



“Ecuador debe posicionarse con propuesta de calidad” para ser líder mundial en el café de especialidad.

Posted on Septiembre 19, 2026

Por Samantha Arias

La capital de Ecuador es el escenario de la primera feria internacional dedicada a conectar a productores, tostadores y consumidores con la celebración de The Global Coffee Fair (TGCF) y la gala de South America's 100 Best Coffee Shops.

El consumo mundial de café ha mantenido una tendencia de crecimiento constante, con una tasa de avance anual de aproximadamente 5,4% en los últimos años. Sin embargo, en este 2026, el mercado ya no solo busca una bebida, **sino conocer el origen, procesos y el rostro detrás de cada taza.**

Expertos y productores coinciden en que el modelo comercial tradicional debe dar paso a un esquema de transparencia e integración directa.

☐☐ "Ecuador debe posicionarse con propuesta de calidad" para ser líder mundial en el café de especialidad: experto

☕ Quito, la capital del país sudamericano, es el escenario de la primera feria internacional dedicada a conectar a productores, tostadores y consumidores con la...
pic.twitter.com/jMd7zoIOoO

— Sputnik Mundo (@SputnikMundo) September 19, 2026

La clave de la sostenibilidad

En el circuito comercial tradicional, menos del 10% del precio final del café llega al pequeño productor, en contraste con el 70 u 80% que absorben los intermediarios, según datos de la Organización Internacional del Café (OIC).

Este desequilibrio **es el principal motor de la transición hacia modelos de venta directa** y transparente.

Klever Torres, director de The Best Coffee Shops Ecuador, enfatiza que **los intermediarios deben evolucionar** hacia puntos de conexión efectiva.

“La realidad de los productores y el consumidor final se está volcando de una manera muy interesante: los comercializadores y tostadores hoy quieren saber de dónde viene su café. ¿Qué debemos mejorar? La comercialización y transparencia, los lazos directos con los productores para que la remuneración llegue a los espacios que lo necesitan y no se quede en la mitad”, explica en entrevista para Sputnik.

Para el experto, cuando **el productor mejora su calidad de vida**, cambia la calidad y el volumen del grano. Esa reconexión entre el origen y el consumidor también dinamiza la economía rural.

Durante el primer semestre de este año, **las exportaciones de café ecuatoriano registraron un crecimiento interanual del 41,4 %**, alcanzando un monto total de 82,7 millones de dólares, según la Asociación Nacional Ecuatoriana de Café (ANECAFÉ).

Diana Salvador, productora de café en la reserva del Chocó Andino, **resalta el papel del agroturismo** y la valoración del trabajo agrícola, cuyo interés ha repuntado desde la pandemia de COVID-19.

“El café dinamiza la economía local por la mano de obra que demanda, pero el turismo ayuda a acercar el campo a la ciudad. Permite valorar el trabajo minucioso del café de especialidad y visibilizar granos de sabores complejos que hoy son reconocidos internacionalmente”, señala durante una conversación con este medio.

Posicionamiento internacional y valor agregado

El encuentro realizado en Quito **busca consolidar la diversidad geográfica y microclimática** de Ecuador, esto como un factor de ventaja competitiva en los mercados de nicho.

“Iniciativas como esta dan impulso al origen, **dando fe del esfuerzo de los agricultores** y de la variedad de café que tenemos en un territorio tan pequeño”, comenta Jalál DuBois, productor audiovisual y promotor del evento, en entrevista para Sputnik.

En un contexto internacional marcado por la volatilidad de precios, la apuesta por el segmento **de alta gama se perfila como la única vía sostenible para los países productores de este alimento.**

Entre 2021 y 2026, la cotización internacional del café en la Bolsa de Nueva York experimentó un salto drástico, al pasar de un promedio de 1,20 a 1,50 dólares por libra, **a rangos de entre 2,80 y más de 3,5 dólares, rozando incluso picos de 4 dólares.**

Esta tendencia al alza impacta con mayor fuerza al segmento de especialidad, donde las primas por calidad, la producción limitada y los costos logísticos encarecen aún más el costo final que paga el consumidor.

César Ramírez, fundador y director de *The World's 100 Best Coffee Shops*, resalta que **la coyuntura del mercado favorece a los productores diferenciados:**

“El precio del café está subiendo, pero el de especialidad [se eleva] aún más. Ecuador debe posicionarse con una propuesta de calidad; eso lo convertirá en una de las grandes potencias y referentes del mundo [cafetero]”, precisa en diálogo con este medio.

Esta proyección internacional ya rinde frutos en el circuito local. **Dos cafeterías de Ecuador se posicionaron en el ranking mundial** de las cien mejores de la región, ocupando los puestos 11 y 48, esto gracias a la excelencia de sus insumos, la maestría en el barismo y la innovación de su propuesta gastronómica.

El Maipo/Sputnik