



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

**CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO EN LA COMPETITIVIDAD DEL
SECTOR CACAOTERO ECUATORIANO: UN ESTUDIO COMPARATIVO
ENTRE PRODUCTORES CERTIFICADOS Y NO CERTIFICADOS**

**JARA CEDILLO EDWIN PATRICIO
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**MACHALA
2025**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO EN LA
COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CACAOTERO ECUATORIANO:
UN ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE PRODUCTORES
CERTIFICADOS Y NO CERTIFICADOS

JARA CEDILLO EDWIN PATRICIO
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2025



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

TRABAJO TITULACIÓN
ANÁLISIS DE CASOS

CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO EN LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR
CACAOTERO ECUATORIANO: UN ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE
PRODUCTORES CERTIFICADOS Y NO CERTIFICADOS

JARA CEDILLO EDWIN PATRICIO
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

DIAZ CUEVA JIMMY GABRIEL

MACHALA, 05 DE AGOSTO DE 2025

MACHALA
2025

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, JARA CEDILLO EDWIN PATRICIO, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO EN LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CACAOTERO ECUATORIANO: UN ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE PRODUCTORES CERTIFICADOS Y NO CERTIFICADOS, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 05 de agosto de 2025



JARA CEDILLO EDWIN PATRICIO
0706293818





EFFECTOS DE LA CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO EN LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CACAOTERO ECUATORIANO UN ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE PRODUCTORES CERTIFICADOS Y NO CERTIFICADOS



Nombre del documento: EFECTOS DE LA CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO EN LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CACAOTERO ECUATORIANO UN ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE PRODUCTORES CERTIFICADOS Y NO CERTIFICADOS.pdf
ID del documento: 240d6ed2d596a7f0372c38718bf6650e334470c2
Tamaño del documento original: 509,3 kB

Depositante: JIMMY GABRIEL DIAZ CUEVA
Fecha de depósito: 29/6/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 29/6/2025

Número de palabras: 12.585
Número de caracteres: 92.426

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #2403ff El documento proviene de otro grupo 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (107 palabras)
2	revista.religacion.com https://revista.religacion.com/index.php/religacion/article/download/1217/1517/ 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (73 palabras)
3	ciencialatina.org https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/12837/18542/	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (69 palabras)
4	reicomunicar.org https://reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/download/434/729/1920	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (63 palabras)
5	www.scielo.org.mx Productividad, aspectos que benefician a la organización. R... https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-63882022000200189#:~:t... 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (60 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	ciencialatina.org https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/12837	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (34 palabras)
2	repositorio.utmachala.edu.ec Estudio de impacto de políticas agrícolas de la u... http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/9341	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (27 palabras)
3	doi.org Relationship between Productivity and Efficiency with Sustainable Devel... https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.5475	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (33 palabras)
4	dialnet.unirioja.es https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9124257.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (33 palabras)
5	doi.org https://doi.org/10.46932/sfjdv5n7-032	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000500309
2	https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/SectorExterno/ix
3	https://doi.org/10.1080/0142159X.2023.2200118
4	https://www.doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148
5	https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol15iss38.2022pp73-83p

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, JARA CEDILLO EDWIN PATRICIO, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO EN LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CACAOTERO ECUATORIANO: UN ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE PRODUCTORES CERTIFICADOS Y NO CERTIFICADOS, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 05 de agosto de 2025



JARA CEDILLO EDWIN PATRICIO
0706293818



RESUMEN

La certificación de comercio justo es un proceso integral que busca garantizar que los productos, como el cacao, se produzcan y comercialicen de manera ética y sostenible. Este enfoque no solo asegura precios justos para los productores, sino que también promueve condiciones laborales dignas y prácticas agrícolas responsables. En el contexto del sector cacaotero ecuatoriano, la certificación ha permitido a los pequeños productores acceder a mercados diferenciados, mejorar su bienestar y contribuir al desarrollo de sus comunidades. La presente investigación se centra en analizar los efectos de la certificación de comercio justo en la competitividad del sector cacaotero, comparando productores certificados y no certificados.

El objetivo general de la investigación es analizar los efectos de la certificación de comercio justo en la competitividad del sector cacaotero ecuatoriano. Los objetivos específicos incluyen evaluar el impacto de la certificación en los precios de venta del cacao, investigar su influencia en el acceso a mercados internacionales, analizar las diferencias en la calidad del cacao entre productores certificados y no certificados, y examinar el efecto de la certificación en el desarrollo social y económico de las comunidades productoras. La investigación se llevó a cabo utilizando un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. Se recopilaron datos de fuentes primarias y secundarias, incluyendo TradeMap y el Banco Central del Ecuador. Se realizaron entrevistas a productores de cacao en la provincia de El Oro, uno certificado y otro no certificado, para obtener perspectivas directas sobre el impacto de la certificación. El diseño de la investigación fue no experimental y transversal, permitiendo una instantánea de la situación actual del sector.

Los resultados revelaron diferencias significativas entre los productores certificados y no certificados. Los productores certificados experimentaron un aumento en la demanda de su cacao, acceso a precios más altos y la capacidad de reinvertir en sus comunidades. Además, la certificación les permitió diversificar sus canales de comercialización y acceder a mercados internacionales. En contraste, los productores no certificados enfrentaron limitaciones en su competitividad y acceso a mercados, lo que subraya la importancia de la certificación como una estrategia viable para mejorar su situación económica.

El análisis FODA realizado en la investigación identificó fortalezas como el acceso a precios justos y la mejora en la calidad del producto, así como oportunidades en el crecimiento del

mercado de productos sostenibles. Sin embargo, también se señalaron debilidades, como los costos de certificación y la falta de conocimiento entre los productores no certificados, y amenazas como la competencia global y las fluctuaciones en la demanda del consumidor.

La certificación de comercio justo ha demostrado ser un motor clave para el desarrollo social y económico de las comunidades productoras de cacao en Ecuador. Al garantizar precios justos y estables, esta certificación no solo mejora la calidad de vida de los agricultores, sino que también les permite invertir en sus comunidades. La creación de cooperativas y asociaciones ha fortalecido la cohesión social y promovido la colaboración entre los productores, lo que contribuye al desarrollo de comunidades más resilientes.

No obstante, es fundamental reconocer los desafíos asociados con la certificación, como los costos y la complejidad del proceso. Para maximizar los beneficios, se recomienda implementar programas de capacitación y sensibilización dirigidos a productores no certificados, fomentar la creación de cooperativas y establecer alianzas estratégicas con organizaciones que promuevan el comercio justo. Estas acciones no solo ayudarán a nivelar el campo de juego, sino que también contribuirán al desarrollo sostenible del sector cacaotero en Ecuador. En resumen, la certificación de comercio justo tiene el potencial de transformar el sector, pero su éxito depende de un enfoque colaborativo y del apoyo continuo a los productores.

Palabras claves: comercio justo, competitividad, productividad y comercialización

ABSTRACT

Fair trade certification is a comprehensive process that seeks to ensure that products, such as cocoa, are produced and traded ethically and sustainably. This approach not only ensures fair prices for producers, but also promotes decent working conditions and responsible agricultural practices. In the context of the Ecuadorian cocoa sector, certification has allowed small producers to access differentiated markets, improve their well-being and contribute to the development of their communities. This research focuses on analyzing the effects of Fairtrade certification on the competitiveness of the cocoa sector, comparing certified and non-certified producers.

The general objective of the research is to analyze the effects of Fairtrade certification on the competitiveness of the Ecuadorian cocoa sector. Specific objectives include assessing the impact of certification on cocoa sales prices, investigating its influence on access to international markets, analysing differences in cocoa quality between certified and non-certified producers, and examining the effect of certification on the social and economic development of producer communities. The research was carried out using a mixed approach, combining qualitative and quantitative methods. Data were collected from primary and secondary sources, including TradeMap and the Central Bank of Ecuador. Interviews were conducted with cocoa farmers in the province of El Oro, one certified and one non-certified, to obtain direct perspectives on the impact of certification.

The research design was non-experimental and cross-sectional, allowing a snapshot of the current situation of the sector. The results revealed significant differences between certified and non-certified producers. Certified farmers experienced an increase in demand for their cocoa, access to higher prices, and the ability to reinvest in their communities. In addition, the certification allowed them to diversify their marketing channels and access international markets. In contrast, non-certified producers faced limitations in their competitiveness and access to markets, underscoring the importance of certification as a viable strategy to improve their economic situation.

The SWOT analysis conducted in the research identified strengths such as access to fair prices and improvement in product quality, as well as opportunities in the growth of the sustainable products market. However, weaknesses were also pointed out, such as certification costs and lack of knowledge among non-certified producers, and threats such as global competition and fluctuations in consumer demand.

Fair trade certification has proven to be a key driver for the social and economic development of cocoa-producing communities in Ecuador. By ensuring fair and stable prices, this certification not only improves the quality of life of farmers, but also allows them to invest in their communities. The creation of cooperatives and associations has strengthened social cohesion and promoted collaboration among producers, which contributes to the development of more resilient communities.

However, it is critical to recognize the challenges associated with certification, such as costs and process complexity. To maximize benefits, it is recommended to implement training and awareness programs aimed at non-certified producers, encourage the creation of cooperatives and establish strategic alliances with organizations that promote fair trade. These actions will not only help level the playing field, but will also contribute to the sustainable development of the cocoa sector in Ecuador. In summary, Fairtrade certification has the potential to transform the sector, but its success depends on a collaborative approach and continued support to producers.

Keywords: fair trade, competitiveness, productivity and marketing

INDICE GENERAL

RESUMEN	V
ABSTRACT	VII
INTRODUCCION	1
CAPITULO I	4
GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO	4
1.1 Definición y contextualización del objeto de estudio.....	4
1.1.1. Sector cacaotero Ecuador.	4
1.2 Hechos de interés	6
1.2.1. Evolución de las exportaciones de cacao- Ecuador	6
1.3 Objetivos de la investigación.....	9
1.3.1. Objetivo general.....	9
1.3.2. Objetivos específicos:	9
CAPITULO II.....	10
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO – EPISTEMOLÓGICA DEL ESTUDIO	10
2.1. Descripción del enfoque epistemológico de referencia	10
2.1.1 Comercio Justo	10
2.1.2 Principios del comercio justo.....	11
2.1.3 Ventajas del comercio justo	13
2.1.4 Influencia del comercio justo en los precios de ventas del cacao ecuatoriano	13
2.1.5 El Estado y su aporte al comercio justo.....	15
2.2 Bases teóricas de la investigación	16
2.2.1 Competitividad	16
2.2.2 Comercialización	17
2.2.3 Productividad.....	17

CAPITULO III	19
PROCESO METODOLÓGICO	19
3.1 Diseño o tradición de investigación seleccionada.....	19
3.2 Proceso de recolección de datos en la investigación	19
3.3 Sistema de categorización en el análisis de los datos	20
CAPITULO IV.....	21
RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN	21
4.1 Descripción y argumentación teórica de resultado	21
4.1.1. Entrevista	21
4.1.2 Análisis de las entrevistas	25
4.2 Análisis FODA de la certificación del Comercio Justo	26
4.3 Certificaciones y su efecto en la calidad	28
4.4 Efectos de la certificación de comercio justo en el desarrollo social y económico	29
4.5 Conclusiones.....	31
4.6 Recomendaciones.....	32
BIBLIOGRAFÍA	33

INDICE DE TABLAS

Tabla 1:.....	5
Tabla 2	8

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1:.....	7
------------------------	----------

INTRODUCCION

La certificación de comercio justo para la exportación de bananos es un proceso multifacético que abarca diversos aspectos relacionados con el comercio y la producción. Este proceso tiene como objetivo verificar que un producto se haya producido y comercializado de acuerdo con principios éticos y sostenibles. Según (Ríos & Benítez, 2024) la certificación de comercio justo implica la evaluación de múltiples factores, tales como las condiciones laborales de los trabajadores, la protección del medio ambiente, el pago de precios justos a los productores y el apoyo a las comunidades locales.

El propósito de esta certificación es fomentar prácticas comerciales que sean equitativas, transparentes y respetuosas, tanto en el ámbito social como ambiental, a lo largo de la cadena de suministro global. Esto permite a los productores recibir un precio justo por sus productos, al tiempo que brinda a los consumidores la capacidad de identificar fácilmente el origen de sus alimentos. Además, la certificación de comercio justo exige el cumplimiento de rigurosos estándares sociales y ambientales, que abarcan desde la garantía de condiciones laborales seguras y justas para los trabajadores, hasta la promoción de prácticas agrícolas sostenibles que salvaguarden los ecosistemas locales y la biodiversidad.

El comercio justo en el sector cacaotero de Ecuador ha generado avances significativos para los pequeños productores que participan en mercados diferenciados y en relaciones de comercio directo. Estos agricultores obtienen precios más elevados por su cacao, lo que les permite acceder a una mejor capacitación agrícola y asistencia técnica, además de fortalecer sus redes sociales, lo que a su vez contribuye a su bienestar y al desarrollo de sus comunidades.

Asimismo, la certificación de comercio justo y la participación en estos mercados estimulan la adopción de prácticas agrícolas más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. Sin embargo, es importante señalar que a menudo se superponen con certificaciones orgánicas, lo que complica la atribución de los beneficios ambientales exclusivamente al comercio justo. La capacidad de las cooperativas para competir en el mercado, así como la colaboración con gobiernos, organizaciones no gubernamentales y actores del sector privado, son elementos cruciales para el éxito y la sostenibilidad de estas iniciativas.

En conjunto, el comercio justo en el sector cacaotero ecuatoriano no solo representa una oportunidad para mejorar los ingresos y la capacitación de los agricultores, sino que también

contribuye a elevar su calidad de vida, al tiempo que promueve prácticas agrícolas más responsables y sostenibles. (Middendorp et.al, 2020)

La presente investigación se centra en analizar los efectos de la certificación de comercio justo en la competitividad del sector cacaotero ecuatoriano, mediante un estudio comparativo entre productores certificados y no certificados. A lo largo del estudio, se recopilan datos que destacan la importancia de la certificación de comercio justo para los productores, así como las diferencias en las condiciones de mercado y oportunidades que enfrentan ambos grupos. Este análisis es crucial para entender cómo la certificación puede influir en la competitividad y el desarrollo sostenible de los agricultores en Ecuador.

Para la recolección de datos se seleccionaron fuentes primarias y secundarias, como TradeMap, la página oficial del Banco Central del Ecuador y otras. Para los métodos empíricos se utiliza el conocimiento experto y las entrevistas como medio para ampliar la información.

La investigación aportará valiosos resultados que permitirán comprender mejor cómo esta certificación influye en el desempeño económico y social de los agricultores. Se espera que los hallazgos revelen las diferencias en ingresos, acceso a mercados, calidad del cacao y bienestar general entre ambos grupos de productores. Además, la investigación proporcionará información sobre las barreras y oportunidades que enfrentan los agricultores en el proceso de certificación, así como el impacto de la colaboración entre cooperativas y otros actores en la sostenibilidad del sector. Estos resultados no solo contribuirán a la formulación de políticas más efectivas para el apoyo a los productores, sino que también ofrecerán una base sólida para futuras investigaciones y la promoción de prácticas comerciales más justas y sostenibles en la industria cacaotera.

Capítulo I: Se abarca del marco teórico del estudio, mostrando los antecedentes de la industria del cacao, la exportación y referencias a algunos autores relacionados con el proyecto de investigación.

Capítulo II: Se explican las bases teóricas y psicológicas del estudio. Los temas incluyen: comercio justo y sus ventajas.

Capítulo III: Se describen los métodos utilizados en el estudio, así como los tipos de investigación y métodos de recopilación de datos.

Capítulo IV: Se analizan los resultados obtenidos desde el enfoque empírico, confirmando estos resultados, lo que conduce a las conclusiones y recomendaciones sobre el tema.

CAPITULO I

GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Definición y contextualización del objeto de estudio

1.1.1. Sector cacaotero Ecuador.

A nivel global, el cacao se destaca como uno de los productos más antiguos en el comercio internacional, siendo exportado entre diversos países (Mendoza et.al, 2021). Este mercado está dominado por potencias capitalistas y grandes empresas chocolateras con presencia internacional, lo que ha mantenido constantes los elementos clave de la cadena de valor a lo largo de los años, sin cambios significativos en su calidad (Sánchez et.al, 2019). En cuanto a la producción, entre 2020 y 2021 se registró el mayor volumen de producción en la última década, con Costa de Marfil a la cabeza como principal productor, seguido de Ghana y Ecuador, impulsado por la creciente demanda de productos de chocolate. (Vega et.al, 2024)

El cultivo de cacao tiene sus raíces en la época de la colonización, y su consumo a nivel global ha adquirido una relevancia considerable, no solo en la forma de chocolate, sino también como un componente esencial para una dieta saludable, gracias a la apreciación de la calidad de sus granos (Mendoza et.al, 2021). En el siglo XVII, la recolección y explotación del cacao se consideraba una actividad económica significativa en lo que hoy es la provincia del Guayas. A partir de 1779, se inició un gran auge en la producción de cacao que se mantuvo hasta aproximadamente 1842. (Sánchez et.al, 2019)

Ecuador se ha establecido como uno de los principales exportadores de cacao, reconocido por su calidad superior y su notable capacidad de producción (Ramón et.al, 2024). En este país, el cacao tiene un impacto económico significativo, y su historia está marcada por períodos de crecimiento y declive en la producción. (Mendoza et.al, 2021)

El cacao es un sector crucial en Ecuador, representando un capital social al estar presente en numerosas parcelas agrícolas y fincas, lo que genera ingresos importantes para muchas familias. La producción nacional es reconocida por su calidad excepcional, liderando el mercado mundial en la producción de cacao fino y de aroma, conocido como “la pepa de oro” y bajo la denominación de origen “Cacao Nacional, Sabor Arriba”. Este cacao es único en el mundo, gracias a la combinación ideal de suelos fértiles, temperaturas adecuadas y niveles de precipitación óptimos para su cultivo. (Mendoza et.al, 2020)

En Ecuador, los productores de cacao se dividen en dos grupos principales: los pequeños productores, que poseen menos de 10 hectáreas y utilizan sistemas de producción limitados, a menudo combinando sus cultivos con otros árboles; y los medianos y grandes productores, que generalmente operan monocultivos. Los productores de la variedad CCN 51 han establecido plantaciones comerciales en los últimos 25 años, muchas de las cuales cuentan con riego y utilizan maquinaria y diseños de plantación innovadores, además de realizar inversiones significativas en el manejo de plagas y enfermedades. También destacan en el manejo postcosecha (fermentación y secado) y poseen certificaciones internacionales como UTZ y Rainforest, generando empleo tanto directo como indirecto. Algunos pequeños productores también cultivan CCN 51, a menudo combinando esta variedad con cacaos nacionales. (García et.al, 2021)

La producción de cacao en Ecuador abarca 16 de las 24 provincias, con un total de 612.453 hectáreas plantadas y 541.588 hectáreas cosechadas (INEC, 2025). Los pequeños productores de cacao nacional se organizan en asociaciones en diversas provincias, siendo Esmeraldas la que cuenta con el mayor número (51), seguida de Manabí con 28. Provincias como Morona, Pastaza y Cañar tienen solo una asociación. En las fincas de pequeños productores se pueden encontrar variedades de cacao Nacional, así como complejos de Nacional-trinitario y CCN 51. Pocos productores son clasificados como medianos o grandes. Existe un grupo de productores de CCN 51 que están asociados en APROCAFA, además de otros que cultivan más de 100 hectáreas de manera independiente. Es importante destacar que las provincias de Los Ríos, Manabí, Esmeraldas y Guayas representan el 72.4% de la superficie total plantada. (INEC, 2025)

Tabla 1:

Representación de la superficie plantada y cosechada del Cacao en el año 2024

Año	Superficie (ha)		Producción TM	Ventas (Tm)
	Plantada	Cosechada		
2022	591.557	509.179	337.149	336.587
2023	609.750	516.634	375.719	374.623
2024	612.453	541.588	403.699	403.038

Nota: Evolución de la superficie cosechada y plantada del cacao Ecuador 2022-2024. Tomado de (INEC, 2025)

1.2 Hechos de interés

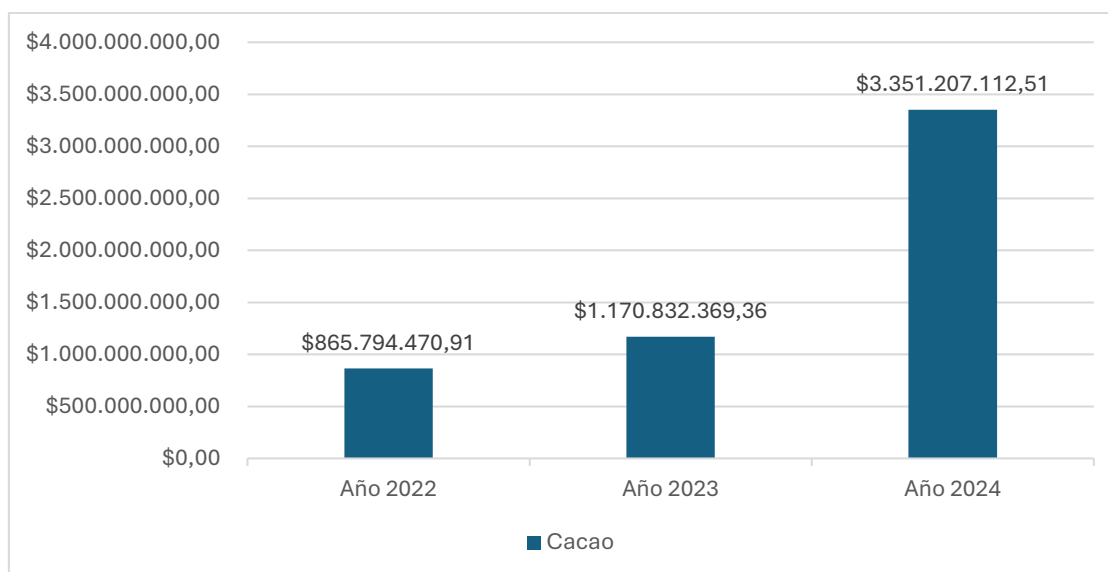
1.2.1. Evolución de las exportaciones de cacao- Ecuador

Según (El Comercio, 2025), el crecimiento de las exportaciones de cacao en Ecuador entre 2022 y 2024 ha estado influenciado por factores estructurales del mercado internacional. En 2024, la industria cacaotera ecuatoriana se benefició de una notable disminución en la producción de cacao en África Occidental, la principal región productora del mundo, debido a condiciones climáticas adversas. Esta contracción en la oferta global resultó en un aumento histórico de los precios del cacao, creando un entorno especulativo que favoreció a los exportadores ecuatorianos, quienes experimentaron mayores ingresos y volúmenes de venta. En este contexto, las grandes empresas cacaoteras de Los Ríos, una de las regiones más productivas del país, se convirtieron en actores clave en la comercialización y transformación del cacao para los mercados internacionales.

De acuerdo con datos de (El Comercio, 2025), en el primer bimestre de 2025, Ecuador exportó \$956 millones en cacao y sus derivados, posicionando este sector como el segundo más importante entre los productos no petroleros y no mineros, superando incluso al banano. Este desempeño sobresaliente, que comenzó a gestarse a finales de 2023, alcanzó un crecimiento del 174% en valor y del 16% en volumen en 2024, según reportes de Fedexpor. Ante este panorama de expansión sostenida en las exportaciones, es relevante analizar cómo este crecimiento ha impactado la rentabilidad de las grandes empresas cacaoteras en Los Ríos. Esta sección se propone estudiar indicadores financieros clave de 2022 a 2024 para determinar si la bonanza exportadora se ha traducido en mejoras proporcionales en utilidades, eficiencia operativa y sostenibilidad financiera.

Gráfico 1:

Exportaciones de cacao 2022-2024 millones de dólares



Nota: Evolución de las exportaciones de cacao periodo 2022-2024. Tomado de (Banco Central del Ecuador, s.f.)

El gráfico 1 muestra un crecimiento notable y constante en las exportaciones de cacao ecuatoriano entre 2020 y 2024, destacando especialmente el año 2024, cuando se alcanzó un valor superior a \$3,351 millones, lo que representa casi la mitad del total exportado en ese quinquenio. Este aumento, especialmente a partir de 2022, coincide con el fortalecimiento del cacao en los mercados internacionales y plantea preguntas importantes sobre su impacto en la rentabilidad de las grandes empresas cacaoteras de Los Ríos. Aunque el dinamismo en las exportaciones sugiere un incremento en los ingresos y posibles beneficios operativos, también es crucial considerar los desafíos estructurales y de competitividad que podrían obstaculizar la conversión de este crecimiento en utilidades sostenibles.

El cacao ecuatoriano es un producto de alta calidad, reconocido globalmente por su distintivo aroma y sabor excepcional. Estas características han posicionado a Ecuador como el cuarto mayor productor de cacao en el mundo y el líder en la producción de cacao fino de aroma. Según (Velásquez & Silva, 2023), las exportaciones de cacao y sus productos semielaborados en Ecuador superaron los \$950 millones en 2022, según datos de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao e Industrializadas del Ecuador (Anecacao). Esto representa un aumento de \$15 millones en comparación con 2020, cuando se vendieron 360,800 toneladas en el extranjero y se incrementó la producción en 50,000 toneladas. En

2021, Ecuador logró vender 360,714 toneladas, consolidándose como un líder en la producción de cacao fino de aroma de alta calidad, con una participación del 62% en el mercado global.

Los principales destinos de exportación del cacao ecuatoriano incluyen Alemania, Bélgica, Estados Unidos, Indonesia Malasia y México ver tabla 2. En 2024, Malasia fue el mayor importador, con 75.563,3 toneladas.

De acuerdo (Taco & Pizarro, 2023) destacan que, a pesar de la pandemia de Covid-19, las exportaciones de cacao en Ecuador aumentaron un 26% en 2020, inyectando \$13 millones a la economía del país. Según el Ministerio de Agricultura y Agronomía, los rendimientos más altos se registraron entre mayo y junio, tras una caída en abril. A pesar de las dificultades en algunos países, Ecuador logró incrementar el suministro de cacao, lo que subraya la importancia de este cultivo y la necesidad de mantener y aumentar su producción para asegurar las exportaciones.

Tabla 2

Principales destinos de exportación del cacao desde Ecuador periodo 2022-2024. Valores miles USD (FOB)

País exportador	2022	2023	2024
Alemania	39.797,1	50.199,4	346.507,1
Bélgica	47.720,5	40.778,7	389.556,2
Estados Unidos	160.965,4	170.077,9	482.748,2
Indonesia	152.037,2	203.794,3	476.474,6
Malasia	167.739,1	290.567,9	578.607,2
México	65.659,0	59.907,7	228.482,3

*Nota: evolución de las exportaciones de los principales países importador de cacao.
Tomado de (Banco Central del Ecuador, s.f.)*

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Analizar los efectos de la certificación de comercio justo en la competitividad del sector cacaotero ecuatoriano, mediante un estudio comparativo entre productores certificados y no certificados.

1.3.2. Objetivos específicos:

- ❖ Evaluar el impacto de la certificación de comercio justo en los precios de venta del cacao producido por agricultores certificados en comparación con aquellos que no cuentan con dicha certificación.
- ❖ Investigar cómo la certificación de comercio justo influye en el acceso a mercados internacionales y en la diversificación de canales de comercialización para los productores de cacao en Ecuador.
- ❖ Analizar las diferencias en la calidad del cacao entre los productores certificados y no certificados, y cómo estas diferencias afectan la percepción del consumidor y la competitividad en el mercado.
- ❖ Examinar el efecto de la certificación de comercio justo en el desarrollo social y económico de las comunidades productoras de cacao, incluyendo aspectos como la inversión en infraestructura y el bienestar de los agricultores.

CAPITULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO – EPISTEMOLÓGICA DEL ESTUDIO

2.1. Descripción del enfoque epistemológico de referencia

2.1.1 Comercio Justo

El Comercio Justo se presenta como una alternativa al modelo comercial convencional, destacándose por su enfoque en un intercambio que prioriza el respeto, el diálogo, la equidad entre productores y consumidores, así como la responsabilidad hacia el medio ambiente. Entre sus principios se encuentran la equidad en las relaciones comerciales, la transparencia, el pago de precios justos, el respeto a los derechos laborales y humanos, y la protección del entorno (Salas et.al, 2021). Además, (Araya & Araya, 2019) señalan que este modelo promueve un comercio ético que busca asegurar condiciones justas tanto en la producción como en la comercialización de productos. Este enfoque equilibrado fomenta la inversión responsable, la innovación y la equidad, con el fin de lograr un desarrollo económico sostenible y una estabilidad financiera a largo plazo. (Pulgar & Rivera , 2022)

El comercio justo del cacao ha ganado relevancia en los últimos años, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de los productores al fomentar un comercio más equitativo. Esta iniciativa busca garantizar que los productores reciban un precio justo por su labor, mientras que los compradores se comprometen a cumplir con estándares sociales y ambientales. Las "Organizaciones internacionales para el etiquetado de comercio justo" promueven este modelo como una alternativa viable para que los pequeños productores obtengan un reconocimiento adecuado por su esfuerzo en mantener producciones estables y de calidad, además de adoptar prácticas de producción sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. (García et.al, 2021)

El comercio justo busca establecer relaciones comerciales que promuevan el desarrollo sostenible mediante una distribución más equitativa en los ámbitos económico, social y político. Esto implica una mayor participación y empoderamiento de todos los actores en los procesos de toma de decisiones, centrando la atención en las personas y la sostenibilidad social, económica y ambiental de las comunidades (Solorzano et.al, 2023). La participación activa de los actores locales en proyectos sociales y productivos permite identificar nuevos escenarios de desarrollo, ya que son estos agentes quienes determinan los métodos de producción y el bienestar de las comunidades rurales (Parra et.al, 2021; (Maestre et.al, 2023).

El comercio justo tiene el potencial de aliviar la pobreza y fomentar el desarrollo sostenible, contribuyendo al bienestar de las personas. Sin embargo, si no se implementa de manera justa y responsable, puede aumentar la pobreza y la desigualdad, socavar el desarrollo sostenible y la seguridad alimentaria, y generar impactos negativos en las culturas locales y en los recursos naturales esenciales para la vida humana (García et.al, 2022; (Pinargote et.al, 2023). En Ecuador, la estructura estatal actual apoya el fortalecimiento organizativo a través de programas de los ministerios y gobiernos autónomos, promoviendo negocios que favorezcan el desarrollo sostenible en la región. Se ha puesto especial énfasis en la gestión, financiamiento y asociacionismo para adquirir insumos agrícolas básicos, lo que ha resultado en un aumento de la productividad y ha sostenido la producción agroalimentaria, así como la soberanía y seguridad alimentaria del país.

La certificación de Comercio Justo surgió como respuesta a las fluctuaciones de precios en los productos agrícolas, con el objetivo de abordar el subdesarrollo en los países productores. Esta certificación es otorgada por organizaciones que operan bajo principios democráticos y se comprometen a mantener negociaciones justas y éticas (Fridell, 2006). Las entidades que promueven la certificación de Comercio Justo se dedican a cumplir con sus objetivos de asociación, mejorando las condiciones de producción y la calidad de vida de los agricultores, al actuar de manera equitativa y transparente en busca de fines comunes.

2.1.2 Principios del comercio justo

Para que una organización de pequeños productores sea reconocida dentro del movimiento de Comercio Justo, la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) establece diez estándares que deben cumplirse rigurosamente:

- 1. Creación de oportunidades para productores en desventaja económica:** El comercio busca reducir la pobreza apoyando a pequeños productores, ya sean empresas familiares, asociaciones o cooperativas, para que logren autosuficiencia económica mediante planes participativos que fomenten su crecimiento personal y comercial.
- 2. Transparencia y responsabilidad:** Las organizaciones deben ser transparentes en su gestión y relaciones comerciales, involucrando a empleados y productores en la toma de decisiones y asegurando una comunicación abierta a lo largo de la cadena de suministro.

3. **Prácticas comerciales justas:** Se prioriza el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores, evitando maximizar ganancias a su costa. Los contratos se respetan y los pagos se realizan de manera oportuna, reconociendo las desventajas financieras de los productores.
4. **Pago de un precio justo:** Los compradores aseguran que los pagos se transfieran adecuadamente a los productores y que se mantengan relaciones comerciales a largo plazo basadas en la confianza y el respeto mutuo. El precio justo se establece mediante diálogo y debe ser socialmente aceptable.
5. **Asegurar la ausencia de trabajo infantil y forzado:** Las organizaciones garantizan que no se utilice trabajo forzado y que se cumplan las normativas sobre el empleo infantil, asegurando que cualquier participación de niños no afecte su bienestar.
6. **Compromiso con la no discriminación y equidad de género:** No se discrimina en la contratación ni en la remuneración, y se promueve la participación de mujeres en roles de liderazgo y en la toma de decisiones, garantizando igualdad de pago por trabajo igual.
7. **Asegurar buenas condiciones de trabajo:** Se debe proporcionar un entorno laboral seguro y saludable, cumpliendo con las leyes locales y los convenios de la OIT sobre salud y seguridad.
8. **Facilitar el desarrollo de capacidades:** Las organizaciones deben ayudar a los pequeños productores a mejorar sus habilidades de gestión y acceso a mercados, promoviendo el desarrollo positivo en sus comunidades.
9. **Promoción del Comercio Justo:** Se busca crear conciencia sobre la necesidad de justicia en el comercio global, informando a los clientes sobre los productos y las organizaciones de productores involucradas.
10. **Respeto por el medio ambiente:** Las organizaciones deben maximizar el uso de materias primas sostenibles y minimizar el impacto ambiental mediante prácticas de producción responsables y el uso de tecnologías limpias.
11. **Respeto y difusión de la identidad cultural:** Este nuevo principio, relevante en Latinoamérica, promueve la protección y difusión de la identidad cultural y los conocimientos tradicionales de las familias productoras, reflejados en sus productos y diseños artesanales. (Marcillo, 2017)

2.1.3 Ventajas del comercio justo

El Comercio Justo es una red que conecta a todos los actores del comercio, incluyendo productores, consumidores, importadores y exportadores, lo que genera beneficios diversos y correlacionados para cada uno de ellos. Según (Marcillo, 2017) los beneficios del Comercio Justo son múltiples, destacando los siguientes:

- Crea condiciones favorables para los productores de bajos recursos.
- Promueve la transparencia en el trabajo y en los acuerdos comerciales, fomentando la responsabilidad entre los participantes.
- Establece relaciones comerciales justas que consideran la satisfacción social, económica y ambiental de sectores marginados, evitando maximizar ganancias a expensas de estos.
- Determina precios justos mediante acuerdos mutuos entre los agentes comerciales.
- Combate el trabajo forzado y la explotación infantil.
- Lucha contra la discriminación, promueve la libertad de cooperativismo y la equidad de género.
- Garantiza buenas condiciones laborales.
- Facilita el desarrollo de capacidades, especialmente para pequeños productores marginados.
- Respeta el medio ambiente al reducir el uso de materias primas no sostenibles.

2.1.4 Influencia del comercio justo en los precios de ventas del cacao ecuatoriano

Ecuador cuenta con diversas organizaciones de productores de cacao que están certificadas bajo el comercio justo, lo que les permite acceder a mejores precios y condiciones de venta. En 2024, se destacan iniciativas como UNOCACE y otras cooperativas que promueven la sostenibilidad y el bienestar de los agricultores.

Organizaciones Certificadas de Comercio Justo en Ecuador

- ✓ **UNOCACE:** Esta cooperativa es reconocida por su compromiso con la producción sostenible y el comercio justo, beneficiando a sus miembros con mejores precios y condiciones de venta.
- ✓ **Asociación Nacional de Cacao:** Agrupa a varios productores que cumplen con los estándares de comercio justo, promoviendo prácticas agrícolas responsables y el desarrollo comunitario.
- ✓ **CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo):** Representa a más de 100 organizaciones certificadas en la región, apoyando a los productores de cacao en Ecuador a mejorar sus condiciones de vida y acceso a mercados.

La certificación de comercio justo tiene un impacto positivo en los precios que reciben los productores, garantizando precios mínimos y primas adicionales que aumentan su rentabilidad. Además, facilita el acceso a mercados especializados y mejora la reputación del producto, lo que incrementa su valor y la confianza del consumidor.

Impacto en los precios:

- **Precio Mínimo Garantizado:** Certificaciones como Fairtrade establecen un precio mínimo que los compradores deben abonar, protegiendo a los productores de la volatilidad del mercado y asegurando un ingreso que cubra sus costos de producción.
- **Prima Fairtrade:** Además del precio mínimo, los productores reciben una prima adicional que se destina a proyectos comunitarios, mejoras en la producción y en la calidad de vida de los trabajadores.
- **Acceso a Mercados:** La certificación permite a los productores acceder a mercados especializados y a consumidores socialmente responsables dispuestos a pagar un precio premium por productos certificados.
- **Mejora de la Reputación:** La certificación de comercio justo eleva la reputación del producto y de la empresa, generando confianza entre los consumidores y aumentando la demanda, lo que puede resultar en precios más altos.

Impacto en la rentabilidad:

- **Aumento de Ingresos:** La combinación del precio mínimo, la prima Fairtrade y el acceso a nuevos mercados puede resultar en un aumento significativo de los ingresos de los productores, mejorando su situación económica y calidad de vida.

- **Mayor Estabilidad:** La garantía de precios y ingresos permite a los productores planificar mejor sus inversiones y gestionar sus finanzas de manera más efectiva, lo que contribuye a una mayor estabilidad económica.
- **Inversión en Mejoras:** La prima Fairtrade, destinada a financiar mejoras en la producción, puede incrementar la productividad y eficiencia, reduciendo costos y mejorando la calidad del producto, lo que a su vez puede aumentar la rentabilidad a largo plazo.
- **Desarrollo Sostenible:** El comercio justo no solo beneficia económicamente a los productores, sino que también promueve el desarrollo sostenible al invertir en proyectos sociales y ambientales, generando beneficios a largo plazo para las comunidades. (CLAC, s.f.)

2.1.5 El Estado y su aporte al comercio justo

El comercio justo ha ganado popularidad a nivel mundial, y Ecuador no es la excepción. El gobierno ecuatoriano colabora con redes de comercio justo para fomentar una economía más equitativa y sostenible. Esta colaboración se manifiesta a través de acuerdos que permiten a las empresas acceder a incentivos fiscales y financieros, facilitando su crecimiento. Además, el estado apoya la capacitación de pequeños productores y empresas locales para que puedan integrarse en estas redes y mejorar sus condiciones económicas.

El gobierno también impulsa el comercio justo mediante campañas de promoción y sensibilización, que buscan fomentar el consumo de productos justos y concienciar a la población sobre la importancia de apoyar a los pequeños productores. Esto crea un ciclo virtuoso donde los consumidores respaldan a los productores justos, quienes a su vez pueden mejorar su situación económica y ofrecer productos de mayor calidad. (Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, s.f.)

Asimismo, el estado ecuatoriano colabora con organizaciones internacionales de comercio justo, lo que fortalece la visibilidad de estas redes tanto a nivel nacional como internacional, atrayendo a más empresas y productores a este modelo comercial. A través de acuerdos, campañas de sensibilización y colaboración internacional, el gobierno busca establecer una economía más justa y sostenible.

En el ámbito político, Ecuador ha implementado diversas medidas para promover el comercio justo, como la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria de 2011, que establece un marco legal para su fomento. También se creó el Instituto Ecuatoriano de Comercio Justo en 2008, encargado de regular y promover esta práctica. En 2010, se

implementó una política de compras públicas sostenibles que prioriza productos de comercio justo en las adquisiciones del estado. Además, el gobierno ha desarrollado un programa de comercio justo para apoyar a productores y artesanos en la comercialización de sus productos.

El Ecuador se destaca en América por su favorable posición en comercio justo, gracias a la voluntad del gobierno de promover el diálogo entre los actores involucrados. La implementación del Mecanismo Nacional para el Fortalecimiento del Comercio Justo y el Comité Especial de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo en 2015 ha permitido establecer un Plan de Acción interinstitucional que incluye a todos los ministerios relevantes y organizaciones de comercio justo y economía solidaria. (Coscione et.al, 2017)

En resumen, el Estado ecuatoriano ha tomado medidas significativas para promover el comercio justo mediante la creación de marcos legales, instituciones específicas, políticas de compras sostenibles y el apoyo a productores y artesanos, así como alianzas con organizaciones internacionales. Para evaluar su impacto, es fundamental analizar la realidad de las redes de comercio justo en Ecuador.

2.2 Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Competitividad

La competitividad, según el economista Michael E. Porter, se define como la "capacidad de una nación, región, sector o empresa para crear y mantener una ventaja comparativa en el mercado global". Esta definición subraya la relevancia de la competitividad en un entorno global, donde las organizaciones deben superar a sus competidores para lograr el éxito, como señalan. (Ramos & Jiménez, 2024)

Por otro lado (Cordova & Mamani, 2023) añaden que, desde una perspectiva de rendimiento, la competitividad se entiende como la habilidad de una organización para obtener resultados superiores en comparación con sus rivales. Esta visión se enfoca en medir el desempeño y en identificar los factores clave que contribuyen al éxito competitivo.

Desde el punto de vista de los recursos, la competitividad implica la posesión y el uso eficaz de activos y capacidades. Los autores (Cabico et.al, 2022) destacan la importancia de los recursos tangibles e intangibles, como la tecnología, la experiencia del personal y la reputación de la marca, para lograr una ventaja competitiva.

Finalmente, la competitividad es un concepto dinámico que evoluciona con el tiempo y depende de las condiciones del entorno. Por otro lado (Machuca et.al, 2023) enfatizan que la competitividad no es estática, sino que requiere una adaptación continua a los cambios en el mercado, las tecnologías y las expectativas de los clientes.

2.2.2 Comercialización

La comercialización es un aspecto crucial para todas las empresas, incluidos los agricultores, ya que existen diversas estrategias que pueden hacer que este proceso sea más eficiente y efectivo, contribuyendo al éxito. Muchas organizaciones se enfocan en desarrollar un sistema sólido de comercialización que les brinde ventajas competitivas y les permita ser preferidas por sus clientes. (Sumba et.al, 2022)

La comercialización abarca un conjunto de acciones destinadas a promover productos, bienes o servicios, llevadas a cabo por organizaciones, empresas y grupos sociales (Camacho, 2015). Según (Noriega et.al, 2018), las estrategias de comercialización permiten a las empresas adoptar un enfoque proactivo en la planificación de su futuro, estructurándose en tres etapas clave: formulación, implementación y control de estrategias. El éxito de una estrategia comercial se mide por el crecimiento positivo que genera, lo que convierte a las estrategias de crecimiento en elementos esenciales para la implementación de proyectos. (Mera et.al, 2022)

Las estrategias de comercialización son fundamentales en el entorno empresarial, ya que las actividades diarias de las empresas buscan generar valor competitivo, aumentar las ventas y destacar las capacidades del talento humano. Estas estrategias fomentan enfoques creativos en ventas y servicio al cliente, contribuyendo al cumplimiento de las metas organizacionales y logrando un posicionamiento significativo en el mercado (León, 2013). Por lo tanto, es importante identificar las estrategias más utilizadas en este ámbito.

2.2.3 Productividad

Desde una perspectiva económica, la productividad se define como la relación entre la cantidad de productos generados y los recursos utilizados en su producción. Este concepto implica un análisis de los recursos empleados y los resultados obtenidos, y generalmente se mide en función de los resultados y la generación de recursos (Hofman et.al, 2017; Morales, 2018). La productividad se fomenta en un entorno de eficiencia y eficacia, donde se busca establecer salarios que reflejen el desempeño de los trabajadores. Esto responde a las críticas de la escuela clásica sobre la productividad, que aboga por una gestión formal para lograr la

eficiencia empresarial (Ramírez et.al, 2022). El objetivo principal es reflexionar y analizar estudios sobre la productividad para identificar los aspectos que benefician a las empresas mediante una gestión adecuada.

Las empresas, a través de una gestión eficiente, buscan alcanzar niveles óptimos de productividad para satisfacer las necesidades y expectativas de calidad y precios justos de sus productos o servicios. Esto implica realizar una evaluación integral y segmentada de los procesos de producción, considerando el valor agregado de las materias primas e insumos (Sandoval et.al, 2018). La Productividad Empresarial se basa en el uso eficiente y efectivo de recursos clave como trabajo, capital, tierra, energía e información en la producción de bienes y servicios. Además, la productividad requiere medir sus variables para buscar una mejora continua que favorezca las condiciones de desarrollo. (Raya & Núñez, 2015)

Otras definiciones de productividad la consideran una medida de eficiencia que combina los factores e insumos utilizados en la producción. Aumentar la productividad implica "producir más con la misma cantidad de recursos e insumos" (Ibujés & Franco, 2023). En este contexto, se puede afirmar que la productividad es un objetivo estratégico que las empresas deben alcanzar. Implementar estrategias para lograr niveles adecuados de productividad ofrece beneficios como una clara adaptación a los cambios del entorno, sistemas de control y evaluación del uso de recursos en la producción, y el desarrollo de estrategias empresariales enfocadas en mejorar la productividad. Esto también permite reducir costos en materias primas e insumos mediante el uso de tecnología, mejorar la calidad de los productos y establecer precios competitivos. (Ramírez et.al, 2022)

CAPITULO III

PROCESO METODOLÓGICO

3.1 Diseño o tradición de investigación seleccionada

Se empleará un método descriptivo-analítico para examinar las características de la certificación de comercio justo y su relación con la competitividad en el sector cacaotero. Este método permitirá describir las condiciones actuales del sector, así como analizar cómo la certificación influye en aspectos como la calidad del producto, el acceso a mercados y los precios.

La investigación se llevará a cabo utilizando un enfoque mixto, que combina métodos cualitativos y cuantitativos para así obtener una comprensión más completa (Battista & Torre, 2023). Esto permitirá obtener una comprensión más profunda del impacto de la certificación de comercio justo en la competitividad del sector cacaotero ecuatoriano, integrando tanto datos numéricos como percepciones y experiencias de los productores. Los datos necesarios serán extraídos de fuentes confiables como TRADE MAP, el Banco Central del Ecuador y PRO ECUADOR, las cuales ya han recopilado información relevante sobre el tema. Además, se utilizarán las percepciones de diferentes actores relacionados en sector cacaotero.

El diseño de la investigación será no experimental, ya que se observarán y analizarán las variables en su contexto natural sin manipularlas. Se utilizará un enfoque transversal, dado que se recogerán datos en un solo momento en el tiempo, permitiendo una instantánea de la situación actual de los productores de cacao en la provincia de El Oro.

3.2 Proceso de recolección de datos en la investigación

Las técnicas e instrumentos constituyen los recursos esenciales para llevar a cabo el estudio de investigación, facilitando la obtención de información pertinente. En este contexto, se elegirá la técnica de investigación documental, la cual, según (Reyes & Carmona, 2020), se define como un método de investigación de enfoque cualitativo que se centra en la recolección, recopilación y selección de información presente en diversos documentos.

Para ello, se utilizarán fuentes bibliográficas impresas, que incluirán libros de texto, tesis y estadísticas proporcionadas por el Banco Central del Ecuador, así como publicaciones periódicas, como los boletines de Pro Ecuador. Este enfoque resulta valioso, ya que permite

establecer una regresión que explica la relación entre las variables, siempre que se identifiquen adecuadamente una variable independiente y una dependiente.

La recolección de datos se llevará a cabo a través de encuestas estructuradas dirigidas a dos productores de cacao de la provincia de El Oro. Las encuestas se realizarán de manera presencial o virtual, dependiendo de la disponibilidad de los productores, garantizando así la obtención de información relevante y actualizada.

3.3 Sistema de categorización en el análisis de los datos

El análisis de los datos se llevará a cabo mediante un sistema de categorización que permitirá organizar la información recolectada. En esta sección se presentan los elementos clave que facilitan la interpretación de los hallazgos. Se establece que cada categoría incluye aspectos importantes que deben ser considerados en la investigación, lo que permite validar los resultados a través de un análisis exhaustivo. Para llevar a cabo este análisis, se han identificado los temas más significativos que contribuyen al logro de los objetivos planteados.

- Conocimiento y percepción sobre la certificación de comercio justo.
- Impacto de la certificación en la competitividad del producto.
- Beneficios y desafíos asociados a la certificación.
- Estrategias de comercialización utilizadas.

CAPITULO IV

RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Descripción y argumentación teórica de resultado

En esta sección se lleva a cabo un análisis de los resultados obtenidos a partir de las preguntas y respuestas, en función de las herramientas y técnicas de investigación seleccionadas. Se realizaron entrevistas a dos productores de cacao de la provincia de El Oro: uno de ellos cuenta con la certificación de comercio justo, mientras que el otro no. Estas entrevistas permitieron explorar las perspectivas de los productores, quienes son considerados relevantes para el tema de investigación debido a su experiencia directa en el sector. Las respuestas obtenidas se analizaron con el fin de validar la hipótesis planteada.

4.1.1. Entrevista

Entrevista realizada al productor de cacao certificado

Conocimiento y Percepción sobre la Certificación de Comercio Justo

1. ¿Qué entiende usted por certificación de comercio justo y cómo llegó a conocer sobre este concepto?

Entiendo que la certificación de comercio justo es un reconocimiento que garantiza que mi cacao se produce bajo condiciones justas y sostenibles, tanto para los productores como para el medio ambiente. Conocí este concepto a través de una capacitación organizada por una ONG que trabaja con agricultores de la región.

2. ¿Cuáles son las principales características que asocia con la certificación de comercio justo en el sector cacaotero?

Asocio la certificación de comercio justo con el pago de precios justos, condiciones laborales dignas, prácticas agrícolas sostenibles y el fortalecimiento de las comunidades productoras. También implica un compromiso con la calidad del producto.

Impacto de la Certificación en la Competitividad del Producto

3. ¿Cómo considera que la certificación de comercio justo ha influido en la competitividad de su producto en el mercado?

La certificación ha mejorado significativamente la competitividad de mi producto. Los consumidores valoran cada vez más los productos éticos y sostenibles, lo que me ha permitido posicionar mi producto en mercados más exigentes.

4. ¿Ha notado algún cambio en la demanda de su cacao desde que obtuvo la certificación de comercio justo (si aplica)?

Sí, he notado un aumento en la demanda. Los compradores están dispuestos a pagar un precio más alto por el cacao certificado, lo que ha beneficiado mis ingresos.

Beneficios y Desafíos Asociados a la Certificación

5. ¿Cuáles son los principales beneficios que ha experimentado al estar certificado con comercio justo?

Los principales beneficios incluyen un mejor precio por mi producto, acceso a nuevos mercados y la posibilidad de reinvertir en mi comunidad. Además, he podido mejorar mis prácticas agrícolas y la calidad de mi producto.

6. ¿Qué desafíos ha enfrentado en el proceso de obtención y mantenimiento de la certificación de comercio justo?

Uno de los desafíos ha sido cumplir con los requisitos y estándares necesarios para mantener la certificación. También ha sido complicado el proceso de auditoría, que requiere tiempo y recursos.

Estrategias de Comercialización Utilizadas

7. ¿Qué estrategias de comercialización ha implementado para promover su cacao certificado y cómo se diferencian de las utilizadas para el cacao no certificado?

He implementado estrategias de marketing que destacan la historia detrás de mi cacao, enfatizando su producción sostenible y ética. A diferencia del cacao no certificado, que se vende principalmente a granel, mi cacao certificado se comercializa en empaques atractivos y con información sobre su origen.

Acceso a Mercados Internacionales

8. ¿Cómo ha afectado la certificación de comercio justo su acceso a mercados internacionales? ¿Ha podido exportar su producto a nuevos mercados?

La certificación ha facilitado mi acceso a mercados internacionales, especialmente en Europa y Estados Unidos, donde hay una alta demanda de productos sostenibles. He podido exportar mi cacao a varios países, lo que ha ampliado mis oportunidades de negocio.

Diversificación de Canales de Comercialización

9. ¿Ha diversificado sus canales de comercialización desde que obtuvo la certificación?

Si es así, ¿qué nuevos canales ha explorado?

Sí, he diversificado mis canales de comercialización. Ahora vendo directamente a consumidores a través de ferias y mercados locales, además de trabajar con distribuidores que se especializan en productos orgánicos y de comercio justo.

10. ¿Qué tan importante considera la diversificación de canales de comercialización para el éxito de su negocio en el contexto de la certificación de comercio justo?

Considero que la diversificación es crucial. Me permite reducir riesgos y adaptarme a las fluctuaciones del mercado. Además, al diversificar, puedo llegar a diferentes segmentos de consumidores que valoran la sostenibilidad.

Entrevista realizada al productor de cacao no certificado

Conocimiento y Percepción sobre la Certificación de Comercio Justo

1. **¿Qué entiende usted por certificación de comercio justo y cómo llegó a conocer sobre este concepto?**

He oído hablar de la certificación de comercio justo, pero no tengo un conocimiento profundo. Sé que se trata de un reconocimiento que asegura condiciones justas para los productores, pero no he explorado cómo podría beneficiarme.

2. **¿Cuáles son las principales características que asocia con la certificación de comercio justo en el sector cacaotero?**

Asocio la certificación con el pago de precios justos y prácticas sostenibles, pero no tengo experiencia directa con ella. Me parece que podría ser beneficiosa, pero no estoy seguro de cómo implementarla.

Impacto de la Certificación en la Competitividad del Producto

3. **¿Cómo considera que la certificación de comercio justo ha influido en la competitividad de su producto en el mercado?**

No tengo la certificación, así que no puedo decir con certeza cómo influiría en mi competitividad. Sin embargo, he notado que algunos compradores prefieren productos certificados, lo que podría ser una desventaja para mí.

4. ¿Ha notado algún cambio en la demanda de su cacao desde que obtuvo la certificación de comercio justo (si aplica)?

No aplico, ya que no tengo la certificación. Sin embargo, he escuchado que los productores certificados han visto un aumento en la demanda.

Beneficios y Desafíos Asociados a la Certificación

5. ¿Cuáles son los principales beneficios que ha experimentado al estar certificado con comercio justo?

No puedo responder a esta pregunta, ya que no tengo la certificación. Sin embargo, imagino que los beneficios podrían incluir mejores precios y acceso a mercados más amplios.

6. ¿Qué desafíos ha enfrentado en el proceso de obtención y mantenimiento de la certificación de comercio justo?

No he enfrentado desafíos relacionados con la certificación, ya que no he intentado obtenerla. Pero he escuchado que puede ser un proceso complicado y costoso.

Estrategias de Comercialización Utilizadas

7. ¿Qué estrategias de comercialización ha implementado para promover su cacao certificado y cómo se diferencian de las utilizadas para el cacao no certificado?

No tengo cacao certificado, así que mis estrategias de comercialización se centran en la venta a granel y en mercados locales. No he implementado estrategias específicas para productos certificados.

Acceso a Mercados Internacionales

8. ¿Cómo ha afectado la certificación de comercio justo su acceso a mercados internacionales? ¿Ha podido exportar su producto a nuevos mercados?

No tengo la certificación, por lo que no he podido acceder a mercados internacionales que valoran productos certificados. Mi acceso a estos mercados es limitado.

Diversificación de Canales de Comercialización

9. ¿Ha diversificado sus canales de comercialización desde que obtuvo la certificación? Si es así, ¿qué nuevos canales ha explorado?

No he diversificado mis canales de comercialización en relación con la certificación, ya que no la tengo. Mis ventas se realizan principalmente a través de intermediarios locales.

10. ¿Qué tan importante considera la diversificación de canales de comercialización para el éxito de su negocio en el contexto de la certificación de comercio justo?

Creo que la diversificación es importante en general, pero no tengo experiencia en el contexto de la certificación. Sin embargo, entiendo que podría ser una ventaja para aquellos que la tienen.

4.1.2 Análisis de las entrevistas

El análisis de las respuestas de los productores de cacao con y sin certificación de comercio justo revela una clara dicotomía en la percepción y el impacto de esta certificación en sus negocios. El productor certificado muestra un profundo conocimiento sobre el concepto de comercio justo, destacando sus beneficios en términos de precios justos, condiciones laborales dignas y prácticas sostenibles. Este productor ha experimentado un aumento en la demanda de su cacao, lo que ha mejorado su competitividad en el mercado. En contraste, el productor sin certificación carece de un entendimiento profundo sobre el comercio justo y reconoce que su falta de certificación podría limitar su acceso a mercados más amplios y a precios más altos. Esta diferencia en el conocimiento y la percepción sugiere que la educación y la capacitación son fundamentales para que los productores no certificados puedan beneficiarse de la certificación.

El impacto de la certificación en la competitividad del producto es evidente en las respuestas del productor certificado, quien ha podido acceder a mercados internacionales y diversificar sus canales de comercialización. La certificación no solo ha mejorado su posición en el mercado, sino que también le ha permitido reinvertir en su comunidad y mejorar sus prácticas agrícolas. Por otro lado, el productor sin certificación se siente en desventaja, ya que no puede competir en igualdad de condiciones con aquellos que tienen la certificación. Esto resalta la necesidad de que los productores no certificados consideren la certificación como una estrategia viable para mejorar su competitividad y acceder a nuevos mercados.

Los beneficios y desafíos asociados a la certificación también son un punto clave en este análisis. El productor certificado menciona beneficios tangibles, como mejores precios y acceso a nuevos mercados, pero también reconoce los desafíos que implica mantener la certificación, como el cumplimiento de estándares y el proceso de auditoría. En contraste, el productor sin certificación no ha enfrentado desafíos relacionados con la certificación, pero su falta de experiencia lo deja en una posición vulnerable. Esto sugiere que, aunque la certificación puede presentar desafíos, los beneficios superan a los inconvenientes, y es crucial que los productores no certificados busquen apoyo para superar estos obstáculos.

Para abordar estas disparidades, se proponen varias estrategias. Primero, es fundamental implementar programas de capacitación y sensibilización sobre la certificación de comercio justo, dirigidos a productores no certificados, para que comprendan los beneficios y el proceso de obtención. Segundo, se podrían establecer cooperativas que faciliten la certificación colectiva, reduciendo costos y compartiendo recursos entre los productores. Tercero, fomentar alianzas con organizaciones no gubernamentales y empresas que promuevan el comercio justo podría abrir nuevas oportunidades de mercado y financiamiento. Finalmente, es esencial desarrollar estrategias de marketing que destaquen la historia y el valor del cacao producido de manera sostenible, tanto para los productores certificados como para aquellos que buscan obtener la certificación. Estas acciones no solo ayudarían a nivelar el campo de juego, sino que también contribuirían al desarrollo sostenible del sector cacaotero en la región.

4.2 Análisis FODA de la certificación del Comercio Justo

El análisis FODA se presenta como una herramienta fundamental para la planificación estratégica; sin embargo, su comprensión a menudo es limitada, lo que subraya la importancia de que los gerentes perfeccionen sus habilidades en la toma de decisiones estratégicas (Benzaghta et.al, 2021). A continuación, se presenta un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de la certificación de comercio justo en productores certificados y no certificados en el sector cacaotero:

Fortalezas

- **Acceso a Precios Justos:** Los productores certificados suelen recibir precios más altos y estables por su cacao, lo que mejora su rentabilidad y calidad de vida.

- **Mejora en la Calidad del Producto:** La certificación fomenta prácticas agrícolas sostenibles que pueden resultar en un cacao de mayor calidad, lo que aumenta su competitividad en el mercado.
- **Fortalecimiento de Redes Sociales:** La creación de cooperativas y asociaciones entre productores certificados promueve la colaboración y el intercambio de conocimientos, lo que beneficia a la comunidad en su conjunto.
- **Reconocimiento Internacional:** La certificación de comercio justo proporciona un sello de calidad que puede aumentar la confianza del consumidor y facilitar el acceso a mercados internacionales.

Oportunidades

- **Crecimiento del Mercado de Productos Sostenibles:** La creciente demanda de productos éticos y sostenibles en el mercado global ofrece una oportunidad para que los productores certificados amplíen su base de clientes.
- **Acceso a Capacitación y Asistencia Técnica:** Los productores certificados a menudo tienen acceso a programas de capacitación que mejoran sus habilidades y prácticas agrícolas, lo que puede aumentar su productividad.
- **Incentivos Gubernamentales:** La posibilidad de recibir apoyo y financiamiento de gobiernos y organizaciones no gubernamentales para la obtención y mantenimiento de la certificación.
- **Diversificación de Canales de Comercialización:** La certificación permite a los productores acceder a mercados diferenciados y a consumidores dispuestos a pagar un precio premium por productos certificados.

Debilidades

- **Costos de Certificación:** Los costos asociados con la obtención y mantenimiento de la certificación pueden ser una carga significativa, especialmente para los pequeños productores.
- **Falta de Conocimiento:** Los productores no certificados pueden carecer de información sobre los beneficios de la certificación y cómo obtenerla, lo que limita su capacidad para competir.

- **Dependencia de la Certificación:** Algunos productores pueden volverse dependientes de la certificación para acceder a mercados, lo que puede ser problemático si no pueden mantener los estándares requeridos.
- **Desigualdad entre Productores:** La certificación puede crear una brecha entre productores certificados y no certificados, lo que puede generar tensiones en las comunidades.

Amenazas

- **Competencia en el Mercado Global:** La competencia de otros países productores de cacao que no están sujetos a los mismos estándares puede afectar la competitividad de los productores ecuatorianos.
- **Cambios en la Demanda del Consumidor:** Las fluctuaciones en las preferencias de los consumidores pueden impactar la demanda de productos certificados, afectando los ingresos de los productores.
- **Condiciones Climáticas Adversas:** El cambio climático y las condiciones climáticas extremas pueden afectar la producción de cacao, lo que representa un riesgo tanto para productores certificados como no certificados.
- **Regulaciones Cambiantes:** Cambios en las normativas de comercio justo o en los requisitos de certificación pueden complicar el proceso para los productores y afectar su capacidad para acceder a mercados.

Este análisis FODA proporciona una visión integral de la situación de la certificación de comercio justo en el sector cacaotero, destacando tanto las ventajas como los desafíos que enfrentan los productores certificados y no certificados.

4.3 Certificaciones y su efecto en la calidad

Las certificaciones de comercio justo, como Fairtrade, han demostrado tener un impacto positivo tanto en la percepción de calidad como en ciertos aspectos tangibles de la calidad de los productos. Investigaciones realizadas con consumidores europeos revelan que la inclusión de etiquetas de certificación puede incrementar la disposición a pagar y la preferencia por productos identificados como de comercio justo. Este fenómeno es especialmente notable cuando los consumidores reciben información adicional sobre el sistema de certificación. Esto sugiere que la percepción de calidad está profundamente

influenciada por la confianza en la certificación y el nivel de conocimiento sobre prácticas sostenibles. (Ruggeri et.al, 2021)

La calidad del cacao entre productores certificados y no certificados presenta diferencias significativas que impactan tanto la percepción del consumidor como la competitividad en el mercado. Los productores certificados, que cumplen con estándares de comercio justo, tienden a ofrecer un cacao de mayor calidad, lo que se traduce en un mejor sabor y características organolépticas superiores. Esta calidad es valorada por los consumidores, quienes están dispuestos a pagar precios más altos por productos que garantizan prácticas sostenibles y éticas.

Por otro lado, los productores no certificados a menudo enfrentan desafíos en la calidad de su cacao, ya que pueden carecer de acceso a técnicas agrícolas avanzadas y recursos para mejorar sus prácticas. Esto puede resultar en un producto que no cumple con las expectativas del mercado, limitando su competitividad. La percepción del consumidor se ve afectada, ya que muchos prefieren optar por productos certificados, lo que crea una brecha en la demanda y el acceso a mercados más lucrativos.

Además, la certificación no solo mejora la calidad del cacao, sino que también fortalece la marca del productor en el mercado. Los consumidores asocian la certificación con confianza y responsabilidad social, lo que puede influir en sus decisiones de compra (Kaczorowska et.al, 2021). En contraste, los productores no certificados pueden ser percibidos como menos confiables, lo que afecta negativamente su capacidad para competir en un mercado cada vez más exigente.

Para mejorar la competitividad de los productores no certificados, es crucial implementar estrategias que fomenten la capacitación en prácticas agrícolas sostenibles y la búsqueda de certificaciones. Esto no solo elevaría la calidad del cacao, sino que también podría transformar la percepción del consumidor, permitiendo a estos productores acceder a mercados más amplios y mejorar sus ingresos.

4.4 Efectos de la certificación de comercio justo en el desarrollo social y económico

social y económico de las comunidades productoras de cacao, influyendo en diversos aspectos que van desde la inversión en infraestructura hasta el bienestar general de los agricultores. En primer lugar, esta certificación garantiza precios justos y estables para los productores, lo que les permite obtener ingresos más altos y predecibles. Este aumento en los ingresos no solo mejora la calidad de vida de los agricultores y sus familias, sino que

también les brinda la capacidad de invertir en sus comunidades. Con mayores recursos económicos, los productores pueden destinar fondos a la mejora de infraestructuras locales, como caminos, sistemas de agua potable y centros educativos, facilitando así el acceso a servicios básicos y mejorando las condiciones de vida en general.

Además, la certificación de comercio justo fomenta la creación de cooperativas y asociaciones entre los agricultores, lo que fortalece la cohesión social y promueve la colaboración. A través de estas organizaciones, los productores pueden compartir recursos, conocimientos y experiencias, lo que les permite mejorar sus prácticas agrícolas y aumentar la calidad de su cacao. Esta colaboración no solo beneficia a los agricultores individualmente, sino que también contribuye al desarrollo de una comunidad más unida y resiliente, capaz de enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades en el mercado.

El bienestar de los agricultores también se ve afectado positivamente por la certificación de comercio justo. Al recibir precios justos, los productores pueden invertir en educación, salud y nutrición, lo que resulta en un impacto positivo en el desarrollo humano de sus familias. La posibilidad de acceder a servicios de salud y educación de calidad es fundamental para el progreso de las comunidades, ya que contribuye a la formación de una población más capacitada y saludable. Sin embargo, es importante reconocer que la certificación de comercio justo también presenta desafíos, como los costos asociados con su obtención y mantenimiento, que pueden ser una carga para algunos productores, especialmente aquellos que operan a pequeña escala.

Por último, la participación en mercados diferenciados, como el comercio directo de cacao de alta calidad, ha generado importantes beneficios tanto sociales como económicos para las comunidades productoras. Los pequeños agricultores que logran acceder a estos mercados obtienen precios más altos por su cacao, lo que no solo mejora su situación financiera, sino que también les brinda oportunidades para acceder a capacitación agrícola y asistencia técnica. Aunque la certificación promueve la adopción de prácticas agrícolas más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, a menudo se superpone con otras certificaciones, como la orgánica, lo que puede dificultar la atribución exclusiva de los beneficios ambientales al comercio justo. A pesar de esta complejidad, la implementación de prácticas sostenibles es un paso crucial hacia la conservación del medio ambiente y la mejora de la calidad del cacao. El éxito de estas iniciativas depende en gran medida de la competitividad de las cooperativas y del apoyo que reciban de actores gubernamentales y privados, lo que resalta la importancia

de la colaboración entre estos sectores para maximizar el impacto positivo de la certificación en el desarrollo comunitario. (Middendorp, Boever,, Rueda, & Lambin, 2020)

4.5 Conclusiones

En conclusión, la certificación de comercio justo en el sector cacaotero ecuatoriano ha demostrado ser un motor clave para el desarrollo social y económico de las comunidades productoras. Al garantizar precios justos y estables, esta certificación permite a los agricultores obtener ingresos más altos y predecibles, lo que no solo mejora su calidad de vida, sino que también les brinda la capacidad de invertir en sus comunidades. Las inversiones en infraestructura, como caminos y sistemas de agua potable, son fundamentales para facilitar el acceso a servicios básicos y mejorar las condiciones de vida en general, lo que resalta la importancia de la certificación en el bienestar de los agricultores y sus familias.

Además, la certificación de comercio justo fomenta la creación de cooperativas y asociaciones entre los productores, fortaleciendo la cohesión social y promoviendo la colaboración. A través de estas organizaciones, los agricultores pueden compartir recursos y conocimientos, lo que les permite mejorar sus prácticas agrícolas y aumentar la calidad de su cacao. Esta colaboración no solo beneficia a los productores individualmente, sino que también contribuye al desarrollo de comunidades más unidas y resilientes, capaces de enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades en el mercado. La certificación, por lo tanto, no solo se traduce en beneficios económicos, sino que también promueve un sentido de comunidad y solidaridad entre los agricultores.

Sin embargo, es crucial reconocer que la certificación de comercio justo también presenta desafíos, como los costos asociados con su obtención y mantenimiento, que pueden ser una carga para algunos productores, especialmente aquellos que operan a pequeña escala. Para maximizar los beneficios de la certificación, es fundamental implementar programas de capacitación y sensibilización que ayuden a los productores a comprender y superar estos obstáculos. Asimismo, fomentar alianzas con organizaciones no gubernamentales y empresas que promuevan el comercio justo puede abrir nuevas oportunidades de mercado y financiamiento. En resumen, la certificación de comercio justo tiene el potencial de transformar el sector cacaotero en Ecuador, pero su éxito depende de un enfoque colaborativo y del apoyo continuo a los productores.

4.6 Recomendaciones

Para fortalecer el sector cacaotero en Ecuador, es fundamental implementar programas de capacitación y sensibilización dirigidos a los productores de cacao, especialmente aquellos que no cuentan con certificación de comercio justo. Estos programas deben enfocarse en educar a los agricultores sobre los beneficios de la certificación, así como en el proceso de obtención y los estándares requeridos. Al aumentar el conocimiento sobre el comercio justo, los productores podrán comprender mejor cómo esta certificación puede mejorar su competitividad, acceso a mercados y, en última instancia, su calidad de vida. Además, se deben incluir talleres prácticos sobre prácticas agrícolas sostenibles que les permitan elevar la calidad de su cacao y cumplir con los requisitos de certificación.

Asimismo, es crucial fomentar la creación y fortalecimiento de cooperativas entre los pequeños productores. Estas organizaciones pueden facilitar el proceso de certificación colectiva, lo que no solo reduce costos, sino que también permite a los agricultores compartir recursos y conocimientos. Las cooperativas pueden actuar como plataformas para la comercialización conjunta, lo que les brinda a los productores una mayor visibilidad en el mercado y la posibilidad de acceder a precios más justos. Además, al trabajar en conjunto, los agricultores pueden abordar desafíos comunes, como el manejo de plagas y enfermedades, y mejorar sus prácticas agrícolas, lo que redundará en un aumento de la calidad del cacao producido.

Finalmente, es esencial establecer alianzas estratégicas con organizaciones no gubernamentales, empresas y entidades gubernamentales que promuevan el comercio justo. Estas colaboraciones pueden abrir nuevas oportunidades de financiamiento y acceso a mercados internacionales, lo que beneficiará a los productores de cacao. Además, el apoyo de estas entidades puede ser crucial para la implementación de proyectos de infraestructura que mejoren las condiciones de vida en las comunidades productoras. Al integrar esfuerzos entre los diferentes actores del sector, se puede maximizar el impacto positivo de la certificación de comercio justo, promoviendo un desarrollo social y económico sostenible en las comunidades cacaoteras de Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

- Araya, S., & Araya, C. (2019). Priorización Multicriterio de Mercados Potenciales de Comercio Justo. *Información tecnológica*, 30(5), 309-318. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000500309>
- Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Estadísticas de Comercio Exterior de Bienes*. Recuperado el 22 de junio de 2025, de BCE: https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/SectorExterno/ix_ComercioExterior.html
- Battista, A., & Torre, D. (2023). Diseños de investigación con métodos mixtos. *Medical Teacher*, 45(6), 585-587. doi:<https://doi.org/10.1080/0142159X.2023.2200118>
- Benzaghta, M., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55-73. doi:<https://www.doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>
- Cabico, A., Neme, S., & Sandoval, M. (2022). Gestión estratégica en las pequeñas y medianas empresas en Mozambique. *Revista Ciencia UNEMI*, 15(38), 73-83. doi:<https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol15iss38.2022pp73-83p>
- Camacho, E. (2015). Estrategias De Comercialización Y Su Incidencia En El Desarrollo Microempresarial Del Sector Arrocerero Del Cantón Babahoyo, Provincia Los Rios. "Tesis de grado". Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo. Obtenido de <https://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/1752>
- CLAC. (s.f.). *¿Qué es el Comercio Justo?* Recuperado el 22 de junio de 2025, de La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC: <https://clac-comerciojusto.org/comercio-justo-3/#>
- Cordova, C., & Mamani, A. (2023). Capital relacional y ventaja competitiva en las actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza, Yanahuara – Arequipa, 2022. "tesis de grado". Universidad Tecnológica del Perú, Arequipa, Peru. Obtenido de <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/7551>
- Coscione, M., Mulder, N., Costa, S., Alvarez, M., Fuentes, A., Olmos, X., . . . Vélez, S. (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. Santiago de Chile y El

Salvador: CEPAL y CLAC. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2022/08/comercio_justo_cepal_clac.pdf

El Comercio. (16 de marzo de 2025). *Exportaciones de cacao en Ecuador crecieron 174% en 2024, conozca sus principales destinos*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ecuador-duplico-exportaciones-cacao-principales-destinos/>

Fridell, G. (2006). Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluación histórica. *Íconos - Revista De Ciencias Sociale*(24), 43–57. doi:<https://doi.org/10.17141/iconos.24.2006.145>

García, A., Pico, B., & Jaimez, R. (2021). La cadena de producción del Cacao en Ecuador: Resiliencia en los diferentes actores de la producción. *Revista Digital Novasinergia*, 4(2), 152-172. doi:<https://doi.org/10.37135/ns.01.08.10>

García, N., Almeida, P., & Machado, F. (2022). El comercio justo como estrategia para el desarrollo de los pequeños productores del Ecuador. *Revista electrónica TAMBARA*, 19(106), 1585-1595. Obtenido de <https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/7682957d-9b19-4b7a-a734-fb3a1ccf94e4>

Hofman, A., Mas, M., Aravena, C., & Fernández, J. (2017). Crecimiento económico y productividad en Latinoamérica. El proyecto LA-KLEMS. *El trimestre económico*, 84(334), 259-306. doi:<https://doi.org/10.20430/ete.v84i334.302>

Ibujés, J., & Franco, A. (2023). Relación entre productividad y eficiencia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible: el caso de la industria manufacturera en Pichincha, Ecuador. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 35, 34–56. doi:<https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.5475>

INEC. (2025). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua*. Quito: inec. Retrieved from chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/2024/Presentacion_de_resultados_ESPAC_2024.pdf

- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (s.f.). *La práctica del comercio justo promueve los principios de la Economía Popular y Solidaria*. Recuperado el 22 de junio de 2025, de Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria: <https://www.economiasolidaria.gob.ec/la-practica-del-comercio-justo-promueve-los-principios-de-la-economia-popular-y-solidaria/#:~:text=Popular%20y%20Solidaria-,La%20pr%C3%A1ctica%20del%20comercio%20justo%20promueve%20los%20principios%20de%20la,que%20desa>
- Kaczorowska, J., Prandota, A., Rejman, K., Halicka, E., & Tul, A. (2021). Certification Labels in Shaping Perception of Food Quality—Insights from Polish and Belgian Urban Consumers. *Sustainability*, 13(2), 702. doi:<https://doi.org/10.3390/su13020702>
- León, N. (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 19(2), 379-389. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.redalyc.org/pdf/280/28026992014.pdf>
- Machuca, F., Canova, C., & Fabián, M. (2023). Una aproximación a los conceptos de innovación radical, incremental y disruptiva en las organizaciones. *Región Científica*, 2(1), 202-324. doi:<https://doi.org/10.58763/rc202324>
- Maestre, M., Lombana, J., Barrios, J., & Rodríguez, A. (2023). Comercio justo en cooperativas bananeras del Magdalena (Colombia): una estrategia para disminuir la pobreza en pequeños productores. *Revista Perspectiva Empresarial*, 9(2), 69–86. doi:<https://doi.org/10.16967/23898186.795>
- Marcillo, C. (2017). *Vive Comercio justo. Manual básico de conceptos avances y proyecciones en el Ecuador*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial. Obtenido de https://www.socioeco.org/bdf_fiche-outil-132_es.html
- Mendoza, E., Boza, J., & Manjarrez, N. (2021). Impacto socioeconómico de la producción y comercialización del cacao de los pequeños productores del cantón Quevedo. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 8, 255–272. doi:<https://doi.org/10.21855/ecociencia.80.603>

- Mendoza, E., Cervantes, X., & Vásconez, G. (2020). Las rutas del cacao y su impacto socioeconómico en las comunidades. *Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences*, 10(4), 1253-1272. Obtenido de <https://www.uteq.edu.ec/es/investigacion/articulo/153>
- Mendoza, E., Cervantes, X., & Vásconez, G. (2021). Sistemas de producción del cacao vs recursos ambientales. Un reto estratégico actual. *Socialium: Revista Científica de Ciencias Sociales*, 5(2), 335-348. doi:<https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2021.5.2.1009>
- Mera, C., Cedeño, C., Mendoza, V., & Moreira, J. (2022). El marketing digital y las redes sociales para el posicionamiento de las PYMES y el emprendimiento empresarial. *Revista Espacios*, 43(03), 27-34. doi: 10.48082/espacios-a22v43n03p03
- Middendorp, R., Boever, O., Rueda, X., & Lambin, E. (2020). Improving smallholder livelihoods and ecosystems through direct trade relations: High-quality cocoa producers in Ecuador. *Business Strategy & Development*, 3(2), 165-184. doi:<https://doi.org/10.1002/bsd2.86>
- Morales, R. (2018). Calidad y Productividad. *Espirales Revista Multidisciplinaria De investigación*, 2(18), 74–79. doi:<https://doi.org/10.31876/er.v2i18.671>
- Noriega, E., Suarez, F., Vengoechea, J., & Jaafar, H. (2018). Gestión estratégica como agente impulsor en las pymes para el éxito organizacional. *Revista Espacios*, 39(16), 1-18. Obtenido de [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.revistaespacios.com/a18v39n16/a18v39n16p18.pdf](https://www.revistaespacios.com/a18v39n16/a18v39n16p18.pdf)
- Parra, D., Pérez, M., Manjarrez, N., & González, B. (2021). Análisis para la implementación de cajas de ahorros comunitarias para empresas populares y solidarias del cantón Quevedo, año 2021. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 8, 162–179. doi:<https://doi.org/10.21855/ecociencia.80.641>
- Pinargote, E., Sánchez, V., & Piloso, K. (2023). Construcción de trayectorias teóricas desde el emprendimiento hacia la gerencia y el desarrollo local. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinaria*, 7(3), 9341-9357. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i3.6817

- Pulgar, K., & Rivera, M. (2022). Mercados emergentes en tiempos de COVID-19. *Esprint Investigación*, 1(2), 5–15. doi:<https://doi.org/10.61347/ei.v1i2.46>
- Ramírez, G., Magaña, D., & Ojeda, R. (2022). Productividad, aspectos que benefician a la organización. Revisión sistemática de la producción científica. *TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN*, 7(20), 189–208. doi:<https://doi.org/10.36791/tcg.v8i20.166>
- Ramón, R., Verdezoto, M., Romero, D., & Meleán, R. (2024). Análisis de las exportaciones cacaoteras en Sudamérica y su relación con Ecuador. *Revista Uniandes Episteme*, 11(1), 86–100. doi:<https://doi.org/10.61154/rue.v11i1.3382>
- Ramos, D., & Jiménez, J. (2024). La innovación desde las tecnologías emergentes para la competitividad empresarial. *Gestión Y Desarrollo Libre*, 9(17), 1-14. doi:<https://doi.org/10.18041/2539-3669/gestionlibre.17.2024.11052>
- Raya, M., & Núñez, R. (2015). La productividad, un pilar importante en la ventaja competitiva de las organizaciones: una perspectiva para la gestión de los factores que influyen en la productividad empresarial. *Portal De La Ciencia*(7), 77–88. doi:<https://doi.org/10.5377/pc.v7i0.2134>
- Reyes, L., & Carmona, F. (2020). La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio. *"Trabajo de Investigacion"*. Universidad Simón Bolívar, Cucuta-Colombia. Obtenido de <https://bonga.unisimon.edu.co/items/cbb661ef-30e3-4263-b7b2-810e88237f5f>
- Ríos, K., & Benítez, F. (2024). Impacto de la Certificación Comercio Justo como Herramienta de Internacionalización de Empresas Exportadoras de Banano de la Provincia El Oro. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(4), 6418-6440. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.12837
- Ruggeri, G., Corsi, S., & Nayga, R. (2021). Eliciting willingness to pay for fairtrade products with information. *Food Quality and Preference*, 87. doi:<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104066>
- Salas, E., Arguello, C., & Guapi, A. (2021). The Fairtrade movement in the context of sustainable development. *Visionario Digital*, 5(1), 36-51. doi:<https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v5i1.1535>

- Sánchez, V., Zambrano, J., & Iglesias, C. (2019). *La Cadena de Valor del Cacao en América Latina y El Caribe*. 1300 New York Avenue, NW: INIAP, Estación Experimental Santa Catalina 2019. Obtenido de repositorio.iniap.gob.ec/handle/41000/5382
- Sandova, S., Armijo, D., & González, K. (2018). La comunicación del talento humano en la productividad empresarial. *INNOVA Research Journal*, 3(8.1), 167–175. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n8.1.2018.760>
- Solorzano, A., Mora, N., & Revelo, R. (2023). Las redes de Comercio Justo, el Aporte de las Universidades. *593 Digital Publisher CEI*, 8(5), 297-312. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2023.5.1886>
- Sumba, R., Toala, A., & García, H. (2022). Canales de comercialización en las ventas de la asociación 11 de Octubre. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 6(1), 92-108. doi:10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.92-108
- Taco, L., & Pizarro, K. (2023). Análisis comparativo de las exportaciones de camarón, cacao y banano del Ecuador de los años 2018 – 2022 y su incidencia en la balanza comercial. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas (REMCA)*, 6(2), 116-126. doi:<https://doi.org/10.62452/s1hgg124>
- Vega , R., Castro, D., Pajuelo, F., Honorio, C., & Hernandez, J. (2024). Subproductos de cacao (*Theobroma cacao*) en la alimentación animal: ¿Una alternativa viable y sostenible? *Manglar*, 21(1), 127-134. doi:<http://dx.doi.org/10.57188/manglar.2024.013>
- Velásquez, S., & Silva, E. (2023). Diversificación geográfica de las exportaciones de cacao en polvo, por medio de iniciativas comerciales destinadas a mercados internacionales. *Prohominum*, 5(3), 63–75. doi:<https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0194>