

Compendio Investigativo de Academia Journals Fresnillo 2017



Libro Digital con ISBN
978-1-939982-27-8



www.AcademiaJournals.com

Trabajos de Investigación del Congreso Internacional de
Investigación Academia Journals Fresnillo 2017

Instalaciones del Instituto Superior de Fresnillo

Fresnillo, Zacatecas, México
27, 28 Febrero y 1 Marzo, 2017



ÍNDICE

Compendio Investigativo de Academia Journals Fresnillo 2017

TOMO.....	PÁGINA
01	1 - 161
02	162 - 330
03.....	331 - 504
04.....	505 - 666
05.....	667 - 837
06.....	838 - 1005
07.....	1006 - 1176
08.....	1177 - 1346
09.....	1347 - 1506
10	1507 - 1680
11	1681 - 1833
12.....	1834 +



Fre0298	DIAGNOSTICO PARA EL DISEÑO DEL MANUAL ADMINISTRATIVO DE CONTENIDO MÚLTIPLE PARA EL GOBIERNO MUNICIPAL DE TZIMOL, CHIAPAS.	Luis Magín Gómez Chávez José Antonio Aranda Zuñiga Caralampio Faustino Culebro Lessieur	GOMEZ CHAVEZ	694
Fre0472	EVALUACIÓN DE LAS TÉCNICAS DE ASEPSIA POR COMPETENCIAS EN LA ASIGNATURA DE EDUCACIÓN Y TÉCNICAS QUIRÚRGICAS EN ESTUDIANTES DE MEDICINA HUMANA DE LA UAZ	Dr. en C. Esmelin Ezequiel González Martínez Dr. en C. Pedro Martínez Arteaga Dr. en C. Leopoldo Eduardo Flores Mansilla	González Martínez	700
Fre0199	Seguimiento académico cohorte 2009 del Instituto Tecnológico de Altamira, Tamaulipas	Dra. Ma. Angélica González Muñoz Dra. Elvia Margarita Romero Treviño Dr. José Alfredo Frausto Chairez Lic. Olga María Mondragón González	González Muñoz	705
Fre0018	La perspectiva del estudiante enfocado al curso de inducción	Laura Georgina González Pérez Sara Jaramillo Cárdenas Sergio Muñoz Barrera	González Pérez	711
Fre0268	PLAN ESTRATÉGICO PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO	Gordon Hernandez Yimy Mendoza Olivella Delayne Paola Arias Perez Gustavo Alberto Plata Pabón Kenedy Torres Villazón Luis Alberto Navarro Izquierdo Claribel	Gordon Hernandez	716
Fre0273	Lineamientos teórico prácticos para mejorar la formación para la investigación en la Universidad Popular del Cesar municipio de Valledupar Colombia	Yimy Gordon Hernandez Carlos Vidal Tovar Angie Almendrales Hernandez Angelica Guette Alvarez	Gordon Hernández	721
Fre0279	Competencias en investigación de estudiantes en último semestre de formación en los programas de la Universidad Popular del Cesar	Yimy Gordon Hernandez Angie Gissela Almendrales Hernandez Angelica Patricia Guete Alvarez	Gordon Hernandez	731

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO

Yimy Gordon Hernández¹, Delayne Paola Mendoza Olivella²,
Gustavo Alberto Arias Pérez³, Kenedy Plata Pabón⁴, Luis Alberto Torres Villazón⁵ y Claribel Navarro Izquierdo⁶.

Resumen—En este artículo se presentan los resultados de una investigación llevada a cabo en cuatro asociaciones productoras de café especial colombianas: ASOPROKIA, ASOPROCAFE, ASOPROCASINES y ASOSEYNEKUN, con esta investigación se busca desarrollar un plan estratégico para la optimización de la cadena de distribución de café orgánico para que estas asociaciones puedan llevar su producto al exterior de la mejor forma, sin afectar la calidad del producto y al menor costo posible, es importante tener en cuenta que una óptima cadena de distribución indica la mejor forma de distribuir un producto, en este caso, el café orgánico; de la correcta distribución dependen la comercialización y beneficios tanto económicos como sociales de la venta del café orgánico. Por lo tanto con el desarrollo de esta investigación se va a contribuir con el mejoramiento competitivo de las asociaciones y generar beneficios para los productores, caficultores y comercializadores de café orgánico,

Palabras clave— Plan estratégico, cadena de distribución, café orgánico, optimización de procesos.

Introducción

Una óptima cadena de distribución indica la mejor forma de distribuir un producto, en este caso, el café orgánico; de la correcta distribución dependen la comercialización y beneficios tanto económicos como sociales de la venta del café orgánico. En la región Caribe colombiana se encuentran asociaciones interesadas en la optimización de esta cadena de distribución para poder llevar su producto al exterior de la mejor forma, sin afectar la calidad del producto y al menor costo posible, optimización a la cual se encuentra enfocado el presente proyecto.

Esta investigación tiene como objetivo general desarrollar un plan estratégico para la optimización de la cadena de distribución de café orgánico. A través del cual se va a contribuir con el mejoramiento competitivo de las asociaciones y generar beneficios para los productores, caficultores y comercializadores de café orgánico que permitan mejorar su calidad de vida.

Tomando como referencia los fundamentos metodológicos para el desarrollo de la investigación de Palella y Martins (2010), dado que los hechos serán observados tal y como se presentan en su contexto real, a su vez los datos serán recolectados directamente de la misma a través de encuestas en un solo momento y de esta forma proceder a describir las variables sin manipularlas y analizarlas de forma independiente, este proyecto es de diseño no experimental, tipo campo, transversal o transeccional, descriptivo y documental.

En este punto del desarrollo del proyecto se ha obtenido un diagnóstico en el cual las asociaciones cuentan con 472 productores generando aproximadamente 1.000.000 kilos por cosecha los cuales son vendidos a empresas externas para su exportación y concluyendo que actualmente las asociaciones pierden beneficios económicos dado que los procesos logísticos de comercialización que generan mayores ingresos son elaborados por entidades externas. Adicionalmente, se ha logrado disminuir la brecha existente entre el sector empresarial y la academia.

¹ Yimy Gordon Hernández es Magíster en Gerencia de Empresa, Docente Investigador Universidad De Santander "UDES" Sede Valledupar, Cesar, Colombia y Universidad Popular Del Cesar, Colombia yim.gordon@mail.udesa.edu.co, yimygordon@unicesar.edu.co.

² Delayne Paola Mendoza Olivella es estudiante de Ingeniería Industrial, Universidad De Santander "UDES" Sede Valledupar, Cesar, Colombia. delayne.mendoza@gmail.com (autor corresponsal).

³ Gustavo Alberto Arias Pérez es el Director de la Asociación de Productores Agroecológicos de la Sierra Nevada de Santa Marta "ASOPROKIA". asoprokia@gmail.com, cafekia@hotmail.com.

⁴ Kenedy Plata Pabón es el Director de la Asociación de Productores de Café "ASOPROCAFE". asoprocafe.calidad@gmail.com.

⁵ Luis Alberto Torres Villazón es el Director de la Asociación de Productores Orgánicos Arhuacos y Campesinos "ASOPROCASINES". asoprocafe07@yahoo.com.

⁶ Claribel Navarro Izquierdo es la Directora de la Asociación de Productores Indígenas SEYNEKUN "ASOSEYNEKUN". asoseinekun@gmail.com.

Descripción del Proyecto de Investigación

Planteamiento del Problema

Es necesario desarrollar un plan estratégico el cual sirva como guía para que las asociaciones puedan desarrollar una cadena de distribución óptima y de esta forma puedan obtener mayores beneficios económicos del proceso y venta del café orgánico. Ya que los mayores beneficios que se pueden obtener se dan en la venta del producto y reducción de costo en el proceso de producción y comercialización del mismo.

El tener una óptima cadena de distribución conlleva a tener una mejor comercialización del café orgánico y por tanto contribuye al aumento de las ventas del mismo. Según información brindada por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación de México “Sagarpa” en el 2015, muestra que México es el segundo productor a nivel mundial de café orgánico y el valor de las exportaciones es de un promedio de 900 millones de dólares, ya que cuenta con una óptima cadena de distribución de café especial. En Colombia, la cadena de distribución del café tiene un mayor desarrollo en ciudades pertenecientes al eje cafetero, pero a nivel de la región del Cesar, Magdalena y la Guajira, se cuenta con asociaciones de productores de café Orgánico, que no han podido desarrollar un plan de exportación, dado que no cuentan con una óptima cadena de distribución y tienen que hacerlo a través de la Federación de Cafeteros. Con esta investigación se busca desarrollar un plan estratégico para la optimización de la cadena de distribución de café orgánico enfocado hacia el café molido. Según la sexta edición del periódico de oportunidades de Pro Colombia del 2015, Dinamarca es uno de los países con oportunidades para exportación, ya que los principales factores tenidos en cuenta por el consumidor danés en el momento de tomar decisiones de compra de café son salud y bienestar, calidad y conveniencia.

Lo anterior conlleva a formular el siguiente interrogante, ¿Cómo desarrollar un plan estratégico para optimizar la cadena de distribución de café orgánico de las asociaciones productoras de café orgánico ubicadas en la Sierra Nevada de Santa Marta y la Serranía del Perijá en Colombia?

Justificación

Las asociaciones productoras de café orgánico colombianas, ASOPROKIA, ASOSEYNEKUN, ASOPROCAFE y ASOPROCASINES, tienen la necesidad de optimizar su cadena de distribución para mejorar los procesos de producción y comercialización que vienen desarrollando y poder llevar su producto al consumidor nacional e internacional al menor costo posible y sin afectar la calidad del producto, obteniendo a su vez mayores beneficios económicos de la venta del mismo.

Según Palella y Martins (2010), se puede justificar el proyecto desde los siguientes enfoques:

Metodológico: Con el desarrollo de un plan estratégico a los productores de café orgánico, se debe lograr una profundización en el tema y a su vez brindar un aporte a futuras investigaciones.

Práctico: contribuir al mejoramiento competitivo de las empresas a través de la optimización de la cadena de distribución.

Social: beneficiar a los caficultores, productores y comercializadores de café orgánico, logrando mejorar su calidad de vida.

Teórico: Los resultados de la investigación complementaran los postulados teóricos que fundamentan la investigación.

En este sentido, el desarrollo de este proyecto afectaría positivamente los procesos de producción aplicados por los productores de café orgánico y mejoraría su nivel de vida a futuro.

Objetivos

Objetivo General: Desarrollar un plan estratégico para la optimización de la cadena de distribución de café orgánico Flo – Fair Trade.

Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico estratégico de la cadena de distribución de café especial.
- Analizar la cadena de distribución en el proceso de producción y comercialización de café orgánico.
- Formular estrategias para la optimización de la cadena de distribución de café orgánico.
- Diseñar un plan estratégico para la optimización de la cadena de distribución de café orgánico.

Diseño del estudio

Según Palella y Martins (2010), el diseño de investigación se refiere a la estrategia que adopta el investigador para responder al problema, dificultad o inconveniente planteado en el estudio. Para fines didácticos, se clasifican en diseño experimental, diseño no experimental y diseño bibliográfico. Teniendo en cuenta lo anterior esta investigación se desarrollara como:

Diseño no experimental: debido a que los hechos serán observados tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado para luego analizarlos.

Tipo campo: La recolección de datos será realizada directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular las variables.

Nivel descriptivo: Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento y mide de forma independiente las variables.

Transversal o transeccional: los datos serán recolectados en un solo momento y un tiempo único, su finalidad es describir las variables y analizar su incidencia e interacción en un momento dado, sin manipularlas.

Documental: Se concreta exclusivamente en la recopilación de información de diversas fuentes.

Población y muestra

La población de estudio del proyecto se encuentra conformada por las asociaciones colombianas productoras de café orgánico: ASOPROKIA, ABOSEYNEKUN, ASOPROCAFÉ y ASOPROCASINES, las cuales en conjunto cuentan con aproximadamente 472 productores.

Según MARTINEZ (2007), aplicando un muestreo aleatorio simple a la población, obtuvimos una muestra de 212 productores con un error del 5% y una confianza del 95%.

Recolección de la información

1. Se realizarán entrevistas a los directores de las asociaciones y a los productores ubicados en el municipio de Pueblo Bello, en el departamento del Cesar, Colombia.

2. Análisis de los resultados obtenidos.

3. Diagnosticar la cadena de distribución en los procesos de producción y comercialización.

4. Formular estrategias para el mejoramiento de dicha cadena de distribución.

Estado del Arte

La tendencia mundial creciente en favor de los cafés de especialidad se refleja en que actualmente los mercados de cafés diferenciados importan entre 7 y 9 millones de sacos de café verde, que representan del 9 al 12 % de las importaciones mundiales. En particular, sobresalen los cafés especiales que incluyen estándares sociales y ambientales, derivados de la mayor preocupación mundial por estos asuntos. Entre los más conocidos están los cafés orgánicos, los amigables con el ambiente y el comercio justo (Giovannucci y Juárez 2006).

Los cafés orgánicos son los líderes certificados de café en los EUA, seguidos por el comercio justo. Ambos mercados crecen aceleradamente y cada vez más los compradores demandan las dos certificaciones. También los mercados europeos de cafés sostenibles están dominados por el comercio justo y orgánico: el mercado orgánico mundial en el 2005 fue de 700.000 sacos (Giovannucci y Juárez 2006).

En Colombia, con el propósito de incrementar el posicionamiento del café colombiano en altos segmentos que agreguen valor a los productores, desde 1996, la Federación de Cafeteros lidera el Programa de Cafés Especiales de Colombia con el objetivo de identificar y seleccionar cafés de características excepcionales, provenientes de regiones específicas. Además se integran tres conceptos fundamentales: conservación del medio ambiente, equidad económica y responsabilidad social.

Las asociaciones productoras de café especiales colombianas, ASOPROKIA, ABOSEYNEKUN, ASOPROCAFÉ y ASOPROCASINES, están comprometidas con la conservación y preservación de la Sierra, el mejoramiento de la productividad y la calidad del grano en las fincas cafeteras de sus asociados, buscan velar por el bienestar de los caficultores y la naturaleza, ya que sus productos son generados pensando en la conservación del medio ambiente.

Antecedentes: como apoyo para esta investigación entre los más importantes se presenta a Canitrot y Garcia (2013), donde se realiza un estudio de como la logística se convierte en una herramienta para la competitividad empresarial en Argentina.

Bases teóricas:

- Serna, H (2006) se tomó como guía metodológica para establecer la estructura del plan estratégico.
- Chiavenato, I. Sapiro, A (2011) se tomaron las bases conceptuales de los fundamentos de la planeación estratégica.
- Rampersad, H (2004) se tomaron los fundamentos teóricos del Balance Scorecard.
- Palella y Martins (2010): fundamente metodológico para el desarrollo de la investigación.

Marco Teórico

Diagnostico estratégico: Según Serna (2006), es el análisis de fortalezas y debilidades internas de la organización, así como amenazas y oportunidades que enfrenta la organización.

Fortalezas: son las actividades y atributos internos de una organización que contribuyen y apoyan el logro de los objetivos de una institución. Serna (2006).

Debilidades: son las actividades y los atributos internos de una organización que inhiben o dificultan el éxito de una empresa. Serna (2006).

Oportunidades: son los eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo de esta, si se aprovechan en forma oportuna y adecuada. Serna (2006).

Amenazas: son los eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que inhiben, limitan o dificultan su desarrollo operativo. Serna (2006).

Café Especial o Café Orgánico: Según la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, los cafés especiales o cafés orgánicos son aquellos valorados por los consumidores por sus atributos consistentes, verificables y sostenibles, por los cuales están dispuestos a pagar precios superiores, que redunden en un mejor ingreso y un mayor bienestar de los productores. El café orgánico es el tipo de café producido sin la ayuda de sustancias químicas artificiales, como ciertos aditivos, pesticidas y herbicidas, se siembra a la sombra de otro tipo de árboles de mayor altura, lo cual proporciona humedad, ésta que ayuda a la producción de un café de alta calidad, con este proceso se busca contribuir a la mejora del suelo, utilizando técnicas que lo hagan más fértil.

Café FLO Fair Trade: es un café con contenido social. Entorno a un proyecto productivo existen una serie de elementos de desarrollo social y cultural como el trabajo asociado de varios productores, el compromiso y la solidaridad, el mejoramiento de la calidad de vida y la protección del medio ambiente. Su comercialización implica mantener una relación entre el cliente y el productor a través de la institución para lograr trasladar al productor el mayor sobreprecio posible, provenientes de los aportes del cliente, con el fin de mejorar sus condiciones de vida.

Cadena de Distribución: Un canal o cadena de distribución es el conducto que cada empresa escoge para llevar sus productos al consumidor de la forma más completa, eficiente y económica posible.

Planeación Estratégica: proceso que sirve para formular y ejecutar las estrategias de la organización con la finalidad de insertarla, según su misión, en el contexto en el que se encuentra. (Chiavenato y Sapiro, 2011).

Estrategias: son las acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos de la organización y de cada unidad de trabajo y así hacer realidad los resultados esperados al definir los proyectos estratégicos. (Serna 2006).

Proyectos Estratégicos: son un número limitado de áreas estratégicas en las cuales la organización, unidad estratégica de negocios o departamento, debe poner especial atención y lograr un desempeño excepcional, con el fin de asegurar una competitividad en el mercado. (Serna 2009).

Diagnóstico Interno: es el proceso para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la organización, o del área o unidad estratégica. (Serna 2006).

Diagnóstico Externo: es el proceso de identificar las oportunidades o amenazas de la organización, unidad estratégica o departamento en el entorno. (Serna 2006).

Comentarios Finales

Resumen de resultados

En este trabajo investigativo se realizó un estudio a la cadena de distribución de las asociaciones productoras de café orgánico colombianas ASOPROKIA, ABOSEYNEKUN, ASOPROCAFE y ASOPROCASINES ubicadas en la Sierra Nevada de Santa Marta y la Serranía del Perijá. Los resultados de la investigación se obtuvieron a través de entrevistas realizadas a los representantes de estas asociaciones, análisis de estas entrevistas para posteriormente establecer estrategias y diseñar un plan estratégico para la optimización de la cadena de distribución de café orgánico, mediante la implementación del cual las asociaciones puedan llevar su producto al exterior de la mejor forma posible.

En este punto de la investigación dentro de los resultados que se han obtenido encontramos que las asociaciones cuentan con 472 productores vinculados, los cuales producen aproximadamente 14.000 bultos por cosecha, este producto, es vendido como café pergamino en su totalidad a la Federación Nacional de Cafeteros quien se encarga de realizar los procesos de transformación del grano y los respectivos procesos logísticos para su exportación.

Adicionalmente, se encontró que las asociaciones no cuentan con un fondo monetario que les permita realizar la compra del grano a los caficultores directamente, razón por la cual el café es vendido directamente a la Federación Nacional de Cafeteros.

Conclusiones

Los resultados demuestran la necesidad de optimizar la cadena de distribución de café orgánico. Es indispensable generar estrategias que le permitan a las asociaciones mejorar el proceso productivo y de comercialización que están desarrollando, ya que actualmente las asociaciones pierden beneficios económicos dado que los procesos logísticos de comercialización que generan mayores ingresos son elaborados por entidades externas y dichos beneficios afectan directamente a los caficultores ya que automáticamente disminuyen los beneficios tanto económicos como sociales que estos pueden recibir.

Recomendaciones

Las asociaciones productoras de café orgánico colombianas ASOPROKIA, ABOSEYNEKUN, ASOPROCAFE y ASOPROCASINES deben implementar las estrategias que les permitan mejorar su proceso de comercialización del grano para poder llevar su producto al exterior ellos mismos, aumentando así los beneficios económicos que se puedan obtener de la venta del café.

Se recomienda dar inicio al proceso de obtención del certificado de exportadores que entrega la Federación Nacional de Cafeteros, para que las asociaciones puedan exportar el café ellas mismas, con su marca y lograr un posicionamiento de la marca en el exterior.

Adicionalmente, se recomienda la creación de un fondo monetario por parte de las asociaciones para que estas puedan realizar la compra del grano a los caficultores directamente y establecer un acuerdo con los caficultores para el pago del producto.

Referencias

- Canitrot, Lucia y Garcia, Natalia La Logística como Herramienta para la Competitividad. Buenos Aires: FODECO 1ra ed. 2013.
- Chiavenato, Idalberto y Sapiro, Arão Planeación Estratégica. Fundamentos y Aplicaciones. México: Mc Graw Hill. 2ª ed. 2011.
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Cafés Especiales. Consultado:
www.federaciondefcafeteros.org/particulares/es/nuestro_cafe/cafes_especiales/que_son/
- Giovannucci, D; Juárez C, R. 2006. Análisis Prospectivo de Política Cafetalera. México, Proyecto Evaluación Alianza para el campo 2005. FAO. SAGARPA. 74 p.
- Martinez, Ciro Estadística y Muestreo. Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones, 2007.
- Paella, Santa y Martins, Feliberto. Metodología de la Investigación Cuantitativa. Caracas, editorial Fedupel, 2010.
- Pohlan, J. 2002. México y la cafecultora chiapaneca. Reflexiones y alternativas para los caficultores. Alemania, ECOSUR. SHAKER. VERLAG. 386 p
- Rampersad, Hubert Cuadro de Mando Integral, Personal y Corporativo (Total Performance Scorecard, TPS) España: Mc Graw Hill. 1ª ed. 2004.
- Roosen, N; VanderHoff, F. 2002. La aventura del comercio justo. Una alternativa de globalización por los fundadores de Max Havelaar. México, Ed. Atajo. 231 p
- Serna, Humberto Gerencia Estratégica – Teoría – Metodología – Alineamiento, implementación y mapas estratégicos. Índice de Gestión Colombia: 3R Editores. 9ª ed. 2006.
- <https://es.scribd.com/doc/49045468/PRODUCCION-DE-CAFE-ORGANICO>