

Documentación De Los Procesos Administrativos Básicos Requeridos Para La Exportación De
Café Verde Excelso Y Café Tostado (En Grano O Molido) En La Empresa Flor De Apía S.A.S.

Del Municipio De Apía Risaralda.

Lina Clemencia Muñetón Castro

Corporación Universitaria Minuto De Dios

Noviembre de 2019

Nota

Opción de Grado (Monografía), Docente: Werner Mauricio Montoya Ramírez, Programa
de Administración de Empresas, Corporación Universitaria Minuto de Dios – Centro Regional

Pereira

Pereira, Risaralda

Correspondencia relacionada con este documento enviar a:

lmunetoncas@uniminuto.edu.co

Agradecimientos

Principalmente agradezco a Dios por mi vida, por mi salud y por ser el inspirador y darme las fuerzas necesarias para continuar con este proceso y llegar a uno de mis sueños más anhelados.

A mi madre (María Idalba Castro Ríos) por su amor, por su comprensión, por ese sacrificio y luchas de tantos años que solo las dos conocemos, por su apoyo y fortaleza en todos los momentos de mi vida.

A la Universidad Minuto de Dios – Centro Regional Pereira, por contribuir en mi crecimiento personal y profesional y por todos los conocimientos adquiridos durante todo este proceso.

Al docente Werner Mauricio Montoya Ramírez por su dedicación, entrega y compromiso en la colaboración para la realización de este trabajo.

A todas aquellas personas que me han apoyado y me han abierto las puertas durante todo este proceso.

Tabla de Contenido

1	Introducción	10
2	Área Problemática.....	11
2.1	Delimitaciones	12
2.2	Formulación del problema.....	13
3	Objetivos	13
3.1	Objetivo general	13
3.2	Objetivos específicos.....	13
4	Justificación	14
5	¿Qué es la gestión del conocimiento?.....	15
5.1	La gestión del conocimiento en las organizaciones.....	16
5.2	¿Por qué es importante la gestión del conocimiento?.....	18
5.3	¿Cuál es el objetivo de la gestión del conocimiento?.....	18
5.4	¿Cuáles son sus métodos?.....	20
5.5	El capital intelectual	21
5.5.1	Capital humano	21
5.5.2	Capital estructural	22
5.5.3	Capital relacional.....	23
5.6	La gestión del conocimiento.....	24
5.6.1	Hard.....	24
5.6.2	Soft	24
6	La exportación de café desde el departamento de Risaralda, Colombia a todo el mundo	24

6.1	Generalidades del café.....	26
6.1.1	Café verde excelso	31
6.1.2	Café tostado en grano o molido.....	32
7	El café colombiano en el mundo.....	35
8	Recomendaciones	38
9	Conclusiones	39
10	Referencias Bibliográficas	41

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 El Capital Intelectual.	21
Ilustración 2 El Capital Humano.	22
Ilustración 3 El Capital Estructural.	22
Ilustración 4 El Capital Relacional.	23
Ilustración 5 Clasificación del Café Arábigo Verde.	34
Ilustración 6 Clasificación del Café para los Catadores.	35

Lista de Tablas

Tabla 1 Modelos de la gestión del conocimiento según Nonaka y Takeuchi.	20
Tabla 2 Producción de café según el país.	27
Tabla 3 Variedades de café y tipos de granos.	30

Resumen

Flor de Apia S.A.S. es una empresa que lleva 9 años compitiendo en el mercado de los cafés especiales, ha logrado posicionarse y alcanzar reconocimiento, no solo a nivel nacional, sino también internacional. Es una pequeña empresa y está enfocada al sector económico primario (cultivo) y secundario (transformación), logra transformar el café mientras da muestra de la calidad del mismo en mercados donde se sabe valorar este producto. Es un gran reto para la empresa poder asumir esta oportunidad de negocio y conquistar cada vez más mercados internacionales.

En este ejercicio, a partir de la ejecución de procesos de logística que permitan sostener una cadena de suministro como un diferenciador competitivo, se logra satisfacer las necesidades requeridas por los compradores, se evitan los embarques tardíos, los aumentos de costos, los clientes molestos por retrasos en los pedidos, el incremento en los costos de transportación, entre otros.

Aunque la empresa ha adquirido experiencia en las operaciones de exportación que ha realizado hacia diferentes países como: Reino Unido, China, Rusia, España y Estados Unidos, es necesario realizar la sistematización de la información sobre los procesos que se desarrollan en ésta área, ya que se presentan inconvenientes que afectan la organización y coordinación de dicha operación, lo que conlleva al retraso en el despacho del producto por causas como la falta de expedir algún certificado o un documento ante entidades relacionadas con la exportación.

Reconociendo la importancia que tiene hoy día para las organizaciones la gestión del conocimiento para el logro de sus resultados, lo que se espera es la creación de un manual de procedimientos que permita sistematizar todos los procesos administrativos y documentales para

las operaciones de exportación de café verde excelso y café tostado (en grano o molido) de la empresa Flor de Apia S.A.S. ya que la falta de planificación estructurada de los procedimientos implicados dentro de un proceso de exportación es la causa más común de una mala experiencia a la hora de exportar, debido a que en algunas ocasiones no se ha tenido en cuenta el proceso en términos de actividades previas como lo son: permisos, certificaciones y requisitos. Esto indica que el conocimiento del comercio exterior en materia de normas, decretos, leyes y prácticas es de gran importancia, porque permite la agilización de los procesos de las exportaciones en todas sus etapas para lograr los objetivos trazados por la empresa.

Palabras clave: Gestión del conocimiento – organización - manual - exportación – café – certificados.

Abstract

Flor de Apia S.A.S. It is a company that has been competing in the specialty coffee market for 9 years, has managed to position itself and achieve recognition, not only nationally, but also internationally. It is a small company and is focused on the primary economic sector (cultivation) and secondary (transformation), it manages to transform coffee while showing its quality in markets where this product is valued. It is a great challenge for the company to be able to take on this business opportunity and conquer more and more international markets.

In this exercise, from the execution of logistics processes that allow to sustain a supply chain as a competitive differentiator, it is possible to satisfy the needs required by buyers, late shipments, cost increases, annoying customers are avoided. delays in orders, the increase in transportation costs, among others.

Although the company has acquired experience in the export operations that it has carried out towards different countries such as: United Kingdom, China, Russia, Spain and the United States, it is necessary to systematize the information on the processes that are developed in this area, since that there are inconveniences that affect the organization and coordination of said operation, which leads to the delay in the dispatch of the product due to causes such as the failure to issue a certificate or a document before entities related to the export.

Recognizing the importance of knowledge management for organizations to achieve their results, what is expected is the creation of a procedures manual that allows systematizing all administrative and documentary processes for green coffee export operations excellent and roasted coffee (beans or ground) from the company Flor de Apia SAS since the lack of structured planning of the procedures involved in an export process is the most common cause of a bad

experience when exporting, because sometimes the process has not been taken into account in terms of activities previous as they are: permits, certifications and requirements. This indicates that knowledge of foreign trade in terms of standards, decrees, laws and practices is of great importance, because it allows the streamlining of export processes at all stages to achieve the objectives set by the company.

Key words: Knowledge management - organization - manual - export - coffee – certificates.

1 Introducción

La implementación de la gestión del conocimiento en las organizaciones permite realizar una labor de análisis con el fin de detectar e identificar el conocimiento clave o estratégico de dicha organización. El conocimiento adquirido es necesario para la resolución de problemas, para la toma de decisiones, el desarrollo de nuevos productos y el desarrollo de la organización de acuerdo a las nuevas realidades y cambios. (García, 2019) Refiere que la estructuración de la gestión del conocimiento consiste en traducir todos esos saberes que tienen las personas que conforman la organización de forma que pueda ser transmitido a través de: informes, manuales, bases de datos, talleres, videos, etc., teniendo como clave la representación del conocimiento de forma que quede accesible y comprensible para todos los miembros de la organización.

La gestión del conocimiento hace referencia a realizar actividades que vayan encaminadas a favorecer la dispersión inteligente del conocimiento de cada organización, no basta con saber algo, se debe tener algo para contar, debe existir la motivación para hacerlo y disponer de los medios para transmitirlo como por ejemplo la tecnología, además ser oportuno y comunicarlo en el momento adecuado.

(Nonaka, 1999) Señala que existen varias formas de transmitir el conocimiento, algunas de ellas pueden ser: cuando la comunicación es normal entre cada uno de los colaboradores de la organización, en reuniones, por medio de contactos personales, en las diferentes actividades de entretenimiento y por medio de mentoría. El conocimiento explícito se puede transmitir por medio de libros, archivos, bases de datos, entre otros. El conocimiento tácito se transmite a través de los movimientos de las personas y la colaboración entre ellas. En conclusión, para tener una eficiente transmisión de conocimientos habrá que tener claro qué conocimiento se desea transmitir (explícito o implícito) y la naturaleza de la transferencia (interna o externa), además de

que la organización sea amplia en conocimiento, se hace necesario que tenga una alta capacidad y habilidad para aplicarlo de la forma que más convenga con el fin de alcanzar los objetivos.

La aplicación de la gestión del conocimiento hace referencia al uso eficiente del conocimiento creado, almacenado y de fácil acceso, esto quiere decir que debe ir enfocado hacia la solución de los problemas de cada área de trabajo y a la creación de valor a través de la implementación de mejoras en cada producto y proceso que se realice en la empresa; cabe resaltar que la obtención del conocimiento tiene que ver con la creatividad y la capacidad de innovación de los miembros que forman parte de la organización y de sus interacciones.

2 Área Problemática

Se puede decir que en una empresa es fundamental la planeación estrategia, puesto que está demostrado que aquellas organizaciones que planean una estrategia, son las que registran un desempeño superior a las demás. Según (Chiavenato, 2017) “la estrategia define la estructura y los procesos internos de la organización con la expectativa de que produzcan efectos positivos en su desempeño. Estos factores implican cambios en la cultura corporativa y en el estilo de liderazgo” (pág. 27).

Además de la formulación de estrategias, también es importante saber cómo van a ser implementadas y ejecutadas en la organización ya sea por medio de programas y proyectos específicos que involucren a todas las personas que tienen relación con el tema debido a que se requiere de un gran esfuerzo para la asignación, evaluación y control de los recursos. No basta solo con formular el plan estratégico, también es necesario llevarlo a la práctica y suministrar los resultados esperados.

(Madrigal, 2015) Afirma que “el recurso humano en las organizaciones es un elemento intrínseco en la planeación estratégica hoy día, ya que el elemento humano permite alcanzar los

objetivos y metas planteados en una organización” (pág. 142). De igual manera, la planeación estratégica combinada con la innovación y la competitividad en las organizaciones busca satisfacer la necesidad de averiguar mecanismos para su creación, transformación y transferencia, haciendo parte de la gestión del conocimiento, que lo reconoce como importante para lograr y mantener una ventaja competitiva en las organizaciones.

Con el desarrollo de este trabajo se pretende construir un manual de pasos básicos que se deben seguir para el inicio y desarrollo de la operación de exportación de café verde excelso, tostado en grano o molido desde el departamento de Risaralda (Colombia), además de todas las certificaciones y permisos que se deben solicitar y ante qué entidades, para que cada exportación se haga con eficacia para lograr los objetivos trazados por la empresa.

El manual será elaborado bajo los lineamientos y requerimientos que la empresa necesita para cada exportación, definiendo paso a paso el proceso administrativo, operativo y documental que se requiere en el momento de iniciar con una nueva exportación, para de esta manera evitar el incremento en etapas, tiempos y costos que pueda generar la mala planificación y ejecución de cada operación de exportación. Para la empresa, este ejercicio además de contribuir a la construcción de la gestión del conocimiento como base y guía para cada miembro de la organización, aporta elementos que le permiten ser más eficiente y competitiva.

2.1 Delimitaciones

- a) Espacio o Territorio: Finca Barcelona, Municipio de Apia, Departamento de Risaralda (Colombia).
- b) Tiempo: Año 2019
- c) Población: Flor de Apia S.A.S., empresa dedicada a la producción, transformación, distribución y exportación de café verde excelso y tostado (en grano o molido).

El presente trabajo de investigación tiene como fin la implementación de la gestión del conocimiento en la empresa Flor de Apia S.A.S., que permita la creación de técnicas y estrategias para la resolución de problemas, toma de decisiones, desarrollo de nuevos productos y el crecimiento y posicionamiento de la organización.

2.2 Formulación del problema

¿Qué procesos administrativos y documentales de las operaciones de exportación de café verde excelso y café tostado (en grano o molido) se pueden sistematizar para mejorar y agilizar la gestión de la empresa Flor de Apia S.A.S, del Municipio de Apía, Departamento de Risaralda?

3 Objetivos

3.1 Objetivo general

Documentar los procesos administrativos básicos requeridos para la exportación de café verde excelso y café tostado (en grano o molido) a través de la construcción de un manual de exportación que facilite la gestión del conocimiento en la empresa Flor de Apia S.A.S del Municipio de Apia - Risaralda.

3.2 Objetivos específicos

- 1) Realizar una revisión bibliográfica sobre los pasos necesarios para la exportación de café verde excelso y café tostado en grano o molido desde el departamento de Risaralda – Colombia. **(Ver anexo N° 1).**
- 2) Investigar sobre los distintos métodos de gestión del conocimiento en las organizaciones.
- 3) Construir el manual de pasos básicos que se deben seguir para el inicio y desarrollo de la operación de exportación de café verde excelso y tostado en grano o molido desde el departamento de Risaralda-Colombia. **(Ver anexo N° 2).**

4 Justificación

Este trabajo de monografía se realiza con el fin de promover la creación e implementación de la gestión del conocimiento en la empresa Flor de Apia S.A.S., donde por medio de aspectos como la interacción humana, el desarrollo del diálogo a nivel formal e informal y el acceso a toda la información, que se procesó gracias a la tecnología, les permita ver el conocimiento como su principal activo y factor de competitividad ya que, puede aportar ventajas competitivas desde conocer las necesidades de los clientes, mejorar el servicio de atención posventa y optimizar los procesos de producción.

Cabe resaltar que si una organización quiere ser competitiva sostenidamente en el tiempo, deberá identificar, crear, almacenar, transmitir y utilizar de forma eficiente el conocimiento de cada uno de sus empleados con el fin de resolver problemas, mejorar procesos o servicios y aprovechar nuevas oportunidades de negocio que se presenten (Pedraza, 2018).

En la investigación realizada en el trabajo de campo, se pudieron observar las falencias que existen en el área de exportación de la empresa Flor de Apia S.A.S., ya que, al no tener consignados en un documento todos los conocimientos que son necesarios para realizar un proceso de exportación a diferentes países, se presentan muchos inconvenientes por la falta de organización, coordinación y control de cada situación, lo que lleva a un incremento en los costos y tiempos de la misma.

Lo que se busca con esta investigación es que por medio de la aplicación de la gestión del conocimiento se deje como base un manual de procedimientos básicos para la exportación de café verde excelso y tostado (en grano o molido), y con la ejecución del mismo se elimine el incremento en etapas, tiempos y costos en cada proceso de exportación.

5 ¿Qué es la gestión del conocimiento?

El conocimiento se define como la interpretación y el análisis que se realiza de información obtenida, bien sean datos o noticias de lo cual se pueda sacar provecho y valor; a dicha información que almacena cada persona se le suma la experiencia para generar un valor agregado a los datos obtenidos y pasa a convertirse en algo cualitativo; esta información que pasa a ser conocimiento puede ser comunicada a través de medios digitales o físicos (Gonzales, 2011). Por lo tanto la gestión del conocimiento se entiende como un sistema que facilita la búsqueda, codificación y sistematización de las experiencias que tienen los trabajadores tanto individuales como colectivos.

La economía mundial ha vivido un proceso de cambio fundamental donde el recurso más relevante es el conocimiento, que ha impulsado la llamada nueva economía o economía digital. Según (Lizarralde, 2014) “el término “nueva economía” no se refiere a un sector concreto de la economía, sino a una nueva forma de producción y consumo, consecuencia de los cambios tecnológicos relacionados con la información, las comunicaciones y la globalización” (pág. 10).

Gracias a la apertura del mercado global se ha permitido que a través de las fronteras corra el flujo libre del conocimiento y de las habilidades necesarias para utilizarlo, se ha desarrollado la capacidad por medio de las TIC (tecnologías de la información y las comunicaciones) de codificar el conocimiento en un lenguaje digital común para todos, de fácil acceso, fácil manejo y comunicación a grandes velocidades.

La globalización y las TIC se han convertido en elementos fundamentales que inciden en el proceso de la transformación del conocimiento y sobre la sociedad en general ya que mediante la gestión e innovación tecnológica lo que se busca es aplicar el conocimiento e información a

equipos de generación y procesamiento frente a las necesidades de obtener el mayor provecho del conocimiento y lograr la competitividad.

(Coutín, 2005) Estamos en una era en que la economía está basada en el conocimiento, es por ello que la gestión del conocimiento se puede convertir en un elemento crítico de una estrategia de negocios que le permita a la organización acelerar la velocidad y tiempo para los nuevos retos y oportunidades en el mercado, donde logre reunir lo más valioso de sus recursos como lo son el conocimiento, el talento y la experiencia colectiva.

Según (Fresno C., 2018) La Gestión Documental “es un proceso administrativo que permite analizar y controlar sistemáticamente, a lo largo de su ciclo de vida, la información registrada que se crea, recibe, mantiene o utiliza la organización en correspondencia con su misión y objetivos” (pág. 33).

5.1 La gestión del conocimiento en las organizaciones

La implementación de la gestión del conocimiento organizacional, representa la sostenibilidad y crecimiento de las compañías, gracias a que ayuda a mejorar los procesos que llevan cada uno de los trabajadores, orienta y mejora la adquisición de conocimiento que la empresa posee alcanzando objetivos y beneficios para la misma. La gestión del conocimiento requiere de un aprendizaje recíproco de todas las personas que integran la empresa, así como también una amplia investigación tanto interna como externa que ayude a la empresa a ubicarse en el contexto que mejor se adapte y se guíe en el cumplimiento de los objetivos trazados.

Según (Hernandez, 2016) plantea que:

La capacidad de almacenar, compartir y analizar el conocimiento a través de redes y comunidades usando las tecnologías de información y comunicación, permite a las empresas la explotación de las propiedades únicas del conocimiento para

lograr la ventaja competitiva. Quizás la propiedad más importante del conocimiento es que éste es renovable: el conocimiento no se deteriora por el uso. Por el contrario, su valorización para una economía procede de su compartición con otras personas. (pág. 4)

Para convertir el conocimiento que poseen los trabajadores de carácter individual en algo común y colectivo, es necesario contar con la aplicación de las herramientas de las tecnologías de la información y la comunicación que ayuden a la socialización, combinación e interiorización de la información, lo que permite que los trabajadores tengan acceso y almacenamiento de sus conocimientos.

Las empresas intercambian información y todos los conocimientos entre quienes hacen parte de ella, con ello buscan alcanzar objetivos no solo para que la organización pueda ser más eficaz y eficiente, sino también para generar innovación en sus productos y servicios. (Cegarra, 2018) Afirma que "siendo conocedoras de este aspecto surge la inquietud de crear mecanismos institucionalizados en la empresa orientados precisamente a este propósito o crear, desarrollar, transmitir y compartir conocimientos" (pág. 23).

De igual forma (Cegarra, 2018) menciona que "existen diferentes formas de aprendizaje, como aprendizaje en acción, aprender de la experimentación, aprendizaje fortuito, aprendizaje comparativo, aprendizaje haciendo; otros autores hacen referencia al aprendizaje en movimiento (una rotación constante de cuatro elementos: cuestiones, ideas, test y reflexiones); lo verdaderamente interesante es que se produzca el aprendizaje" (pág. 31).

Otro aspecto a tener en cuenta son las barreras al aprendizaje organizativo que frenan la progresión de las empresas y de sus miembros. Barreras que se presentan en formas diferentes, tales como negarse a abrirse a nuevos conocimientos o la defensa del territorio.

5.2 ¿Por qué es importante la gestión del conocimiento?

La gestión del conocimiento con ayuda de las TIC hace de la información algo útil para cumplir con los objetivos propuestos por la organización, contribuye al mejoramiento de las prácticas y los procesos que llevan a cabo las organizaciones, permite hacer del proceso algo más productivo ya que contribuye a la mejora continua de los procesos tácticos y estratégicos.

Posibilita identificar los puntos en los cuales se puede obtener el saber y la experiencia que posee una organización y así mismo realizar un proceso de gestión que le permita a la organización llegar al objetivo propuesto e identificar lo que de verdad puede ser valioso para ella.

(Hernandez, 2016) Señala que "un proceso o procedimiento eficaz en una organización puede quedar en un limbo durante años, sin que las demás unidades de la organización reconozcan su existencia" (pág. 9), es decir, que los conocimientos de un área pueden ser desconocidos para otra durante mucho tiempo, y en este mismo sentido expresa que "no se trata de egoísmo o de protección del área de trabajo por parte de las personas, ni de atesoramiento del conocimiento. El óbice más relevante es la desinformación o la ignorancia, frecuentemente generalizada" (pág. 9). Se puede decir entonces que la autarquía con la que trabajan las distintas divisiones de la organización dificulta la distribución del conocimiento a las demás áreas. Además, expresa que "específicamente, en compañías grandes, ni la fuente ni el necesitado de conocimiento estaban al tanto de que este conocimiento era necesitado y que alguien lo poseía" (pág. 9).

5.3 ¿Cuál es el objetivo de la gestión del conocimiento?

(Diario Formación, 2018) Se refiere a la gestión del conocimiento como una disciplina empresarial y moderna la cual le permite a las empresas ser mejor en sus planteamientos estratégicos, así como también optimizar todas las labores de la organización por medio de la

mejora de acciones que se van a poner en marcha para crecer, generar dinero y sostenerse en el mercado cada día más competitivo.

Algunos de sus objetivos más fundamentales son los siguientes:

- a) Mejorar los procesos que llevan a cabo los trabajadores y al mismo tiempo orientar y optimizar la adquisición de conocimiento que la empresa posee brindando beneficios para la misma.
- b) Posibilita identificar los puntos en los cuales se puede obtener el saber y la experiencia que posee una organización y así mismo gracias al proceso de gestión puedan llegar al objetivo propuesto.
- c) Con ayuda de las TIC hace de la información algo útil para cumplir los objetivos propuestos por la organización.
- d) Contribuye al mejoramiento de las prácticas y los procesos que llevan a cabo las organizaciones ya que las impulsa a ser más productivas al permitir obtener el conocimiento en el momento exacto para ponerlo a disposición de la empresa en el momento de ser necesario.
- e) Orientación al mejoramiento de procesos.
- f) Metodologías comunes para el mejoramiento y el cambio.
- g) Capacidad de trabajar efectivamente en equipos.
- h) Disposición de aprender.

Es inevitable resaltar que para que exista una metodología de mejora continua en los procesos que se llevan a cabo en las organizaciones, es necesario que se realice una buena planeación estratégica y esto se puede lograr gracias a la ayuda de la comunicación la cual es de gran influencia para que pueda existir una optimización de los procesos y de los recursos con que

cuenta la empresa. Con esto resalta (Chillida, 2007) que “La empresa cuyos miembros no pueden compartir inquietudes y metas comunes está abocada a perder tiempo y recursos de todo tipo, a la par que empeora sus resultados de negocio” (pág.1).

5.4 ¿Cuáles son sus métodos?

En la literatura existen varias definiciones y modelos de gestión de conocimiento:

Nonaka y Takeuchi, 1995 Citado por (Sánchez D. M., 2005) Referencian dos tipos distintos de conocimiento (tácito y explícito):

Tabla 1 Modelos de la gestión del conocimiento según Nonaka y Takeuchi

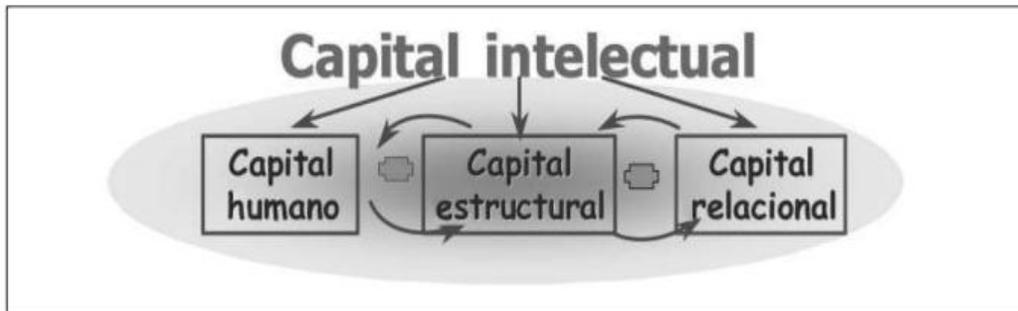
De tácito a tácito (proceso de socialización)	De tácito a explícito (proceso de exteriorización)	De explícito a explícito (proceso de combinación)	De explícito a tácito (proceso de interiorización)
Los individuos adquieren nuevos conocimientos directamente de otros, a partir de compartir experiencias, el aprendizaje de nuevas habilidades mediante la capacitación por medio de la observación, la imitación y la práctica. Breve inventario de los modelos para la gestión del conocimiento en las organizaciones.	El conocimiento se articula de una manera tangible por medio del diálogo, mediante el uso de metáforas, analogías o modelos. Es la actividad esencial en la creación de conocimiento y se ve con mayor frecuencia durante la fase de creación de nuevos productos.	Se combinan diferentes formas de conocimiento explícito mediante documentos o bases de datos (fuentes) Los individuos intercambian y combinan su conocimiento explícito mediante conversaciones telefónicas, reuniones, etcétera.	Los individuos interiorizan el conocimiento de los documentos en su propia experiencia. Es la interiorización de las experiencias obtenidas por medio de los otros modos de creación de conocimiento dentro de las bases de conocimiento tácito de los individuos en la forma de modelos mentales compartidos o prácticas de trabajo Los recursos de una organización se pueden clasificar en tangibles o intangibles. Los activos intangibles son aquellos que tienen un valor sin ser material ni físico y se localizan en los seres humanos o se obtienen a partir de los procesos, sistemas y cultura de la organización.

Nota 1 Elaboración propia a partir de datos tomados de: (Sánchez D. M., 2005) (pp. 4-5).

5.5 El capital intelectual

Se conforma por todos los conocimientos de la organización y está representado por los activos intangibles de la empresa, se divide en tres categorías: Capital humano, capital estructural y capital relacional (Sánchez D. M., 2005).

Ilustración 1 *El Capital Intelectual*



Nota: Fuente (Cegarra, 2018)

5.5.1 Capital humano

Está conformado por el valor humano, comprende los conocimientos creados por todas las personas que hacen parte de la organización, este se encuentran los conocimientos tácitos y explícitos de la misma. La combinación de conocimientos, experiencias, destrezas, educación, habilidades, aprendizaje, valores, actitudes y capacidad de los miembros de una organización para realizar la tarea que manejan. Comprende las competencias y potencialidades de los trabajadores e incluye los valores de la organización, su cultura y filosofía; no son propiedad de la empresa porque pertenecen a los empleados y estos al retirarse lo llevan consigo (Sánchez D. M., 2005).

Ilustración 2 *El Capital Humano*

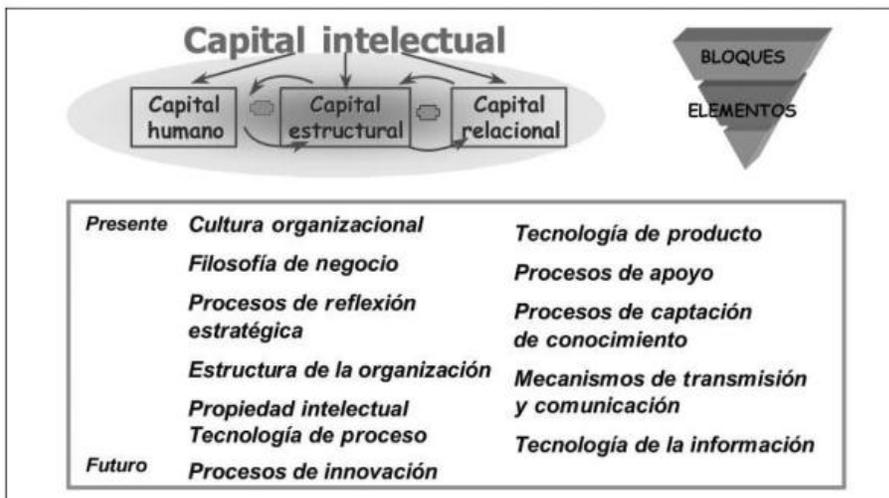
	Presente		Futuro
	Conocimiento automático	Conocimiento consciente	Capacidades automáticas y conscientes de AI
No defendible	Motivación Actitudes Lealtad Relaciones sociales Liderazgo	Habilidades Aptitudes Experiencia y conocimientos Trabajo en grupo Polivalencia <i>know-how</i>	Mejora de actitudes Capacidades de aprendizaje Mejora de competencias
Defendible		Formación: titulación	Formación futura interna o externa

Nota: Fuente (Cegarra, 2018)

5.5.2 Capital estructural

Está comprendido por el conocimiento creado por la organización, el cual se determina por la cultura, normas, procesos y formado por los programas, las bases de datos, patentes, marcas, métodos, procedimientos de trabajo, modelos, manuales, sistemas de dirección y gestión; es propiedad de la organización, es todo lo que queda cuando los empleados se retiran (Sánchez D. M., 2005).

Ilustración 3 *El Capital Estructural*

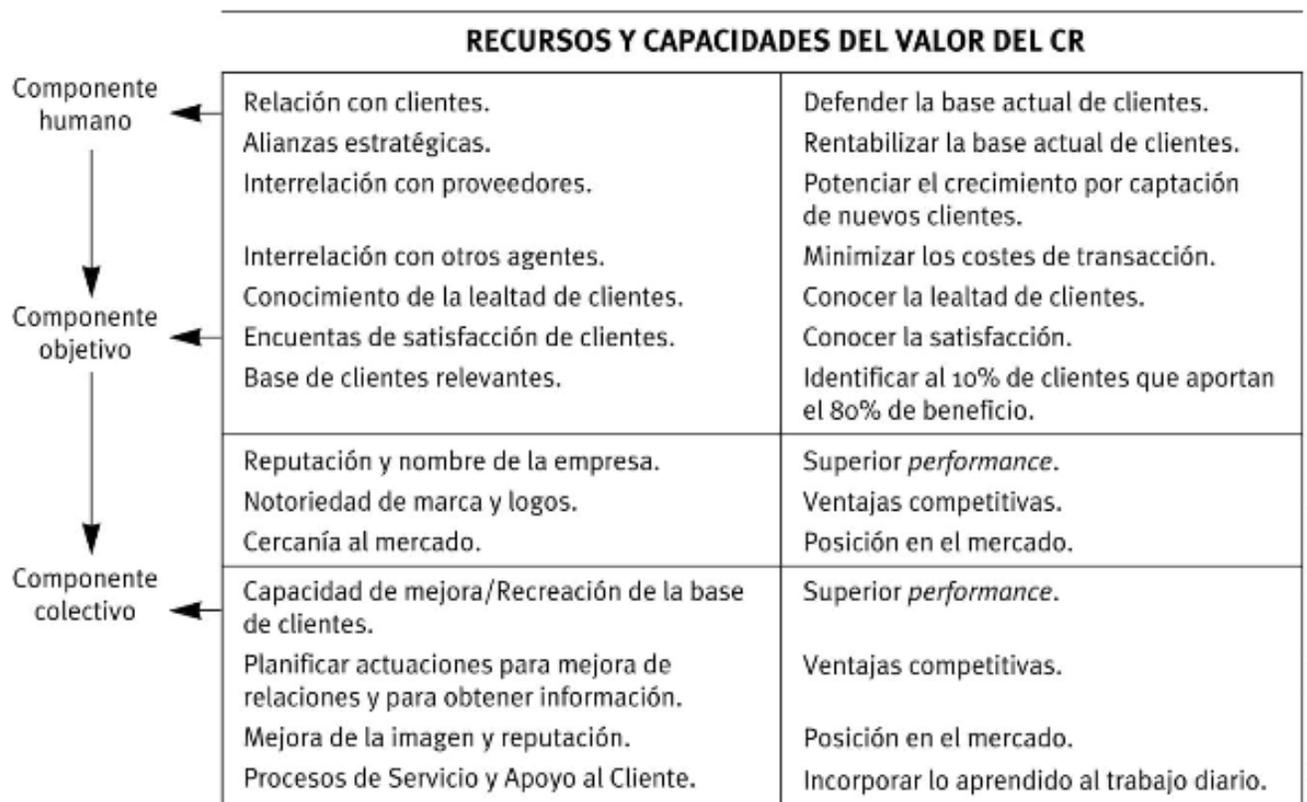


Nota: Fuente (Cegarra, 2018)

5.5.3 Capital relacional

Está comprendido por el intercambio de información de externos, formando parte de este las relaciones de la organización con los agentes de su entorno, se refiere a la cartera de clientes, relaciones con proveedores, bancos, accionistas, acuerdos de cooperación, alianzas estratégicas, tecnológicas, de producción, comerciales y a la imagen de la empresa, medios de comunicación y alianzas; son propiedad de la organización y algunos de ellos se protegen legalmente como es el caso de las marcas comerciales (Sánchez D. M., 2005).

Ilustración 4 *El Capital Relacional.*



Nota: Fuente (Cegarra, 2018)

5.6 La gestión del conocimiento

(Cegarra, 2018) Señala que "En el proceso de gestión del conocimiento no solamente intervienen representaciones, sino que también se producen modificaciones estables de ciertas ilustraciones almacenadas en la memoria y equiparables a conocimientos" (pág. 62).

Es decir entonces que se pueden tomar los procesos y sistemas que contribuyen a que el capital intelectual de la organización crezca, y para gestionar dicho capital es necesaria la gestión del conocimiento en sus dos representaciones:

5.6.1 Hard

Se ubican los aspectos más duros o formalizables, dentro de ellos se encuentran incluidos en el capital intelectual con posible cuantificación: el capital estructural y el capital racional.

5.6.2 Soft

Se ubican los aspectos más blandos o no formalizables, dentro de ellos se ubica la variable fundamental del capital intelectual: el capital humano, es decir, los conocimientos atesorados en los cerebros de los empleados producto del aprendizaje.

6 La exportación de café desde el departamento de Risaralda, Colombia a todo el mundo

Gracias al clima y la topografía, Colombia se ha considerado un país líder en el cultivo de café de alta calidad, se ha convertido en un referente mundial gracias a la historia, la tradición, calidad del café, los diferentes programas de Garantía de Origen, el esfuerzo continuo de los caficultores, el Programa 100% Colombiano y la capacidad de desarrollar programas en beneficio de clientes y consumidores en los principales mercados del mundo (Café de Colombia, 2010).

Hasta el año 2017 según lo afirma (CVN, 2017) “los principales destinos de exportaciones son Estados Unidos, Japón y Bélgica. La Organización Mundial del Café afirma que Colombia ha sido el tercer mayor exportador de café en el mundo con 9,59 millones de sacos” (pág. 1).

(Café de Colombia, 2010) Señala que “es importante resaltar que el café de Colombia se caracteriza por ser una bebida con acidez y cuerpo medio-alto de aroma pronunciado y completo, en Colombia únicamente se cultiva café 100% de la especie Arábica, que logra producir una bebida más suave” (pág. 1).

(CVN, 2017) Expresa que “algunas personas piensan que exportar café es solo para las grandes compañías, pero no es así. Actualmente se cuenta con la posibilidad de que cualquier persona exporte café colombiano en pequeñas cantidades” (pág. 1). Es por ello que para llegar a mercados internacionales se debe conocer muy bien el proceso de exportación y sus derivados, por lo que hay entidades que están “en búsqueda de promover la venta directa de café y aumentar los ingresos de los cafeteros cualquier persona registrada como exportador de café, puede exportar en pequeñas cantidades a través de empresas de transporte internacional, operador postal y mensajería expresa” (pág. 1).

(CVN, 2017) Afirma que:

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, con el objetivo de promover la exportación de pequeñas cantidades de café, ha desarrollado un procedimiento simplificado de exportación, para que cualquier persona natural o jurídica previo registro como exportador de café pueda hacer uso de esta modalidad, a través de las empresas de tráfico postal y mensajería expresa, las cuales estarán registradas en el sistema de la Federación para dicho propósito.

Para realizar la exportación se debe contar con algunos requisitos:

- Ingresar al portal cafetero
- Crear el anuncio de venta de exportación
- Pagar la contribución cafetera
- Imprimir los soportes
- Realizar el envío. (pág.2)

Gracias a los anteriores procedimientos, las personas que quieran exportar café desde Colombia lo pueden hacer a través de una forma más efectiva y confiable, donde además de aumentar sus ingresos, también apoya la industria del café colombiano.

6.1 Generalidades del café

Según lo afirma (Café de Colombia, 2010) “el café es sin duda uno de los productos que más tiene relación con el ser humano” (pág.2). Lo que da relación a que “cerca de 25 millones de familias lo producen en más de 50 países de las zonas tropicales y subtropicales de Asia, África, y Latinoamérica. Incluso hay zonas productoras de café en Estados Unidos Hawái, Puerto Rico y Australia” (pág.2).

Los países desarrollados son los que se consideran los más consumidores de café, Estados Unidos, Canadá y los países del Norte de Europa, y más recientemente Brasil, son los principales consumidores en el mundo y a ellos le siguen los principales países productores de esta bebida (Café de Colombia, 2010).

El café es un producto que desde sus orígenes ha sido globalizado, sus zonas de producción se encuentran en el mundo desarrollado y su consumo está en el mundo desarrollado.

Se trata pues de un producto globalizado desde sus orígenes, con zonas de producción en el mundo en desarrollo y de consumo en el mundo desarrollado. Se puede considerar al café como uno de los pocos productos, tal vez con la excepción del petróleo, que tienen una dimensión

internacional tan importante no sólo en términos de valor total de la industria, que se estima en cerca de 90 mil de millones de dólares para el 2008, sino en términos de ingresos por exportación a países en vías de desarrollo (aprox. US\$ 22 mil millones para el mismo año). A diferencia del petróleo, el ingreso de dinero por café beneficia y favorece a diferentes sectores de las sociedades ya que contribuye al mejoramiento en la calidad de vida de millones de familias de productores rurales.

(Café de Colombia, 2010) Afirma que “el café, más que un producto agrícola de exportación, es ante todo una apuesta al tejido social, cultural, institucional y político que ha servido de base para la estabilidad democrática y la integración nacional” (pág.2). Por lo que está considerado a nivel nacional que “esta actividad representa el corazón de la sociedad rural colombiana ofreciendo una oportunidad de trabajo, de ingreso y de subsistencia a millones de compatriotas en áreas donde en su mayoría no existe alternativa viable” (pág.2).

El café a nivel mundial, es producido en su mayoría por pequeños caficultores aunque también se presenta en grandes plantaciones. La primera etapa de la transformación se hace en el país de origen, donde se separa y se limpia el grano de café.

Tabla 2 *Producción de café según el país*

País	Producción
América Latina Y El Caribe	Se producen variedades de café ligero.
Brasil	Es el principal productor mundial con la clase arábica y se caracteriza por ser fuerte, con cuerpo denso y carece de acidez.
Colombia	Se posiciona como el cuarto productor mundial y produce el café arábico, es suave, ácido y muy aromático.
México	Se produce gran cantidad en los estados de Veracruz, Oaxaca y en Chiapas, cerca de la

	frontera con Guatemala.
Ecuador y Perú	El grano que se produce es mezclado para la industria.
Guatemala	Produce el café máspreciado del mundo. Tiene dos marcas famosas mundialmente reconocidas: Antigua y Cobán. Se comercializa por grados y el de mayor altitud es el mejor.
El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Honduras y Panamá.	Los granos que se producen son mezclados para la venta.
La isla de Jamaica	Tiene una de las variedades que mejor ha utilizado la publicidad y el mercadeo: Blue Mountain.
La región de África y la Península Arábiga	Las mejores variedades del mundo.
Etiopía	Es la tierra originaria del café, tiene uno de los cultivos más altos del mundo, cosecha un producto de grano largo y su producción se basa en un secado natural.
Yemen	Donde por primera vez se cultivó y preparó a escala, este país crece la variedad llamada Moka Arábiga.
Kenia	La variedad Kenia Estate es una de las más finas del mundo.
Tanzania	Se cultiva hacia la frontera con Kenia.
Uganda	Se cultiva y se procesa la variedad robusta que es usada principalmente para café instantáneo.
Indonesia	Tercer productor mundial (el 10% es de variedad arábiga).
Nueva Guinea y Papua	Están las mejores plantaciones de la isla.

Nota 2 Elaboración propia, datos tomados de (*Café de Colombia, 2010*)

El "café verde" se le llama a los granos de café una vez que son retirados de la pulpa y se puede comprar directamente en el lugar de origen, por medio de los mercados futuros o a través de los mercados en Estados Unidos, Alemania, Francia, Brasil, México, entre otros países. Con

frecuencia cada vez se hacen más negociaciones de este producto basados en el mercado del futuro, lo que quiere decir que el precio pactado no es el precio del momento sino el precio del periodo siguiente, para que tanto el comprador como el vendedor puedan prevenirse de los cambios de precios que se puedan presentar en el momento y a futuro.

Así como en los diferentes cultivos existen gran variedad de los mismos, en el café también se puede encontrar diferentes especies de árboles, hasta el momento se pueden referenciar 60 tipos de árboles de café y cada uno de ellos tiene diversas variedades.

De esas 60 especies de café, solo 10 se producen constantemente alrededor del mundo, las más populares son: Coffea Liberica, Coffea Arábica y Coffea Canephora.

La variedad Coffea Arábica es la que produce la más alta calidad y el mejor café, esta tiene diversas variedades de árboles que crecen en diferentes climas y regiones del mundo. Algunas de las variedades de Coffea Arábica que se producen en Colombia son Typica, Común, Bourbon, Caturra, Maragogipe y Colombia.

Cabe resaltar que los árboles de café no crecen de la noche a la mañana, se lleva entre dos y cuatro años de cultivo y cuidados para que un árbol de café inicie su proceso de producción. El grano de café recién recolectado del árbol se conoce como cereza, estas no maduran simultáneamente, lo que hace de la recolección un proceso difícil ya que en la misma rama se pueden encontrar cerezas de diferentes colores que van desde el verde, amarillo y rojo profundo que caracteriza los granos; es por esta razón que recolectar los granos a mano es fundamental para lograr la calidad del mejor café del mundo.

Tabla 3 *Variedades de café y tipos de granos*

Variedad de Café	Tipo de Grano
Café Arábica	Produce los granos de la mejor calidad, bajos en cafeína y acidez. Los granos de Arábica crecen mejor en tierras altas, y es el tipo de café que Colombia cultiva exclusivamente.
Café Robusta (Canephora)	Los granos de Robusta crecen en árboles que pueden soportar más cambios climáticos y temperaturas que las variedades de Arábica. Sus granos contienen el doble de cafeína y son más altos en acidez que los de Arábica. Los cafés hechos con granos robusta son generalmente menos costosos.
Café Colombia (Arábica lavado)	Este es el mejor tipo de café Arábica. Los granos de café Colombia se “lavan” mediante un proceso que los purifica y reduce su acidez, y que da al café un aroma y sabor más rico e intenso. El tipo de grano usado, así como la temperatura, el clima y situación geográfica del cultivo dan lugar a las diferencias entre café y café. El grano Arábica de Colombia producirá un café con sabor diferente que un grano Arábica cultivado en Kenya, por ejemplo. Existen categorías que los comerciantes, importadores y exportadores de café utilizan para distinguir entre los granos de café de mayor y menor calidad. Los Suaves Colombianos son los granos más caros que se venden en el mercado internacional. Proviene de la variedad Colombia de Coffea Arábica.

Nota 3 Elaboración propia, datos tomados de (*Café de Colombia, 2010*)

Los tipos de café que se mencionaron en la Tabla 3 están ordenados de mayor a menor calidad y precios en los mercados internacionales. Estas categorías están con el fin de ayudar a los comerciantes a identificar los granos utilizados en cada café y como consecuencia de esto les ayuda a fijar los precios de manera adecuada.

Otros suaves: A la variedad de cafés suaves colombianos le siguen el precio otras variedades distintas de cafés suaves. Se conocen como otros tipos de suaves los “Centrales” porque la

mayoría de estos se producen en Centroamérica y México, cabe resaltar que los tipos de suaves provienen de árboles de Arábica y algunos de ellos son lavados.

(Café de Colombia, 2010) Resalta que “Mucha gente se sorprende al visitar los cultivos de café porque los granos no son marrones y no huelen “a café tostado”. Los granos de café maduros tienen un precioso color rojo y un sabor y olor dulces se asemejan a una cereza” (pág.1). Se considera entonces que “Los mejores granos de café se cosechan a mano cuando el rojo es más intenso, lo que hace que el café colombiano sea uno de los más solicitados en el mundo” (pág.1). Y dado a que “En muchas otras regiones productoras de café, los granos se cosechan con máquinas, por lo que los granos rojos y verdes se mezclan. Esto marca una diferencia muy grande en la calidad del producto final” (pág.1).

Después de realizar todo el proceso del café y una selección de granos cuidadosa, se llega al último y más importante paso que es el tostado. Existen varias modalidades de industrialización del café: café soluble y café tostado. Estas son unas de las principales modalidades de industrialización del café, pero no han tenido éxito en los países productores debido a la poca cultura de consumo de café que se tiene en los países productores y a esto se le suma que el café que se consume en el país productor, es el de más baja calidad ya que el de alta calidad es el que se exporta a países consumidores y con capacidad adquisitiva del producto a excelentes precios. (Café de Colombia, 2010).

6.1.1 Café verde excelso

Según (Legis, 2018):

El Comité Nacional de Cafeteros de Colombia en su Resolución 2 de 2016 (25 de abril) en el “Artículo 2°. Café Verde en Almendra Excelso. Será objeto de exportación el Café verde en Almendra Excelso, que es el café compuesto de

grano grande, hasta del cinco por ciento (5%) inferior a esa malla, pero retenido por la malla doce (12), de esmerad beneficio y debidamente seleccionado. En todo caso este café debe tener por lo menos un cincuenta por ciento (50%) de granos retenidos sobre la malla quince (15), de acuerdo con lo previsto en las normas de la Green Coffee Association of New York City, Inc. (pág.1)

El café excelso colombiano ha sido denominado por las normas de la Green Coffee Association of New York City, ente rector de la compra y venta de café verde arábigo en el mundo a aquel grano cuya malla fuera 14/64 con un nivel de tolerancia del 5%. Sin embargo, Colombia internamente se autoimponía un nivel de aceptación de 1,5%, lo que impedía que cafés de muy buena calidad se vendieran en los mercados internacionales. Hasta el momento siguen vigentes todos los requisitos mínimos de calidad para el café verde excelso como lo son: exportación en materia de humedad, olor, color, granos defectuosos, infestación y prueba de taza.

6.1.2 Café tostado en grano o molido

Según (Legis, 2018):

El Comité de Cafeteros de Colombia en su Resolución 01 de 1999 (enero 19) en el Artículo 2°. Para la elaboración de café tostado, molido o en grano, con destino a la exportación a los mercados tradicionales, únicamente se podrá utilizar como materia prima café fresco de calidad excelso. (pág.1)

Según los datos de exportaciones y el mercado nacional, se puede decir que la mayor parte del café tostado se mezcla con cafés procedentes de distintos orígenes y en consecuencia es esta preferencia por determinadas mezclas lo que dificulta la entrada del productor en el mercado al por menor; también se resalta que el mercado de los cafés tostados se encuentra menos concentrado que el mercado de cafés solubles (Café de Colombia, 2013).

(Café de Colombia, 2013) Señala que:

A pesar de que el tipo de grano determina el sabor del café, la manera y cantidad de tiempo en que se tueste el café también afecta directamente al sabor. Al tostarse, los granos de café crecen al doble de su tamaño y se ponen marrones. Como podrá imaginarse, mientras más se tueste el café, más oscuro se volverá. Los granos de café se tuestan entre 10 y 20 minutos a temperaturas de 200 a 220 grados C. Cuando el horno llega a los 200 grados, los granos se agrietan. Cuando se parten por segunda ocasión, se retiran del horno y se enfrían inmediatamente.

(pág.1)

El proceso de los cafés tostados hace que los aceites suban a la superficie, este proceso se conoce como pirolisis. Mientras más se tuesten los granos el café tendrá menos cafeína y acidez, por lo que contrario a lo que la gente cree, los granos de café más oscuros tienen menos cafeína. De igual manera la cantidad de cafeína depende mucho de la forma de preparar el café, si utiliza mucho café con poca agua se obtiene un café más fuerte con más cafeína, un café más fuerte puede cubrir un café de más baja calidad. En conclusión se puede decir que los granos con un tostado ligero son los de mejor calidad ya que se conservan más y pierden menos aceite al ser tostados durante menor tiempo.

Ilustración 5 Clasificación del Café Arábigo Verde.



Café Arábigo Verde

SISTEMA DE CLASIFICACION



GRADO ESPECIAL
No se permiten defectos de categoría I.
Máximo 5 defectos totales.



QUAKER
Grano inmaduro que no desarrolla totalmente durante la torrefacción



GRANO NEGRO
Predominantemente negro opaco.



GRANO ACRIO O SOBREFERMENTADO
Predominantemente color rajizo o café-amarillento



CEREZA SECA/CÁSCARA
Grano parcial o totalmente cubierto de pulpa seca.



GRANO DAÑADO POR HONGOS
Presenta una coloración amarillenta o café, producto del ataque de hongos.



MATERIA EXTRAÑA/IMPUREZAS
Cualquier elemento no originario del café como palos o piedras.



GRANO CON SEVERO DAÑO DE INSECTOS
Con tres o más perforaciones.

NORMA DE CLASIFICACION

PESO DE LA MUJESTRA
Café Verde - 350 gramos | Café Tostado - 100 gramos

CONTENIDO DE HUMEDAD DEL CAFÉ VERDE:
Cafés lavados deben contener de 10 a 12% al ambo.

OLOR DEL CAFÉ VERDE.
El café debe estar libre de cualquier olor extraño.

TAMAÑO DEL GRANO
Variación no mayor del 5% de la especificación contractual medida por retención del grano en zaranda tradicional de perforación circular

TABLA DE EQUIVALENCIAS DE LOS DEFECTOS			
DEFECTOS CATEGORIA 1	TOTAL DE DEFECTOS EQUIVALENTES	DEFECTOS CATEGORIA 2	TOTAL DE DEFECTOS EQUIVALENTES
Grano Negro	1	Grano Parcial	3
Grano Acrido o Sobrefementado	1	Parcialmente Acrido o Sobrefementado	3
Cereza Seca/ Cáscara	1	Pergamino	5
Dañado por Hongo	1	Flotador	5
Materia Extraña	1	Inmaduro	5
Daño Severo de insectos	5	Averanado o Arrugado	5
		Concha	5
		Partido/ Mordido/ Cortado	5
		Cáscara/ Pulpa Seca	5
		Afectado levemente por insectos	10

UNIFORMIDAD DEL TOSTADO
Grado Especial - No se permiten "quakers"

METODOLOGÍA DE CATACIÓN.
La catación es una técnica profesional para la evaluación de la fragancia, aroma, sabor y postguiso del café. Se aplican 150 mililitros de agua caliente directamente en 8.25 gramos de café tostado y molido para realizar la infusión. Utilizando una cuchara grande rompe la nata acumulada en la superficie para evaluar el aroma y luego se deja sedimentar. Posteriormente el café es degustado vigorosamente por sorbos a varias temperaturas para evaluar las características de sabor.

CARACTERÍSTICAS DEL SABOR:
En taza, la muestra debe mostrar distintos atributos de sabor, acidez, cuerpo y aroma acordados por el comprador y el vendedor. Debe de estar libre de cualquier defecto o contaminación.

GRANO NEGRO PARCIAL
Menos de medio grano negro opaco.

PARCIALMENTE ACRIO O SOBREFERMENTADO
Menos de la mitad rojiza o café-amarillento.

GRANO PERGAMINO
Parcial o totalmente cubierto por el pergamino seco.

GRANO FLOTADOR
De color claro y bajo en densidad.

GRANO INMADURO
Sin desarrollar, de color verdoso y con la película plateada muy adherida

GRANO AVERANADO O ARRUGADO
Grano de color claro y de superficie arrugada.

CONCHA
Grano malformado que consiste de una cavidad.

PARTIDO/MORDIDO/ CORTADO
Grano cortado o fragmento.

CÁSCARA/PULPA SECA
Fragmento de cáscara o cereza seca.

AFECTADOS LEVEMENTE POR INSECTOS
Con menos de tres perforaciones de insectos.

ESCALA DE COLORACIÓN DEL CAFÉ VERDE

Los cafés sin tostar presentan coloraciones que van desde el azul-verdoso al café dependiendo del origen, proceso o tiempo de almacenamiento.



Azul-Verde Azulado-Verde Verde Verdoso Verde-Amarillento Amarillo Pálido Amarillento Café

Nota: Propiedad de Flor de Apia S.A.S.

acidez, cuerpo y una variedad exquisita de notas, entre otros; todo esto se ha logrado gracias a la investigación científica y desarrollos tecnológicos que la renuevan y modernizan, además de una larga tradición que se ha transmitido y mantenido viva de generación en generación (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015).

Todos esos atributos se deben gracias a la ubicación, clima y condiciones geográficas excepcionales, el cuidado de las familias cafeteras que lo cultivan y que lo recolectan mano a mano, despulpan, fermentan, lavan y secan al sol (lo que preserva y potencia su calidad intrínseca, de la especie Arábica). Algunos factores que contribuyen a volver único el café de Colombia y proporcionar el bienestar y calidad de vida para los productores del grano y sus familias son: adecuada promoción, defensa de origen, sostenibilidad económica, social y ambiental de su producción (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015).

Gracias a esto Colombia es el país productor de café más reconocido (85% de la población lo reconoce), lo que habla bien no solo de sus atributos de calidad sino también del trabajo de la Federación Nacional de Cafeteros en la promoción y defensa de este origen.

La permanente disponibilidad del café colombiano gracias a su cosecha durante todo el año, crea una ventaja competitiva en él. Cada región específica cuenta con una temporada de cosecha principal y otra de mitad de año, la diversidad de regiones cafeteras, los diferentes patrones de lluvias y distintos periodos de floración permiten que haya un suministro constante del grano, factor importante para los compradores internacionales (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015).

Todas estas cualidades hacen que el café de Colombia sea único y reconocido en todo el mundo, lo que permite que en cada consumidor se cree una experiencia impactante a la hora de

consumir la bebida, lo cual se ve reflejado en el valor económico que se recibe por este (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015).

(Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015) Resalta que “en el buen posicionamiento que tiene Café de Colombia ha sido fundamental la labor de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC)” (pág.1). Gracias a que además de representar a las familias cafeteras en todo el mundo y buscar la calidad del grano, también es una “entidad que agremia y procura el bienestar de las familias productoras, para promover y defender el origen y la reputación del café 100% colombiano, así como para generar mayor valor alrededor del origen” (pág.1). Gracias a esto, café de Colombia ha logrado ser una Indicación Geográfica Protegida (IGP), la cual es un instrumento legal que garantiza el origen del café colombiano y la calidad ligada al mismo tiempo. Todo depende del país donde se aplique este instrumento, una IGP puede ser una Denominación de Origen Protegida (DOP) o una Marca Certificada, además del instrumento Ingrediente Certificado.

Colombia es el país productor de café con más avance en innovación en materia de DOPs regionales, hasta la fecha ha implementado este sistema en cuatro departamentos: Cauca, Nariño, Huila y Santander. No hay otro país productor con tantas regiones implementadas, lo que le permite ofrecer al tiempo variedad y calidad en sus variedades de café.

Muchos de estos reconocimientos se deben gracias a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia ya que es una entidad consiente de que el origen del café, del cual se deriva su calidad, sabor y consistencia es lo más importante ya que de poco vale saber qué pasa con un grano de café en su camino a la taza si no se sabe lo suficiente sobre éste, porque no hay tosti3n, método de preparaci3n o mezcla que mejore un mal grano.

8 Recomendaciones

1. Para la Corporación Universitaria Minuto de Dios se recomienda:

Seguir motivando e incentivando a los estudiantes para desarrollar proyectos investigativos, este proceso debe de iniciar en semestres con mucha anticipación a la finalización de la carrera ya que así se permite tener mejor visión del desarrollo y resultados del mismo.

2. Para la empresa Flor de Apia S.A.S se recomienda:

- Continuar apoyando a los estudiantes que cursan la materia de práctica profesional y que quieran realizar este proceso en la organización.
- Aplicar e implementar la gestión del conocimiento en todas las áreas de la empresa, resaltando que este proceso ya se inició en el área de exportación.
- Utilizar como guía en cada exportación el manual que se deja como soporte para que este proceso se realice con eficiencia y eficacia.

3. Para el Gobierno Nacional se recomienda:

- Continuar apoyando e incentivando a pequeñas y medianas empresas o personas naturales que quieran ingresar a este mundo de exportaciones.

9 Conclusiones

A partir de la revisión bibliográfica realizada, se pudo analizar que la información proporcionada por los directivos de la empresa Flor de Apia S.A.S. estaba coherente y concordante con los pasos y procesos requeridos para la elaboración del manual, no obstante, se amplió toda esta información con fuentes confiables de internet donde a partir de los datos allí brindados se pudo lograr el objetivo trazado como lo era la construcción del manual de pasos y procedimientos básicos para la exportación de café verde excelso y tostado (en grano o molido).

La investigación de la gestión del conocimiento en las organizaciones, especialmente en las pequeñas empresas contribuyó a ampliar la visión que se tenía de este en la organización, gracias a esto, se inició la implementación de la gestión del conocimiento en el área de exportación para después seguir con el mismo proceso en las diferentes dependencias.

La gestión del conocimiento permite que las empresas a corto y mediano plazo puedan innovar en cuanto a sus estrategias, prácticas y soluciones de una manera más eficaz; en consecuencia de esto la empresa aumentará su productividad y por ende sus ingresos.

Para la empresa Flor de Apia S.A.S. es de gran importancia avanzar y continuar creciendo en busca de una nueva dimensión, donde no se conforme con lo que tiene sino intentar ir un paso más allá. Un elemento clave para conseguirlo es la gestión del conocimiento ya que estamos en un entorno global y en constante transformación, y es éste mismo el que le permite a la empresa aprender y ampliar su capital intelectual con base en las experiencias, el conocimiento y el aprendizaje de los colaboradores de cada área, ya que su objetivo principal no es otro más que el de poder aplicar todas estas informaciones y conocimientos en el día a día de la empresa y contribuir con la toma de decisiones correctas para alcanzar los objetivos trazados por la misma.

Gracias a que el desarrollo del presente trabajo se hizo con el fin de implementar un plan de mejoramiento en el área de exportación de la empresa, donde se pudiera especificar paso a paso el proceso requerido para una exportación en todas sus etapas, individualizar los diferentes requisitos para la exportación de café en sus dos variedades: café verde excelso y tostado en grano o molido, se deja como soporte un manual documental que sirva de guía a la empresa para cada exportación.

Cabe resaltar que las exportaciones dentro de un nivel macroeconómico generan un resultado positivo en la balanza comercial, en la cuenta corriente y en la balanza de pagos ya que al ser una demanda de la producción nacional lo que hace es multiplicar los productos y los ingresos en general. Dentro de un nivel microeconómico las exportaciones son importantes porque aumentan la competitividad interna, las empresas pueden participar en el mercado global, hay adquisición de fuerza para expandirse e incrementación de la producción. La exportación exige una adecuada planeación de los recursos, es una actividad que se planea de mediano a largo plazo y se recomienda iniciarla en los mercados donde pueda adquirir experiencia a un menor costo, para lograrlo se requiere de compromiso con la calidad, ser creativo y actuar con profesionalidad.

Finalmente se concluye que con la estandarización de los diferentes pasos y procesos, todos los empleados y administrativos podrán acceder rápido a la información, de esta manera todos contribuyen a la toma de decisiones acertadas garantizando la supervivencia y posicionamiento de la organización.

10 Referencias Bibliográficas

- Almacafé. (2018). *Servicios especializados en café*. Obtenido de <https://www.almacafe.com.co/index.php/home/servicios-especializados-en-cafe>
- Café de Colombia. (2010). *El café de Colombia*. Obtenido de http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/el_cafe_de_colombia/
- Café de Colombia. (2010). *Un café sobresaliente*. Obtenido de http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/el_cafe_de_colombia/un_cafe_sobresaliente/
- Café de Colombia. (2010). *Un producto especial*. Obtenido de http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre_el_cafe/el_cafe/
- Café de Colombia. (2010). *Un referente mundial*. Obtenido de http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/un_referente_mundial/
- Café de Colombia. (2013). *Detrás del café de Colombia, Una perspectiva de mercado*. Obtenido de <http://www.cafedecolombia.com/cci-fnc-es/>
- Cegarra, J. M. (2018). *Gestión del conocimiento, Una ventaja competitiva*. Santa fe de Bogotá, Colombia: Esic.
- Chiavenato, I. S. (2017). *Planeación Estratégica. Fundamentos y Aplicaciones*. (Tercera ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.
- Chillida, G. (03 de 2007). *La Comunicación Organizacional: Clave para la Gestión del Conocimiento Eficiente*. Obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n55/gchillida.html>
- Coutín, A. P. (2005). *La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352005000600004

CVN. (18 de 09 de 2017). *Exportación de café: Producto líder en Colombia*. Obtenido de

<https://www.cvn.com.co/exportacion-de-cafe-producto-lider/>

Diario Formación. (25 de 07 de 2018). *Objetivos de la gestión del conocimiento en una empresa*.

Obtenido de <https://diarioformacion.wordpress.com/2018/07/25/objetivos-de-la-gestion-del-conocimiento-en-una-empresa/>

El Economista-América.com-Colombia. (2019). FLOR DE APIA SAS-Descafeinado tostion y molienda de cafe, Apia. *El Economista*. Obtenido de

<https://empresite.eleconomistaamerica.co/FLOR-APIA-SAS.html>

Essence of Coffee. (2017). *¿Por qué Colombia tiene el mejor café suave del mundo? Essence of Coffee-The coffee magazine*.

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (05 de 2015). *¿Qué hace único al café de*

Colombia? Obtenido de https://www.federaciondecafeteros.org/algrano-fnc-es/index.php/comments/que_hace_unico_al_cafe_de_colombia/

Flor de Apia, café especial. (s.f.). Obtenido de <https://flordeapia.com/la-vida-en-la-finca/>

Fresno C., C. (2018). *¿Qué es la gestión del conocimiento?* Córdoba Argentina: El Cid Editor.

García, O. (18 de 09 de 2019). 7 recomendaciones para gestionar el conocimiento tácito.

Proyectum. Obtenido de <https://www.proyectum.lat/2019/09/18/7-recomendaciones-para-gestionar-el-conocimiento-tacito/>

Gonzales, Y. M. (18 de 10 de 2011). *La gestión del conocimiento como generador de valor*

agregado en las organizaciones. Obtenido de

[file:///D:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-](file:///D:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-LaGestionDelConocimientoComoGeneradorDeValorAgrega-4040233.pdf)

[LaGestionDelConocimientoComoGeneradorDeValorAgrega-4040233.pdf](file:///D:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-LaGestionDelConocimientoComoGeneradorDeValorAgrega-4040233.pdf)

Hernandez, F. V. (2016). *La gestión del conocimiento en las organizaciones*. Buenos Aires, Argentina: Alfaomega.

Legis. (2018). *Resolución 2 de 2016*. Obtenido de

<http://legal.legis.com.co/document/index?obra=legcol&bookmark=bf1ecac74d4461f458ea6f96845bb0008dn5nf9>

Lizarralde, E. F. (2014). *El proyecto sectores de la nueva economía 20-20*. Madrid: Fundación EOI.

Madrigal, F. C. (11 de 2015). *Planeación estratégica y gestión del conocimiento en las pequeñas y medianas empresas, (PYMES), herramienta básica para su permanencia y consolidación*.

Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/285234084_PLANEACION_ESTRATEGICA_Y_GESTION_DEL_CONOCIMIENTO_EN_LAS_PEQUENAS_Y_MEDIANAS_EMPRESAS_PYMES_HERRAMIENTA_BASICA_PARA_SU_PERMANENCIA_Y_CONSOLIDACION

Nonaka, I. T. (1999). *La organización creadora de conocimiento*. Mexicana.

Pedraza, A. (29 de 3 de 2018). *Gestipolis-Estrategia de Gestión del Conocimiento*. Obtenido de

<https://www.gestipolis.com/estrategia-de-gestion-del-conocimiento/>

Sánchez, Á. M. (15 de 04 de 2016). *Metodología y estrategia de la Gestión del Conocimiento*.

Obtenido de <https://www.gestipolis.com/metodologia-estrategia-la-gestion-del-conocimiento/>

Sánchez, D. M. (16 de 11 de 2005). *Breve inventario de los modelos para la gestión del conocimiento en las organizaciones*. Obtenido de

<http://eprints.rclis.org/7964/1/aci060605.pdf>

Vargas Alforonso., M. M. (12 de 2005). *La gestión del conocimiento en las organizaciones.*

Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/277203089_La_Gestion_del_Conocimiento_en_las_Organizaciones

Anexos

Anexo N°1: Matriz de revisión bibliográfica. Pdf.

Anexo N°2: Manual de pasos básicos para la exportación de café. Pdf.