

Análisis de la cadena de suministro del café y su impacto en la comercialización ecuatoriana**Analysis of the coffee supply chain and its impact on Ecuadorian commercialization**

*Evelyn Nicolle Cagua Mejía, Héctor Simon Pinargote Vélez, Henry Marcelino Pinargote Pinargote,
Claudio Cesar Armijos Choez & María Elena Cedeño Cedeño*

**CIENCIA, TECNOLOGÍA Y
SOCIEDAD****Julio - diciembre, Vº7 - N°2; 2026****Recibido:** 10-07-2026**Aceptado:** 13-07-2026**Publicado:** 16-07-2026**PAIS**

- Ecuador, Manabí
- Ecuador, Manabí
- Ecuador, Manabí
- Ecuador, Manabí
- Ecuador, Manabí

INSTITUCION

- Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
- Universidad Estatal del Sur de Manabí
- Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
- Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
- Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

CORREO:

- ✉ e2300248354@live.ulead.edu.ec
- ✉ hector.pinargote@unesum.edu.ec
- ✉ henry.pinargote@uleam.edu.ec
- ✉ claudio.armijos@uleam.edu.ec
- ✉ melenacedenoc@uleam.edu.ec

ORCID:

-  <https://orcid.org/0009-0005-7472-3978>
-  <https://orcid.org/0000-0001-5914-5720>
-  <https://orcid.org/0000-0001-8871-3651>
-  <https://orcid.org/0009-0008-1969-5830>
-  <https://orcid.org/0009-0000-5192-3954>

FORMATO DE CITA APA.

Cagua, E., Pinargote, H., Pinargote-Pinargote, H., Armijos, C. & Cedeño, M. (2026). Análisis de la cadena de suministro del café y su impacto en la comercialización ecuatoriana. *Revista G-ner@ndo*, Vº7 (Nº2). Pág. 881 – 899.

Resumen

La cadena de suministro constituye un elemento fundamental para la competitividad de los productos agrícolas, especialmente en sectores estratégicos como el cafetalero. En Ecuador, la comercialización del café enfrenta diversos desafíos relacionados con la logística, la calidad de la materia prima, el transporte y la distribución, factores que pueden limitar el acceso a mercados más amplios y afectar el posicionamiento del producto a nivel nacional e internacional. En este contexto, la presente investigación tuvo como objetivo analizar la relación entre la cadena de suministro del café y la comercialización ecuatoriana, tomando como referencia el caso de la empresa ISASI, un emprendimiento familiar dedicado a la producción y comercialización de café arábico en la parroquia San Isidro, provincia de Manabí. La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, con predominio cuantitativo, mediante un diseño no experimental, descriptivo y correlacional. Para la recolección de información se aplicó una encuesta estructurada con escala tipo Likert a consumidores y clientes vinculados a la empresa, obteniéndose un total de 61 respuestas válidas. La confiabilidad del instrumento fue evaluada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, alcanzando un valor de 0,965, lo que evidencia una alta consistencia interna. Los resultados muestran que la mayoría de los participantes perciben que una gestión eficiente de la cadena de suministro influye positivamente en la comercialización del café, favoreciendo la calidad del producto, la satisfacción del cliente y la competitividad empresarial.

Palabras clave: Suministro, café, comercialización, competitividad, logística.

Abstract

The supply chain constitutes a fundamental element for the competitiveness of agricultural products, especially in strategic sectors such as coffee. In Ecuador, coffee marketing faces various challenges related to logistics, the quality of raw materials, transportation and distribution, factors that can limit access to broader markets and affect the positioning of the product at a national and international level. In this context, the objective of this research was to analyze the relationship between the coffee supply chain and Ecuadorian marketing, taking as reference the case of the ISASI company, a family business dedicated to the production and marketing of Arabica coffee in the San Isidro parish, province of Manabí. The research was developed under a mixed approach, with a quantitative predominance, through a non-experimental, descriptive, and correlational design. To collect information, a structured survey with a Likert-type scale was applied to consumers and clients linked to the company, obtaining a total of 61 valid responses. The reliability of the instrument was evaluated using Cronbach's Alpha coefficient, reaching a value of 0.965, which shows high internal consistency. The results show that most participants perceive that efficient supply chain management positively influences coffee marketing, favoring product quality, customer satisfaction, and business competitiveness.

Keywords: Supply, coffee, marketing, competitiveness, logistics.

Introducción

En el escenario económico contemporáneo, las transformaciones globales impulsadas por la globalización, la digitalización de los mercados y el incremento del comercio internacional han generado la necesidad de fortalecer los sistemas productivos y logísticos en sectores estratégicos como el cafetalero. Actualmente, las economías ya no dependen únicamente de la producción, si no de la eficiencia en la gestión de la cadena de suministro, lo cual integra procesos de producción, almacenamiento, transporte y distribución. Según la OECD, (2021), una cadena de suministro eficiente es determinante para mejorar la competitividad y el posicionamiento de los productos en mercados locales e internacionales. En este sentido, la comercialización del café ecuatoriano se ve directamente influenciado por la capacidad de organizar y coordinar estos procesos de manera eficiente, garantizando calidad, disponibilidad y cumplimiento en la entrega.

En este contexto, la gestión de la cadena de suministro emerge como un elemento clave para responder a las exigencias del mercado global. Según FAO, (2022), resalta que la competitividad del sector agrícola depende de la eficiencia logística y de la integración entre los actores de la cadena productiva. La planificación adecuada, el uso de tecnologías, la optimización de transportes y la coordinación entre productores y distribuidores son factores esenciales para mejorar la comercialización. Sin embargo, la efectividad de estos procesos depende del nivel de organización y capacitación de los actores involucrados ya que una cadena desarticulada limita el acceso a mercados más amplios y reduce el valor agregado del producto (García-Zamora, 2025).

A nivel internacional, la cadena de suministro del café ha adquirido relevancia como un factor determinante en la competitividad del producto en mercados exigentes. Estudios recientes evidencian que países con sistemas logísticos más eficientes logran posicionar

mejor sus productos y obtener mayores beneficios económicos. Un análisis de la Organización Internacional del Café (2023), indica que la trazabilidad, la calidad y la eficiencia en la distribución son factores clave para el éxito comercial de café. Asimismo, la creciente demanda global ha generado presión sobre los sistemas productivos, obligando a los productores a mejorar sus procesos para cumplir con estándares internacionales de calidad y sostenibilidad.

En el contexto latinoamericano, la cadena de suministro del café enfrenta múltiples desafíos estructurales. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe, (2023) señala que la región presenta limitaciones en infraestructuras logística, acceso a tecnología y coordinación entre los actores de la cadena productiva. Según diversos estudios, estas debilidades afectan directamente la comercialización, ya que generan retrasos, incrementan los costos y disminuyen la competitividad del producto en el mercado internacional. Esta situación evidencia la necesidad de fortalecer los sistemas de producción y distribución para mejorar la participación del café latinoamericano en los mercados globales.

En Ecuador, el sector cafetalero es una actividad económica importante, especialmente en zonas rurales donde es una fuente de empleo y desarrollo local. No obstante, según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2022), reconoce que la cadena de suministro del café presenta deficiencias en aspectos como la logística la calidad de la materia prima y la coordinación comercial. Investigaciones recientes han demostrado que estas limitaciones afectan la comercialización del café ecuatoriano, reduciendo su competitividad frente a otros países productores. Además, la falta de estrategias de innovación y capacitación incide negativamente en la capacidad de los productores para acceder a mercados más exigentes.

A nivel local y empresarial, estas problemáticas se reflejan en emprendimientos como la empresa ISASI, dedicada a la producción y comercialización de café Arábico en la parroquia San Isidro. Este negocio familiar surge a partir de la pandemia del COVID-19, iniciando como un emprendimiento en el que el café se comercializaba principalmente entre familiares y personas cercanas. Con el tiempo, más personas se interesaron en probar el producto debido a su calidad, aroma y sabor, lo que permitió ampliar su mercado y comenzar su crecimiento progresivo. Actualmente, la empresa ha logrado posicionarse en ciertos espacios a nivel nacional y busca expandirse hacia mercados más amplios, incluso a nivel internacional. Sin embargo, su crecimiento desde el mercado local hacia el ámbito cantonal, nacional e internacional depende en gran medida de la eficiencia de su cadena de suministro. La adecuada gestión de procesos como la producción, almacenamiento, transporte y distribución resulta fundamental para garantizar la calidad del producto y mejorar su posicionamiento en el mercado.

En consecuencia, surge la necesidad de analizar como la cadena de suministro del café influye en la comercialización ecuatoriana y de qué manera su optimización puede fortalecer la competitividad del sector. Esta relación se presenta como un elemento estratégico para impulsar el desarrollo económico y mejorar la participación del café ecuatoriano en mercados más amplios. De esta problemática general se desprende la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera la cadena de suministro del café influye en la comercialización ecuatoriana y en el posicionamiento del producto en mercados locales, nacionales e internacionales?

Analizar la relación entre la cadena de suministro del café y la comercialización ecuatoriana, así como su impacto en el crecimiento de emprendimientos cafetaleros como ISASI, con el fin de determinar cómo la optimización, el posicionamiento y la expansión del café ecuatoriano en diferentes niveles de mercado.

La cadena de suministro se ha consolidado como un elemento fundamental en las teorías modernas de gestión empresarial, ya que integran todas las actividades necesarias para llevar un producto desde su origen hasta el consumidor final. En este sentido, factores como la logística, la calidad, la eficiencia operativa y la coordinación entre actores influyen directamente en la comercialización. Los enfoques actuales destacan que una cadena de suministro eficiente permite reducir costos, mejorar tiempos de entrega y aumentar la satisfacción del cliente, aspectos clave para el éxito comercial en mercados competitivos (Chopra & Meindl, 2023).

Las evidencias empíricas muestran que una gestión eficiente de la cadena de suministro tiene efectos positivos en la comercialización de productos agrícolas. Diversos estudios han demostrado que la optimización de procesos logísticos mejora la calidad del producto, reduce pérdidas y aumenta la competitividad en el mercado. En el caso del café, estos factores son especialmente relevantes debido a la sensibilidad del producto y la importancia de mantener estándares de calidad desde la producción hasta la comercialización (International Coffee Organization, 2023).

A escala global, organismos internacionales han destacado la importancia de fortalecer las cadenas de suministros agrícolas para mejorar la seguridad alimentaria y el comercio internacional. La FAO (2022), señala que la eficiencia en la logística y la distribución es clave para garantizar el acceso a mercados y mejorar los ingresos de los productores. Estos planteamientos refuerzan la idea de que la cadena de suministro no solo influye en la comercialización, sino también en el desarrollo económico y social de las regiones productoras.

La comercialización, entendida como estrategias y procesos que permiten llevar el producto al mercado, depende de la eficiencia de la cadena de suministro. Elementos como

la distribución, el precio, la calidad y el acceso a mercados están directamente relacionados con la gestión logística. En este sentido, una cadena de suministro bien estructurada actúa como un facilitador del comercio, permitiendo que el café ecuatoriano compita en mercados cada vez más exigentes (Kotler P. &, 2022).

El papel del productor y del gestor empresarial es fundamental en esta relación. En el caso de emprendimientos como ISASI, la toma de decisiones estratégicas en la gestión de la cadena de suministro puede determinar el éxito o fracaso del negocio. La capacidad de adaptarse a las exigencias del mercado, implementar mejoras en los procesos y garantizar la calidad del producto son factores claves para lograr una comercialización efectiva y sostenible.

Desde la perspectiva nacional, el fortalecimiento de la cadena de suministro del café representa una oportunidad para mejorar la competitividad del Ecuador en el mercado internacional. Sin embargo, esto requiere inversión en infraestructura, capacitación y tecnología, así como una mayor coordinación entre los actores del sector. Diversos estudios coinciden en que la mejora de estos aspectos permitiría incrementar la calidad del producto y facilitar su acceso a mercados más exigentes (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2024).

En resumen, el análisis de la cadena de suministro del café y su relación con la comercialización ecuatoriana se basa en la necesidad de comprender cómo los procesos logísticos y productivos influyen en el posicionamiento del producto en el mercado. La evidencia teórica y empírica muestra que la optimización de la cadena de suministro actúa como un factor clave para mejorar la competitividad, la calidad y la expansión del café ecuatoriano, especialmente en el contexto de emprendimientos que buscan crecer desde lo local hacia lo nacional e internacional (Goulding, Dale, 2026).

Métodos y Materiales

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, debido a que se integró elementos cuantitativos y cualitativos con el propósito de obtener una comprensión más amplia sobre la relación entre la cadena de suministro del café y la comercialización ecuatoriana. El enfoque cuantitativo permitió recopilar datos numéricos mediante la aplicación de encuesta estructurada, facilitando la medición de las percepciones de los participantes respecto a la eficiencia logística, calidad de producción y comercialización. Por otra parte, el enfoque cualitativo permitió interpretar las opiniones y experiencias de los encuestados en relación con el crecimiento comercial de la empresa ISASI y su posicionamiento en el mercado. Esta integración metodológica permitió analizar el fenómeno desde una perspectiva más completa y contextualizada.

El estudio se enmarcó en una investigación de tipo descriptiva, correlacional y de campo. El alcance descriptivo permitió identificar las características relacionadas con la cadena de suministro del café y los procesos de comercialización desarrollados por la empresa ISASI. Asimismo, el enfoque correlacional facilitó analizar la relación existente entre la variable independiente, corresponde a la cadena de suministro del café y la variable dependiente, relacionada con la comercialización ecuatoriana. El diseño fue no experimental, debido a que las variables no fueron manipuladas por el investigador, sino observadas en su contexto natural. Además, la investigación fue de campo porque la información se obtuvo directamente de las personas vinculadas al consumo y comercialización del producto.

Para el desarrollo de la investigación se aplicó el método analítico sintético, el cual permitió examinar cada uno de los elementos que forma parte de la cadena de suministro del café, tales como la producción, almacenamiento, distribución y comercialización.

Posteriormente, la información obtenida fue integrada para comprender de manera general cómo estos procesos influyen en el posicionamiento del café ecuatoriano en el mercado. De igual manera, se utilizó el método inductivo, debido a que a partir de las respuestas particulares de los participantes se establecieron conclusiones generales relacionadas con el comportamiento de las variables investigadas. Estos métodos facilitaron la organización y comprensión de la información recopilada.

La población estuvo conformada por 80 personas vinculadas al consumo y comercialización del café de la empresa ISASI. Sin embargo, la muestra final quedó integrada por 61 participantes que respondieron voluntariamente la encuesta aplicada durante el proceso de investigación. El muestro utilizado fue no probabilístico por conveniencia, debido a que se seleccionaron las personas que tuvieron accesibilidad y disposición para participar en el estudio. Esta muestra permitió obtener información relevante acerca de la percepción de los consumidores respecto a la calidad del producto, distribución, disponibilidad y eficiencia de la cadena de suministro implementada por la empresa.

La técnica empleada para la recolección de información fue la encuesta, mientras que el instrumento utilizado correspondió a un cuestionario estructurado bajo la escala de Likert. El cuestionario estuvo conformado por diez preguntas relacionadas con las variables de estudio y contó con cinco opciones de respuestas: totalmente de acuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni desacuerdo, de acuerdo y totalmente de acuerdo. La aplicación de este instrumento permitió recopilar información de manera organizada y cuantificable, facilitando posteriormente la tabulación u análisis de los datos obtenidos. Además, las preguntas fueron elaboradas en función de los objetivos planteados en la investigación.

La validez del instrumento se estableció mediante la revisión y análisis del contenido de las preguntas, verificando la coherencia entre los ítems planteados, las variables investigadas y los objetivos del estudio. Asimismo, la confiabilidad del cuestionario será determinada mediante el coeficiente del Alfa de Cronbach, utilizando el programa estadístico SPSS, con la finalidad de medir la consistencia interna del instrumento aplicado. Este procedimiento permitirá verificar el nivel de confiabilidad de las respuestas obtenidas y garantizar que los resultados presenten un adecuado grado de precisión y coherencia metodológica.

Finalmente, una vez recopilada la información, se procedió a la tabulación y análisis de los datos mediante herramientas estadísticas y gráficos porcentuales. Los resultados obtenidos fueron organizados en tablas de frecuencia para facilitar su interpretación y comprensión. Posteriormente, se realizó un análisis descriptivo orientado a identificar tendencias y comportamiento relacionados con la cadena de suministro del café y la comercialización ecuatoriana. Este proceso permitió establecer conclusiones sobre la influencia de los procesos logísticos y productivos en el crecimiento y posicionamiento comercial de la empresa ISASI tanto a nivel local como nacional.

Análisis de resultados

El estudio permitió analizar la relación existente entre la cadena de suministro del café y la comercialización ecuatoriana en el contexto del emprendimiento cafetalero ISASI. La información fue recopilada mediante una encuesta estructurada en escala Likert aplicada a 80 personas, obteniéndose un total de 61 respuestas válidas para los análisis estadísticos. Los datos fueron procesados en el programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), herramienta que permitió organizar y tabular la información mediante tablas de frecuencias, porcentajes y estadísticos de confiabilidad. De esta manera, se logró

interpretar la percepción de los consumidores respecto a la eficiencia de la cadena de suministro y su influencia en la comercialización del café ecuatoriano. Según Hernandez-Sampieri & Mendoza (2020), el análisis estadístico facilita la comprensión objetiva de las variables investigadas y fortalece la validez de los resultados obtenidos.

Tabla 1. *Población y muestra*

Participantes	Frecuencias
Encuestas aplicadas	80
Encuestas respondidas	61
Total analizado	61

Fuente: Las investigaciones (2026). Elaborado por: Los autores.

En relación con la confiabilidad del instrumento, se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach mediante el programa SPSS, con el objetivo de medir la consistencia interna de los ítems utilizados en la encuesta. Los resultados evidenciaron un Alfa de Cronbach de 0,965 y un Alfa basado en elementos tipificados de 0,967 para un total de 10 preguntas evaluadas. De acuerdo con Cronbach (1951), valores superiores a 0,80 indican una alta confiabilidad y precisión metodológica, demostrando que el instrumento aplicado presenta coherencia estadística y estabilidad en las respuestas obtenidas. Estos resultados garantizan que la información recopilada posee validez suficiente para el análisis de las variables relacionadas con la cadena de suministro y la comercialización ecuatoriana.

Tabla 2. *Estadísticos de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,965	,967	10

Fuente: Las investigaciones (2026). Elaborado por: Los autores.

Los resultados relacionados con la variable independiente corresponden a la cadena de suministro del café muestran que la mayoría de los encuestados consideran que la logística, el almacenamiento y la distribución influyen directamente en la calidad del

producto. Asimismo, los participantes señalaron que la eficiencia en el transporte y cumplimiento de entregas mejora la satisfacción del consumidor y fortalece el posicionamiento comercial del café ecuatoriano. Estos resultados reflejan que la adecuada organización de los procesos productivos representa un factor esencial para garantizar competitividad dentro de mercados locales y nacionales. Chopra & Meindl (2023) sostiene que una cadena de suministro eficiente permite optimizar costos, mejorar tiempos de entrega y fortalecer la relación con los clientes.

Tabla 3. *Nivel de la Cadena de Suministro del café*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1,00	6	9,8	9,8	9,8
	2,00	8	13,1	13,1	23,0
	3,00	47	77,0	77,0	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores y clientes de ISASI (2026).

Los resultados obtenidos en la variable reflejan que la mayoría de los encuestados perciben de manera positiva la cadena de suministro implementada por la empresa ISASI. El 77,0% de los participantes ubicó esta variable en un nivel alto, evidenciado que los procesos relacionados con la logística, transporte, almacenamiento y distribución son considerados eficientes dentro de la comercialización del café. Por otro lado, un 13,1% calificó el nivel como medio y únicamente el 9,8% lo ubicó en un nivel bajo. Estos resultados demuestran que la adecuada gestión de la cadena de suministro influye significativamente en la calidad del producto y en la satisfacción de los consumidores. Según Chopra & Meindl (2023), una cadena de suministro eficiente fortalece la competitividad empresarial y mejora el posicionamiento comercial en mercados cada vez más exigentes.

En cuanto a la comercialización ecuatoriana, los resultados evidenciaron que los consumidores consideran importante la calidad del café, el cumplimiento en las entregas y

la presentación del producto como factores determinantes al momento de realizar una compra. La mayoría de los encuestados manifestó estar de acuerdo en que una adecuada gestión logística mejora las oportunidades de expansión comercial y fortalece la competitividad del café ecuatoriano frente a otros países competidores. Estos resultados coinciden con lo planteado por Kotler y Keller (2022), quienes afirman que la comercialización depende directamente de la eficiencia operativa y de la capacidad empresarial para satisfacer las necesidades del mercado.

Tabla 4. *Nivel de la Comercialización ecuatoriana*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1,00	7	11,5	11,5	11,5
	2,00	7	11,5	11,5	23,0
	3,00	47	77,0	77,0	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores y clientes de ISASI (2026).

En lo que respecta a la comercialización ecuatoriana, los hallazgos estadísticos revelan una tendencia marcadamente positiva. El 77,0% (47 encuestados) califica los procesos comerciales en un nivel alto, demostrando que factores como la eficiencia de la cadena, la calidad de la materia prima y la coordinación de los actores son percibidos como óptimos. Por otra parte, se evidencia un comportamiento equitativo en los extremos inferiores, donde tanto el nivel medio como el nivel bajo registraron un 11,5% (7 encuestado cada uno). Estos resultados sugieren de manera contundente que el despliegue comercial actual goza de una sólida aceptación y posicionamiento en el mercado local.

De igual manera, los datos obtenidos reflejan que la empresa ISASI ha logrado generar una percepción positiva en los consumidores gracias a la calidad, aroma y sabor

de su café. Los participantes manifestaron que el crecimiento del emprendimiento desde un negocio familiar hacia espacios comerciales más amplios demuestra la importancia de implementar estrategias de organización y mejora continua en la cadena de suministro. La aceptación del producto dentro del mercado local y nacional evidencia que la eficiencia logística influye directamente en la fidelización del cliente y el posicionamiento comercial. Según la Organización Internacional del café (2023), los sistemas eficientes de distribución y control de calidad representan factores claves para el éxito comercial del café en mercados competitivos.

Tabla 5. *Nivel de aceptación y satisfacción del consumidor*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1,00	8	13,1	13,1	13,1
	2,00	4	6,6	6,6	19,7
	3,00	49	80,3	80,3	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores y clientes de ISASI (2026).

Con respecto a la dimensión de aceptación y satisfacción del consumidor, los datos reflejan un nivel de conformidad altamente sobresaliente en el mercado. El 80.3% (49 encuestados) se ubican en un nivel alto, denotando que las estrategias vinculadas a la calidad del producto y su distribución generan una percepción notablemente favorable. Por otro lado, el 13.1% de (8 encuestados) perciben la satisfacción en un nivel bajo, mientras que el únicamente el 6.6% (4 encuestados) la sitúa en un nivel medio. Estos indicadores consolidan la premisa que el consumidor local experimenta un sólido bienestar y fidelidad hacia el bien comercializado, asentando bases óptimas para su permanencia competitiva.

Asimismo, el análisis de correlación realizado en SPSS permitió identificar una relación significativa entre la cadena de suministro y la comercialización ecuatoriana. Los resultados evidenciaron que una mejora de los procesos logísticos y productivos

incrementan las posibilidades de expansión comercial, mejora la satisfacción del consumidor y fortalece la competitividad empresarial. Estos hallazgos demuestran que ambas variables mantienen una relación directa dentro del contexto de la empresa ISASI, evidenciando que la eficiencia operativa constituye un elemento estratégico para el crecimiento empresarial. Hernández-Sampieri y Mendoza (2020) señalan que el análisis correlacional permite determinar el nivel de asociación existente entre dos variables de estudio.

Tabla 6. *Correlación de Person entre variables*

		Cadena_Suministro	Comercializacion_Ecuatoriana
Cadena_Suministro	Correlación de Pearson	1	,946**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	61	61
Comercializacion_Ecuatoriana	Correlación de Pearson	,946**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	61	61

****.** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuesta aplicada a consumidores y clientes de ISASI (2026).

Los resultados de la tabla muestran un coeficiente de correlación de Person de $r = 0,946$ y un nivel de significancia $p = 0,000$. Dado que el p-valor es menor a 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis del investigador. Esto demuestra la existencia de una correlación positiva muy fuerte, concluyendo de forma científica que una eficiente cadena de suministro garantiza directamente el éxito de la comercialización del café

Finalmente, los resultados obtenidos permiten afirmar que la optimización de la cadena de suministro representa una estrategia fundamental para fortalecer la comercialización del café ecuatoriano y mejorar el posicionamiento competitivo de emprendimientos locales como ISASI. La adecuada coordinación entre producción, almacenamiento, transporte y distribución influye directamente en la percepción del

consumidor y en las oportunidades de expansión hacia mercados más amplios. En consecuencia, se evidencia la necesidad de continuar fortaleciendo los procesos logísticos, tecnológicos y comerciales dentro del sector cafetalero ecuatoriano. Estos resultados respaldan los planteamientos de la FAO (2022), organismo que destaca la importancia de fortalecer las cadenas productivas agrícolas para mejorar el desarrollo económico y comercial de las regiones productoras.

Discusión

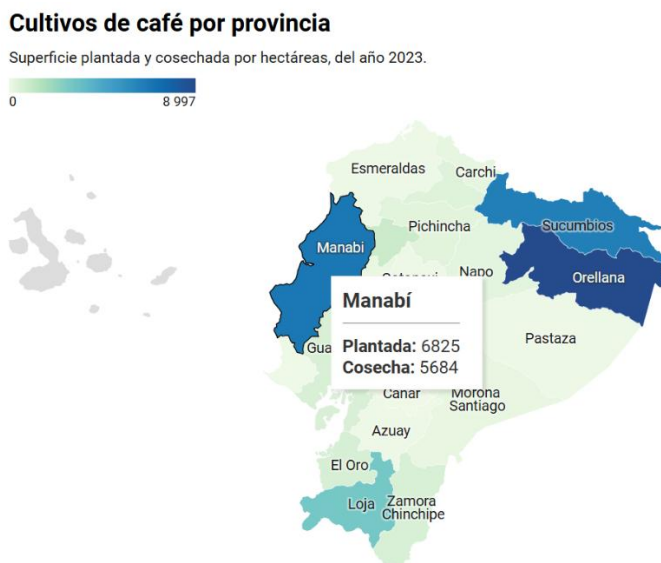
Los resultados obtenidos en la investigación evidencian que la cadena de suministro del café influye significativamente en la comercialización ecuatoriana. La mayoría de los encuestados percibió que los procesos relacionados con la producción, almacenamiento transporte y distribución son determinantes para garantizar la calidad del producto y satisfacer las necesidades del consumidor. Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Chopra y Meindl (2023), quienes sostienen que una cadena de suministro eficiente permite mejorar el desempeño organizacional, reducir costos y fortalecer la competitividad empresarial. En el caso de la empresa ISASI, la adecuada gestión de estos procesos ha contribuido a su crecimiento progresivo desde un emprendimiento familiar hasta una organización con aspiraciones de expansión nacional e internacional.

Los resultados de la variable independiente mostraron que el 77,0% de los participantes ubicó la cadena de suministro en un nivel alto, reflejando una percepción favorable sobre la eficiencia de los procesos logísticos. Esta situación guarda relación con lo señalado por la organización internacional del café (2023), que identifica la logística, la trazabilidad y la calidad como elementos fundamentales para incrementar la competitividad del sector cafetalero. Asimismo, los resultados sugieren que la implementación de

estrategias orientadas a mejorar la coordinación entre producción y comercialización puede generar ventajas competitivas sostenibles para las empresas cafetaleras ecuatorianas.

La información presentada en el mapa permite contextualizar la importancia del sector cafetalero dentro de la economía ecuatoriana. Según PRIMICIAS (2025), provincias como Manabí, Loja, Zamora Chinchipe, Orellana y Sucumbíos concentran una parte significativa de la producción nacional de café. Esta realidad resulta especialmente relevante para ISASI, debido a que desarrolla sus actividades en la provincia de Manabí, una de las zonas con tradición cafetalera del país. La ubicación estratégica y la disponibilidad de condiciones favorables para el cultivo representan oportunidades para fortalecer la comercialización y ampliar la participación en mercados más competitivos.

Figura 1. Mapa de las principales zonas productoras de café en Ecuador.



Fuente: Adaptado de PRIMICIAS (2025).

En relación con la variable, los resultados evidenciaron que la comercialización ecuatoriana se encuentra estrechamente vinculada con la eficiencia de la cadena de suministro. Los encuestados consideran que la calidad del producto, la puntualidad en las

entregas y la disponibilidad del café influyen directamente en la decisión de compra. Estos resultados coinciden con Daviron y Ponte (2021), quienes afirman que el éxito comercial de los productos agrícolas depende cada vez más de la capacidad de generar valor agregado y garantizar estándares de calidad a lo largo de toda la cadena productiva.

De igual manera, los hallazgos obtenidos reflejan que la expansión comercial de emprendimientos como ISASI no depende únicamente de incrementar la producción, sino también de fortalecer los mecanismos de distribución y acceso a nuevos mercados. Ponte (2022) sostiene que la comercialización moderna exige procesos organizados que permitan responder a las exigencias de consumidores cada vez más informados y selectivos. En este sentido, la optimización de la cadena de suministro se convierte en una herramienta estratégica para mejorar el posicionamiento del café ecuatoriano y consolidar su presencia en escenarios nacionales e internacionales.

Finalmente, los resultados obtenidos permiten concluir que existe una relación directa entre la cadena de suministro del café y la comercialización ecuatoriana. La evidencia recopilada demuestra que la eficiencia logística, la coordinación de procesos y el mantenimiento de la calidad influyen positivamente en la competitividad del producto. Estos hallazgos respaldan la necesidad de continuar fortaleciendo los sistemas de producción, distribución y comercialización dentro del sector cafetalero ecuatoriano, especialmente en emprendimientos como ISASI, que buscan consolidar su crecimiento desde el ámbito local hacia mercados nacionales e internacionales.

Referencias bibliográficas

- Chopra, S. &. (2023). Supply chain management: Strategy, planning, and operation (8th ed. ed.). (S. Chopra, Ed.) Upper Saddle River: Pearson. <https://www.pearson.com>](<https://www.pearson.com>
- Chopra, S., & Meindl, P. (2023). Administración de la cadena de suministro: Estrategia, planeación y operación. Pearson Educación 8.^a ed.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2023). Supply chain management: Strategy, planning, and operation (8 ed.). Pearson.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2023). Perspectivas del comercio internacional de América Latina y el Caribe. Santiago: CEPAL.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Daviron, B., & Ponte, S. (2021). The coffee paradox: Global markets, commodity trade and the elusive promise of development. Zed Books.
- Food and Agriculture Organization. (2022). El estado de los mercados de productos agrícolas 2022. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. <https://www.fao.org/publications>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2022). The state of agricultural commodity markets. FAO.
- García-Zamora, R. (2025). Cadenas productivas y desarrollo rural en América Latina. *Revista Latinoamericana de Economía*, 56(2), 45-60. <https://doi.org/https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2025.216>
- Goulding, Dale. (30 de Marzo de 2026). Cómo se mueve el valor a través de la cadena de suministro del café. Green Coffee Collective: <https://greencoffeecollective.com/es-es/blogs/aprender/cadena-de-suministro-de-cafe>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill.
- International Coffee Organization. (2023). Coffee Development Report 2023. International Coffee Organization. <https://www.ico.org>](<https://www.ico.org>
- International Coffee Organization. (2023). Coffee development report 2023: The value of coffee sustainability. London: ICO.
- Kotler, P. &. (2022). Marketing Management (16th ed. ed.). Pearson. <https://www.pearson.com>](<https://www.pearson.com>
- Kotler, P., & Keller, K. (2022). Dirección de marketing. Pearson Educación.
-

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (18 de Julio de 2024). Cumbre Latinoamericana de Café Sostenible fortalece la caficultura y el desarrollo rural en Ecuador. <https://doi.org/https://utc.edu.ec>(<https://utc.edu.ec>

Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador. (2022). Informe del sector cafetalero ecuatoriano. MAG.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2021). Skills for a digital world: Policy insights. Paris: OECD Publishing.

Organización Internacional del Café. (2023). Informe anual sobre el mercado mundial del café. Organización Internacional del Café. <https://www.ico.org>(<https://www.ico.org>

Ponte, S. (2022). Business, power and sustainability in a world of global value chains. Zed Books.

PRIMICIAS. (Enero de 2025). Mapa del café ecuatoriano: producción, consumo y exportación. <https://www.primicias.ec/economia/mapa-cafe-tazas-ecuatorianos-produccion-exportacion-starbucks-94111/>
