Estrategias de optimización logística para la comercialización del café especial producido por Asoseynekun en el municipio de Pueblo Bello, Cesar

Ana Victoria Juvinao Povea, Mario Rodríguez Coronado, Yimy Gordon Hernández
Universidad Popular del Cesar

Resumen

Según la Organización Internacional del Café (ICO), el café es el producto agrícola más relevante del comercio internacional: de él dependen al menos 125 millones de personas en más de 60 países productores, con una producción global de entre 166 y 170 millones de sacos en 2024-2025 (ICO, 2025). Sin embargo, el sector enfrenta dificultades logísticas como la escasez de contenedores, la reprogramación de rutas navieras y exigencias regulatorias crecientes como el EUDR, que encarecen y complejizan la exportación. A nivel nacional, Colombia es el tercer mayor exportador de café (Fluctuante, 2025), pero el aumento de la producción y del volumen exportado ha colapsado las terminales portuarias, generando sobrecostos logísticos e incumplimientos con clientes internacionales. A nivel regional, en Pueblo Bello, Cesar, se produce café orgánico de la mano de asociaciones indígenas como ASOSEYNEKUN, que agrupa a 190 familias productoras y, mediante su Comercializadora Seynekun S.A.S. BIC ZOMAC, exporta su café certificado a mercados europeos. Sin embargo, depende de aliados externos para diversos procesos logísticos, lo que dificulta el control total de su cadena. En este contexto, la investigación diseñó estrategias de optimización de los procesos logísticos para mejorar la comercialización del café especial de ASOSEYNEKUN. El marco teórico integró la gestión logística, la comercialización, la planeación estratégica y las teorías clásicas y neoclásicas del comercio internacional (Smith, Ricardo, Heckscher-Ohlin, Vernon y Linder), con antecedentes sobre café especial, logística y trazabilidad (Álvarez et al., Nguyen y Sarker, Córdoba et al., Gordon et al.). La metodología fue cuantitativa, descriptiva, de campo y no experimental transeccional: un prediagnóstico logístico de 29 ítems, triangulado con el informe de gestión y la observación directa, y una encuesta de 47 ítems y nueve dimensiones a 190 productores, con confiabilidad excelente (alfa de Cronbach global de 0,950). Los resultados evidencian un desempeño logístico aceptable (3,33/5), con fortalezas en transporte y distribución y almacenamiento, pero brechas en aprovisionamiento de insumos y planificación logística, por la falta de herramientas formales de proyección de demanda, control de inventarios e indicadores de desempeño. La percepción de los productores sobre la comercialización fue favorable (3,74/5), con mayor margen de mejora en capacidad de absorción e infraestructura logística. El análisis externo (POAM 2,67) e interno (PCI 2,62) ubica a la asociación en una posición ligeramente favorable. Con la matriz FODA/TOWS se formuló un plan de siete estrategias, con responsables, indicadores, plazos y costos estimados: herramientas de planificación logística, control de costos, reducción de la dependencia de aliados tercerizados, apertura a tres mercados no europeos, mayor confiabilidad en las entregas, ampliación de alianzas de financiación internacional y geolocalización del 100 % de los predios para cumplir el EUDR. Se concluye que implementar progresivamente estas estrategias, priorizando la planificación y el control de costos, fortalece los procesos logísticos y la comercialización, y sienta las bases para una proyección competitiva en el mercado internacional.

Palabras clave: logística, comercialización, café especial, comunidades indígenas, estrategias de optimización

Correspondencia: avjuvinao@unicesar.edu.co