



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TEMA:

**Impacto de las certificaciones de comercio justo del café ecuatoriano
en la competitividad en los mercados europeos.**

AUTORES:

**Muñoz Macías, Juan Martín
Pérez Rosales, Steven Efrén**

**Trabajo de integración curricular previo a la obtención del título de
LICENCIADOS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TUTORA:

Lucín Castillo, Virginia Carolina

Guayaquil, Ecuador

07 de febrero de 2025



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de integración curricular fue realizado en su totalidad por **Muñoz Macías, Juan Martín y Pérez Rosales, Steven Efrén** como requerimiento para la obtención del título de **Licenciados en Negocios Internacionales**.

TUTOR (A)

f. _____

Econ. Lucín Castillo, Virginia Carolina

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth, Mgs.

Guayaquil, a los 07 del mes de febrero del año 2025



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA NEGOCIOS INTERNACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, Muñoz Macías, Juan Martín

Pérez Rosales, Steven Efrén

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Integración Curricular, **Impacto de las certificaciones de comercio justo del café ecuatoriano en la competitividad en los mercados europeos** previo a la obtención del título de **Licenciados en Negocios Internacionales**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 07 del mes de febrero del año 2025

LOS AUTORES:

f. _____

Muñoz Macías, Juan Martín

f. _____

Pérez Rosales, Steven Efrén



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORIZACIÓN

Nosotros, Muñoz Macías, Juan Martín

Pérez Rosales, Steven Efrén

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular, **Impacto de las certificaciones de comercio justo del café ecuatoriano en la competitividad en los mercados europeos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 07 del mes de febrero del año 2025

LOS AUTORES:

f. _____

Muñoz Macías, Juan Martín

f. _____

Pérez Rosales, Steven Efrén



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA NEGOCIOS INTERNACIONALES

REPORTE COMPILATIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

TESIS JUAN MARTIN MUÑOZ-
STEVEN PEREZ

3%
Textos
sospechosos



- 3% Similitudes
0% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas
- 3% Idiomas no reconocidos (ignorado)
- 12% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

Nombre del documento: TESIS JUAN MARTIN MUÑOZ-STEVEN PEREZ.docx
ID del documento: 978be615193d5ff32befe3663dc8355a03778977
Tamaño del documento original: 1,15 MB
Autores: []

Depositante: Virginia Carolina Lucín Castillo
Fecha de depósito: 7/2/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 7/2/2025

Número de palabras: 13.804
Número de caracteres: 90.793

Ubicación de las similitudes en el documento:



Econ. Lucín Castillo, Virginia Carolina

DEDICATORIA

Con total felicidad quiero dedicar mi tesis a Dios por darme la oportunidad y el privilegio de poder estudiar y salir adelante.

A mis padres: Manuel Muñoz Montalvo y Rocío Macías Tomalá, por ser mi pilar fundamental, mi apoyo en los momentos buenos y malos y siempre creer en mí. Mi mamá por ser mi ejemplo de sacrificio, ver todo el esfuerzo que ella hace a diario, su inteligencia, es un honor ser su hijo. Mi papá por ser mi motivación, mi ejemplo a seguir, con el que tengo las mejores conversaciones, proyectos y compartimos nuestros gustos. Mi hermano Manuel, por guiarme desde pequeño y a Camila por apoyarme siempre en todo para seguir mis sueños.

Y una dedicatoria al cielo, a mi querida abuelita Yolanda Montalvo, que, aunque no pudo estar presente físicamente en este momento, está siempre en mi corazón y mis pensamientos, gracias por sus consejos de siempre estudiar y salir adelante abuelita querida.

En este trabajo quiero demostrarles que su esfuerzo tiene frutos, y que todo su apoyo ahora se ve reflejado. Gracias por siempre estar queridos papitos, este logro también es de ustedes.

- Juan Martín Muñoz Macías

DEDICATORIA

Dedico este logro a quienes han sido parte de mi camino, a quienes con su amor, apoyo y enseñanzas han dejado una huella en mi vida. A mi familia, por ser mi refugio en los momentos difíciles y compartir conmigo cada alegría. A todas las personas que, de una u otra manera, han contribuido a mi crecimiento y formación. Este momento es también de ustedes.

- *Steven Efrén Pérez Rosales*

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios, mi familia, mis padres por siempre estar para mí y ayudarme en mi formación desde pequeño, esforzándose y dándome mis gustos, a mi querida Camila por ser parte de toda esta etapa junto a mí, mi apoyo y mi compañía, siempre escuchándome después de cada tropiezo o alegría en la universidad.

Agradezco a mis compañeros y compañeras, que son parte de esta etapa muy bonita, a mi “grupi”, Isabella, Sarita y Daniela, que son lo más importante que tengo en la universidad, por estar siempre, en cada tarea, exposición, examen y en todo momento sea bueno o malo de nuestra etapa universitaria desde el primer semestre. Llevo muy lindos recuerdos de todos ustedes y espero que nuestra amistad siga siempre, aunque ya no seamos compañeros de curso sino colegas.

A los profesores por sus enseñanzas, consejos, retadas, que siempre fueron para mejorar, por cada clase, que nos servirá para el futuro.

Soy muy afortunado de haber vivido esta etapa junto a todos ustedes, familia y amigos, llevo muy lindos recuerdos que no olvidaré nunca.

- Juan Martín Muñoz Macías

AGRADECIMIENTO

A mis queridos padres, Graciela Rosales y Efrén Pérez, por ser mi mayor ejemplo de amor, esfuerzo y dedicación. Gracias por cada sacrificio, por cada palabra de aliento y por enseñarme que con trabajo y perseverancia todo es posible. Su apoyo incondicional ha sido mi fortaleza, y este logro es también de ustedes.

A mi familia, por estar siempre presente, por sus muestras de cariño y por creer en mí en cada paso del camino. Su amor y compañía han sido fundamentales en mi vida, y les agradezco de todo corazón por ser parte de este momento tan especial.

- Steven Efrén Pérez Rosales

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	2
Antecedentes	2
Planteamiento de problema	5
Justificación	7
Objetivos de la Investigación.....	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos.....	8
Preguntas de investigación y/o hipótesis.....	8
<i>Pregunta Principal</i>	8
<i>Preguntas Complementarias</i>	9
Hipótesis.....	9
<i>Hipótesis alternativa</i>	9
<i>Hipótesis nula</i>	9
Limitaciones.....	9
Capítulo I.- Marco Teórico.....	11
1. Fundamentos del Comercio Justo	11
1.1 Definición de comercio justo.....	12
1.2 Principios.....	13
2. Historia y Evolución de las Certificaciones de Comercio Justo en el Café.....	15
2.1 Certificaciones de Comercio Justo en Ecuador y América Latina	17

2.2	Influencia de las Certificaciones de Comercio Justo en la Producción y Comercialización	21
3.	El Café Ecuatoriano	24
3.1	Características	25
3.2	Posicionamiento en el Mercado Europeo	26
4.	Limitaciones y Oportunidades para los Productores de Café Ecuatoriano	27
Capítulo II. - Metodología		29
	Enfoque de investigación	29
	Tipo de investigación.....	29
	Alcance de investigación	29
	Técnicas de recolección de datos	30
	Participantes	30
1.	Impacto de las Certificaciones en el Precio del Café Ecuatoriano:.....	32
1.1	Comparativa con los Precios sin Certificación en el Mercado Global	32
2.	Comparativo de exportación de café en el mercado global (2021-2025).....	33
3.	Análisis Comparativo de entre los países exportadores de café	39
3.1	Volúmenes de consumo en el mercado mundial	39
4.	Modelo de Regresión	40
5.	Entrevistas a expertos de exportación de café	42
Capítulo IV.- Discusión.....		49
Conclusiones		51
Recomendaciones		53

Bibliografía	55
Anexos	61
Anexo 1. Entrevistas a Productores/ Exportadores.....	61
Anexo 2. Google Drive con la evidencia de las entrevistas realizadas:	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Organizaciones certificadas por Fairtrade.....	17
Tabla 2.- Exportaciones por país	20
Tabla 3.- Organizaciones EPS con Comercio Justo 2021	22
Tabla 4.- Criterios de Selección y Exclusión.....	31
Tabla 5.- Análisis de la exportación de café certificado de Ecuador a Mercados Globales.....	33
Tabla 6.- Análisis de la exportación de café certificado de Colombia a Mercados Europeos.....	35
Tabla 7.- Análisis de la exportación de café certificado de Perú a Mercados Europeos	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1.- Certificación y su impacto a largo plazo	43
Ilustración 2.- Certificación y su impacto en la competitividad.	44
Ilustración 3.- Costos de certificación y desafíos asociados.....	45
Ilustración 4.- Relación entre la certificación y la calidad del café	46
Ilustración 5.- Diferencia entre mercados y su disposición a pagar más por productos certificados	47
Ilustración 6.- Desafíos del mercado europeo y la certificación	48

RESUMEN

Las certificaciones de comercio justo son fundamentales para mantener la competitividad del café ecuatoriano en los mercados internacionales. El estudio utiliza una metodología mixta, cuantitativa y cualitativa, para examinar su impacto en las exportaciones. Al comparar Ecuador con Colombia y Perú, se evidencia un crecimiento leve en las exportaciones de café ecuatoriano, pero sin un impacto notable en los productos certificados. En cambio, Colombia y Perú manifiestan un mayor dinamismo en sus exportaciones. Además, la regresión lineal indica que, aunque el comercio justo influye en los ingresos totales del café, su resultado en la estabilidad del mercado no es determinante. Las entrevistas con expertos en exportación de café proporcionaron información adicional sobre los factores que afectan la competitividad del café ecuatoriano. Los resultados sugieren que, aunque el comercio justo tiene un impacto en otros sectores, su influencia en el café ecuatoriano no es totalmente significativo.

Palabras claves:

Comercio Justo, café ecuatoriano, certificación, competitividad, exportaciones.

ABSTRACT

Fair trade certifications are essential to maintain the competitiveness of Ecuadorian coffee in international markets. The study uses a mixed, quantitative and qualitative methodology to examine its impact on exports. When comparing Ecuador with Colombia and Peru, a slight growth is evident in Ecuadorian coffee exports, but without a notable impact on certified products. On the other hand, Colombia and Peru show greater dynamism in their exports. Furthermore, the linear regression indicates that, although fair trade influences total coffee income, its result on market stability is not decisive. Interviews with coffee export experts provided additional information on the factors affecting the competitiveness of Ecuadorian coffee. The results suggest that, although fair trade has an impact on other sectors, its influence on Ecuadorian coffee is not entirely significant.

Keywords:

Fair Trade, Ecuadorian coffee, certification, competitiveness, exports.

RÉSUMÉ

Les certifications du commerce équitable sont essentielles pour maintenir la compétitivité du café équatorien sur les marchés internationaux. L'étude utilise une méthodologie mixte, quantitative et qualitative pour examiner son impact sur les exportations. Si l'on compare l'Équateur avec la Colombie et le Pérou, on constate une légère croissance des exportations de café équatorien, mais sans impact notable sur les produits certifiés. En revanche, la Colombie et le Pérou affichent un plus grand dynamisme dans leurs exportations. En outre, la régression linéaire indique que, même si le commerce équitable influence le revenu total du café, son effet sur la stabilité du marché n'est pas décisif. Des entretiens avec des experts en exportation de café ont fourni des informations supplémentaires sur les facteurs affectant la compétitivité du café équatorien. Les résultats suggèrent que, même si le commerce équitable a un impact sur d'autres secteurs, son influence sur le café équatorien n'est pas entièrement significative.

Mots-clés :

Commerce équitable, café équatorien, certification, compétitivité, exportations.

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

El comercio justo, más conocido como Fair Trade a nivel mundial, es considerado como un sistema que incentiva a la producción y comercialización responsable. Marcillo (2017) define que los primeros pasos de lo que hoy es comercio justo se dieron en Puerto Rico en 1945, cuando se enviaban bordados y artesanías a Estados Unidos a través de Thousand Villages (Organización de comercio justo). Los artesanos a quienes estas organizaciones compraban sus productos luchan con precios bajos, altas ganancias y dependencia de intermediarios en el mercado internacional. De esta manera, encontraron una forma de generar suficientes ingresos de producción a través de nuevas formas de comercio justo y facilitar el ingreso de sus productos a los mercados internacionales.

Fue en 1964, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), cuando el mundo escuchó por primera vez el llamado a favor del "comercio justo" o del "comercio, no ayuda". En ese momento, los países plenamente industrializados evitaron cuestiones importantes como los precios de los materiales primarios y la apertura de los mercados y concentraron sus actividades en el crédito y la ayuda oficial para el desarrollo (AOD). Este movimiento se consolidó a través de organizaciones de productores a pequeña escala que se agruparon en cooperativas para competir con las grandes plantaciones en un mercado global (Frohmann et al., 2020).

Fue hasta el año de 1970, que el comercio justo comenzó a ser considerado como una única opción y alternativa al comercio tradicional, esto con el único objetivo de reconocer a los artesanos más desfavorecidos, tal como Coscione (2015) menciona que

el comercio justo proporciona un acceso más directo a los mercados para los productos de los productores agrícolas y artesanales en términos más justos y equitativos

En la actualidad, el fair trade es un movimiento social global cuya experiencia pionera comenzó a finales de la década de 1940 como una respuesta alternativa a los fracasos de los modelos comerciales tradicionales. El objetivo del comercio justo es promover modelos de producción y negocios responsables y sostenibles y brindar oportunidades de desarrollo a los productores, agricultores y artesanos que se encuentran en desventaja económica y social en comparación con los actores dominantes del mercado (Coordinadora Estatal de Comercio Justo , 2022).

Ciertas normas de comercio justo se han desarrollado para incluir a trabajadores agrícolas individuales contratados por empresas más grandes, lo que refleja la dinámica cambiante del mercado. A pesar de lo anteriormente mencionado, este progreso ha generado desafíos para los caficultores ecuatorianos que se esfuerzan por conservar la esencia del comercio justo y garantizar condiciones laborales justas y sostenibles (Coscione, 2015).

Teniendo en cuenta, que Ecuador es un país privilegiado por las condiciones favorables del suelo y del clima, que permiten que las empresas cafeteras ecuatorianas destaquen en los mercados europeos y norteamericanos, de esta forma, compitiendo directamente contra Perú y Colombia (Chango & García, 2021). De la misma forma, es importante recalcar la importancia del café ecuatoriano, por ser uno de los productos más tradicionales del país, el mismo que ha sido impulsado con su producción a nivel internacional (Jiménez et al., 2023).

En base a lo anteriormente expuesto, la elaboración nacional de este producto, no puede satisfacer totalmente la demanda de exportación, por lo que el país ha adoptado la importación del café para lograr satisfacer la demanda interna y externa. Considerando que estas importaciones permiten a la industria ecuatoriana producir café instantáneo para poder realizar su exportación, aunque esto entra en conflicto con el potencial de los productores locales (Banco Central del Ecuador, 2021). En este contexto, la certificación es importante para garantizar a los agricultores ecuatorianos acceso a mercados internacionales que valoran la calidad y la sostenibilidad, ofreciendo un salario justo por su labor diaria (Lozano, 2020).

Por otra parte, en el comercio del café recién está iniciando en el mundo de las certificaciones que permiten evaluar el desempeño de los estándares planteados y la sostenibilidad de las mismas. A pesar de que estos estándares busquen priorizar los aspectos ambientales, también abordan importantes asuntos sociales, es especial, los que están relacionados con los derechos humanos y laborales (Frohmann et al., 2020). Es por estas certificaciones de comercio justo, que las pequeñas organizaciones de fabricantes de café ecuatorianos han incrementado sus negocios internacionales tanto en volumen como en coste, posicionándose como mercados honestos y profesionales (Lozano, 2020).

El proceso de certificación de fairtrade es importante para certificar que los caficultores gocen de un trato justo y consiente, ayudando a optimizar la calidad de vida propia, de sus familiares y de sus poblaciones, a pesar de que los desafíos para poder implementar en las organizaciones de comercio justo son bastantes altos. Asimismo, el comercio justo ha contribuido a obtener ingresos más elevados para las familias agricultoras, facilitando transformaciones positivas en sus predios y colectividades rurales (Frohmann et al., 2020). De la misma forma, se han evidenciado mejoras

crecientes en la calidad de vida de los productores agrupados, enfocados en aspectos que contribuyen a mejores ingresos, formación y calidad de vida, asimismo importantes progresos en la situación ambiental de sus propiedades (Coscione, 2019).

Planteamiento de problema

La industria cafetera ecuatoriana ha sido históricamente valorada en los mercados internacionales por su calidad y sabor distintivos, en diciembre del año 2023 se exportó un total de 250 sacos de 69 kilos de café, producto con certificación orgánica y buenas prácticas agrícolas (El Universo, 2023), sin embargo, a pesar de su potencial, los productores ecuatorianos afrontan múltiples desafíos que limitan su competitividad en los mercados europeos.

De las dificultades que enfrentan los agricultores de café ecuatorianos, uno de las más importante, es la necesidad de acatar con los modelos de calidad y sostenibilidad, en este sentido, la certificación de comercio justo, se transforma en una de las herramientas para lograr mejorar las condiciones de producción y comercialización, tal como menciona Fairtrade International (2022) la presencia del sello de certificación significa también que el producto es totalmente rastreable, que significa que se ha mantenido aislado de los productos no certificados, desde la finca hasta la tienda, de la misma forma, este sello puede verse en productos de un único ingrediente, tales como plátanos/bananos y café.

El comercio justo es un movimiento internacional que destaca la importancia de ofrecer condiciones dignas a los caficultores, considerando que, en América Latina, Ecuador está ubicado en el quinto lugar en cuanto al número de las organizaciones certificadas, con un aproximado de 52 organizaciones, en donde Perú, lidera la lista con un total de 198 organizaciones certificadas en comercio justo (Eco Business Found, 2019).

Es importante recalcar que el café que se exporte con la etiquetación que respalde el Comercio Justo, contribuye a la compra por parte de los consumidores de países europeos, los cuales priorizan el trabajo ético y que aceptan pagar precios elevados pero que logren garantizar que, para la elaboración de estos productos, los trabajadores tuvieron un trato justo (Eco Business Found, 2019).

El verdadero desafío, es entender si realmente estos precios altos representan efectivamente en ingresos adicionales para los productores de café ecuatoriano. Si bien, la certificación puede contribuir a que los productores puedan diferenciar su café en un mercado realmente competitivo, considerando la certificación y los asociados que pueden persuadir a los compradores (Chango et al., 2021)

Por ejemplo, las personas que no logran acceder a la financiación o recursos para lograr cumplir con los estándares establecidos, que puedan quedar fuera del mercado, lo que logre limitar el potencial de las industrias, considerando que el movimiento tiene como objetivo que las organizaciones de productores, que se encargan de influir en el entorno y cambiar los modelos existentes (Méndez et al., 2010) Estas organizaciones, consideran que el comercio justo es un modelo que permite evitar la exclusión de los agricultores del mercado internacional, teniendo en cuenta el impacto que dan en los beneficios del comercio justo, que demandan un análisis profundo (Barcena et al., 2013).

En este caso, el comercio justo se convirtió en una estrategia para supervivencia para los productores de café, que normalmente tienen terrenos de tierra, muchos de los cuales son de pueblos que practican sistemas agrícolas (Coscione, 2019). Considerando que estas prácticas no solo contribuyen a mejorar la situación financiera, sino que también ayudan como una vía entre el mercado y su nivel de producción.

En ese sentido, se considera que estas prácticas pueden llegar a ser primordiales, pero no totalmente suficientes para optimizar la calidad de vida de los caficultores de café del país. De la misma forma, es importante recalcar que la certificación ha contribuido al éxito de algunas cooperativas, mejorando así los esquemas organizativos y un mayor poder de negociación, lo que permiten un mejor desarrollo organizativo, sin embargo, existen algunos casos en donde se obstaculiza obtener esos beneficios (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2018)

Así, la problemática central radica en evaluar cómo las certificaciones de comercio justo influyen en la competitividad del café ecuatoriano en los mercados europeos, considerando tanto los beneficios potenciales como los desafíos asociados. Este análisis es esencial para determinar estrategias que maximicen el impacto positivo de estas certificaciones y contribuyan al desarrollo sostenible del sector cafetalero en Ecuador.

Justificación

En los mercados internacionales, existe un creciente impacto en cuanto a la conciencia social sobre la importancia ambiental sobre los productos que consumimos, los mismos que han dado lugar a una mayor compra de productos que respetan los principios éticos y comercio justo. Esto no solo busca fomentar un consumo responsable y consiente, sino que también contribuye al reconocimiento de la importancia del trabajo de los productores y sus organizaciones (Naciones Unidas, 2017).

Siguiendo esta línea, la certificación de la producción de café ecuatoriano, siendo uno de los principales productos de exportación, con el fin de optimizar las condiciones de los caficultores, a pesar de que se conoce poco el impacto que tienen en la competencia del café ecuatoriano en el mercado europeo.

Esta investigación destaca su importancia para las organizaciones certificadas, instituciones estatales involucradas en el comercio justo, que van a poder usar los hallazgos para lograr mejorar las reglas y estrategias de promoción de certificaciones, esto para destacar en el mercado europeo y mundial. De la misma forma, los clientes europeos se van a beneficiar al entender los beneficios del comercio justo, lo que va a conseguir una mayor demanda con productos que respeten esas reglas.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar el impacto de las certificaciones de comercio justo en la competitividad del café ecuatoriano en los mercados internacionales.

Objetivos Específicos

- Evaluar los costos del café en Ecuador, Colombia y Perú, ya sea con certificación de comercio justo o sin ella, para analizar las diferencias en el mercado global.
- Determinar la correlación entre la certificación de comercio justo y el incremento de su demanda, teniendo en cuenta los diferentes métodos de venta empleados.
- Examinar los puntos de vista de expertos en exportación de café respecto al efecto de las certificaciones de comercio justo en la industria cafetalera de Ecuador y su repercusión en los mercados internacionales.

Preguntas de investigación y/o hipótesis

Pregunta Principal

¿Cuál es el impacto de las certificaciones de comercio justo en la competitividad del café ecuatoriano en los mercados globales?

Preguntas Complementarias

- ¿De qué forma se comparan las condiciones del mercado del café en Ecuador con la de otros países productores de café con certificaciones de comercio justo?
- ¿Qué factores explican la variación en los ingresos totales del mercado de café certificado a lo largo del periodo 2018–2029?
- ¿Cuáles son las apreciaciones que tienen los exportadores ecuatorianos acerca del café certificado por comercio justo exportados a los mercados europeos?

Hipótesis

Hipótesis alternativa

Las certificaciones de comercio justo influyen en gran medida en un impacto competitivo del café ecuatoriano en los mercados globales.

Hipótesis nula

Las certificaciones de comercio justo no llegan a influir en un impacto competitivo del café ecuatoriano en los mercados globales.

Limitaciones

Esta investigación presenta varias limitaciones que pueden llegar a influir en los resultados, primero, tenemos el acceso a la información y a los datos específicos, considerando los datos de ventas y precios del café ecuatoriano en los mercados europeos que pueden llegar a ser limitados por la falta de disponibilidad. De la misma forma, la diversidad de certificaciones puede generar una diferencia en los efectos de la competencia en las formaciones que cuentan con comercio justo. Asimismo, este proyecto se puede ver limitado por los cambios en la capacidad a largo plazo, también se

presenta la complicación de obtener información precisa sobre las percepciones de los clientes europeos, teniendo en cuenta, el desafío de evaluar los efectos de las certificaciones sobre la influencia al momento de la compra.

Capítulo I.- Marco Teórico

1. Fundamentos del Comercio Justo

El comercio justo se fundamentó en un conjunto de principios primordiales que indagan como convertir las relaciones comerciales internacionales en un modelo más ético y equitativo (Barcena et al., 2013). En lugar de únicamente enfocarse en el crecimiento de las ganancias, este enfoque pone el énfasis en el recurso humano, la justicia social y el respeto por el medio ambiente. En este caso, el comercio justo respalda un comercio que promueva la dignidad humana, el respeto de los derechos laborales y el acceso a una vida más justa para los productores en los países en desarrollo, en pocas palabras, es un intento por equilibrar las asimetrías y desequilibrios históricos de las relaciones comerciales (Espinosa, 2017).

Entre los fundamentos claves del comercio justo, según lo que menciona la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2022) se encuentra el salario justo, que asegura que los trabajadores reciban precios que cubran los costos de fabricación y les permitan conseguir un nivel de vida meritorio, en donde aporta que el establecimiento de precios equitativos para las entidades productoras, es uno de principio que todas las organizaciones de Comercio Justo, que deben respetar un precio justo, que es aquel que se ha fijado de manera consensuada. Además, promueve la igualdad de oportunidades, especialmente en lo que respecta a la inclusión de mujeres y grupos vulnerables en el proceso de producción y toma de decisiones, “La esencia de nuestras cooperativas radica en el Comercio Justo. Nuestra meta es mejorar las condiciones laborales de las mujeres y además incrementar sus ingresos” (Anouche, 2022).

La transparencia es otro pilar esencial, considerando que se busca que las clientelas tengan acceso a información clara sobre el origen de los bienes y las

circunstancias bajo las cuales fueron procedentes, garantizando así una elección informada y responsable (Platas et al., 2022).

De la misma forma, el comercio justo contribuye la sostenibilidad tanto económica como ambiental, puesto que no solo se trata de generar ingresos para los productores, sino también de certificar prácticas que respeten el medio ambiente y apoyen la conservación de los recursos naturales a largo plazo. El comercio justo no solo convierte las relaciones comerciales, sino que ocasiona un cambio profundo en las organizaciones económicas mundiales, buscando instaurar un modelo más comprensivo, ético y considerado con el entorno (Barcena, 2013).

1.1 Definición de comercio justo

El comercio justo, según Cacho et al. (2011) es un movimiento mundial, cuyo objetivo principal es prevenir las relaciones comerciales injustas entre el Norte y el Sur. Su objetivo, de la misma forma, se basa en crear vínculos directos entre las corporaciones de grupos desfavorecidos de los países en vías de desarrollo y los mercados mundiales para asegurar condiciones más justas para los agricultores de esas zonas.

Según la Serie Socioeconómica Solidaria (2021), el comercio justo se concreta como un conjunto de habilidades socioeconómicas diversas al comercio mundial habitual, cuyas reglas son ilegales para las regiones del Sur, en especial para los productores rurales. Este movimiento causa las relaciones comerciales entre trabajadores y clientes basadas en la sinceridad, confianza y el beneficio para ambos. Teniendo en cuenta que, por un lado, buscan mejorar las condiciones de vida de los agricultores y, por otro lado, contribuyen a cambiar las reglas del comercio mundial, con el apoyo activo de los clientes.

La tendencia de comercio justo ha incrementado en los últimos tiempos, en especial en el norte de Europa. Aunque, se han logrado significativos avances, también han surgido dudas sobre la verdadera realidad y el impacto que tiene el comercio justo, considerándola como una buena alternativa para el desarrollo sostenible. Fairtrade es también una crítica al modelo de comercialización que domina la economía actual, cuestionando uno de sus pilares fundamentales: el precio (Jiménez et al., 2023).

De acuerdo a lo mencionado por Espinoza (2017) el movimiento en si ofrece nuevas maneras de crear precios considerables, que desafían el precio tradicional para dar equilibrio entre la oferta y la demanda, que promueven una valoración más equitativa y justa. En este sentido, el comercio justo nos ofrece una alternativa positiva para los hogares productores, en especial en el sector primario, en donde Ecuador ofrece una ventaja competitiva frente a otros países.

Los Circuitos Económicos Solidarios Intercultural se constituyen como espacios de articulación entre las prácticas y actores de la economía solidaria, que abarcan áreas como la producción saludable, el comercio justo, el consumo responsable y la salud ancestral. Estos actores se agrupan bajo los principios de la economía solidaria y buscan satisfacer necesidades fundamentales de manera colectiva y sostenible (García et al., 2022).

1.2 Principios

Con base en una investigación detallada, Marcillo (2017) define que los primeros pasos de lo que hoy es comercio justo se dieron en Puerto Rico en 1945, cuando se enviaban bordados y artesanías a Estados Unidos a través de Thousand Villages (Organización de comercio justo). Los artesanos a quienes estas organizaciones compraban sus productos luchan con precios bajos, altas ganancias y dependencia de

intermediarios en el mercado internacional. De esta manera, encontraron una forma de generar suficientes ingresos de producción a través de nuevas formas de comercio justo y facilitar el ingreso de sus productos a los mercados internacionales. Fue en 1964, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), cuando el mundo escuchó por primera vez el llamado a favor del "comercio justo" o del "comercio, no ayuda". En ese momento, los países plenamente industrializados evitaron cuestiones importantes como los precios de los materiales y la apertura de los proveedores y concentraron sus actividades en el crédito y la ayuda oficial para el desarrollo (AOD).

Los fundamentos del comercio justo se basan en el concepto de crear vínculos comerciales basados en la equidad y la justicia. Coscione (2015) considera que el primer criterio fundamental es el importe equitativo, puesto que, este no solo aspira a que los productores obtengan una remuneración apropiada por su labor, sino que también atienda los gastos de producción y fomente la sostenibilidad de sus acciones. Este principio asegura que los productores puedan gozar de una vida digna de su labor, sin sufrir explotación ni estar expuestos a las oscilaciones imprevistas del mercado mundial, además, un precio equitativo ayuda a mejorar las infraestructuras de la comunidad y a impulsar el crecimiento local (García A. , 2011).

Otro principio esencial, según García (2011) es la igualdad de oportunidades, que promueve la inclusión de todos los individuos en el proceso de producción, en particular de grupos tradicionalmente excluidos, como las mujeres, las comunidades originarias y los empleados del campo. Dentro del contexto del comercio equitativo, se fomenta un ambiente en el que los individuos tengan iguales posibilidades de obtener recursos y mejorar su calidad de vida. La batalla por la equidad de género es un campo de prioridad, persiguiendo que las mujeres obtengan un trato justo en cuanto a remuneración, acceso a

la propiedad y participación en las decisiones dentro de las entidades de producción (Cacho et al., 2011).

En última instancia, el principio de sostenibilidad ambiental dicta que la producción debe respetar las fronteras del planeta y no poner en riesgo los recursos para las generaciones venideras, esto conlleva la implementación de prácticas agrícolas y productivas que reduzcan el impacto en el medio ambiente, tales como la utilización consciente de los recursos naturales, la disminución de sustancias químicas y el desarrollo de la (Coscione, 2019). Además, la sostenibilidad en el comercio equitativo no solo implica el medio ambiente, sino también la viabilidad financiera a largo plazo, asegurando que las comunidades de producción puedan sostener sus actividades sin poner en riesgo su porvenir. Estos principios, en conjunto, aspiran a obtener una transformación en los patrones convencionales de comercio, guiándolos hacia la equidad social, económica y ecológica (Otero, 2006).²

2. Historia y Evolución de las Certificaciones de Comercio Justo en el Café

El principio de las certificaciones de comercio justo según la Coordinadora Nacional de Comercio Justo (2019), la historia del café empezó en las décadas de 1980 y 1990 cuando comenzó a manifestarse la distinción económica que soportaban los cafeteros de los países en progreso, fundamentalmente los implicados en la elaboración de café.

En el siglo XX, grandes compañías y mediadores intervenían el comercio mundial del café, comprando granos de café a precios enormemente bajos, dejando a los agricultores sin altos suficientes para compensar sus necesidades básicas. A pesar de que, el café es uno de los productos más vendidos a nivel mundial, los cafeteros, en particular los de pequeño nivel, no obtuvieron una indemnización justa por su labor, lo que

intensificaba las discrepancias sociales y monetarias en la región, en este contexto, surgió la necesidad de crear un sistema que certificará que los beneficios del comercio alcanzaran de manera más objetiva a los agricultores (El Universo, 2023).

A inicios de la década de los 90, empresas como Equal Exchange, una de las primeras cooperativas de comercio justo en Estados Unidos, y el Movimiento de Comercio Justo en Europa, empezaron a causar un tipo de comercio alternativa que garantizara a los trabajadores precios más elevados y condiciones de trabajo dignas (Trados & Malo, 2003). En 1997, Fairtrade Labeling International, conocida como una red global de colectividades de certificación de comercio justo, la cual diseñó un conjunto de reglas y estándares para regular la venta de bienes certificados, incluido el café. Estas reglas tienen en cuenta no sólo los costos mínimos garantizados para los trabajadores, sino también las reglas que preservan las retribuciones de los trabajadores y el medio ambiente natural. (Marcillo, 2017). Por lo tanto, el café comenzó a integrarse al sistema de certificación, y el pensamiento por el comercio equitativo ganó relevancia.

Los productores de café que se asociaban a cooperativas o agrupaciones que respetaban los criterios de comercio justo, tenían la posibilidad de obtener un precio mínimo asegurado por su producto, además de un "plus" de comercio justo destinado a ser invertido en iniciativas comunitarias (Fairtrade Labelling Organizations International, 2021) Esto constituyó una enorme oportunidad para los productores de pequeña escala, considerando que les brindaba una estabilidad económica y la oportunidad de invertir en perfeccionar sus métodos de agricultura y mejorar su calidad de vida. Además, como menciona Cacho et al., (2011), ofreció a las clientelas, en específico en los mercados del norte a nivel mundial, la posibilidad de tomar decisiones establecidas, escogiendo productos que no solo tenían una excelente calidad, sino que también favorecían a mejorar las condiciones de los productores.

2.1 Certificaciones de Comercio Justo en Ecuador y América

Latina

La certificación de comercio justo se ha convertido cada vez más importante en Ecuador y América Latina en los últimos años, volviéndose en un instrumento importante para garantizar que los bienes se vendan practicando los principios éticos como los derechos laborales y la sostenibilidad ambiental. Organizaciones como Fairtrade International y Fairtrade Ecolabel les permiten a sus clientelas identificar mercados que tengan precio más justos y transparentes de fabricantes de café (Fairtrade International, 2022).

En Ecuador, estas certificaciones se caracterizan por impactar directamente en el mercado del banano, cacao y el mercado de las flores, considerando que tienen resultados significativos para las organizaciones logren adentrarse en mercados mundiales con mejores contextos de mercado. De hecho, Ecuador ocupa el quinto lugar en América Latina en cuanto a organizaciones certificadas de Comercio Justo con un total de 52 unidades (Eco Business Found, 2019). A pesar de este impacto significativo, la competencia y los desafíos que para los cafeteros siguen siendo barreras importantes.

Tabla 1.-

Organizaciones certificadas por Fairtrade

Organizaciones certificadas por Fairtrade	
País	Organizaciones Certificadas
Perú	198
Colombia	189
México	80

República Dominicana	73
Ecuador	52

Ecuador ha sido pionero en adoptar estos certificados respecto a otros países de la región, aunque no es el único ni el primero. Países como Perú, Colombia y Brasil también están promoviendo activamente el comercio justo, particularmente en exportaciones agrícolas como el banano, flores y cacao, a pesar de que, en Ecuador la exportación del café certificado, es un mercado que recién está teniendo sus inicios, con únicamente dos organizaciones de café certificado.

Según la Eco Business Found (2019), Perú es actualmente el líder en América Latina en el número de organizaciones certificadoras que integran profundamente el Comercio Justo en sus políticas agrícolas y exportadoras.

Esta integración admite que más trabajadores ingresen a los mercados internacionales no sólo de café, banano y cacao, sino igualmente de productos como fruta fresca, quinua, té y jugos. Países como Colombia, por otro lado, escogió una orientación más específica hacia la producción del café, y las asociaciones de productores de café han conseguido un alto nivel de competitividad tanto a nivel territorial como internacional. Además, el gobierno colombiano ha elaborado políticas que originan el acceso justo al mercado que perfeccionan la calidad de vida de los cafeteros (Delgado y Hawkins, 2020).

A pesar de que se ha demostrado un evidente avance, en los países hermanos (Perú y Colombia) estos países se enfrentan a frecuentes limitaciones que no permiten el avance de las organizaciones, como por ejemplo la falta de prácticas determinados y una diligencia complicada que demanda tiempo y recursos, que están directamente relacionados con la certificación, lo que impide una amplia participación de numerosos

agricultores en modelo. Por otra parte, el país tiene una posición importante en el tema de la certificación del café, considerando que es uno de los productos clave en su economía (Klier, 2012). Aunque, los valores de certificación y requerimientos que van asociados a la certificación siguen demostrándose como limitantes significativas para los cafeteros, que impide su ingreso al modelo de la certificación (Fairtrade International, 2022).

Se estima que la certificación inicial está valorada entre 4.000 y 6.000 dólares, con tarifas anuales posteriores entre 2.000 y 5.000 dólares. Estos valores son exclusivamente altos para los cafeteros, lo que genera disconformidades competitivas. A pesar de que, Ecuador tiene una gran cantidad de entidades de certificación, la falta de una capacidad clara y un apoyo estatal incesante ha establecido la expansión del comercio justo en el estado. De la misma forma, la creciente importancia de la calidad del producto que consume el cliente europeo, considerando la importancia que le dan a que los productos estén certificados, impacta directamente al mercado ecuatoriano (Calderón et al., 2016).

El hecho de que existan una importante falta de reglas a nivel regional y el notable crecimiento de competencia entre los productores, también afecta a la distribución imparcial de los resultados del comercio justo entre los productores. Aunque estos desafíos impacten directamente, la certificación no se ha visto limitada ni impedida para conseguir mejorar las condiciones de vida y labores para los productores de Latinoamérica (Banchon et al., 2020).

Análisis de la Competitividad en Mercados Internacionales

En la actualidad, es muy importante para las empresas ser competitivas en el mercado internacional, en especial si venden productos agrícolas, considerando que, para destacarse, necesitan encontrar su mercado y ser distintos a la competencia. Ecuador es acreditado por tener numerosos tipos de plantas y animales, considerando la diversidad

que tienen y los demás recursos naturales. Teniendo en cuenta que, esto es muy bueno en exportar productos como plátanos, cacao y flores, especialmente el café. Siendo Ecuador, uno de los principales países que exporta estos productos agrícolas (Coscione, 2015).

Pero en estos mercados, tal como menciona Frohmann et al. (2020) la competencia no solo se basa en la calidad y el costo, igualmente considera importante cumplir con las reglas éticas y ambientales que influyen en la disposición de los clientes de otros países. La certificación Fairtrade está sosteniendo a empresas de Ecuador a vender en mercados que valoran el compromiso social y la sostenibilidad.

Un estudio de las exportaciones de productos ecuatorianos en otros países revela que Ecuador vende en grandes cantidades a países como Estados Unidos, Países Bajos y Rusia, a los cuales se les exporta productos como bananos, cacao, flores y café, que son muy populares entre los productos de exportación. En este caso, las empresas con certificados de comercio justo pueden proporcionar una ventaja competitiva, ya que estos certificados garantizan que los productos se cultivan de acuerdo con prácticas laborales justas y sostenibles, aumentando así su presencia en un mercado donde el consumismo es cada vez más demandado (Quintero & Rosales, 2014). Al implementar estos certificados, las empresas ecuatorianas no solo acceden a mercados más rentables, sino que también contribuyen a fortalecer la economía local y el bienestar de los productores, a continuación, detallamos cuales han sido los países a los que se han realizado exportaciones y que productos:

Tabla 2.-

Exportaciones por país

Exportaciones por país		
País	Miles USD	Principales productos

Estados Unidos	151.646,88	Banana orgánica, banano, rosas y cacao
Eslovenia	23.045,08	Banano
Países Bajos	21.947,17	Cacao, banano orgánico, banano y claveles
Rusia	18.933,26	Banano, claveles, rosas y manteca de cacao
Filipinas	14.177,51	Fibras de abacá y rosas
Argelia	10.144,21	Banano y cacao en grano
Italia	10.068,88	Banano, cacao, banano orgánico y azúcar de caña
Reino Unido	9.429,76	Fibras de abacá, quinua convencional y orgánica y pasta de cacao
Turquía	8.879,26	Banano
Bélgica	7.201,40	Banano orgánico, cacao, banano, almidón y fécula
Alemania	5.565,30	Cacao, banano, banano orgánico, café y azúcar en caña
Chile	4.480,22	Banano, plátanos, rosas y piñas
Indonesia	3.942,43	Cacao, fibras de abacá y rosas
España	3.772,74	Banano, azúcar de caña, fibras de abacá y claveles

Nota: Elaborado en base al Servicio Nacional de Aduana de Ecuador, SENAE

2.2 Influencia de las Certificaciones de Comercio Justo en la Producción y Comercialización

La certificación de comercio justo tiene una relevancia bastante alta en cuanto a los productos agrícolas de Ecuador porque les permite vender en mercados extranjeros que valoran la sostenibilidad, la justicia social y la transparencia. De acuerdo con lo mencionado por Fairtrade Labelling Organizations Internacional (2021) el país exporta productos importantes como banano, cacao, flores y café. Más de 100 empresas en el país

exportan estos productos certificados, considerando la información que tenemos, hay 45 empresas de banano y 20 empresas de cacao, teniendo en cuenta que, la floricultura y la agroindustria también está comenzando a adoptar estos estándares éticos. La certificación de comercio justo certifica un buen precio para los trabajadores que ayuda a las pequeñas organizaciones locales a mejorar sus condiciones de trabajo y cuidado del ambiente laboral de los cafeteros (Espinosa, 2017).

Aceptando estos certificados, las organizaciones de Ecuador pueden vender productos en mercados extranjeros lucrativos donde los consumidores buscan productos que cumplan con las normas éticas. A pesar que, poner en práctica estas certificaciones también conlleva ciertos riesgos, como tener que pagar mucho dinero para la certificación y tener que cumplir con requisitos complejos (Chango & Garcia, 2021). Aunque hay obstáculos, las industrias del café y el banano han tenido mucho éxito en Europa y América del Norte vendiendo productos certificados que la clientela prefiere adquirir con más frecuencia.

Tabla 3.-

Organizaciones EPS con Comercio Justo 2021

OFERTA EXPORTABLE COMERCIO JUSTO			
Sector	Organización EPS	N. Empresas	Productos
Banano y musáceas	32	45	Banano y musáceas
Cacao y elaborados	35	20	Cacao en grano semielaborados/ Chocolates
Flores	-	15	Rosas /Claveles/ Otras rosas

Agroindustria	15	2	Azúcar/ Quinoa/ Hierbas y condimentos/ Lácteos / Tubérculos
Artesanías	7	-	Artesanía de Tagua/ Fibras Naturales/ Textiles/ Sombreros
Café y elaborados	7	1	Café verde / Café tostado
Frutas no tradicionales	3	1	Guanábana/ Guayaba/ Mango/ Uvilla
Alimentos no procesados	3	1	Frutas deshidratadas mermeladas/ Confitería/ Snack
Cosméticos	2	-	Aceites esenciales

Nota: Elaborado por Anuario de Exportaciones del sector asociativo y Comercio Justo

Como lo menciona Coscione (2019), la certificación de Comercio Justo ha mantenido un impacto realmente positivo en la producción y la comercialización de productos ecuatorianos de diversas maneras, aunque, aún existen desafíos que limitan su expansión a gran escala. A pesar de que, hay productos como el banano y el cacao, los cuales se han convertido con éxito en significativos motores de exportación bajo el modelo de la certificación, otros sectores emergentes, como las frutas y el café, siguen desafiando inconvenientes como los costos de certificación y la falta de políticas estatales de apoyo. De la misma forma, la falta de estándares geográficos entre diferentes marcas certificadas y las discrepancias en la implementación de estos estándares obstaculizan que los cafeteros obtengan los beneficios del comercio justo en su totalidad.

La certificación del comercio justo se ampara como una herramienta importante para lograr mejorar la competencia entre las empresas ecuatorianas en los mercados mundiales, especialmente en las que se mantiene y resalta la sostenibilidad y el

compromiso social en sus adquisiciones. El auténtico reto es optimizar el ingreso de los caficultores a estas certificaciones, para que logren avalar un importante apoyo gubernativo y desarrollar la conciencia de los clientes europeos sobre el importe de gasto de los bienes que han sido certificados por el mercado justo. A medida que el comercio justo se prolonga ocupando terreno, se espera que más industrias se favorezcan de este enfoque de mercadeo, que promueve la inclusión social, el desarrollo económico y la protección ambiental en Ecuador (Mendez et al., 2010).

3. El Café Ecuatoriano

Con el paso de los años, el café se ha convertido en uno de los frutos que ha incursionado en diferentes mercados alrededor del mundo, producto que ha contribuido a la mejora económica de diferentes países a nivel de Latinoamérica, y es gracias a su atractivo sabor y aroma que se ha convertido en uno de los bienes más consumidos por la población a nivel global (Arreaga et al., 2021).

De la misma forma, tal como menciona Arreaga et al., (2021) El café se ha convertido en parte de la vida de las personas, considerando que este es un producto con mayor tasa de consumo en este nivel, a través de los estudios pueden demostrar que el 80% de bebidas para adultos contienen café.

En Ecuador, el café es un producto que destaca su importancia económica, social y ambiental. En este país, el café representa un claro ingreso económico para una de cada ocho familias agricultoras, ingresos para recolectores, transportistas y comerciantes, lo que demuestra que la línea comercial no solamente influye en la economía del agricultor, también en diferentes profesionales, así como ingresos que ayudan a dinamizar la economía rural en las zonas productoras (Cuadra, 2024).

El café ecuatoriano se cultiva en las tierras bajas costeras de la provincia de Manabí desde la década de 1860. Ecuador en ese entonces estaba en el lugar correcto en el momento correcto para fructificar el auge del café, ya que cada año se exportaban hasta 2 millones de sacos de café desde el puerto de Manta a los mercados europeos (Echeverría, 2019).

3.1 Características

El café ecuatoriano es reconocido por su sabor y auténticos aromas, muchas de las veces estos han tenido notas afrutadas, florales o de chocolate en tu café, lo que no es casualidad. Considerando que, Ecuador también es conocido por la calidad de sus otros productos agrícolas, como el cacao, el plátano, el mango y los cítricos, una amplia variedad de frutas tropicales. Los granos de café suelen cultivarse junto con estos otros cultivos para proporcionar sombra, creando combinaciones de sabores interesantes y complejas (GrainPro, 2021).

Las características del café ecuatoriano son cuidadosamente evaluadas para determinar su calidad. Tal como menciona Yara (2020) una de las características más importantes que se evalúan es el sabor, que se refiere a la impresión general que el café deja en las papilas gustativas.

De acuerdo a lo anteriormente mencionado, una de las características principales del café, es el aroma de los granos de café, tal como menciona Cuadra (2024) este es casi nulo, aunque las propiedades primarias del grano son las que determinarán su naturaleza final. Los aromas fundamentales del café provienen de la esencia del grano y, por un lado, están determinados por la especie y la variedad, mientras que por otro están íntimamente vinculados con el terreno, el clima y los métodos empleados durante la siembra y recolección de dicho café. El perfume del café es el producto de una combinación

compleja de componentes volátiles en la infusión. Casi 800 compuestos han sido detectados que influyen en el aroma del café, incluyendo algunos compuestos de azufre (Yara, 2020).

Además, la acidez es otro factor importante ya que le da claridad y vida a la taza. Esta acidez no se refiere necesariamente al pH del café, sino al ácido del café, que crea una impresión fresca y seca similar a la que se obtiene al beber vino tinto. La acidez es particularmente notable en el costado de la lengua, lo que agrega una dimensión significativa a la experiencia del café (Yara, 2020).

De la misma forma, otra de las características del café, tal como menciona Yara (2020) es el regusto, que viene siendo la sensación que queda después de tomar café, teniendo en cuenta que, el cuerpo del café es otra propiedad, que se refiere al peso que se tiene de la bebida en la boca, considerando que este efecto se siente al dejar descansar el café sobre la lengua y luego moverlo hacia la unión de la boca.

3.2 Posicionamiento en el Mercado Europeo

La producción de café mundial exige con mayor urgencia y regularidad la implementación de operaciones que contribuyan a solucionar gradualmente los numerosos y complicados desafíos a los que se enfrenta. Desde el cultivo de la semilla hasta la taza diaria del comprador, incluyendo las técnicas primordiales de elaboración del café y las complejas cadenas de venta, en donde existen componentes en funcionamiento desequilibrado que generan desbalances, usualmente involuntarios, entre caficultores y los clientes (Delgado et al., 2002).

Ecuador, tal como Delgado et al. (2022) menciona es el único país productor que exporta más café en polvo que en grano, considerando que hace apenas diez años, el país duplicó las exportaciones actuales de café. Por ejemplo, en 2013, la nación exportó 1,3

millones de bolsas, lo que equivale a 218 millones de dólares, de la misma forma, aporta Cuadra (2024) del total de café exportado, el 95% fue de tipo industrializado o soluble, siendo Alemania el principal mercado para el café soluble de Ecuador, junto con otros países como Estados Unidos, Rusia y Polonia.

El declive en la producción de café en Ecuador se inició en los años 80, cuando la cantidad de terrenos labrados empezó a reducirse debido a la falta de recolección de café debido a los precios bajos. Como un producto representativo de las exportaciones nacionales, su impacto ha degradado considerablemente en la categorización de los bienes más significativos que Ecuador exporta a Europa, una lista liderada, sin considerar el petróleo crudo, por el plátano, atún, camarón, cacao y las flores naturales (Cuadra S. , 2024).

4. Limitaciones y Oportunidades para los Productores de Café Ecuatoriano

El sector se enfrenta contra varios conflictos que impactan su viabilidad, como el descenso de los ingresos obtenidos por las exportaciones. Según Delgado et al., (2002), las industrias que trabajan bajo la representación de Comercio Justo, especialmente en áreas como la agronomía, se tropiezan con dificultades asociados a la escasez de información sobre clientes y la ausencia de una investigación adecuada.

Aunque se han realizado significativas inversiones y esfuerzos económicos, García et al. (2022) aporta que, para adherirse a los estándares de Comercio Justo, la reacción del mercado no se ajusta a las expectativas, lo que disminuye la rentabilidad y hace que la relación entre beneficio y costo sea menos atractiva. Esta circunstancia desanima a los productores y amenaza la continuidad de sus labores.

Otro reto importante es el acceso limitado al financiamiento, en este caso, las organizaciones de productores, así como las empresas de Comercio Justo, señalan las

grandes dificultades para obtener capital de trabajo necesario para comercializar sus productos, así como para cubrir costos y pagar por certificaciones. En este contexto, se convierte en prioridad la necesidad de una política especializada de incentivos financieros y formas de crédito determinadas que contribuyan al desarrollo de este piloto de comercio (García et al., 2022).

A pesar de estos desafíos, el Comercio Justo incorpora una importante alternativa, en especial para las familias que dependen de la fabricación de café. En este contexto, Ecuador posee una ventaja comparativa significativa a nivel global, lo que le permite posicionarse de manera favorable en el mercado internacional (Solano et al., 2023).

El Comercio Justo también como menciona Snilstveit (2010) fomenta un consumo responsable, en el que los consumidores valoran no solo el precio y la cantidad de los productos, sino también su impacto ecológico y social. Esta nueva cultura, que se está consolidando principalmente en mercados europeos, surge como respuesta a la presión de gobiernos, organizaciones no gubernamentales y consumidores que buscan un consumo más ético y sostenible.

Los beneficios del Comercio Justo no se limitan a los consumidores; también tienen un impacto positivo en los productores de los países en desarrollo. Este modelo puede aumentar los ingresos y mejorar las oportunidades laborales, reducir la vulnerabilidad a las fluctuaciones de precios y abrir el acceso a mercados internacionales más grandes, lo que genera un valor adicional tanto a nivel económico como social (Snilstveit, 2010).

Capítulo II. - Metodología

Enfoque de investigación

El enfoque de este estudio es mixta, cuantitativo, considerando que se emplea la recopilación de datos para verificar hipótesis basadas en la cuantificación y el análisis estadístico, en este caso, el objetivo es examinar y analizar de forma sistemática el efecto de las certificaciones de comercio justo en la competitividad del café de Ecuador en los mercados europeos (Sampieri, 2014). Este método facilitará el análisis de las diferencias en el rendimiento de los cafés ecuatorianos certificados bajo comercio justo en comparación con cafés de otras procedencias, ya sean certificados o no. De la misma forma, se realizó una interpretación de algunas entrevistas por medio de la metodología cualitativa, que nos va a permitir determinar los grupos focales para la investigación (Atlas.Ti, 2024).

Tipo de investigación

Este estudio será de tipo comparativo longitudinal, considerando que el objetivo es adquirir un entendimiento exhaustivo de cómo las certificaciones de comercio justo influyen en la competitividad del café ecuatoriano en los mercados de Europa. Mediante un estudio comparativo, se analizarán las discrepancias en el rendimiento entre los cafés ecuatorianos certificados bajo el comercio justo y otros países productores de cafés, como Colombia y Perú, sean de procedencias diferentes o sin certificación, en el mercado europeo. La finalidad es detectar patrones y diferencias fundamentales en aspectos como la demanda del producto, las percepciones de los consumidores y la entrada a los mercados (Sampieri, 2014).

Alcance de investigación

El alcance de este estudio se restringe a evaluar el efecto de las certificaciones de comercio justo en la competitividad del café de Ecuador en los mercados mundiales,

tomando en cuenta un estudio mixto. Se examinarán compendios tales como el impacto de estas metodologías en los precios de venta, el volumen de exportación y la demanda del café de Ecuador a nivel mundial. No obstante, esta investigación no contendrá un estudio minucioso de todas las certificaciones favorables, sino que se encaminará en las más significativas, como Fairtrade, que cuentan con representación en los mercados mundiales. Asimismo, se va a exponer una perspectiva de un grupo de caficultores con respecto a las implicaciones que tienen la certificación de café.

Técnicas de recolección de datos

En este caso, la recopilación de la información que se expone en este proyecto para el análisis comparativo, se llevó a cabo por medio de una búsqueda exhaustiva en fuentes en línea confiables y certificadas. Se utilizaron reportes y estadísticas que se encontraron en universidades europeas, en este caso, eso nos ofreció detalles específicos sobre las exportaciones a mercados mundiales, además se investigó en Trade Map información más detallada sobre los volúmenes y precios del café que se exporta. De la misma forma, se llevó a cabo una serie de entrevistas con expertos en empresas cafeteras, con la finalidad de obtener una perspectiva más clara sobre como percibe el sector cafetero la implementación de certificaciones de comercio justo.

Participantes

Para la selección de la población, se realizó una investigación en internet sobre las pequeñas y medianas empresas cafeteras que realizan exportaciones a nivel internacional, para esto nos contactamos directamente con los gerentes de cada organización. Principalmente obtuvimos un total de 5 participantes, sin embargo, a cada uno de ellos se les aplicó una pequeña encuesta para determinar si cumplían con los criterios de selección, dando como resultado que la población únicamente está constituida por tres

participantes, expertos en el área de exportación de café y a cada uno se le realizó una entrevista de siete preguntas.

Tabla 4.-.

Criterios de Selección y Exclusión

Criterios de Selección	Criterios de Exclusión
Experiencia mínima de 3 años en exportación de café	Falta de experiencia comprobable
Conocimientos en mercados internacionales y regulaciones gubernamentales	No tener conocimiento en certificaciones de comercio justo
Certificación en comercio internacional	No tener experiencia en mercado europeo

Capítulo III.- Resultados

1. Impacto de las Certificaciones en el Precio del Café Ecuatoriano:

1.1 Comparativa con los Precios sin Certificación en el Mercado Global

Ecuador, al día de hoy es considerado como uno de los pocos países que exporta más café instantáneo que en grano, el cual ha registrado una reducción significativa en las exportaciones de café en la última década. En 2013, Ecuador logró exportar al menos un total de 1.3 millones de bolsas, hasta 218 millones de dólares, mientras que en 2024 fue de \$ 608,374, equivalente a \$ 122 millones (Cuadra, 2024). En este caso, la reducción de este volumen de exportación refleja las complicaciones del mercado mundial del café y la necesidad de adaptarse a la producción de acuerdo con los nuevos requisitos. Con respecto a los precios del café, la libra dejó el dólar estadounidense a fines de 2023 a \$ 322.65 en 2024 (ANEFI, 2024).

El aumento del precio con respecto a las libras es una muestra de cambio del mercado mundial, en el que factores como la demanda, la oferta y la calidad del café afectan directamente el precio. El informe OXFAM enfatizó que, aunque el precio de una taza de café ha aumentado, solo el 7% de este precio alcanza los fabricantes, mientras que el 90% está separado entre procesadores e intermediarios en países desarrollados. Por lo tanto, las grandes empresas y cafeterías de la superioridad superior registraron un aumento en las ganancias, mientras que los fabricantes cayeron a la disminución del precio.

Para combatir este movimiento desigual, el movimiento de "Fairtrade" (comercio justo) ha logrado relevancia, ofreciendo precios más altos y condiciones más realistas para los fabricantes en otros países. Este modelo tiene un mayor impacto en Europa, donde los consumidores otorgan importancia a las condiciones justas para los fabricantes.

Ecuador, en el año del 2024 las exportaciones de café aumentaron el valor, alcanzando los 116.9 millones de dólares en el período de enero a octubre, un aumento del 6.6% en comparación con el año anterior, a pesar de la disminución del volumen. Este valor agregado refleja el impacto de los certificados de calidad que aumentan el costo adicional del café Ecuador. Estos certificados aseguran que el café se produzca de acuerdo con estándares específicos, aumentando los precios en el mercado internacional.

2. Comparativo de exportación de café en el mercado global (2021-2025)

Para realizar un análisis más preciso y fundamentado, es crucial presentar los datos reales sobre la exportación de café certificado hacia los mercados globales. En este contexto, se ha recopilado información relevante de tres países productores clave de café en América Latina: Ecuador, Colombia y Perú. Estos datos nos permitirán entender mejor el movimiento de la exportación de café en el cuadro del comercio justo y su impacto en estos países, así como su presencia en los mercados mundiales. A continuación, se detallan los resultados obtenidos:

Tabla 5

Análisis de la exportación de café certificado de Ecuador a Mercados Globales

Gráfico	2021	2022	2023	2024	2025
Cambio de volumen, en casa	0,116	0,233	0,501	0,024	0,073
Volumen por persona, combinados	0,2	0,22	0,23	0,23	0,24
Participación de ingresos de comercio justo	2%	2%	2,5%	2,5%	2,5%
Participación de marca (BETA)		100			
Precio por unidad, en el hogar	661,05	683,37	700,21	709,85	720,9

Precio, combinado	140,77	146,16	148,21	149,97	151,99
Ingresos, en el hogar	42,32	48,54	52,48	53,84	55,49
Cambio de ingresos, en el hogar	0,114	0,342	0,537	0,075	0,106
Ingresos, fuera del hogar	117,09	135,33	143,67	146,96	150,88
Ingresos, combinados	159,4	183,88	196,15	200,8	206,39
Ingresos por persona promedio, en el hogar	2,38	2,69	2,88	2,93	2,99
Ingresos por persona, fuera del hogar	6,58	7,52	7,9	8	8,12
Ingresos por persona, combinados	8,96	10,21	10,78	10,92	11,12
Participación de ingresos en línea	100	100	100	100	100
División móvil/de escritorio	100	100	100	100	100
Volumen, en el hogar	3,06	3,4	3,58	3,62	3,67
Volumen, fuera del hogar	617,8	692,39	713	719,64	727,25
Volumen, combinado	3,68	4,09	4,28	4,34	4,4
Volumen por persona promedio, en el hogar	0,18	0,19	0,2	0,2	0,2
Volumen por persona, fuera del hogar	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
Total general	1963,76	2218,62	2184,66	2211,45	2243,87

En el caso de Ecuador, la participación del mercado de café con certificación de comercio justo fue del 2% en 2021, y hasta la fecha ha logrado alcanzar un 2,5%. A pesar de que este aumento es positivo, aún no se considera una proporción significativo. Esto podría indicar que, a pesar de que el comercio justo tiene como finalidad fomentar prácticas éticas y sostenibles en la elaboración de café, su incremento en Ecuador no ha sido tan rápido como en otros mercados internacionales. Esta situación podría reflejar que, en un mercado más grande y competitivo, Ecuador no ha logrado una representación notable en el ámbito del comercio justo.

En cuanto al precio y al volumen, se observa una clara tendencia al alza tanto en el consumo en el hogar como fuera de él, lo que refleja un aumento en los costos de producción y, a su vez, en la demanda de café. El precio combinado, que era de 140,77 en 2021, ha alcanzado hasta la fecha un valor de 151,99. Aunque este incremento tiene un impacto, no es lo suficientemente significativo como para marcar una diferencia radical en el mercado.

En este caso, los ingresos tanto en el hogar, como fuera del hogar, que son considerados los mercados en los que se comercializa café pero ya preparado, como cafeterías, restaurantes, bares, etc., si demuestran un crecimiento progresivo, especialmente en los ingresos fuera del hogar, lo que puede indicar que el café no únicamente se puede comercializar en grandes distribuidoras europeas.

Al analizar más a fondo, se observa que los ingresos por persona, tanto en el hogar como fuera de él, han mostrado un crecimiento modesto. Esto refleja un aumento en el consumo general de café, pero también sugiere que la expansión sigue siendo limitada. Aunque los ingresos continúan creciendo, no han alcanzado una penetración significativa entre los consumidores.

Tabla 6.-

Análisis de la exportación de café certificado de Colombia a Mercados Europeos

Gráfico	2021	2022	2023	2024	2025
Cambio de ingresos, en el hogar	0,206	0,414	0,401	0,309	0,229
Cambio de volumen, en el hogar	0,132	0,078	0,101	0,109	0,094
División móvil/de escritorio	100	100	100	100	100
Ingresos por persona promedio, en el hogar	28,64	32,46	37,02	40,6	43,16

Ingresos por persona, combinados	79,36	90,5	102,15	110,77	116,4
Ingresos por persona, fuera del hogar	50,71	58,04	65,13	70,18	73,24
Ingresos, en el hogar	1,47	1,68	1,92	2,12	2,27
Ingresos, fuera del hogar	6,71	7,72	8,71	9,48	9,98
Participación de ingresos de comercio justo	15%	15%	16%	17%	18%
Participación de ingresos en línea	100	100	100	100	100
Participación de marca (BETA)		100			
Precio por unidad, en el hogar	401,48	441,43	485,56	516,59	535,19
Precio, combinado	86,33	95,41	104,1	109,82	112,73
Volumen por persona promedio, en el hogar	2,51	2,59	2,68	2,76	2,83
Volumen por persona, combinado	2,96	3,06	3,16	3,24	3,32
Volumen por persona, fuera del hogar	0,44	0,46	0,48	0,48	0,48
Volumen, combinado	152,12	158,18	164,38	169,79	174,7
Volumen, en el hogar	129,1	134,04	139,62	144,6	149,2
Volumen, fuera del hogar	23,02	24,14	24,74	25,18	25,5
Total general	1465,21	1350,22	1340,17	1406,04	1449,34

Los datos proporcionados sobre la participación de Colombia en las exportaciones de café de comercio justo reflejan varios aspectos clave relacionados con los ingresos nacionales e internacionales, los volúmenes y los precios del café. A continuación, se presenta una explicación de las observaciones más importantes:

A lo largo de los años, Colombia ha demostrado que la participación de los ingresos del Comercio Justo, comenzó en el 2021 con una participación de 15% y a la fecha de hoy ha logrado tener un crecimiento de 18%, a pesar del aumento de la

producción y el consumo, el Comercio Justo todavía representa una parte significativa de los ingresos totales provenientes de las ventas de café, lo que demuestra una clara competitividad contra la participación que al momento tiene Ecuador.

Durante este período, tanto los importes unitarios de los hogares como los precios generales acrecentaron de forma constante. Por ejemplo, el precio de una canasta familiar en Colombia empezó en \$401,48 en 2021 y al momento tiene un \$535,19 en 2025. Este aumento puede significar los progresivos costos de producción asociados con el café, particularmente en un ambiente de comercio justo donde los productores pueden recibir precios más altos por sus bienes que en los mercados convencionales.

El aumento de precio también puede reflejar la apreciación de los consumidores por el café premium, como el café de Comercio Justo. Los ingresos también aumentaron gradualmente, lo que refleja la expansión del mercado de café en Colombia, el aumento de las ventas fuera del hogar también puede deberse a la creciente preferencia por el café de comercio justo y a la distribución de estos productos en establecimientos minoristas.

Tabla 7.-

Análisis de la exportación de café certificado de Perú a Mercados Europeos

Gráficas	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos por cabeza, fuera de la casa	37,44	51,06	48,49	52,04	54,51
Ingresos, en el hogar	532,73	733,59	713,2	784,66	837,85
Ingresos, combinados	1,8	2,48	2,38	2,6	2,74
Ingresos, fuera del hogar	1262,02	1738,32	1665,93	1805	1908,55
Participación de ingresos de comercio justo	20%	22%	22%	23%	25%
Participación de marca (BETA)		100			

Precio por unidad, en el hogar	41,37	44,55	47,32	48,41	49,37
Precio, fuera del hogar	542,3	583,8	620,1	634,3	646,8
Precio, combinado	118,83	128,01	134,93	136,88	138,85
Cambio de ingresos, en el hogar	0,133	0,859	-0,121	0,247	0,158
Ingresos por cabeza promedio, en el hogar	15,8	21,55	20,76	22,62	23,93
Ingresos por cabeza, combinados	53,24	72,6	69,26	74,67	78,43
Volumen, en el hogar	41,52	53,33	48,83	52,55	55,06
Cambio de volumen, en el hogar	0,131	0,585	-0,286	0,17	0,099
Volumen, fuera del hogar	7,6	9,76	8,82	9,34	9,7
Volumen, combinado	49,12	63,1	57,64	61,9	64,76
Volumen por cabeza promedio, en el hogar	1,24	1,57	1,42	1,52	1,58
Volumen por cabeza, fuera del hogar	0,22	0,28	0,26	0,27	0,28
Volumen por cabeza, combinado	1,46	1,86	1,68	1,78	1,85
Total general	3206,974	3807,324	3640,633	3888,977	4074,537

En el caso del café peruano, demuestra una clara diferencia en cuanto a tendencias clave en ingresos, precio, volumen y la participación en comercio justo, en un periodo de 2021 hasta la actualidad. A continuación, se explican estos datos con más detalle para comprender mejor la dinámica de la industria del café:

En este caso, el café peruano que participa en el comercio justo, representa un crecimiento constante, pasando del 20% en 2021 al 25% en 2025. Este aumento llega a ser considerado significativo porque refleja que las buenas prácticas en la producción de café, hasta el momento han tenido un impacto positivo en el país y en los caficultores. De la misma forma, el comercio justo hasta el momento en Perú, sigue ganando relevancia en el mercado, y de la misma forma en los mercados globales, considerando que se está

creando una conciencia ambiental en los consumidores. Sin embargo, el porcentaje sigue siendo una pequeña parte de la proporción del mercado total, mostrando que puede llegar a potencializarse.

3. Análisis Comparativo de entre los países exportadores de café

El presente análisis va a comparar el desempeño de tres países exportadores de café a mercados mundiales, en este caso, el análisis se realizará entre Ecuador, Perú y Colombia, teniendo en cuenta el volumen de las exportaciones en un periodo de tiempo entre el 2021 al 2025. En base a estos indicadores, se quiere entender cuáles son las tendencias de crecimiento, considerando los picos altos y bajos en cada uno de los países en un mercado global, que va siendo más competitivo.

3.1 Volúmenes de consumo en el mercado mundial

En cuanto al volumen total exportado desde Ecuador a los mercados globales, se evidencia una predisposición real y efectiva, con ciertos picos bajos. Por ejemplo, en 2021 el volumen total fue de 3.68 y se proyecta que en 2025 se logre alcanzar un total de 4.4, lo que refleja un crecimiento moderado, algo que no llega a impactar de forma positiva en la producción de café con certificación de comercio justo, a pesar de que hubo una baja en los años finales, implicando el 2024.

En el caso de Colombia, en el año del 2021 alcanzó un volumen exportado a los mercados mundiales un total de 152.12, sin embargo, en el año 2022 no llegó a tener una creciente significativa como un total de 158.18, teniendo en cuenta que se espera una recuperación gradual con un pequeño aumento proyectado en el 2025 de 174.70. A pesar de que los volúmenes son mucho más elevados a diferencia que en Ecuador, se observa una ligera tendencia al alza en los últimos años, lo que llega a ser una significativa recuperación en el mercado.

En el caso de Perú, la exportación a los mercados globales si ha tenido una creciente significativa, considerando que en el año de 2021 alcanzo un total de 49.12 y en el año del 2022 tuvo un alza de 63.1 y en el año del 2023 tuvo una baja de 57.64, lo que con los años fue creciente y se proyecta que en el año 2025 alcance un total de 64.74. Sin embargo, hay que tener en cuenta que a pesar de que en Perú se tiene un porcentaje de participación de exportación avalada por certificaciones de comercio justo, los volúmenes de exportación si son menor a diferencia de Colombia y claramente Ecuador.

4. Modelo de Regresión

El mercado mundial del café ha cambiado en los últimos años, con la creciente importancia de los productos de comercio justo y de los diversos canales de venta (offline y online).

Con base en las tendencias observadas, se plantean las siguientes hipótesis:

- H1: La proporción de ingresos provenientes del café de comercio justo (Fair_rev) tiene un efecto positivo significativo en los ingresos totales del café (Cof_rev).
- H2: El ratio de ventas del canal offline (Offline_rev) tiene un impacto significativo en los ingresos totales del café (Cof_rev).

Representación de las variables

1.Cof_rev (variable dependiente):

Se representa los ingresos totales del mercado del café (en miles de millones de dólares).

De la misma forma, se represente los ingresos totales completos (Statista Market Insights).

2. Fair_rev (variable explicativa):

Participación en los ingresos correspondientes al café certificado de Comercio Justo, escribir en decimales, por ejemplo, 0,80=80%.

3. Offline_rev (variable explicativa):

Porcentaje de los ingresos totales de café provenientes de canales offline (tiendas físicas, supermercados, etc.) (%).

Por ejemplo, 0,95 = 95%. Los datos cubren 12 observaciones anuales (2018-2029). Estos se combinaron en una sola tienda que contiene el ID del año y estas tres columnas para garantizar la coherencia a lo largo del tiempo.

4. Especificación del modelo econométrico

Para determinar la participación del comercio justo y el impacto de las ventas fuera de línea en los ingresos totales, se calculó el siguiente modelo de regresión lineal múltiple:

$$\text{Cof_rev}_t = \beta_0 + \beta_1 \times \text{Fair_rev}_t + \beta_2 \times \text{Offline_rev}_t + \varepsilon_t$$

- Cof_rev_t es el ingreso total de café en el año t .
- Fair_rev_t es la proporción Fair Trade en el año t .
- Offline_rev_t es la proporción de ingresos offline en el año t .
- ε_t es el término de error que captura otros factores no incluidos en el modelo.

El método de estimación fue Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) utilizando el software SPSS y el nivel de significancia fue del 5%.

En cuanto a los resultados, se puede determinar la bondad de aptitud: el modelo muestra $R = 0,972$, $R^2 = 0,945$, lo que significa que el 94,5 % de la variación en Cof_rev puede

explicarse por las variables incluidas. De la misma forma, es importante entender la significancia global que es la prueba ANOVA ($F = 77,269$, $p < 0,001$) confirmó que Fair_rev y Offline_rev juntos pueden explicar los ingresos totales del café.

Coefficientes individuales:

- Fair_rev ($B = 646,586$, $p < 0,001$): significativo y positivo, confirmando la hipótesis H1. Por cada aumento de 0,1 (10 puntos porcentuales) en la participación de Fairtrade, Cof_rev aumenta en promedio alrededor de 64,7 (en miles de millones de dólares).
- Offline_rev ($B = 0,637$, $p = 0,716$): no significativo, por lo que no se apoya de forma convincente la hipótesis H2, donde la proporción de ventas offline no muestra una relación estadísticamente significativa con Cof_rev en el periodo relevante.

Los resultados muestran que la relación de comercio justo o proporción de Fair Trade juega un papel apropiado en la determinación del ingreso total del café en todo el mundo. Esto puede indicar que el mercado aprecia los factores éticos y la estabilidad del certificado, lo que refleja la mayor circulación para las empresas que participan en esta categoría. Por el contrario, la participación offline no ha demostrado que este sea un elemento esencial que pueda estar relacionado con la estabilidad relativa de este canal en los años de análisis o sus efectos sobrecargados con variables no incluidas.

5. Entrevistas a expertos de exportación de café

Se llevó a cabo una entrevista con tres expertos en exportación de café, quienes son gerentes de empresas dedicadas a la exportación internacional de café. A estos expertos se les aplicó una encuesta con el objetivo de conocer su opinión sobre el impacto

de la certificación en el proceso de exportación. Para el análisis de las entrevistas, se decidió codificar la información en las siguientes categorías:

Ilustración 1.-

Certificación y su impacto a largo plazo

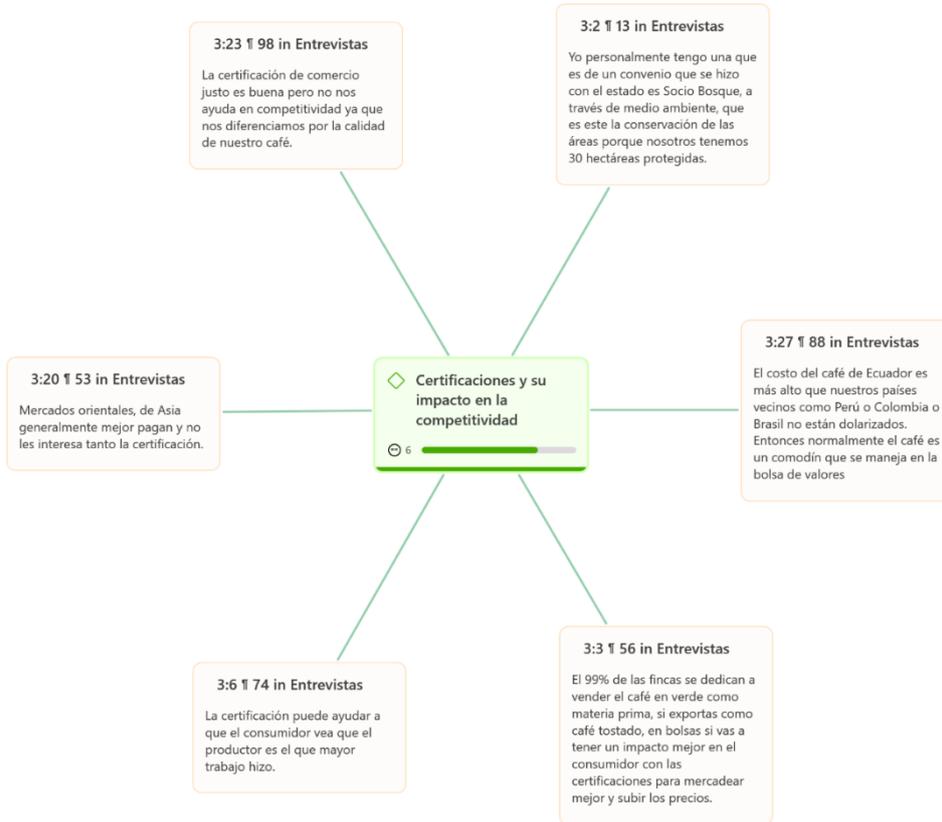


Notas: Elaborado en Atlas TI, en base a las entrevistas realizadas a los expertos en exportación de café.

Los entrevistados coinciden en que la certificación podría tener un impacto positivo en el futuro. Sin embargo, reconocen que, en la práctica actual, aún no es viable ni alcanzable para la mayoría de los productores, especialmente debido a los costos involucrados. A pesar de esto, la visión a largo plazo la consideran optimista: por ejemplo, algunos consideran que, si la certificación logra tener un impacto significativo, no solo en el mercado europeo sino a nivel internacional, será crucial que el proceso esté amparado por un financiamiento de parte del gobierno. Esta intervención permitiría que tanto los pequeños como los grandes emprendedores puedan acceder a la certificación, lo que les daría la oportunidad de obtener ganancias significativas y, por ende, mejorar las condiciones de vida de los caficultores.

Ilustración 2.-

Certificación y su impacto en la competitividad.



Notas: Elaborado en Atlas TI, en base a las entrevistas realizadas a los expertos en exportación de café.

Con respecto a la certificación y su impacto en la competitividad, se registraron seis respuestas que revelan importantes insights sobre la percepción de los consumidores en diferentes mercados. Los entrevistados señalaron que, en mercados como el asiático, el enfoque principal de los consumidores no está en la certificación, sino en la relación calidad-precio. En estas regiones, los consumidores valoran más la accesibilidad y el precio del producto que los estándares de certificación que, en comparación con el mercado europeo, tienen un impacto menor en la decisión de compra.

Este fenómeno se convierte en un desafío significativo para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de Ecuador, que intentan competir en un mercado saturado de marcas grandes que ya cuentan con certificaciones internacionales. Estas grandes empresas, que operan con economías de escala, tienen la capacidad de ofrecer precios más bajos, lo que pone a las PYMES en una situación de desventaja.

Ilustración 3.-

Costos de certificación y desafíos asociados



Notas: Elaborado en Atlas TI, en base a las entrevistas realizadas a los expertos en exportación de café.

En cuanto a los costos de certificación y los desafíos asociados, los entrevistados coincidieron en que los altos costos de la certificación resultaban inalcanzables para las pequeñas y medianas empresas, considerándolo como uno de los principales obstáculos para acceder a estas buenas prácticas. Algunos mencionaron que el precio elevado no se reflejaba en los precios de exportación, y además señalaron que la implementación de la certificación requería un análisis exhaustivo de suelo, agua y producto. En este contexto, se destacó que el mayor desafío de la certificación era su mantenimiento, ya que su

implementación resultaba sumamente costosa, y si no generaba un impacto positivo, podría terminar perjudicando aún más a los caficultores.

Ilustración 4.-

Relación entre la certificación y la calidad del café

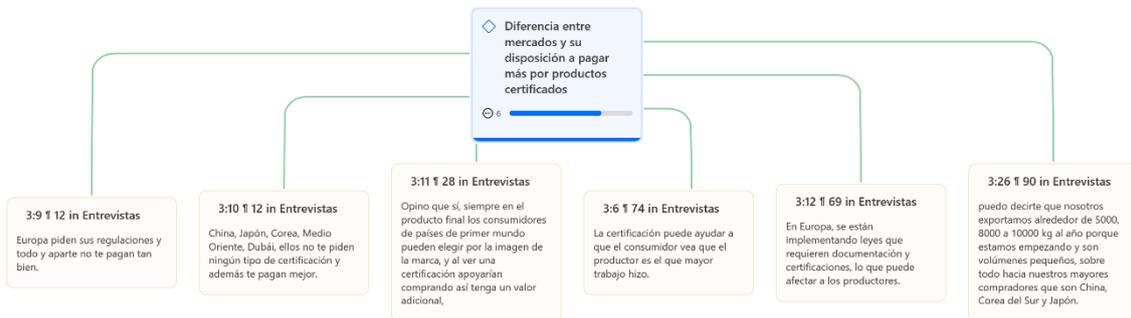


Notas: Elaborado en Atlas TI, en base a las entrevistas realizadas a los expertos en exportación de café.

Con respecto a la relación entre la certificación y la calidad del café, los entrevistados mencionaron que la producción del café no llega a ser totalmente rentable como para obtener un mantenimiento adecuado en cuanto a las certificaciones, de la misma forma, consideraron que a pesar que de la certificación les permite constituir una imagen de marca éticamente adecuada al mercado europeo, sin embargo, estos mismos mercados, valoran muchísimo más la calidad de un producto, mas no las practicas usadas para la elaboración del mismo.

Ilustración 5.-

Diferencia entre mercados y su disposición a pagar más por productos certificados

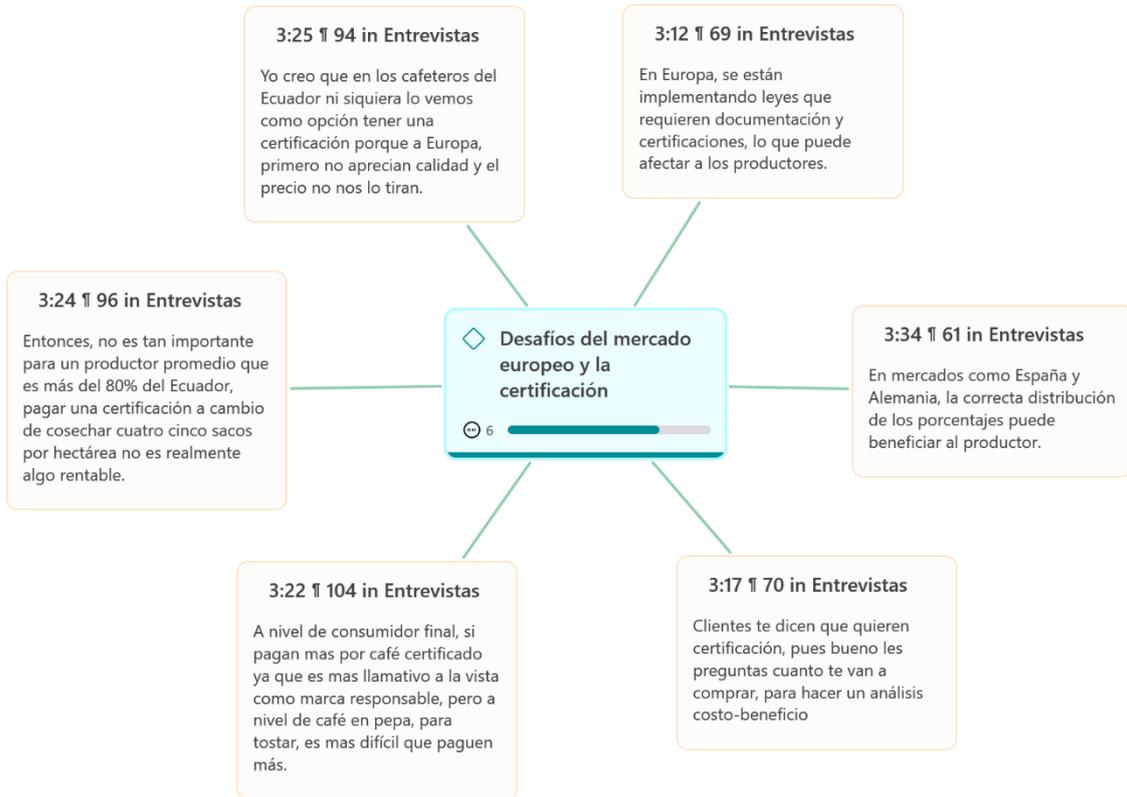


Notas: Elaborado en Atlas TI, en base a las entrevistas realizadas a los expertos en exportación de café.

Con respecto a la diferencia entre mercados y la disposición a pagar por la certificación, se obtuvieron 6 respuestas en donde se consideran que el mercado europeo no debería de ser el más adecuado para exigir productos certificados por comercio justo, cuando este mismo mercado no paga lo suficiente, también se menciona que el mercado con más aceptación en este caso es el Asiático, que valora un café que presenta la relación calidad-precio, que valoran más, incluso mencionan que en Europa, las leyes que actualmente exigen la certificación en los productos, se presenta como un desafío más para adentrarse a ese mercado.

Ilustración 6.-

Desafíos del mercado europeo y la certificación



Notas: Elaborado en Atlas TI, en base a las entrevistas realizadas a los expertos en exportación de café.

Con respecto a los desafíos que se presentan en el mercado europeo y la certificación, se ha logrado determinar que el principal desafío en el precio que se le ponen a los productos, considerando que son elevados a diferencia de los demás mercados que lograr ser considerados más accesibles y con las mismas prácticas de comercio justo, de la misma forma, mencionaron que a pesar de que al mercado europeo le parezca atractiva la idea de obtener una marca responsable, el productor ecuatoriano no está listo para asumir un negocio que no llega a ser rentable para ellos, considerando los costos para obtener la certificación y las exigencias del mercado.

Capítulo IV.- Discusión

La discusión la hemos realizado en base a los resultados de la comparativa entre países exportadores de café al mercado europeo, de la misma forma, se demostrará cuáles son los factores que explican las cambiantes condiciones del mercado europeo en cuanto a los ingresos de café certificado. Por último, se interpretará las perspectivas de nuestro grupo focal, para comprender cuales son las limitaciones para que Ecuador acceda al mercado europeo con café certificado por comercio justo. En este sentido, con relación a la primera pregunta de investigación se puede determinar lo siguiente:

Al momento el impacto de las certificaciones de comercio justo del café ecuatoriano, no llegan a tener un impacto significativo que marque una diferencia con los países competitivos, a pesar de que en el país se ha logrado obtener un total de \$25 millones de ingresos de divisas con la modalidad de Comercio Justo, hablando de los productos en general (Acosta & Marcillo, 2015), esto no representa un impacto significativo en el mercado, considerando que a nivel nacional, únicamente son dos empresas las exportadoras de café que cuentan con las certificaciones de comercio justo (Pro Ecuador, 2021) Lo que demuestra, que hasta el momento no se puede determinar si esto, puede tener un impacto totalmente significativo en los mercados europeos.

Con respecto a la pregunta de investigación acerca de las condiciones de mercado del café entre Ecuador y otros países con certificaciones de comercio justo, se ha logrado determinar, que el país con más participación de café certificado es Perú, a diferencia de Ecuador y Colombia, tal como el estudio de Martínez (2010) en donde demostró que el comercio justo impacto y contribuyo de manera significativa en la exportación de comercio justo, a nivel del sector bananero, que en caso similar, está la participación del café.

En cuanto a la pregunta de investigación sobre los factores que condicionan los resultados y los ingresos de la participación de Fairtrade en la exportación, demuestra que esta juega un papel importante en la determinación de los ingresos totales del café a nivel mundial. Tal como menciona en el Boletín sobre el mercado internacional del café (2006) esto puede indicar que el mercado valora el componente ético de la certificación y la sostenibilidad, lo que se manifiesta en una mayor facturación de las empresas que participan en esta categoría. De la misma forma, tal como menciona la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2018) al consumir productos de comercio justo y orgánicos, no únicamente hay una contribución al desarrollo económico, sino que también les brindas una mejor calidad de vida social a todos los productores que viven en carencia y sus familias.

La percepción de los exportadores ecuatorianos sobre el café certificado por comercio justo que se vende en los mercados europeos es en gran medida negativa. Si bien algunos reconocen que estos certificados pueden abrir oportunidades en ciertos segmentos del mercado, muchos creen que los costos asociados con el proceso de certificación (como auditorías y cumplimiento normativo) no están justificados por los beneficios económicos (Marcillo, 2017). La importante ausencia de aumentos de precios del café en comparación con el café no certificado también es un factor clave en el aumento del valor del café. Aunque Fairtrade promueve prácticas éticas y sostenibles, los exportadores creen que dichas prácticas no afectan directamente la competitividad del café ecuatoriano en los mercados internacionales, creando así un desinterés general en obtener estas certificaciones (Jiménez et al., 2023).

Conclusiones

Para finalizar, la relevancia estadística de la proporción de café certificado por comercio justo resalta que esta se ha establecido como un elemento crucial en los ingresos del mercado mundial de café. Este descubrimiento destaca la posibilidad que Ecuador posee para beneficiarse de las contribuciones económicas y reputacionales que brindan las certificaciones Fair Trade, colocando al café ecuatoriano de forma ventajosa en mercados internacionales, en especial en Europa. A pesar de que el efecto directo en la competitividad del café ecuatoriano en estos mercados no ha sido tan relevante como se anticipaba, la certificación de Comercio Justo facilita el acceso de los pequeños productores a mercados más extensos y exigentes, mejorando así sus condiciones de trabajo y sociales.

Este potencial para incrementar la calidad del café en Ecuador, sumado a las prácticas éticas y sostenibles que conlleva el Comercio Justo, constituye una oportunidad no solo para los productores, sino también para los consumidores que buscan productos conscientes y sostenibles. El incremento en la necesidad de productos éticos y responsables de los consumidores europeos genera un ambiente propicio para los productores de café de Ecuador, quienes poseen la habilidad de resaltar su café como una alternativa distintiva en el mercado mundial.

Es imprescindible que se establezcan políticas de respaldo que promuevan el acceso de los productores a estos mercados para maximizar las oportunidades que ofrece la certificación Fair Trade. Esto conlleva, entre otros aspectos, disminuir los gastos relacionados con la adquisición y conservación de la certificación, y fortalecer la infraestructura de exportación para que los productores sean capaces de acatar los estándares internacionales. Por otro lado, es vital perfeccionar la estructura de los

productores, de manera que sean capaces de satisfacer los requisitos de la certificación y tener una participación eficaz en este tipo de comercio.

Además, la estrecha cooperación entre los productores, las entidades de certificación y el gobierno resultará crucial para reducir los obstáculos de acceso al mercado mundial y asegurar que las ventajas del Comercio Justo se reflejen en un desarrollo auténtico y sostenible para la industria del café en Ecuador. Este trabajo conjunto no solo facilitará a los productores el acceso a precios y términos comerciales más favorables, sino que también promoverá una inclusión social y económica más amplia, fortaleciendo a las comunidades de café y elevando la calidad de vida de los involucrados en la cadena de producción.

En definitiva, el Comercio Justo posee una gran capacidad para potenciar la competitividad del café de Ecuador en los mercados globales. Considerando que Ecuador posee la posibilidad de establecerse como un referente en la producción de café ético y responsable, asegurando a los consumidores un producto de excelente calidad y a los productores una fuente de ingresos más constante y equitativa.

Recomendaciones

Para poder efectivizar el impacto de la certificación de comercio justo en el café ecuatoriano, es importante que se tengan en cuenta las siguientes recomendaciones:

1. Mejora en la infraestructura logística y de exportación

Es fundamental actualizar y expandir las instalaciones portuarias, logrando un acceso más eficiente y rentable a los mercados globales. De la misma forma, Construir una red de suministro efectiva que acorte los plazos de entrega y reduzca los gastos logísticos, lo que aumentará la competitividad del café de Ecuador en cuanto a costo y confiabilidad en la distribución.

2. Fomento de la calidad del producto y el rastreo

Llevar a cabo programas de formación para caficultores sobre técnicas de cultivo, procesamiento y manejo posterior a la cosecha, considerando que se está trabajando en una mejora de la calidad del café. Así mismo, considerar garantizar que todo el café de Ecuador exportado cuente con un seguimiento claro, desde su cultivo hasta el consumidor final. Esto no solo mejora la transparencia del proceso, sino que también ayuda a generar confianza en los consumidores europeos hacia el producto.

3. Reducción de costos de certificación y apoyo institucional

Generar colaboraciones entre organizaciones de productores, agencias gubernamentales y entidades certificadoras para reducir las tarifas relacionadas con la obtención de certificaciones como comercio justo o ecológicas. Considerando que estos fondos normalmente suelen presentarse como una limitante para el acceso a las certificaciones, la idea sería implementar alguna forma de subsidiar cierto porcentaje. De igual manera, hay que priorizar el brindar programas de capacitación en administración y organización empresarial para pequeños productores, ayudándoles a cumplir con los

requerimientos de las certificaciones internacionales y a manejar más eficazmente sus actividades.

4. Desarrollo de estrategias de marketing

Establecer una marca sólida que destaque la sostenibilidad, calidad y comercio justo del café ecuatoriano, con un logo distintivo y campañas publicitarias que resalten su sabor, origen y producción responsable. Además, participar activamente en exposiciones internacionales, especialmente en Europa, para fortalecer conexiones con importadores y distribuidores, y mostrar la calidad del café ecuatoriano.

Bibliografía

Acosta, C., & Marcillo, C. (2015). El Comercio justo de Ecuador a España, Quito.

Revista de Investigación Científica .

ANEFI. (2024). ANEFI. Obtenido de ANEFI: <https://www.anefi.com.ec/oro-cacao-cafe-ganadores-20242025-un-ano-con-fuerte-presion-economica/#:~:text=Los%20env%C3%ADos%20de%20caf%C3%A9%20de,este%20a%C3%B1o%20frente%20al%202023.>

Anouche, L. (14 de octubre de 2022). *Coordinadora Estatal de Comercio Justo*.

Obtenido de Coordinadora Estatal de Comercio Justo:

<https://comerciojusto.org/precios-justos-y-salarios-dignos-proteccion-frente-a-la-pobreza/>

Arreaga, E., Quezada, J., Barrezueta, S., Cervantes, A., & Prado, E. (2021). Impacto económico generado por la producción. *Digital Publisher*.

Atlas.Ti. (2024). *Atlas.Ti*. Obtenido de Atlas.Ti: <https://atlasti.com/es/guias/guia-investigacion-cualitativa-parte-1/entrevistas>

Banchon, D., Quezada, J., Prado, E., & Barrezueta, S. (2020). Análisis de la participación del café en las exportaciones agropecuarias en el Ecuador periodo 2015- 2019. *South Florida Journal of Development*, 5732-5742.

Banco Central del Ecuador. (2021). *Banco Central de El Ecuador, Subgerencial de Programación y Regulación*. Quito: Banco Central del Ecuador.

Barcena, A., Prado, A., Rosales, O., & Perez, R. (2013). Comercio internacional y desarrollo inclusivo. *Naciones Unidas*, 144-145.

- Cacho, Y., Llano, L., & Polanco, A. (2011). *Guía sobre el Comercio Justo*. España: Creative Commons.
- Cafés Moreno. (2024). *Cafés Moreno*. Obtenido de Cafés Moreno:
<https://cafesmoreno.com/el-cafe-en-ecuador/>
- Calderon, A., Dini, M., & Stumpo, G. (2016). Los desafíos del Ecuador para el cambio estructural con inclusión social. *Naciones Unidas*.
- Chango, M., & Garcia, J. (2021). Análisis de la competitividad de las exportaciones de café de Ecuador versus Colombia y Brasil hacia el mercado de USA. *Superintendencia De Compañías, Valores Y Seguros, Ecuador*.
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo . (2019). Cuaderno de Comercio Justo. *Coordinadora Estatal de Comercio Justo .*
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo . (14 de octubre de 2022). *Coordinadora Estatal de Comercio Justo .* Obtenido de Coordinadora Estatal de Comercio Justo : <https://comerciojusto.org/precios-justos-y-salarios-dignos-proteccion-frente-a-la-pobreza/>
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2018). El ABC del comercio justo. *EMAUS*.
- Coordinadora ONG . (2013). Es convoca la Conferència Europea de Ciutats pel Comerç Just. *Coordinadora ONG , 1*. Obtenido de <https://coordinadoraongd.org/wp-content/uploads/2016/05/Monografico-Comercio-Justo-1.pdf>
- Coscione, M. (2015). América Latina y el sentido originario del Comercio Justo. *Eutopia*, 11-26.
- Coscione, M. (2019). Los beneficios y retos del comercio justo. *CEPAL-Naciones Unidas y CLAC*.

- Cuadra, S. (2024). Café. *Forum Café*, 40-41.
- Cuadra, S. (2024). Café de Ecuador. *Fórum Café*, 10-15.
- Delgado, G., & Hawkins, D. (2020). Comercio Justo. *Friedrich Ebert Stiftu*, 25-26.
- Delgado, P., Larco, A., García, C., Alcívar, R., Chillan, W., & Patiño, M. (2002). Café en Ecuador. *Anecafé*, 3-10.
- Echeverria, K. (2019). Café ecuatoriano: la guía completa para los amantes del café. *Happy Gringo*.
- Eco Business Found. (2019). Sello de Certificación de Comercio Justo. *Eco Business Found*, 6-30.
- El Universo. (22 de diciembre de 2023). Café orgánico ecuatoriano se afianza en mercado italiano con precio récord de \$ 4 la libra. *El Universo*.
- Espinosa, B. (2017). Las redes de comercio justo. *FLACSO*, 15-17.
- Fairtrade International. (2022). *Fairtrade International*. Obtenido de Fairtrade International: <https://info.fairtrade.net/es/what/the-fairtrade-marks>
- Fairtrade Labelling Organizations International. (15 de julio de 2021). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Café*. Obtenido de Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Café: https://files.fairtrade.net/standards/Coffee_SPO_SP.pdf
- Frohmann, A., Mulder, N., & Olmos, X. (2020). Incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional. *Documentos de Proyectos*.
- Garcia, A. (2011). El comercio justo: ¿Una alternativa de desarrollo local. *Polis*.
- Garcia, N., Almeida, P., & Machado, F. (2022). El comercio Justo como estrategia para el desarrollo de los pequeños productores del Ecuador. *TAMBARA*, 05-12.

- Garcia, N., Almeida, P., & Machado, F. (2022). EL COMERCIO JUSTO COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL ECUADOR. *TAMBARA*.
- GrainPro. (2021). El Café Ecuatoriano: Un Legado desde el Siglo XIX. *GrainPro*.
- Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria. (2006). El mercado Internacional del café. *Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria*.
- Jimenez, K., Quezada, J., & Vega, A. (2023). Análisis de las exportaciones del café en el Ecuador,. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6166-6184.
- Juárez, T., Maldonado, Y., González, R., Ramírez, M., Álvarez, P., & Salazar, R. (2021). Caracterización fisicoquímica y sensorial de café de la montaña de Guerrero. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 12-14.
- Klier, S. (2012). Evaluación del Impacto del Comercio Justo Fairtrade en la Reducción de la Pobreza mediante el Desarrollo Rural. *Universidad del Sarre*.
- La Tienda. (2024). *La Tienda*. Obtenido de La Tienda:
<https://latiendadelcafe.co/blogs/cafe-colombiano/ecuador-ganando-terreno-en-el-mundo-del-cafe-especial?srsltid=AfmBOoqQUqlV1rPD-cqhMwXF8tlmGNijRFnV31GujD4inhiKOKEm66wn>
- Lozano, M. (2020). Guia Internacional de Sellos de Comercio Justo. *Commerce Équitable France*.
- Marcillo, C. (2017). Manual Básico de conceptos avances y proyecciones en el Ecuador. *Vive Comercio Justo*, 8.
- Martinez, A. (2010). Impacto del comercio justo en el sector bananero de Chira (Piura – Peru). *Comercio justo en Perú*.

- Méndez, E., Bacon, C., Olson, M., Perchers, S., Herrador, D., Carranza, C., . . .
- Mendoza, A. C. (2010). Effects of Fair Trade and organic certifications on small-scale coffee farmer households in Central America and Mexico. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 236-251.
- Naciones Unidas. (12 de Diciembre de 2017). *Naciones Unidas*. Obtenido de Naciones Unidas: <https://www.cepal.org/es/noticias/comercio-justo-un-aliado-cumplimiento-la-agenda-2030>
- Otero, A. I. (2006). El comercio justo como innovación social y económica:. *Observatoire Des Ameriques*, 10-12.
- Platas, D., García, E. M., Zetina, P., Reta, J., Castillo, R., Escamilla, E., . . . Vilaboa, J. (2022). ACIERTO Y CONTRADICCIONES DEL COMERCIO JUSTO: ALGUNAS REFLEXIONES. *Ensayos*, 466-480.
- Pro Ecuador. (2021). *Pro Ecuador*. Obtenido de Pro Ecuador: <https://sgrn.proecuadorb2b.com.ec/MIPYME/Exportador/Search>
- Quintero, M., & Rosales, M. (2014). El mercado mundial del café: tendencias recientes, estructura y estrategias de competitividad. *Visión General*.
- Sampieri, H. (2014). Metodología de la investigación. *McGRAW-HILL*, 25-30.
- Serie Socioeconomica Solidaria. (2021). Comercio Justo. *ALIANZA PARA UN MUNDO RESPONSABLE, PLURAL Y SOLIDARIO* .
- Snilstveit, B. (2010). En buena ley: mejor participación en el mercado más beneficios gracias al comercio justo. *International Initiative for Impact Evaluation*, págs. 5-10.

Solano, J., Flores, V., & Vizqueta, S. (2023). Comercio Justo, Pespectivas Desafios y casos de exits en el Ecuador. *Propuestas de mejora de la competitividad empresarial de la pyme de la provincia de El Oro*, págs. 161-165.

Subdireccion General de las Relaciones Internacional y Asuntos Comerciales. (17 de Mayo de 2021). El Comercio Justo es sin duda el motor para una sociedad más justa, consciente y sostenible. *Noticias del exterior*.

Trados, C., & Malo, M. (2003). Comercio equitativo del café : Equal Exchange, un modelo cooperativo de solidaridad. *Revista Venezolana de Economía Social*, 7-22.

Yara. (2020). *Yara*. Obtenido de Yara: <https://www.yara.com.ec/nutricion-vegetal/cafe/caracteristicas-del-cafe/>

Anexos

Anexo 1. Entrevistas a Productores/ Exportadores

- ¿Qué tan importante es para su empresa que los productos de café que importan o distribuyen tengan una certificación de comercio justo?
- ¿En qué medida considera que la certificación de comercio justo mejora la competitividad de los productos en el mercado europeo?
- ¿Cuáles son los beneficios que su empresa percibe al trabajar con productos que tienen esta certificación, tanto a nivel de ventas como de imagen de marca?
- ¿Ha notado alguna diferencia en la demanda de café ecuatoriano con certificación de comercio justo frente al café no certificado? ¿Podría compartir algún ejemplo de su experiencia?
- ¿Observa que los consumidores están dispuestos a pagar más por café certificado con comercio justo en lugar de café convencional o no certificado?
- ¿Cuáles son los principales desafíos a los que se enfrenta al importar o distribuir café con certificación de comercio justo?
- ¿Considera que el costo adicional asociado con la certificación de comercio justo representa una barrera para los importadores o distribuidores? ¿Cómo se ha manejado este desafío?

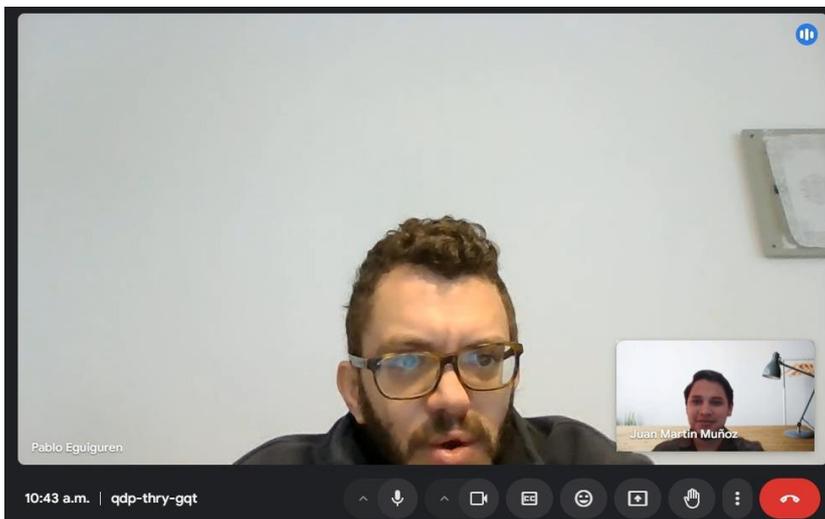
Anexo 2. Google Drive con la evidencia de las entrevistas realizadas:

https://cuucsgedu-my.sharepoint.com/personal/juan_munoz05_cu_ucsg_edu_ec/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fjuan%5Fmunoz05%5Fcu%5Fucsg%5Fedu%5Fec%2FDocuments%2FENTREVISTA%20A%20PRODUCTORES%2DEXPORTADORES%20DE%20CAF%C3%89

ENTREVISTA RICHARD ALVARADO - FINCA COFRADÍA



ENTREVISTA PABLO EGUIGUREN- FINCA EL AGUACATE – COFFE
EXCHANGE S.A.



ENTREVISTA GABBY CORREA- KILOMETRO CERO COFFE





DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Muñoz Macías, Juan Martín** con C.C: #0928801919 y **Pérez Rosales, Steven Efrén**, con C.C: #2450187808 autores del trabajo de integración curricular: **Impacto de las certificaciones de comercio justo del café ecuatoriano en la competitividad en los mercados europeos.** previo a la obtención del título de **Licenciado en Negocios Internacionales** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de integración curricular para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de integración curricular, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **07 de febrero de 2025**

f. _____

Muñoz Macías, Juan Martín

C.C: 0928801919

f. _____

Pérez Rosales, Steven Efrén

CC. 2450187808



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Impacto de las certificaciones de comercio justo del café ecuatoriano en la competitividad en los mercados europeos		
AUTOR(ES)	Muñoz Macías, Juan Martín Pérez Rosales, Steven Efrén		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Econ. Lucín Castillo, Virginia Carolina		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Negocios Internacionales		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Negocios Internacionales		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	07 de febrero de 2025	No. DE PÁGINAS:	62 p.
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio internacional, Certificaciones, Exportación de Café; Competitividad, Balanza comercial		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Comercio justo, café ecuatoriano, certificación, competitividad, exportaciones.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>Las certificaciones de comercio justo son fundamentales para mantener la competitividad del café ecuatoriano en los mercados internacionales. El estudio utiliza una metodología mixta, cuantitativa y cualitativa, para examinar su impacto en las exportaciones. Al comparar Ecuador con Colombia y Perú, se evidencia un crecimiento leve en las exportaciones de café ecuatoriano, pero sin un impacto notable en los productos certificados. En cambio, Colombia y Perú manifiestan un mayor dinamismo en sus exportaciones. Además, la regresión lineal indica que, aunque el comercio justo influye en los ingresos totales del café, su resultado en la estabilidad del mercado no es determinante. Las entrevistas con expertos en exportación de café proporcionaron información adicional sobre los factores que afectan la competitividad del café ecuatoriano. Los resultados sugieren que, aunque el comercio justo tiene un impacto en otros sectores, su influencia en el café ecuatoriano no es totalmente significativo.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-939602369 +593-987946909	E-mail: juanmartin.mm2002gmail.com Stevenperezr11@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: César Enrique, Freire Quintero		
	Teléfono: +593-990090702		
	E-mail: cesar.freire@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			