chocolate

Según la Corporación Financiera Nacional (2021), en el año 2019 había 25 entidades dedicadas a la elaboración de cacao/chocolate, lo que le permitió brindar empleo a 348 personas. La mayoría de organizaciones eran microempresas (12) y pequeñas empresas (7), de las cuales el 56% se encuentran radicadas en la provincia de Pichincha, el 40% en Guayas y el 4% en Azuay.

Pacari

La empresa Pacari, con sede en Ecuador, se especializa en la fabricación de chocolates, siendo elegido este término como razón social por significar en quechua Naturaleza. Fue fundada en 2002 por Santiago Peralta y Carla Barbotó. Desde su creación, se ha comprometido a promover el comercio justo y el desarrollo de la agricultura orgánica en el país. Esto se ha reflejado en los logros que la entidad ha obtenido en tan solo seis años

una exportación internacional de sus barras de chocolate, superando los límites del mercado y la mentalidad de un mundo globalizado (Pacari, 2022).

Pacari dispone de 35 sabores, entre ello se encuentra el producto ancestral Chocolate arriba que es reconocido internacionalmente por su calidad, debido a que se seleccionan las pepas de manera manual para asegurarse que sean los mejores. Adicional, gracias al trabajo en conjunto y la capacitación a los productores que son sus aliados, siendo esto lo que mantiene una mejora continua de procesos que le ha permitido conseguir 207 premios a nivel internacional y nacional (Pacari, 2022).

Hoja verde Gourmet

La empresa ecuatoriana, con presencia nacional y a nivel internacional en Europa, Estados Unidos, Sur América, Rusia y Japón, lleva desde el año 2007 en el mercado. Para elaborar los chocolates, se selecciona con precisión la materia prima de los pequeños productores locales, asegurándose de que los métodos de trabajo sean óptimos para la calidad del producto, así como amigables y respetuosos con el entorno. El cacao con el que se hace los chocolates es orgánico de la variedad Fino de Aroma, conocido mundialmente por sus características aromáticas florales y frutales. Se cuenta con personal altamente capacitado que realiza catas de calidad con regularidad y se busca el comercio justo para asegurar la calidad de los productos (Hoja Verde Gourmet, 2023).

CAONI

En 2006, tres socios comerciales inspirados en los productores de cacao ecuatorianos y la gran calidad de sus cultivos decidieron agregar valor a los granos de cacao creando barras de chocolate gourmet, completamente naturales con variedad de sabores. El Ecuador es el lugar donde se localizan las mejores habas de cacao y gracias al agua del río Caoni que son cristalinas, esta irriga las pequeñas y tradicionales plantaciones de cacao que producen granos

únicos conocidos como “Arriba”. Los maestros chocolateros hacen chocolate oscuro con estas habas, preservando su sabor y aroma original sin la necesidad de añadir vainilla (Caoni, 2022).

Kallari

A partir de 1997, una voluntaria junto con los kichwas de la comunidad de Napo y con el apoyo de la Fundación Jatun Sacha comenzó un proceso de recuperación de prácticas ancestrales de producción y valorización del Sumak Kawsay (social, económico, cultural y ambiental). Esto permitió que 850 familias y más de 2500 beneficiarios obtuvieran financiamiento para mejorar la calidad de sus productos. En 2003, la organización Kallari fue reconocida legalmente y en 2006, se logró la primera exportación de 12 toneladas de contenedores. En el mismo año nació la nueva barra de chocolate denominada "Sacha", que significa Selva en kichwa (Kallari, 2022).

En 2007 se comenzó a formar parte del mercado europeo y en 2009-2012, se buscó mejorar la organización Kallari mediante la cadena productiva, la certificación del sistema chakra, la comercialización y la elaboración de artesanías. Finalmente, Kallari fue premiado en Italia como el "Cacao Valuarte del Ecuador" y el mejor chocolate del mundo de 75% en San Francisco, Estados Unidos. Asimismo, la empresa se convirtió en uno de los principales fundadores de la mesa del cacao, pionero en el cultivo del sistema chakra y líder de la ruta del cacao (Kallari, 2022).

Comercio exterior

El comercio exterior se refiere a la compra y venta de bienes y servicios entre un país y otro, lo que incluye el intercambio por medio de fronteras y monedas. A menudo, se considera una forma clave de la globalización, ya que permite a las naciones compartir recursos y beneficios económicos. El comercio exterior se ha convertido en una parte integral

de la economía global, dado que proporciona a los países la oportunidad de intercambiar productos entre ellos, al igual que permite acceder a recursos y mercados que de otra manera no estarían disponibles. Esto ayuda a diversificar la oferta, mientras que la competencia internacional aumenta los precios para los consumidores (Segarra & Orellana, 2021).

Balanza comercial

La balanza comercial es un indicador económico que mide la diferencia entre los bienes y servicios exportados e importados de un país durante un período determinado. Si el valor de las exportaciones supera al de las importaciones, entonces el país cuenta con un superávit comercial. En cambio, cuando la cifra de las importaciones supera a la de las exportaciones, entonces el país tiene un déficit comercial. Además, es un índice fundamental para entender el nivel de apertura y la competitividad de una nación en el ámbito internacional (Aguilar et al., 2020).

Un país con un superávit comercial significa que su economía está generando ingresos por exportación de bienes y servicios, lo cual es un buen signo de fortaleza económica y una buena señal para los inversores extranjeros. Por el contrario, un déficit comercial indica que una nación está gastando más en el extranjero que lo que está recibiendo por exportaciones. Esto puede ser una indicación de debilidad económica y una advertencia para los inversionistas del exterior (Torres & Campuzano, 2021).

Exportación

La exportación se refiere al proceso de transportar bienes o servicios desde un país a otro, para su venta en el mercado exterior. Esto se realiza con el fin de obtener ganancias en moneda extranjera, que pueden usarse para financiar el crecimiento económico en lo local. Las exportaciones, también ayudan a mejorar la balanza de pagos de una nación y aumentar los empleos (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021).

En el Ecuador, existen tres regímenes de exportación que son la exportación definitiva, temporal con reimportación en el mismo estado y temporal para perfeccionamiento pasivo. La exportación definitiva se trata del régimen aduanero que permite el traslado permanente de bienes dentro del país o fuera del territorio aduanero comunitario. Para realizar el trámite es necesario que cumpla ciertos requisitos que son el registro de operador de comercio exterior en el Ecuapass, la factura comercial, la declaración aduanera, el ingreso de mercancías a zona primaria, el documento de transporte, el aforo de mercaderías, la regularización de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) y la solicitud de corrección (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2020).

Mercado de China

La clase media de China está aumentando y su gusto por los dulces, lo cual ha resultado en un aumento de la demanda de alimentos y bebidas dulces, y ha hecho de esta nación se convierta en el segundo importador de azúcar del mundo. A pesar de que se espera que la producción nacional de azúcar se incremente en los próximos años, no será suficiente para satisfacer el requerimiento de azúcar de China. Por lo tanto, el mercado del chocolate tiene un gran potencial de crecimiento, ya que el consumo de chocolate por persona en dicho país es solo de 200 gramos al año, siendo mayor en Corea del Sur y Japón que es de 2.000 gramos (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España, 2019).

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO] (2018) la demanda adicional de azúcar en el mundo provendrá principalmente de Asia y África, dos regiones netas importadoras de este producto. En países como India, China, y Oriente Medio y África del Norte, se espera que el consumo per cápita de azúcar aumente a 2.4, 2.5 y 2.9 kg/cápita, respectivamente, en comparación con los niveles constantes de las naciones desarrolladas.

Relaciones comerciales entre Ecuador y China

El Ecuador recientemente cerro un Tratado de Libre Comercio (TLC) con China con una duración de diez meses, el cual tuvo como objetivo reducir los aranceles y otras disciplinas que incluyen la mejora de procedimientos aduaneros, promoción para el comercio electrónico, cooperación económica, transparencia, protocolos para medidas sanitarias y fitosanitarias, defensa comercial, reglas de origen, facilitación del comercio, competencia y solución de diferencias. Con la entrada en vigor de este acuerdo, el 99% de las exportaciones ecuatorianas a China contarán con acceso preferencial. Entre los principales productos se destacan los agrícolas y agroindustriales como el café, banano, cacao, rosas, camarón y flores. Además, existe la posibilidad de exportar productos no tradicionales, entre ellos las frutas frescas y en conserva, la piña, los alimentos procesados, el mango, los arándanos, la pitahaya, la quinua, entre otros (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023).

Durante los primeros cinco meses del 2022 las exportaciones ecuatorianas no petroleras a China llegaron a los \$ 2 348 millones, lo cual hizo que China se convirtiera en el país de mayor destino para las exportaciones, desplazando a los Estados Unidos del puesto más alto. Las exportaciones al gigante asiático reflejaron un aumento del 109,7%, mientras que las transacciones hacia Estados Unidos alcanzaron un 16%. En Ecuador, la exportación de camarón es la principal fuente de ingreso económico, ya que representa \$1 625 millones en el mercado chino. Los productos mineros, como el concentrado de cobre y el acero, también tienen un gran impacto con un valor de \$494 millones, seguidos por otros minerales de \$64 y \$52 millones del banano. Aunque hay algunos productos con menor volumen, como el café, el chocolate y las rosas (CCESCH, 2022).

METODOLOGÍA

El trabajo actual se llevó a cabo bajo el enfoque mixto (Flores & Anselmo, 2019), debido a que se pretende analizar las exportaciones de chocolate ecuatoriano en los últimos años por medio de la recopilación de información numérica obtenida mediante la revisión documental y el desarrollo de entrevistas. Luego se estableció el uso del diseño no experimental de corte transversal (Hernández et al., 2018), dado que no se requiere de la manipulación de variables para obtener los datos, los cuales se obtuvieron en un determinado tiempo. Asimismo, se empleó el alcance descriptivo, ya que el objetivo es descubrir los patrones de exportación del chocolate a nivel mundial y en el mercado chino.

En vista de los puntos antes revisados, las fuentes de información a usar son primarias y secundarias, mismas que se obtendrán de la aplicación de dos entrevistas (ver anexo A) dirigidas a exportadores de chocolate, así como, de páginas web gubernamentales y de comercio exterior de prestigio, incluyendo Trade Map, Banco Central del Ecuador, Fedexport, entre otros. Por medio de la estadística descriptiva fue posible tabular y ordenar los datos en tablas, para que luego sirvan de base para la creación de gráficos estadísticos. Este último, ayuda a apreciar los datos de forma más sintetizada con el fin de que proporcionen una mejor comprensión de la evolución de las exportaciones de chocolate.

RESULTADOS

Resultados de Entrevistas

Posterior a la recolección de datos, las opiniones emitidas por los entrevistados se exponen a continuación.

- 1. ¿Qué características del chocolate ecuatoriano han fomentado su internacionalización?**

Entrevistado N°1. El reconocimiento del chocolate ecuatoriano a nivel internacional se debe a los siguientes factores:

- Gran parte de estos están hechos a base de cacao con denominación “Arriba”, altamente reconocido a nivel mundial, el cual aseguran un sabor y calidad superior a otros.

- También se puede resaltar los diferentes valores agregados que las empresas realizan con el chocolate ecuatoriano y son bien apreciadas por los mercados extranjeros. Ej: chocolate con sabor a maracuyá, sal, rosas, hierba buena entre otros.

- De la misma forma, el chocolate ecuatoriano ha logrado posicionarse debido a la cantidad de certificaciones relacionadas con la producción, ética y sostenibilidad que estas poseen.

- Así también se puede resaltar su trazabilidad, el cual los empresarios ecuatorianos se han esforzado en hacer un control de su proceso productivo, lo que les ha permitido asegurar calidad y contar la historia desde su producción hasta su elaboración en producto terminado.

- Así también se puede resaltar los premios internacionales que el chocolate ecuatoriano ha tenido en el exterior en salones importantes de exhibición y por chefs gran trayectoria nivel mundial. Esto lo ha hecho atractivo y ha provocado que tenga un potencial diferenciador comparado con uno convencional.

Entrevistado N° 2. Uno de los puntos más importantes que ha logrado que el chocolate ecuatoriano sea altamente cotizado se debe a su sabor, calidad y textura que posee a la hora de consumirlo, además el chocolate a través de los años sus procesos productivos han ido innovándose en sus presentaciones e incorporaciones de otros sabores tales como: nueces, hierba buena, maracuyá, cascaras de naranja, etc. Un punto importante que responde a la pregunta establecida es que en los últimos años los exportadores han logrado mantener

el control de sus procesos de producción que les ha permitido obtener productos de alta calidad y así poder asegurar su trazabilidad.

2. ¿Cómo han ido evolucionando las exportaciones del chocolate ecuatoriano hacia el mercado internacional durante los últimos cinco años?

Entrevistado N° 1. Las exportaciones de chocolate ecuatoriano en el mercado internacional han tenido un crecimiento en los últimos cinco años del 2.41% pasando de 1912 toneladas en el 2017 a 2103 toneladas en el 2023. El chocolate ecuatoriano ha logrado posicionarse como una opción diferenciadora comparado con las opciones convencionales que hay en el mercado.

Entrevistado N° 2. El incremento de las exportaciones realizadas ha logrado evidenciar el nivel de popularidad que los mercados internacionales tienen por productos elaborados, logrando que en el año 2023 se logre exportar 2103 toneladas con destino al mercado internacional.

3. ¿Cómo han ido evolucionando las importaciones de chocolate durante los últimos cinco años en el país?

Entrevistado N° 1. A pesar de que Ecuador es el tercer productor de cacao a nivel mundial, el consumo de chocolate per cápita en el país es bajo, ya que oscila entre los 300 y 800 gramos por persona al año, cuando en países consumidores como Suiza y Alemania este oscila entre los 9 y 11 kilos por persona al año. Tomando en cuenta esto, dentro del bajo consumo de chocolate en la población, las importaciones de chocolate extranjero han tenido un crecimiento del 4.32% anual en los últimos cinco años teniendo a Colombia como su principal proveedor.

Entrevistado N° 2. Bueno con respecto a esta pregunta, las importaciones por consumo de chocolate en el país son bajas y no superan los 800 gramos por persona, pero a

pesar de que exista un bajo consumo de chocolate en el país, las importaciones de marcas internacionales han ido 4% en aumento en los últimos cinco años.

4. En términos monetarios ¿Cuál es el valor de exportación del chocolate ecuatoriano que mantiene actualmente?

Entrevistado N° 1. Las exportaciones de chocolate ecuatoriano en el mercado internacional tienen un crecimiento en términos monetarios del 18.9% pasando de \$20 millones de dólares anuales a \$24 millones de dólares.

Entrevistado N° 2. En términos monetarios las exportaciones han aumentado más de un 18% llegando en el año 2021 Ecuador a exportar 31.028 toneladas, todo esto sumó un total de \$758 millones en valor del 2021.

5. ¿Cuáles son sus principales mercados de destino de las exportaciones del chocolate ecuatoriano?

Entrevistado N° 1. Las exportaciones de chocolate ecuatoriano en el mercado internacional se concentran en los siguientes mercados:

1. Estados Unidos
2. Chile
3. Colombia
4. Japón
5. Argentina.

Entrevistado N° 2. Los destinos que Ecuador exporta sus productos de chocolate son:

1. Estados Unidos
2. Chile
3. Italia
4. Alemania
5. Colombia
6. Japón
7. Reino Unido

8. Argentina
9. Francia
10. China

6. ¿Cuáles cree usted que son los mercados de exportación de más rápido crecimiento para el chocolate ecuatoriano?

Entrevistado N° 1. Dado el posicionamiento que tiene el chocolate ecuatoriano en la actualidad y el crecimiento que ha tenido en los últimos cinco años, considero que los países donde se tiene a un rápido crecimiento son: Estados Unidos, Japón y Chile.

Entrevistado N° 2. Por el momento los mercados con rápido crecimiento para el chocolate ecuatoriano la mantienen 3 países que son Japón, Estados Unidos y Chile.

7. ¿Qué valor agregado cree usted que se debe integrar al chocolate ecuatoriano para mejorar su posicionamiento en el mercado internacional e incrementar sus exportaciones?

Entrevistado N° 1. En lo personal, considero que el chocolate ecuatoriano cumple un rol importante al no ser un producto dirigido al consumo masivo, sino más bien destinado a un público que se encuentra concentrado en temas relacionados al sabor, la sostenibilidad, los beneficios y la calidad que este mantiene. Considero que lo que hace falta para que el chocolate ecuatoriano tenga mayor presencia a nivel internacional es un plan de promoción y comunicación estratégico a nivel mundial donde se puedan resaltar los atributos diferenciadores que este mantiene en cuanto a calidad, sabor, los beneficios sociales y ambientales que este brinda.

Entrevistado N° 2. Como experto en el tema de comercio exterior, el chocolate ecuatoriano puede competir en cualquier mercado frente a otras marcas, debido a que no es un producto de consumo masivo, sino que va dirigido a un público objetivo donde

predominan variables como: sabor, calidad y beneficios. Para lograr un mejor posicionamiento en destinos internacionales el exportador debe estar actualizado con las nuevas tendencias, gustos y sabores del público objetivo y además de poseer un buen plan estratégico que permita al chocolate ecuatoriano resaltar.

8. ¿Considera usted que la inclusión del valor agregado en el chocolate ecuatoriano representa una oportunidad para exportar este producto al mercado de China?

Entrevistado N° 1. En parte sí, porque China ha sido de los pocos países que ha tenido crecimiento económico a pesar de las crisis globales existentes en los últimos años, por lo que permite suponer que cada vez hay más personas que cuentan con un poder adquisitivo mayor. Además, que la firma de un acuerdo comercial entre el Ecuador y China permitirá reducir el arancel ad valorem de lo que paga el chocolate ecuatoriano para ingresar al mercado chino. En otra parte no, porque el mercado chino es considerado como un mercado de productos convencionales, por lo que el ingreso del chocolate ecuatoriano a este mercado podría no tener el impacto esperado. Es importante notar que las exportaciones de chocolates ecuatorianos a China han tenido un descenso del 20% promedio en los últimos cinco años llegando a exportar únicamente 9 toneladas en el 2022.

Entrevistado N° 2. Sí, a raíz de la pandemia que causó graves daños a nivel mundial y dio un golpe duro a la economía mundial varias marcas han logrado cambiar las tendencias tradicionales por nuevas que van de la mano con el cuidado de la salud, además China es un país que ha tenido gran crecimiento económico incluso durante la pandemia.

9. ¿Considera usted viable la exportación de chocolate con valor agregado desde la ciudad de Guayaquil hacia el mercado de China?

Entrevistado N° 1. Es viable la exportación. Solo que se debe tomar en cuenta el costo logístico que este implica, la necesidad de chocolates que tenga el comprador internacional y al arancel que actualmente paga el chocolate ecuatoriano para ingresar a este mercado. Además, por el lado del comprador, verificar si el precio de venta es competitivo dentro del segmento al cual quiere dirigirse.

Entrevistado N° 2. Sí, pero depende mucho de la parte logística y el costo que acarrea tener un comprador internacional, además de otros aspectos como ver si el precio de vendedor se adapta a los gustos y preferencias de la población y consta de un plan estratégico de penetración de mercado.

10. ¿Qué estrategias recomienda para fortalecer la presencia del chocolate ecuatoriano y sus exportaciones hacia el mercado chino?

Entrevistado N° 1. El exportador debe tener identificado cuáles son los espacios en China donde quisiera ingresar (Ej: Aeropuertos, cafeterías, restaurantes y hoteles) y buscar De la misma manera, considero que una campaña comunicacional a nivel país en este mercado y de forma dirigida, permitirá que el chocolate ecuatoriano continúe posicionándose en el consumidor chino.

Entrevistado N° 2. Para empezar, se recomienda que exista un plan nacional de apoyo financiero, estratégico, tecnológico y logístico con los exportadores de chocolate que hay en el Ecuador por parte del gobierno nacional, también es importante que el exportador cuente con un excelente plan estratégico y alianzas internacionales que permitan la perfecta comunicación entre el producto terminado y el mercado chino también es necesario que el empresario cuente e identifique espacios físicos para la venta del producto.

Resultados de Revisión Documental

Durante los últimos años, la exportación de chocolate en bloque, tabla o barra con relleno (subpartida 180631) ha presentado un comportamiento variable a nivel mundial. En 2018, su valor FOB fue de 4'677,994 miles, pero se ha observado una disminución constante en los años siguientes hasta llegar a 4'370,204 miles en 2020. No obstante, en 2022 este sector logró un incremento significativo, alcanzando un valor total de 5'047,090 miles. Por otro lado, la subpartida 180632, que corresponde al chocolate sin relleno, ha tenido un crecimiento constante en su valor FOB, superando incluso al de la subpartida anterior. En 2022, alcanzó un total de 5'742,101 miles, como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1

Exportaciones mundiales de chocolate en bloque, tableta o barra

Exportaciones	Subpartida 180631 FOB (Miles \$)	Subpartida 180632 FOB (Miles \$)
2018	4'677,994	4'670,315
2019	4'623,082	5'122,722
2020	4'370,204	5'242,121
2021	5'047,090	5'742,101
2022		
Total	18'718, 370	20'777,259

Tomado de *Evolución de exportaciones subpartida 180631*, por Trade Map (2023a); *Evolución de exportaciones subpartida 180632*, por Trade Map (2023b).

En relación con las importaciones de chocolate a nivel mundial, la subpartida 180631 ha mostrado un aumento constante en su valor CIF desde 2018, llegando a alcanzar en 2021 un total de 5'343,722, con la excepción del año 2020 que presentó un retroceso debido a la pandemia. Por otro lado, la subpartida 180632 mantuvo un crecimiento sostenido desde 2018, alcanzando los 4'608,476, y en 2021 logró una cifra aún mayor, llegando a 5'665,431 (ver Tabla 2) (datos en miles de dólares).

Tabla 2*Importaciones mundiales de chocolate en bloque, tableta o barra*

Importaciones	Subpartida 180631 CIF (Miles \$)	Subpartida 180632 CIF (Miles \$)
2018	\$ 4'906,957	\$ 4'608,476
2019	4'957,142	4'880,754
2020	4'651,239	5'070,932
2021	5'343,722	5'665,431
2022		
Total	\$ 19'859,060	\$ 20'225,593

Tomado de *Evolución de importaciones subpartida 180631*, por Trade Map (2023c); *Evolución de importaciones subpartida 180632*, por Trade Map (2023d).

A través de la información interna proporcionada por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2023), se observó que las exportaciones de la subpartida 180631 tuvieron altibajos en el valor FOB al exportar desde Ecuador al mundo. En 2018, las ventas alcanzaron los \$143,709.54, pero disminuyeron a \$86,689.73 al año siguiente y bajaron aún más en 2020 a \$85,745.78. Sin embargo, en 2021, se logró una recuperación parcial alcanzando los \$129,060.75. En cuanto a la subpartida 180632, en 2018 se exportaron \$1'391,327.38, con un aumento en 2019, pero disminuyendo a más de la mitad en 2020 a \$628,606.57. No obstante, en 2021 se logró una recuperación significativa, alcanzando una cifra FOB de 1'278,910.85 (ver Tabla 3) (datos en miles de dólares).

Tabla 3*Exportaciones de chocolate en bloque, tableta o barra desde Ecuador al mundo*

Exportaciones al mundo	Subpartida 180631 FOB (Miles \$)	Subpartida 180632 FOB (Miles \$)
2018	\$ 143,709.54	\$ 1'391,327.38
2019	86,689.73	1'513,121.15
2020	85,745.78	628,606.57
2021	129,060.75	1'278,910.85
2022	8,950.00	10,800.99
Total	\$ 454,155,8	\$ 4'822,766.94

Tomado de *Exportaciones*, por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2023).

De igual manera, se verificaron las exportaciones de chocolate desde Ecuador hacia China, encontrando que en el año 2018 se exportó bajo la subpartida 180632 un valor FOB de \$4,411.82, el cual aumentó a \$5,143.11 en 2019. Sin embargo, no se registraron envíos a dicha nación en los años siguientes, según datos del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2023) (datos en miles de dólares).

Tabla 4

Exportaciones de chocolate en bloque, tableta o barra hacia China

Exportaciones	Subpartida 180631 FOB (Miles \$)	Subpartida 180632 FOB (Miles \$)
2018	0,000	\$ 4,411.82
2019	0,000	5,143.11
2020	0,000	0,00
2021	0,000	0,00
2022	0,000	0,00
Total	0,000	\$ 9,554.93

Tomado de *Exportaciones*, por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2023)

Análisis General

De las respuestas de los entrevistados se puede concluir, que el reconocimiento internacional del chocolate ecuatoriano está relacionado con su alta calidad, sabor y textura. Asimismo, por la innovación en presentaciones y adiciones de otros sabores, su certificación de producción, ética y sostenibilidad, el ganar premios internacionales y el control de su proceso productivo para asegurar trazabilidad. Adicional, este producto ha alcanzado un nivel de popularidad en el mercado internacional gracias al incremento de sus exportaciones, lo que ha permitido que se posicione como una opción diferenciadora en el mercado internacional. Esto a su vez, ha generado la creación de nuevas oportunidades comerciales para el país y ha contribuido a su desarrollo económico.

A pesar de que el consumo de chocolate per cápita en Ecuador es bajo, las importaciones de chocolate extranjero han experimentado un crecimiento significativo en los

últimos cinco años. Esto indica que la demanda de chocolate extranjero está aumentando, y que los ecuatorianos están comenzando a consumir más productos de marcas internacionales. Existe un panorama positivo para las exportaciones de chocolate ecuatoriano en el mercado internacional, ya que ha habido un crecimiento significativo tanto en el volumen de exportación como en el valor de estas. Esto quiere decir, que está siendo muy bien recibido en los mercados internacionales y es una señal de que el sector está teniendo éxito, lo que demuestra que los esfuerzos para aumentar su calidad y competitividad están dando sus frutos.

El Ecuador exporta sus productos de chocolate a una variedad de destinos, incluyendo Estados Unidos, Chile, Colombia, Japón, Argentina, Italia, Alemania, Reino Unido, Francia y China. Esto sugiere que el país está haciendo un gran esfuerzo para expandir el alcance de su industria de chocolate internacionalmente. Además, los países con mayor crecimiento para el chocolate ecuatoriano son Estados Unidos, Japón y Chile. Esto indica que es un producto atractivo para los consumidores en estos países, lo que destaca su calidad y demuestra el éxito de la industria en el desarrollo de nuevas estrategias para expandirse a nuevos mercados.

El chocolate ecuatoriano puede competir en el mercado internacional con éxito, debido a que está destinado a un público objetivo que busca calidad, sabor y beneficios. Sin embargo, para lograr un mejor posicionamiento en el mercado, se requiere un plan estratégico de promoción y comunicación que permita destacar los diferentes atributos de calidad y sabor del chocolate ecuatoriano. Adicional, el acuerdo comercial entre Ecuador y China puede ser beneficioso para el ingreso del chocolate ecuatoriano a este mercado, ya que puede reducir el arancel ad valorem. Sin embargo, también se plantea la posibilidad de que el impacto esperado no sea tan alto debido a que el mercado chino está orientado a productos tradicionales. Además, se señala el comportamiento de las marcas a adaptarse a las nuevas

tendencias en torno al cuidado de la salud, lo que puede ser una oportunidad para que el chocolate ecuatoriano se destaque en el mercado chino.

La exportación de chocolate ecuatoriano es viable, siempre y cuando se consideren ciertos factores como el costo logístico, la necesidad del comprador internacional, el precio de venta y un plan estratégico de penetración de mercado. Esto indica que, aunque la exportación de chocolate ecuatoriano es posible, hay que realizar una evaluación cuidadosa de los factores involucrados antes de participar en el mismo. Por eso, la clave para tener éxito en el mercado chino es tener un plan estratégico apropiado, contar con el apoyo financiero y tecnológico del gobierno, buscar alianzas internacionales, tener una campaña de comunicación adecuada y asegurar presencia física en los espacios relevantes del mercado. Estas estrategias son clave para posicionar el producto ecuatoriano en el mercado chino y conseguir el éxito deseado.

Por medio de la revisión documental fue posible conocer que el chocolate en bloque, tableta o barra que se comercializa con mayor frecuencia en el mundo es la subpartida 180632 que de 2018 a 2021 ha alcanzado los \$5'742,101 miles. A pesar de ello, el chocolate de la subpartida 180631 desde el 2018 al 2020 estuvo en retroceso su valor FOB, aunque en 2021 logró superar la cifra del 2018 al obtener un total de 5'047,090. En el caso de las importaciones, se vio una similitud en el comportamiento, siendo los chocolates sin rellenos los de mayor recurrencia de adquisición y consiguiendo un incremento de sus ventas que alcanzaron los \$5'665,431 miles, mientras que el producto con relleno mostró un aumento en el 2019 y una baja en 2020, pero en 2021 pudo ser superior a la cifra del 2018 al obtener \$5'343,722 miles.

De igual manera, se pudo constatar que el chocolate en bloque, tableta o barra que más comercializa el Ecuador a nivel mundial es el de la subpartida 180632 que corresponde

a sin relleno, pero con una diferencia no tan alta, aunque las cifras que se venden actualmente no llegan a las del 2018 demostrando que este sector aún se está recuperando. En cuanto a las exportaciones ecuatorianas de chocolate hacia el mercado chino, estas tuvieron acogida en los años 2018 y 2019, aunque solo en la subpartida 180632 que es sin relleno.

Estrategias para fortalecer la presencia del chocolate ecuatoriano y sus exportaciones hacia el mercado chino

En resumen, para fortalecer la presencia y las exportaciones del chocolate ecuatoriano hacia el mercado chino, los productores deben desarrollar una estrategia de marketing específica dirigida hacia los consumidores chinos, establecer relaciones comerciales directas con los fabricantes y distribuidores chinos, adaptar los productos para satisfacer mejor las preferencias de los consumidores chinos y participar en ferias comerciales en China.

1. Desarrollar una estrategia de marketing: dirigida específicamente al mercado chino, que incluya promociones, publicidad y campañas de publicidad dirigidas al consumidor chino. Esto ayudará a crear conciencia sobre el chocolate ecuatoriano y también aumentará el interés y la demanda del producto.

2. Establecer relaciones comerciales directas con los fabricantes y distribuidores chinos: Esto permitirá a los fabricantes ecuatorianos de chocolate aprovechar los canales de distribución existentes en el mercado chino y asegurar un flujo constante de productos.

4. Adaptar su producto para satisfacer mejor las necesidades del mercado chino: Esto significa que los productores deben investigar las preferencias de los consumidores chinos, así como el tipo de sabores, aromas y texturas que son más populares entre los consumidores chinos. Esto ayudará a los productores ecuatorianos a ofrecer productos que sean más atractivos para los consumidores chinos.

5. Participar en ferias comerciales en China: para promover sus productos. Esto ayudará a los productores a exponer su producto a una mayor cantidad de consumidores chinos, así como a reunir una red de contactos comerciales en el país.

CONCLUSIONES

En los últimos cinco años, las exportaciones e importaciones mundiales de chocolate en bloque, tableta o barra han tenido una tendencia fluctuante. No obstante, en 2021, se observó un aumento tanto en exportaciones como importaciones, lo que indica una recuperación de la industria del chocolate después de un período de disminución. Es importante destacar que el chocolate es un producto de alta demanda en todo el mundo, lo que hace que las fluctuaciones en su comercio tengan implicaciones económicas importantes para los países productores y consumidores.

En cuanto a las exportaciones de chocolate, desde Ecuador hacia el mundo, han tenido una evolución irregular en los últimos cinco años. En este punto, existe una diferencia significativa entre el mercado mundial y el mercado chino en términos de las exportaciones de chocolate desde Ecuador, ya que el mercado chino representa una pequeña fracción de las exportaciones totales. Aun así, las implicaciones de estos resultados son significativas para la industria, ya que indican la necesidad de diversificar sus mercados de exportación y expandir su presencia en el mercado chino, que es uno de los mercados más grandes y de más rápido crecimiento del mundo.

En este sentido, para fortalecer la presencia del chocolate ecuatoriano y aumentar sus exportaciones hacia el mercado chino, es recomendable desarrollar una estrategia de marketing específica dirigida a los consumidores chinos, establecer relaciones comerciales

directas con los fabricantes y distribuidores chinos, adaptar los productos a las preferencias de los consumidores y participar en ferias comerciales en China.

En general, la exportación de chocolate con valor agregado desde la ciudad de Guayaquil hacia el mercado de China es viable por las oportunidades que ofrece el mercado chino y la alta demanda de chocolate a nivel mundial.

REFERENCIAS

- Abad, A., Acuña, C., & Naranjo, E. (2020). El cacao en la Costa ecuatoriana: Estudio de su dimensión cultural y económica. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*, 7, Article 7. <https://doi.org/10.32719/25506641.2020.7.3>
- Aguilar, P., Maldonado, D., & Solorzano, S. (2020). Incidencia de la balanza comercial en el crecimiento económico del Ecuador: Análisis econométrico desde Cobb Douglas, período 1980-2017. *Revista Espacios*, 41(3), 10-19.
- Caoni. (2022). *History*. Caoni Chocolate. <http://www.caonichocolate.com/caonis/world/history>
- Carranza, W., Angulo, M., Cedeño, G., & Prado, Y. (2020). Evaluación socioeconómica del cultivo de cacao (*Theobroma cacao* L.) en la zona norte de la Provincia de los Ríos. *Journal of Business and entrepreneurial*, 4(2). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7888300#:~:text=En%20promedio%20por%20hect%C3%A1rea%20producen,en%20el%20precio%20de%20%24110.00.>
- CCESCH. (2022, agosto 8). *China se convirtió en el mayor socio comercial de Ecuador en lo referente a productos no petroleros*. Cámara de Comercio China. <https://camaraecuadorshanghai.com/china-se-convirtio-en-el-mayor-socio-comercial-de-ecuador-en-lo-referente-a-productos-no-petroleros/>
- Chávez, R., Carbo, S., Lombeida, E., & Cobos, F. (2019). Estudio socio-económico del cultivo de cacao (*theobroma cacao* l.) en la parroquia Febres Cordero, Cantón Babahoyo Los Ríos-Ecuador. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, febrero 2019. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/02/cultivo-cacao-ecuador.html>

- Corporación Financiera Nacional. (2021). *Ficha sectorial. Cacao y chocolate*.
<https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-2-trimestre/Ficha-Sectorial-Cacao.pdf>
- Flores, S., & Anselmo, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- García, A., Pico, B., & Jaimez, R. (2021). La cadena de producción del Cacao en Ecuador: Resiliencia en los diferentes actores de la producción. *Novasinerгия*, ISSN 2631-2654, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.37135/ns.01.08.10>
- Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Quimis, A., & Moreno, L. (2018). *Metodología de la investigación científica*. 3Ciencias.
- Hoja Verde Gourmet. (2023). *HVG*. <https://hvg.com.ec/>
- Iniciativa Latinoamericana del Cacao [ILAC]. (2020). *Observatorio del Cacao Fino y de Aroma para América Latina*.
https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1530/Iniciativa_Latinoamericana_del%20Cacao_Bolet%C3%ADn_No.%208.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Kallari. (2022, marzo 16). *Historia Kallari—Chocolate Amazónico*.
<https://www.kallari.com.ec/historia-kallari/>
- Mendoza, E., Boza, J., & Manjarrez, N. (2021). Impacto socioeconómico de la producción y comercialización del cacao de los pequeños productores del cantón Quevedo: Socio-economic impact of the production and marketing of cocoa by small producers of the Quevedo canton. *Revista Científica Ecociencia*, 8, 255-272.
<https://doi.org/10.21855/ecociencia.80.603>

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España. (2019). *Aumenta el gusto por lo dulce en China*. https://www.mapa.gob.es/images/en/_bne43123chinaag-agric-azucar_tcm38-511847.pdf

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MIDAGRI]. (2020). *¿Por qué es importante exportar? La razón de ser económica*. [https://www.midagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icom-exportar/introduccion62/666-ipor-que-es-importante-exportar-la-razon-de-ser-economica#:~:text=Obtener%20divisas%20\(reservas\)%20%2F%20medios,grado%2C%20generar%20mayores%20ingresos%20fiscales](https://www.midagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icom-exportar/introduccion62/666-ipor-que-es-importante-exportar-la-razon-de-ser-economica#:~:text=Obtener%20divisas%20(reservas)%20%2F%20medios,grado%2C%20generar%20mayores%20ingresos%20fiscales)

Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (2021). *Inició Aromas del Ecuador – Edición Cacao, vitrina internacional con compradores de tres*. <https://www.produccion.gob.ec/se-inicio-aromas-del-ecuador-edicion-cacao-vitrina-internacional-con-compradores-de-tres-continentes/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). *Concluye exitosamente negociación del acuerdo comercial entre Ecuador y China*. <https://www.produccion.gob.ec/concluye-exitosamente-negociacion-del-acuerdo-comercial-entre-ecuador-y-china/#:~:text=El%20Tratado%20de%20Libre%20Comercio,a%20Beijing%20en%20febrero%202022>.

Nestlé Family Club. (2022). *Cómo se fabrica el chocolate*. <https://nestlefamilyclub.es/articulo/como-se-fabrica-el-chocolate>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2018). *OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2018-2027*. https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/agr_outlook-2018-

Trade Map. (2023b). *Evolución de exportaciones subpartida 180632.*

https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c180632%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c2%7c1%7c%7c1

Trade Map. (2023c). *Evolución de importaciones subpartida 180631.*

https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c180631%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c2%7c1%7c1%7c1

Trade Map. (2023d). *Evolución de importaciones subpartida 180632.*

https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c180632%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c2%7c1%7c%7c1

ANEXOS

Anexo A. Formato de entrevista

República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Tema: Análisis de exportación de chocolate ecuatoriano con valor agregado al mercado chino

1. ¿Qué características del chocolate ecuatoriano han fomentado su internacionalización?
2. ¿Cómo han ido evolucionando las exportaciones del chocolate ecuatoriano hacia el mercado internacional durante los últimos cinco años?
3. ¿Cómo han ido evolucionando las importaciones de chocolate durante los últimos cinco años en el país?
4. En términos monetarios ¿Cuál es el valor de exportación del chocolate ecuatoriano que mantiene actualmente?
5. ¿Cuáles son sus principales mercados de destino de las exportaciones del chocolate ecuatoriano?
6. ¿Cuáles cree usted que son los mercados de exportación de más rápido crecimiento para el chocolate ecuatoriano?
7. ¿Qué valor agregado cree usted que se debe integrar al chocolate ecuatoriano para mejorar su posicionamiento en el mercado internacional e incrementar sus exportaciones?
8. ¿Considera usted que la inclusión del valor agregado en el chocolate ecuatoriano representa una oportunidad para exportar este producto al mercado de China?
9. ¿Considera usted viable la exportación de chocolate con valor agregado desde la ciudad de Guayaquil hacia el mercado de China?
10. ¿Qué estrategias recomienda para fortalecer la presencia del chocolate ecuatoriano y sus exportaciones hacia el mercado chino?

Anexo B. Comprobantes de entrevistas



Manuel Cedeño
Para Tu usuario, +1

28 feb.



Estimado José,

Buenas tardes. Reciba un cordial saludo desde Anecacao. Te saluda Manuel Cedeño, parte del área de estadísticas de la Asociación. Con mucho gusto te podré responder las preguntas que tienes. Agradeceré me puedas pasarlas por esta vía para poder revisarlas y responderlas por este medio.

Saludos cordiales

...

Buen día. Si pude recibir sus preguntas, en el transcurso de la próxima semana le estaré enviando las respuestas a las mismas.

Saludos cordiales

...



Manuel Cedeño
Para Tu usuario

9 mar.

...



PREGUNTAS DE ENTREVISTA
DOCX - 69 KB

Estimado José,

Buenas tardes. Un gusto saludarte. Remito a continuación mis respuestas a tus preguntas.

Saludos cordiales

(sin asunto)



Michael Andrade
Para Tu usuario

18:25

...



PREGUNTAS DE ENTREVISTA consult...
DOCX - 67 KB

Estimado José,

Buenas tardes, a continuación remito las respuestas de las preguntas realizadas por usted, espero con esto le sea de ayuda.

Saludos cordiales