



APO Colombia
Agencia
Presidencial
de Cooperación
Internacional
de Colombia



**BIOCOMERCIO
COLOMBIA
PABE**
Programa de Asesoramiento de Empresas

FICHA-INFORME OBSERVATORIO

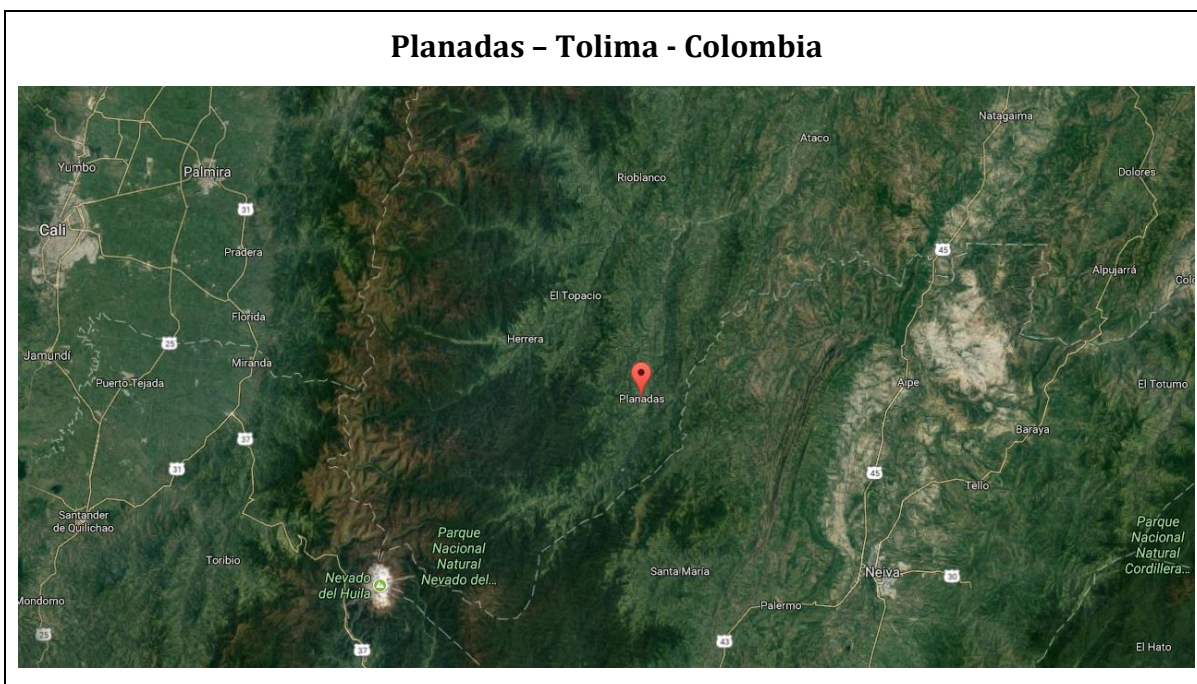


OBSERVACAFÉCAO



AGPROCEM
Asociación de Agricultores y Productores de Café Especial de Montalvo
Planadas
SPÉCIALITY COFFEE PLANADAS S.A.S

UBICACIÓN



PEQUEÑA RESEÑA

AGPROCEM es una asociación de 53 productores de café especial fundada en el año 2013. La asociación está certificada en producción orgánica bajo el estándar USDA y en comercio justo bajo el esquema FAIRTRADE. Producen café pergamino y su producto está dirigido a los mercados de Europa, Estados Unidos y Japón, sin embargo, en la actualidad no son exportadores directos, lo hacen a través de intermediarios nacionales, con lo cual dejan de recibir parte de las ganancias del precio final del producto que pagan por él sus consumidores internacionales. Adicionalmente, se está incursionando en la línea de transformación del café, obteniendo café tostado y molido, el cual está en proceso para ser exportado.



DATOS DE LA ASOCIACIÓN

1. Razón Social de la empresa	Asociación de agricultores y productores de Café especial de Montalvo, Planadas - AGPROCEN
2. NIT	900694591-3
3. Clasificación según la categorías de Negocios Verdes	<ul style="list-style-type: none"> • Bienes y Servicios provenientes de los Recursos Naturales <ul style="list-style-type: none"> • Agrosistemas sostenibles • Sistemas de producción ecológico, biológico, orgánico
4. Datos de contacto de la empresa	
Teléfono Contacto	3185606029
Dirección	Calle 8 N° 4 33 Barrio Aeropuerto
Ciudad	Planadas, Tolima
E-mail	inf@cafetolima.com , agprocemmontalvo2013@hotmail.com
Página web	http://www.cafetolima.com
5. Datos de contacto	
Nombres y Apellidos	Edinson Vaquiro Mendoza
Cédula	80248269
Cargo	Representante Legal
Teléfono fijo	No tiene.
Celular	318 560 5025
E-mail	edinson@cafetolima.com
6. Entidades que le han apoyado	Unidad Administrativa para la Consolidación Territorial. CCI
7. Fecha de constitución de la empresa	20 de octubre de 2013



DATOS DEL PRODUCTO

Café cultivado en la región de Planadas, Tolima, a una altitud creciente que va de los 1.650 hasta los 2.100 msnm. Las variedades manejadas son arábica, caturra, típica y castillo, su período de cosecha es entre mayo y agosto y su procesado se hace a través del método de lavado y secado al sol.

Su aroma es de fruta dulce, sus sabores son turrón, caramelo, albaricoque, arándano, mantequilla de nuez, frutal, chocolate oscuro, baya, cítricos dulces y miel, su cuerpo es liso y su acidez es agria.

8. Breve historia de desarrollo de la idea que permitió constituir la empresa

Agprocem es un grupo asociativo creado el 10 de octubre de 2013 por el señor Edinson Vaquiro Mendoza y el Señor Israel Montes, con el objetivo de mejorar la comercialización del café, cuidar el medio ambiente, mejorar las condiciones de vida de cada uno de los asociados. Con el tiempo obtuvieron sellos orgánicos y FAIRTRADE, actualmente con la prima social han adquirido un lote de 278 metros cuadrados donde aspiran construir su sede de operaciones, almacenamiento y comercialización del café de sus asociados.

9. Breve reseña del producto

Producen café orgánico especial de las variedades Caturra, Típica, Castillo, Colombia y Bourbon, certificados en producción orgánica USDA y comercio justo FAIR TRADE, se comercializa café tostado y molido, en presentaciones de 500, 250 y 125 gramos.

10. Potencial del producto

El hecho de elaborar cafés especiales certificados les permite obtener diferenciales en sobre precios de \$230.000 por USDA, \$130.000 y \$150.000 por FAIR TRADE y por cafés diferenciados por taza consiguen entre \$150.000 y \$250.000.

El producto cuenta con los sellos FLO-CERT, JAS, USDA-NOP y UE-CEE

CAFÉ FTO Café orgánico fairtrade de Planadas Tolima, fruto del trabajo de los productores, con el cual se ofrece una gran calidad gracias a todos los beneficios que



brindan los cultivos, al estar ubicados en una zona privilegiada rica en recursos naturales, suelos fértiles y volcánicos procedentes del nevado del Huila, por lo que el café cuenta con especies características y atributos que hacen que sea único, exquisito y exótico.

11. Visión General de los principios de Biocomercio.

1. **Conservación Ambiental.** Hacen uso de arreglos agroforestales, elaboran y utilizan abonos orgánicos. Están en proceso de implementar técnicas para el manejo adecuado de las mieles resultantes del beneficio del café.
2. **Uso sostenible de biodiversidad:** El proceso de producción orgánica y la no utilización de agrotóxicos contribuye en la preservación de la biodiversidad y las fuentes hídricas.
3. **Distribución Justa y Equitativa:** Cuentan con certificación Fairtrade, por lo que hacen uso de políticas de comercio justo.
4. **Sostenibilidad socio-económica:** Con la venta del café logran sufragar sus gastos de operación y de sostenibilidad.
5. **Cumplimiento de la legislación vigente:** Cumplen con la normativa básica vigente para el funcionamiento de la organización. El registro Invima se encuentra en trámite.
6. **Cumplimiento de los Derechos Humanos:** No se evidencian contravenciones a los derechos humanos.
7. **Tenencia de la tierra:** Actualmente están tramitando las escrituras de algunos los predios de los asociados, mientras otros terrenos cuentan con escrituras.

DIMENSIÓN SOCIAL – FORTALEZAS ORGANIZACIONALES

12. Perfil de las personas que conforman el equipo de trabajo asociado al producto.

El equipo de trabajo lo conforman 12 personas entre técnicos en sostenimiento a la calidad y en análisis físico y sensorial de cafés especiales, más una administradora pública.

Edison Vaquiro, Técnico en sostenimiento a la calidad del SENA.



13. Temas sociales manejados

AGPROCEM con emprendimiento empresarial, contribuye con la educación de los asociados y su núcleo familiar mediante becas financiadas con las primas sociales Flo obtenidas en el ejercicio de comercialización; se hace de la caficultura una profesión con relevo generacional tecnificado haciendo uso de la tecnología y acompañamiento permanente por un sistema de control interno capacitado para garantizar los procesos.

14. Evidencias del grado de asociatividad

Cuentan con su propia sede y laboratorio, fruto de los procesos de comercialización que han venido desarrollando durante estos años de trabajo.

Actualmente se tiene una base social conformada por 53 productores ubicados en 18 veredas en el municipio de Planadas y Ataco en el Departamento del Tolima, desde los 1600 a 2100 msnm.

DIMENSIÓN AMBIENTAL

15. Manejo de temas ambientales

El 60% de los asociados hace uso de arreglos agroforestales. El 80% realizan control biológico de plagas y hacen uso de técnicas de labranza mínima. El 100% de los asociados hace uso de fertilizantes orgánicos. Cuentan con plan de manejo orgánico.

16. Nivel de avance frente a la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas-BPA en los productores.

Actualmente cuentan con certificación USDA en producción orgánica y 4 de los productores se encuentran en proceso de obtención de certificación de buenas prácticas agrícolas.



DIMENSIÓN ECONÓMICA: ASPECTOS FINANCIEROS

17. Información sobre ventas	
Cantidades de ventas mensuales promedio 2015	
Total ventas promedio mensuales del año 2015	
Total ventas promedio mensuales del año 2014	
18. Situación financiera actual de la empresa y el posible apalancamiento para crecer el negocio	
<p>Los ingresos de la empresa les han permitido adquirir sus propias instalaciones, la maquinaria para la transformación del café y un laboratorio de calidad para el café. Esto evidencia la sostenibilidad del negocio ya que lo han realizado enteramente con capital propio.</p>	

PLAN DE MERCADEO

19. Barreras de entrada al mercado que ha tenido que superar o que están por superarse
<ul style="list-style-type: none"> • Inicialmente una de las dificultades presentadas fue la falta de conocimiento sobre el tema de comercialización lo cual no facilitaba el acceso a los clientes. • Actualmente la principal barrera es la reducción de los pedidos del exterior debido a la competencia frente a los precios (productos de menor costo) de la Federación Nacional de Cafeteros. • Es reducido el capital de trabajo. • Los trámites de exportación siempre se han tenido que realizar a través de intermediarios (exportadores especializados), lo cual pone a asociación en una situación de desventaja en la comercialización.



20. Intercambio de saberes

Generación de Valor a otras organizaciones

Se cuenta con un laboratorio propio con el cual se ofrecen servicios de catación, análisis físicos y sensoriales, así como asesorías técnicas en producción y en certificación FAIRTRADE y USDA.

La asociación está en busca de incorporar a otras organizaciones a su empresa, para fortalecer la capacidad de oferta de producto como estrategia de comercialización, esto con el fin de conquistar el mercado internacional con una base sólida de productores.

Aprendizajes deseados

Uno de sus mayores retos ha sido el tema de exportación, por lo que para la organización es importante fortalecerse en cuanto a conocimientos en mercadeo y exportaciones.

Visibilización

Cuentan con fan page en Facebook e Instagram.

21. Valores agregados

Pertenencia a Redes

AGPROCEM no pertenece a ninguna red.

Acciones de fortalecimiento PABE

Participación en eventos

Expoespeciales, 2014, 2015 y 2016

Feria de Cafés especiales en Estados Unidos en Seattle EEUU.