Ciencia y Educación
(L-ISSN: 2790-8402 E-ISSN: 2707-3378)
Vol. 7 No. 12.1
Edición Especial XII 2026

VALORACIÓN ECONÓMICA DEL PATRIMONIO CULTURAL CACAOTERO COMO FACTOR DIFERENCIADOR COMPETITIVO EN MERCADOS ESPECIALIZADOS
ECONOMIC VALUATION OF COCOA CULTURAL HERITAGE AS A COMPETITIVE DIFFERENTIATION FACTOR IN SPECIALTY MARKETS

Autores: [1]Miguel Alberto Romero Zambrano, [2]María del Mar Hidalgo Cedeño, [3]Gema Viviana Carvajal Zambrano, [4]Jairo Enrique Intriago Torres y [5]Luis Miguel Mejía Ruperti.
[1]ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-6990-0416
[2]ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-8899-0461
[3]ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-8451-9683
[4]ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-2665-5975
[5]ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-6019-9969
[1]E-mail de contacto: miguel.romero@uleam.edu.ec
[2]E-mail de contacto: maria.hidalgo@uleam.edu.ec
[3]E-mail de contacto: gema.carvajal@uleam.edu.ec
[4]E-mail de contacto: jairo.Intriago@uleam.edu.ec
[5]E-mail de contacto: luis.mejia@uleam.edu.ec
Afiliación: [1*2*3*4*5*]Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, (Ecuador).
Artículo recibido: 16 de Octubre del 2026.
Artículo revisado: 18 de Noviembre del 2026.
Artículo aprobado: 18 de Noviembre del 2026.
[1]Ingeniero Comercial, graduado de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, (Ecuador). Magíster en Administración de Empresas, graduado de la Universidad Particular de Especialidades Espíritu Santo, (Ecuador). Magíster en Contabilidad y Auditoría, graduado de la Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo, (Ecuador). Magíster en Educación, con mención en Docencia e Investigación en Educación Superior, graduado de la Universidad Estatal de Milagro, (Ecuador).
[2]Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, graduada de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, (Ecuador). Magíster en Administración de Empresas, graduada de la Universidad Particular de Especialidades Espíritu Santo, (Ecuador). Magíster en Contabilidad y Auditoría graduada de la Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo, (Ecuador). Magíster en Educación con mención en Docencia e Investigación en Educación Superior de la Universidad Estatal de Milagro, (Ecuador).
[3]Ingeniera Comercial, mención Proyectos de Inversión de la Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo, (Ecuador). Magíster en Administración de Empresas, con mención en Marketing de la Universidad de Guayaquil, (Ecuador). Magíster en Educación, con mención en Docencia e Investigación en Educación Superior, graduada de la Universidad Estatal de Milagro, (Ecuador). Doctor en Ciencias Técnicas, graduado de la Universidad de Matanzas, (Cuba).
[4]Ingeniero Comercial, graduado de la Universidad Técnica de Manabí, (Ecuador). Magíster en Dirección y Gestión Turística, graduado de la Universidad Autónoma de Barcelona, (España). Magíster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo, graduado de la Universidad de Alicante, (España). Magíster en Educación, con mención en Docencia e Investigación en Educación Superior de la Universidad Estatal de Milagro, (Ecuador). Doctor en Turismo, graduado de la Universidad de Alicante, (España).
[5]Ingeniero en Marketing, graduado de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, (Ecuador). Magíster en Administración de Empresas, con mención en Marketing, graduado de la Universidad de Guayaquil, (Ecuador). Magíster en Inteligencia Artificial para la Educación, graduado de la Universidad Estatal de Milagro, (Ecuador).

Resumen

El objetivo de esta investigación fue examinar la valoración económica observable del patrimonio cultural cacaotero ecuatoriano como recurso de diferenciación competitiva en mercados especializados de chocolate. Se desarrolló un estudio cuantitativo documental, no experimental y descriptivo-comparativo, sustentado en fichas comerciales públicas y antecedentes institucionales y científicos. El inventario inicial incluyó 48 referencias; para el análisis principal se conservaron 38 productos de seis marcas y nueve líneas comerciales, con precios y pesos cotejados. Los precios se normalizaron por 100 gramos y se analizaron la uniformidad comercial, las diferencias intramarca y la amplitud relativa de precios intralínea. Cuatro de las ocho líneas con al menos dos productos presentaron precios uniformes y agruparon 19 referencias. En las restantes, la amplitud relativa varió entre 5,13 % y 30,30 %. En la línea Sacha de Kallari, las menciones lingüísticas documentadas coexistieron con un precio idéntico de 6,00 dólares por 100 gramos. Las referencias a comunidades, saberes ancestrales y expresiones

originarias evidenciaron modalidades de comunicación patrimonial, sin que los datos permitieran aislar una prima monetaria propia del patrimonio frente a la marca, la composición y la presentación. Se concluye que el patrimonio cacaotero funciona como recurso documentable de identidad comercial; sin embargo, los precios publicados solo permiten caracterizar su posicionamiento observable y no estimar la disposición a pagar, la rentabilidad o una ventaja competitiva causal.

Palabras clave: Patrimonio cultural inmaterial, Cacao ecuatoriano, Chocolate especializado, Precios de oferta, Diferenciación competitiva.

Abstract

This study aimed to examine the observable economic valuation of Ecuadorian cocoa cultural heritage as a competitive differentiation resource in specialty chocolate markets. A quantitative, documentary, non-experimental, descriptive-comparative design was used, drawing on publicly available product listings and institutional and scientific evidence. The initial inventory contained 48 product references; the main analysis retained 38 products from six brands and nine commercial lines with cross-checked prices and weights. Listed prices were standardized per 100 grams, and within-brand differences, within-line price uniformity, and relative price ranges were assessed. Four of the eight lines containing at least two products had uniform prices, accounting for 19 products. Across the remaining lines, relative price ranges varied from 5.13% to 30.30%. In Kallari's Sacha line, documented Indigenous-language references appeared alongside the same listed price of USD 6.00 per 100 grams. References to communities, ancestral knowledge, and Indigenous expressions showed distinct ways of communicating cultural heritage, but the available data could not isolate a heritage-related monetary premium from brand, composition, and packaging differences. The findings indicate that cocoa heritage can serve as a documentable commercial identity resource. Nevertheless, posted prices only describe observable market positioning; they cannot establish consumer willingness to pay, firm profitability, or a causal competitive advantage.

Keywords: Intangible cultural heritage, Ecuadorian cacao, specialty chocolate, promotional pricing, competitive differentiation.

Sumário

O objetivo desta pesquisa foi examinar a valorização econômica observável do patrimônio cultural do cacau equatoriano como recurso de diferenciação competitiva em mercados especializados de chocolate. Desenvolveu-se um estudo quantitativo documental, não experimental e descritivo-comparativo, baseado em fichas comerciais públicas e antecedentes institucionais e científicos. O inventário inicial reuniu 48 referências; a análise principal incluiu 38 produtos de seis marcas e nove linhas comerciais, com preços e pesos conferidos. Os preços anunciados foram padronizados por 100 gramas e examinaram-se a uniformidade comercial, as diferenças dentro das marcas e a amplitude relativa dos preços em cada linha. Quatro das oito linhas com pelo menos dois produtos apresentaram preços uniformes e reuniram 19 referências. Nas demais linhas, a amplitude relativa variou de 5,13% a 30,30%. Na linha Sacha da Kallari, as referências linguísticas indígenas documentadas coexistiram com o mesmo preço de 6,00 dólares por 100 gramas. Menções a comunidades, conhecimentos ancestrais e expressões originárias evidenciaram formas de comunicação patrimonial, mas os dados disponíveis não permitiram isolar um prêmio monetário patrimonial das diferenças de marca, composição e apresentação. Conclui-se que o patrimônio do cacau constitui um recurso documentável de identidade comercial; entretanto, os preços anunciados permitem apenas caracterizar o posicionamento observado, sem estimar disposição a pagar, rentabilidade ou vantagem competitiva causal.

Palavras-chave: Patrimônio cultural imaterial, Cacau equatoriano, Chocolate

especializado, Preços promocionais, Diferenciação competitiva.

Introducción

Los usos y saberes tradicionales vinculados con el cacao nacional fino de aroma fueron incorporados a la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador mediante el Acuerdo Ministerial DM-2017-063. Este reconocimiento comprende prácticas de cultivo, consumo, transporte y comercialización transmitidas socialmente (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural [INPC], 2017). La dimensión histórica del cacao también dispone de nuevas evidencias arqueológicas: Montalvo et al. (2025) documentaron su consumo prehispánico en el actual territorio de Quito. Ambos antecedentes justifican tratar el patrimonio como una realidad sociocultural distinta de una simple etiqueta comercial.

La transformación del cacao en chocolate especializado incorpora atributos de origen, porcentaje de cacao, formulación, certificaciones, trazabilidad y relatos de comunidades productoras. En las cadenas ecuatorianas, Villacis y Barrera (2022) identificaron oportunidades y restricciones relacionadas con atributos de confianza; Villacis y Domínguez (2022) mostraron, con datos de 340 fincas, que la producción de variedades de cacao fino de aroma no garantizó primas al productor.

Esos hallazgos se refieren al cacao en finca y no deben trasladarse directamente al precio minorista de barras de chocolate. En el segmento artesanal, Cadby et al. (2021) identificaron la centralidad de la calidad y del abastecimiento directo; Boegman et al. (2023) observaron que el origen y la relación con productores constituyen componentes frecuentes de la información divulgada por chocolateras especializadas. La presencia de una narrativa, no obstante, no constituye evidencia suficiente de un beneficio monetario adicional. Rosen (1974) estableció las bases del análisis de precios diferenciados por atributos, pero la aplicación econométrica exige observaciones comparables y variación de los factores explicativos. La investigación sobre consumidores muestra la pertinencia de esta distinción. Sepúlveda et al. (2022) identificaron efectos de origen, certificaciones, contenido de cacao y precio sobre las preferencias de consumidores de Ecuador y España.

Schott et al. (2022) y Ballesteros et al. (2023) encontraron que determinadas etiquetas de procedencia podían modificar las valoraciones y las disposiciones a pagar en experimentos con productos de cacao. Más recientemente, Martínez et al. (2026) documentaron el papel de atributos sensoriales, culturales y territoriales en elecciones de chocolate mexicano. Ninguno de estos resultados identifica por sí mismo la prima patrimonial en productos ecuatorianos observados en catálogos.

En Ecuador, Álvarez y Espinoza (2025) abordaron preferencias por características nutricionales de chocolates y Jami y Barrionuevo (2025) analizaron la respuesta de la oferta cacaotera frente a variaciones de precios; a escala de cadena, Zambrano et al. (2024) documentaron impactos diferenciados de una perturbación económica sobre productores e intermediarios. En conjunto, estos trabajos revelan la necesidad de separar el comportamiento del mercado agrícola, las preferencias de compra y las estrategias de comunicación cultural. En este contexto, el problema consiste en que el uso comercial de referencias patrimoniales puede confundirse con una ventaja económica ya demostrada. El objetivo fue caracterizar la valoración

económica observable de atributos patrimoniales comunicados en chocolates ecuatorianos especializados, mediante indicadores de precios anunciados y comparaciones intramarca e intralínea, para establecer hasta dónde la evidencia permite sostener la diferenciación competitiva. En este trabajo, «valoración económica observable» designa exclusivamente la descripción de esos precios y diferenciales comerciales; no constituye una estimación del valor económico total del patrimonio, de la disposición a pagar ni de efectos causales.

Materiales y Métodos

Se efectuó una investigación cuantitativa documental, no experimental y de corte transversal, con alcance descriptivo-comparativo. La población de referencia fueron las barras individuales de chocolate ecuatoriano de especialidad ofrecidas públicamente por fabricantes; no existe un marco muestral exhaustivo que permita calcular su tamaño. La selección fue intencional y no probabilística, según la disponibilidad de fichas con precio, peso y características comerciales verificables. El inventario consignó el 4 de noviembre de 2026 como fecha inicial de referencia y fue objeto de cotejos posteriores; por ello, los precios no representan una medición estrictamente simultánea.

El inventario inicial reunió 48 referencias comerciales; ocho fichas de una plataforma minorista se separaron para evitar mezclar canales con políticas de precios distintas. De las 40 referencias de tiendas de fabricantes, dos quedaron fuera del análisis principal por verificación parcial del peso neto. La muestra analítica comprendió 38 productos de seis marcas y nueve líneas. Se excluyeron paquetes múltiples, referencias sin gramaje cotejado y productos cuya presentación impedía comparaciones consistentes. La base complementaria conserva identificadores, direcciones de las fichas y decisiones de inclusión o exclusión. La unidad de análisis fue la referencia comercial individual. Se registraron marca, línea, concentración de cacao, peso, precio anunciado y fuente.

La comunicación patrimonial se codificó por separado según (a) menciones explícitas a saberes o cultivos ancestrales, (b) identificación de comunidades productoras, (c) expresiones en lenguas originarias contextualizadas en la ficha y (d) procedencia territorial o variedad. Los atributos territoriales se trataron como una dimensión diferenciada: indicar una finca o una variedad no equivale, por sí solo, a acreditar prácticas patrimoniales. La ausencia de una mención en una ficha tampoco demuestra ausencia real del atributo. No se elaboró un índice patrimonial agregado, debido a la heterogeneidad de las evidencias documentales.

Las evidencias se cotejaron mediante fichas y catálogos comerciales, distinguiendo verificación de precio y gramaje de clasificación documental del atributo cultural. Las descripciones se evaluaron según la evidencia publicada; no se aplicó una prueba formal de concordancia entre codificadores. Se registraron discrepancias informativas, incluido el tratamiento tributario de los precios. La comparación principal se realizó dentro de marcas o líneas, sin homologar indebidamente importes entre vendedores. Se calculó el precio anunciado estandarizado por 100 gramos mediante (1), donde P representa el precio publicado y w el peso neto del producto en gramos. Este indicador caracteriza la oferta comercial y no registra precios efectivamente pagados. Para líneas con dos o más referencias se estimó la amplitud relativa intralínea (ARI), como se expresa en (2): diferencia entre precios

normalizados extremos, dividida por la mediana de los precios de la línea, expresada en porcentaje. Se calcularon frecuencias, niveles de precio y contrastes descriptivos utilizando los precios sin redondear; los redondeos se reservaron para la presentación de tablas. No se aplicaron pruebas inferenciales ni regresión hedónica porque la variación intralínea y la coincidencia entre comunicación cultural, marca y línea no permitían identificar de manera defendible una prima patrimonial independiente. Las referencias comerciales no se trataron como una muestra aleatoria del mercado. Las consultas comerciales y sus cotejos fueron sucesivos, por lo que no se evaluaron trayectorias temporales, promociones ni cambios diarios de precios.

La comparación se organizó en dos escalas distintas. En la primera se describió el inventario de fabricantes, cuyos 38 registros permiten establecer la composición por marca y línea sin atribuir representatividad estadística. En la segunda se examinaron exclusivamente las ocho líneas con al menos dos referencias. Esta distinción impide interpretar la cantidad de fichas recopiladas como número de consumidores, ventas o transacciones independientes.

Los productos de la plataforma minorista complementaria permanecieron fuera de los cálculos principales: incluirlos habría introducido posibles diferencias de canal, promociones y condiciones de comercialización ajenas a los atributos patrimoniales examinados. El registro unitario de Wiñak se conservó para caracterizar la oferta, pero se excluyó del indicador de dispersión intralínea porque su valor máximo coincide necesariamente con su mínimo. Para cada contraste se verificó la unidad de precio mediante el gramaje publicado, conservando el valor de cálculo sin redondearlo hasta la elaboración de tablas. El indicador expresado en dólares por 100 gramos reduce la distorsión provocada por presentaciones de 50 y 70 gramos, pero no equipara necesariamente composiciones, procesos de transformación ni condiciones de venta.

Así, la diferencia entre las barras clásicas y Sacha de Kallari constituye un contraste de precio normalizado, no un experimento de control de atributos. En Minka, las diferencias de formulación y la información tributaria publicada también impiden interpretar las comparaciones entre productos como efectos puros de la comunicación patrimonial. Este criterio de comparabilidad se aplicó de manera constante a las descripciones de resultados y a las conclusiones. La trazabilidad documental se apoyó en identificadores únicos, nombre comercial, fabricante, línea, precio anunciado, peso, concentración de cacao cuando estaba declarada y dirección de la ficha consultada. Se separó el cotejo numérico de precio y peso de la interpretación cultural de las descripciones.

La clasificación patrimonial se limitó a contenido explícito y contextualizado; cuando la ficha no proporcionó evidencia suficiente, se registró información no documentada y no se la convirtió en una ausencia comprobada. Esta regla evita que la mayor extensión de las descripciones de una marca produzca artificialmente un supuesto mayor patrimonio. Asimismo, se distingue entre una expresión lingüística usada en el nombre del producto, la participación de comunidades en la organización comercial y la existencia de prácticas ancestrales reconocidas institucionalmente. El levantamiento fue de corte documental, con una fecha inicial de referencia y comprobaciones posteriores, de modo que la muestra no constituye una

fotografía perfectamente simultánea del mercado. No se construyeron series de tiempo ni se analizaron fluctuaciones por promociones. El control de consistencia se circunscribió a identificar fichas insuficientes, productos que no debían agregarse por canal y diferencias evidentes de interpretación económica. Por ello, las inferencias del artículo se mantienen dentro del universo específico de documentos examinados. La existencia de una base trazable mejora la posibilidad de replicar operaciones aritméticas, pero la repetición futura del levantamiento podría encontrar cambios en existencias, precios o descripciones que no invalidan los registros históricos.

Resultados y Discusión

La muestra analítica estuvo formada por 38 referencias de seis marcas, distribuidas en nueve líneas (Tabla 1). Las marcas Kallari y Hoja Verde aportaron conjuntamente 25 fichas, lo que concentra la evidencia en una parte específica de la oferta especializada y descarta inferencias sobre cuotas de mercado nacionales.

Tabla 1. *Composición de la muestra analítica.*

Marca	n	Participación (%)
Kallari	15	39,5
Hoja Verde	10	26,3
Minka	6	15,8
Paccari	4	10,5
WAO	2	5,3
Wiñak	1	2,6
Total	38	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Ocho de las nueve líneas contaron con al menos dos referencias. Cuatro presentaron precios uniformes: Kallari clásicos, Kallari Sacha, Minka RAW y WAO orgánico, que reunieron 19 productos (Tabla 2). Las otras cuatro líneas comparables registraron dos niveles de precio. Esta estructura es compatible con políticas comerciales de fijación por colección, sin que pueda inferirse el mecanismo empresarial que las originó. El indicador ARI (Tabla 3) fue nulo en cuatro líneas. En las restantes osciló desde 5,13 % en Hoja Verde pura hasta 30,30 % en Paccari Sugar Free. Las variaciones corresponden a mezclas de formulación, tipo de producto, estrategia comercial y presentación; por ello no se interpretan como valoración monetaria de un atributo cultural aislado.

Tabla 2. *Niveles y rangos de precios por línea.*

Línea	n	k	Rango USD/100 g
Kallari clásicos	3	1	5,71
Kallari Sacha	12	1	6,00
Minka Single Origin	4	2	5,20–6,52
Minka RAW	2	1	6,08
Hoja Verde pura	6	2	4,68–4,92
Hoja Verde saborizada	4	2	4,68–4,98
Paccari Sugar Free	4	2	7,00–9,50
WAO orgánico	2	1	6,90
Wiñak clásica	1	1	4,29

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. *Amplitud relativa de los precios intralínea.*

Línea	n	ARI (%)
Kallari clásicos	3	0,00
Kallari Sacha	12	0,00
Minka RAW	2	0,00
WAO orgánico	2	0,00
Hoja Verde pura	6	5,13
Hoja Verde saborizada	4	6,41
Minka Single Origin	4	20,25
Paccari Sugar Free	4	30,30

Fuente: Elaboración propia.

La amplitud relativa intralínea resume la distancia entre el precio mayor y el menor respecto de la mediana de cada grupo. A diferencia de una prima hedónica, no incorpora un coeficiente de patrimonio ni controla estadísticamente atributos simultáneos; tampoco es una elasticidad de demanda. Su utilidad reside en señalar dónde existe variación comercial que, en principio, podría analizarse con información adicional. En Kallari clásicos, Kallari Sacha, Minka RAW y WAO orgánico el indicador resultó nulo, por lo que los datos no contienen variación de precios que permita asociarla con diferencias individuales de comunicación cultural. En las líneas de Hoja Verde, Minka Single Origin y Paccari Sugar Free hubo dispersión, pero también

heterogeneidad de productos. En consecuencia, una amplitud positiva solo demuestra diversidad de precios ofrecidos; una amplitud nula tampoco autoriza a concluir que la cultura carece de valor para el consumidor. Las fichas registraron menciones a comunidades productoras, cultivos ancestrales y expresiones de lenguas originarias, además de referencias comerciales a origen y variedad.

En la línea Sacha de Kallari, las doce referencias mantuvieron el mismo precio anunciado de 6,00 dólares por 100 gramos. Ocho tenían mención lingüística documentada y cuatro no la registraban en la codificación acumulada; la diferencia descriptiva de precios fue de 0,0 %. El grupo sin mención registrada no equivale a ausencia efectiva del atributo cultural. En consecuencia, la igualdad de precios no demuestra una valoración patrimonial nula: solo refleja la uniformidad de la oferta observada.

Los contrastes de la Tabla 4 refuerzan esta interpretación. La diferencia de aproximadamente 5,0 % entre Kallari clásico y Sacha con concentración de 70 % coincide con cambios de línea y gramaje, mientras que los productos Minka Single Origin de 65 % y 70 % compartieron el mismo precio por 100 gramos pese a presentar narrativas distintas. Los pares WAO y Hoja Verde tampoco permiten aislar una variable patrimonial.

Tabla 4. *Comparaciones descriptivas intramarca.*

Contraste	A	B	Δ (%)
Kallari 70% clásico/Sacha	5,71	6,00	+5,0
Minka 65%/70%	6,52	6,52	0,0
WAO 70%/50%	6,90	6,90	0,0
Hoja Verde 66%/72%	4,68	4,68	0,0

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados documentan estrategias de comunicación cultural, pero muestran que estas no se traducen sistemáticamente en sobreprecios individuales. El hallazgo coincide con la precaución formulada por Villacis, Barrera y (2022) respecto de la ausencia de primas garantizadas para variedades finas de cacao en finca, aunque aquí el objeto económico es diferente. Desde el marco de Rosen (1974), la incapacidad de separar los atributos sugiere que no debe atribuirse al patrimonio un coeficiente hedónico calculado sobre observaciones altamente colineales.

La comparación con investigaciones sobre preferencias ayuda a interpretar esta restricción. Sepúlveda et al. (2022), Schott et al. (2022), Ballesteros et al. (2023) y Martínez et al. (2026) emplearon diseños que permiten analizar respuestas de consumidores a atributos y etiquetas. A escala más amplia, Thøgersen (2023) encontró en una revisión sistemática que la información de origen influye en las elecciones de alimentos, aunque su importancia disminuye frente a determinadas características de calidad.

Origen geográfico y patrimonio cultural, sin embargo, no son equivalentes. Nuestros catálogos no observan elecciones ni precios realmente pagados; por tanto, no permiten trasladar las primas estimadas en esos estudios. Boegman et al. (2023) señalan que comunicar el origen es habitual entre chocolateros artesanales, sin que ello garantice rentabilidad.

Los indicadores utilizados permiten caracterizar un mecanismo de diferenciación narrativa y su coexistencia con políticas de precios, pero no medir ventas, beneficios empresariales, ventaja competitiva sostenida ni el valor económico total del patrimonio. La UNESCO (2003) recuerda que los portadores comunitarios son centrales para la salvaguardia del patrimonio inmaterial: una estrategia de comercialización basada en saberes colectivos requiere, además

de precios, atender a participación, continuidad cultural y distribución de beneficios. La inclusión en 2026 del paisaje cultural cacaotero ecuatoriano en la Lista Indicativa del Patrimonio Mundial refuerza su relevancia cultural, sin constituir inscripción definitiva ni evidencia de sobreprecio (UNESCO World Heritage Centre, 2026). Las limitaciones incluyen selección no probabilística, cobertura concentrada en seis marcas, consultas comerciales no plenamente simultáneas, diferencias tributarias no armonizadas, precios uniformes por línea y clasificación cultural basada únicamente en fichas públicas, sin comprobación de concordancia entre codificadores.

No se observan cantidades vendidas, márgenes o decisiones de compra. Como contribución metodológica, el artículo separa tres planos que suelen confundirse: reconocimiento patrimonial, comunicación comercial y beneficio económico identificable. La evidencia institucional respalda el primero y las fichas documentan el segundo; para estimar el tercero se necesitarían transacciones, costos o preferencias de consumidores, con diseños comparables.

Para la gestión comercial, los hallazgos señalan que el reconocimiento patrimonial puede estar presente en el relato de marca sin convertirse en una partida monetaria separable en el precio de cada barra. La política de fijación por colección puede responder a decisiones de simplificación del catálogo, segmentación, accesibilidad o posicionamiento, entre otras explicaciones plausibles que el estudio no puede contrastar porque carece de información interna de las empresas. En ese escenario, una referencia cultural puede contribuir a la identificación del producto, al reconocimiento comunitario o a la coherencia de la propuesta comercial sin aparecer como sobreprecio unitario. Estas posibilidades deben interpretarse como mecanismos hipotéticos, no como resultados medidos sobre ventas, lealtad de clientes o participación competitiva. La literatura sobre atributos de confianza y abastecimiento del cacao ecuatoriano también advierte que la conexión entre calidad reconocida y beneficio económico no es automática (Villacis, y Barrera, 2022). Asimismo, los experimentos de elección documentados por Sepúlveda et al. (2022) y Schott et al. (2022) permiten observar preferencias frente a alternativas de producto, algo que los catálogos comerciales no reproducen.

Por ello, las asociaciones productoras interesadas en medir específicamente el valor de sus narrativas patrimoniales necesitarían un diseño que presente a consumidores opciones equivalentes, con y sin información cultural verificable, y registre elecciones efectivas o experimentales. Solo bajo condiciones de identificación adecuadas sería posible estimar una disposición marginal a pagar por el atributo cultural, sin confundirla con el precio general de una marca o con sus certificaciones.

La dimensión colectiva del patrimonio exige un criterio adicional de evaluación. Un precio minorista mayor no demostraría, por sí mismo, que las comunidades portadoras recibieron una fracción superior del beneficio, que se preservaron sus saberes o que se fortaleció su autonomía económica. El marco de salvaguardia de la UNESCO (2003) sitúa a las comunidades como actores fundamentales de la continuidad cultural. En consecuencia, futuras evaluaciones de competitividad deberían combinar indicadores del mercado final con información sobre acuerdos de participación, condiciones de intercambio, trazabilidad de beneficios y continuidad de las prácticas

culturales, cuando tales datos estén disponibles y se obtengan éticamente. El diseño presente no produce esos indicadores; los identifica como dimensiones necesarias para evitar una interpretación reduccionista del valor patrimonial. En términos de contribución científica, el resultado no consiste en demostrar una prima inexistente, sino en delimitar con datos comerciales reales qué afirmaciones pueden sostenerse.

La uniformidad de varias líneas y la coincidencia de múltiples atributos en cada producto muestran por qué un modelo de precios aplicado sin controles suficientes podría atribuir indebidamente al patrimonio diferencias originadas en la marca, la composición o el canal. Esta observación aporta una advertencia reproducible para investigaciones posteriores: reconocer, comunicar y monetizar patrimonio constituyen procesos diferentes. Cualquier estrategia competitiva basada en ellos debería evaluarlos por separado, con variables observables y sin utilizar el reconocimiento institucional como sustituto de pruebas económicas.

Conclusiones

El patrimonio cultural cacaotero ecuatoriano se incorpora a productos especializados mediante referencias lingüísticas, territoriales y comunitarias, lo que permite documentar su uso como recurso de identidad comercial. Estas señales culturales no equivalen, por sí mismas, a ventajas competitivas monetarias demostradas. En las 38 referencias analizadas, cuatro de las ocho líneas con múltiples productos presentaron precios uniformes, reuniendo 19 referencias. En las otras cuatro líneas, la amplitud relativa de precios fluctuó entre 5,13 % y 30,30 %. Ningún contraste permitió identificar una prima atribuible de manera independiente al patrimonio. La valoración económica efectuada caracteriza únicamente precios anunciados y su diferenciación descriptiva. No mide disposición a pagar, rentabilidad ni valor económico total del patrimonio. Para avanzar hacia una identificación monetaria sería necesario un diseño con productos equivalentes y variación patrimonial independiente, o un experimento de elección con consumidores.

Referencias Bibliográficas

Álvarez, I., & Espinoza, P. (2025). Desarrollo de un producto nutritivo y accesible a base de cacao ecuatoriano. UTCiencia, 12(1), 12–26. https://doi.org/10.61236/utciencia.v12i1.1077

Ballesteros, J. F., Schouteten, J. J., Otilla, A., Ramirez, R. I., Gellynck, X., Casaul, J., & De Steur, H. (2023). Does award and origin labeling influence consumers' willingness-to-pay beyond sensory cues? An experimental auction on improved Philippine tablea (cocoa liquor). Journal of Behavioral and Experimental Economics, 102, 101965. https://doi.org/10.1016/j.socec.2022.101965

Boegman, S. J., Carodenuto, S., Rebitt, S., Grant, H., & Cisneros, B. (2023). Seeing through transparency in the craft chocolate industry: The what, how, and why of cacao sourcing. Journal of Agriculture and Food Research, 14, 100739. https://doi.org/10.1016/j.jafr.2023.100739

Cadby, J., Araki, T., & Villacis, A. H. (2021). Breaking the mold: Craft chocolate makers prioritize quality, ethical and direct sourcing, and environmental welfare. Journal of Agriculture and Food Research, 4, 100122. https://doi.org/10.1016/j.jafr.2021.100122

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2017). Usos y saberes tradicionales asociados a la producción de cacao nacional fino de aroma (Acuerdo Ministerial DM-2017-063). https://www.patrimoniocultural.gob.ec/usos-y-saberes-tradicionales-asociados-a-la-produccion-de-cacao-nacional-fino-de-aroma/

Jami, D. M., & Barrionuevo, M. de los Á. (2025). Elasticidad oferta del cacao ecuatoriano 2014–2024. Cuestiones Económicas, 35(2), 267–296. https://doi.org/10.47550/RCE/35.2.6

Martínez, V., Olvera, A., & Suárez, E. E. (2026). What drives consumer choice? Sensory and cultural attributes and willingness to pay for Mexican chocolate. Journal of Sensory Studies, 41(2), e70137. https://doi.org/10.1111/joss.70137

Montalvo, C., Ordoñez, R., Romero, M., Ramírez, J., Ramos, L., Medina, A., Minda, A., Torres, K., Vargas, P., & Landines, E. (2025). Cacao was also consumed in the Andean region: First evidence of consumption in Quito, Ecuador, during the Integration Period (AD 500–1500). Heritage, 8(12), 537. https://doi.org/10.3390/heritage8120537

Rosen, S. (1974). Hedonic prices and implicit markets: Product differentiation in pure competition. Journal of Political Economy, 82(1), 34–55. https://doi.org/10.1086/260169

Schott, L., Britwum, K., & Bernard, J. C. (2022). Can region labeling alter taste impressions and willingness to pay? A field experiment with chocolate bars. Food Quality and Preference, 100, 104606. https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104606

Sepúlveda, W. S., Maza, M. T., Uldemolins, P., Cantos-Zambrano, E. G., & Ureta, I. (2022). Linking dark chocolate product attributes, consumer preferences, and consumer utility: Impact of quality labels, cocoa content, chocolate origin, and price. Journal of International Food & Agribusiness Marketing, 34(5), 518–537. https://doi.org/10.1080/08974438.2021.1908924

Thøgersen, J. (2023). How does origin label on food packaging influence consumer product evaluation and choices? A systematic literature reviews. Food Policy, 119, 102503. https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2023.102503

UNESCO. (2003). Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. https://ich.unesco.org/en/convention

UNESCO World Heritage Centre. (2026). Ecuadorian Cacao Cultural Landscape [Tentative List, Ref. 7003]. https://whc.unesco.org/en/tentativelists/7003/

Villacis, A., Alwang, J., & Barrera, V. (2022). Cacao value chains and credence attributes: Lessons from Ecuador. Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies, 12(4), 549–566. https://doi.org/10.1108/JADEE-10-2021-0267

Villacis, A. H., Alwang, J. R., Barrera, V., & Dominguez, J. (2022). Prices, specialty varieties, and postharvest practices: Insights from cacao value chains in Ecuador. Agribusiness, 38(2), 426–458. https://doi.org/10.1002/agr.21730

Zambrano, G., Tennhardt, L. M., Egger, M., Ramírez, K., Santos, A., Moyano, B., & Curran, M. (2024). Differing impacts of the COVID-19 pandemic on farmers and intermediaries: Insights into the Ecuadorian cocoa value chain. Agricultural and Food Economics, 12, 9. https://doi.org/10.1186/s40100-024-00302-0.

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 4.0 Internacional. Copyright © Miguel Alberto Romero Zambrano, María del Mar Hidalgo Cedeño, Gema Viviana Carvajal Zambrano, Jairo Enrique Intriago Torres y Luis Miguel Mejía Ruperti.

Declaraciones éticas y editoriales del artículo
Contribución de los autores (Taxonomía CRediT) Miguel Alberto Romero Zambrano: Conceptualización, Metodología, Supervisión, Redacción – borrador original, Redacción – revisión y edición. María del Mar Hidalgo Cedeño: Investigación, Curación de datos, Validación, Redacción – revisión y edición. Gema Viviana Carvajal Zambrano: Metodología, Análisis formal, Software, Visualización. Jairo Enrique Intriago Torres: Investigación, Recursos, Curación de datos, Redacción – revisión y edición. Luis Miguel Mejía Ruperti: Validación, Análisis formal, Administración del proyecto, Redacción – revisión y edición.
Declaración de conflicto de intereses Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con la investigación presentada, la autoría del manuscrito ni la publicación del presente artículo.
Declaración de financiamiento La presente investigación no recibió financiamiento específico de agencias públicas, comerciales o de organizaciones sin fines de lucro. En caso de existir financiamiento institucional o externo, este deberá ser declarado explícitamente por los autores en esta sección.
Declaración del editor El editor responsable certifica que el proceso editorial del presente artículo se desarrolló conforme a los principios de integridad científica, transparencia y buenas prácticas editoriales. El manuscrito fue sometido a un proceso de evaluación mediante revisión por pares doble ciego, garantizando la confidencialidad de la identidad de los autores y revisores durante todo el proceso de dictamen académico. Asimismo, el editor declara que el artículo cumple con los criterios científicos, metodológicos y éticos establecidos por la revista.
Declaración de los revisores Los revisores externos que participaron en la evaluación del presente manuscrito declaran haber realizado el proceso de revisión de manera objetiva, independiente y confidencial. Asimismo, manifiestan que no mantienen conflictos de interés con los autores ni con la investigación evaluada, y que sus observaciones y recomendaciones se fundamentan exclusivamente en criterios científicos, metodológicos y académicos.
Declaración ética de la investigación Los autores declaran que la investigación se desarrolló respetando los principios éticos de la investigación científica, garantizando la confidencialidad de los datos y el respeto a los participantes del estudio. En los casos en que la investigación involucre seres humanos, los procedimientos deben ajustarse a los principios éticos establecidos en la Declaración de Helsinki y a las normativas institucionales correspondientes.
Declaración sobre el uso de inteligencia artificial Los autores declaran que el uso de herramientas de inteligencia artificial, en caso de haberse utilizado durante el proceso de investigación o redacción del manuscrito, se realizó únicamente como apoyo técnico para mejorar la claridad del lenguaje o el análisis de información, manteniendo siempre la responsabilidad intelectual sobre el contenido del artículo. Las herramientas de inteligencia artificial no fueron utilizadas como autoras del manuscrito ni sustituyen la responsabilidad académica de los investigadores.
Disponibilidad de datos Los datos que respaldan los resultados de esta investigación estarán disponibles previa solicitud razonable al autor de correspondencia, respetando las normas éticas y de confidencialidad establecidas por la investigación.