



APO Colombia
Agencia
Presidencial
de Cooperación
Internacional
de Colombia



FICHA-INFORME OBSERVATORIO



OBSERVACAFÉCAO

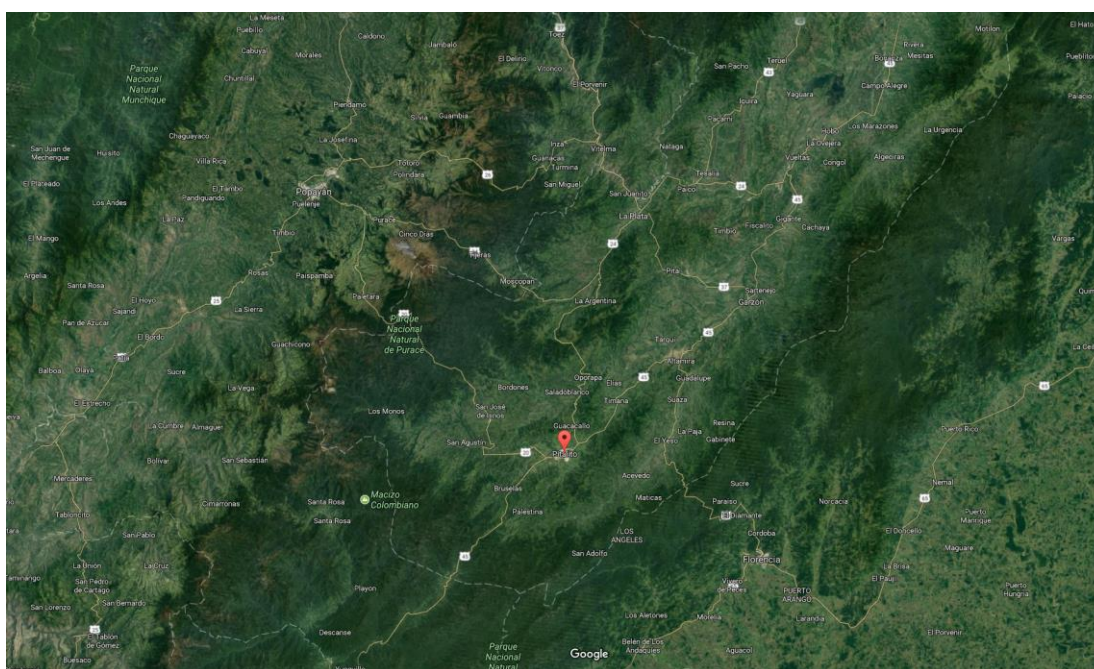


BOSCAFÉ

San Juan Boscafé S.A.S.

UBICACIÓN

Corregimiento de Bruselas, Pitalito – Huila -Colombia



PEQUEÑA RESEÑA

BOSCAFÉ es una empresa familiar que nace en el macizo sur colombiano, dedicada a la siembra y producción de café especial en la finca Bellavista, vereda Villafatima, corregimiento de Bruselas, Municipio de Pitalito, Huila, Colombia.

Ha logrado obtener posiciones importantes en los concursos Tazas de la excelencia como finalista en los años 2006-2007 y en el año 2009 fue subcampeón de la séptima versión del concurso a nivel nacional.

Actualmente está certificado con los sellos Rainforest Alliance, UTZ y 4C.



DATOS DE LA ASOCIACIÓN

1. Razón Social de la empresa	San Juan Boscafe S.A.S.
2. NIT	900603646 - 0
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 <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de producción ecológico, biológico, y orgánico
4. Datos de contacto de la empresa	
Teléfono Contacto	3105761245
Dirección	Finca Bellavista, Vereda Villa Fátima / Cra. 5 #5-9
Ciudad	Pitalito, Huila
E-mail	jsanjuang64@gmail.com
Página web	http://jsanjuang64.wixsite.com/boscafesanjuan
5. Datos de contacto	
Nombres y Apellidos	Javier San Juan Gómez
Cédula	12'230.065
Cargo	Gerente General
Teléfono fijo	No tiene
Celular	
E-mail	jsanjuang64@gmail.com
6. Entidades que le han apoyado	SENA CAM Federación nacional de cafeteros Comité de caficultores del Huila
7. Fecha de constitución de la empresa	23 de marzo de 2013



DATOS DEL PRODUCTO

Café de origen, de las variedades Colombia y caturra, cultivado en las laderas del macizo Colombiano, bajo la implementación de buenas prácticas agrícolas, contribuyendo al cuidado del ecosistema. El café es comercializado bajo la marca “Boscafé”.

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

En su juventud, Javier San Juan deseaba estudiar comunicación social y periodismo, pero debido a la escasez de recursos económicos en su familia, comenzó a trabajar con su padre en el cultivo del café, posteriormente en fincas vecinas hasta que en 1996 compró la finca Bellavista y es allí donde a partir de las capacitaciones recibidas, inicia la producción de café bajo sus parámetros, buscando producir el mejor café tostado del Huila.

9. Breve reseña del producto

Se cultiva café, el cual el 65% es de la variedad Colombia y el restante 35% es de la variedad Caturra, bajo parámetros de conservación ecosistémica buscando obtener un café de alta calidad en taza. Actualmente, la organización cuenta con su propia torrefactora, lo que posibilita controlar todo el proceso de producción del café, conservando parámetros de excelencia.

10. Potencial del producto

Boscafé, es un café especial, con denominación de origen, producido en armonía con el ecosistema, con reconocimientos por la calidad de sabor en taza. La empresa cuenta con dos tiendas de café; una en el corregimiento de Bruselas y la otra se ubica en el casco urbano de Pitalito. En estas, aparte de vender el producto, se comercializan diversas bebidas a base de café.

11. Visión General de los principios de Biocomercio.

1. **Conservación Ambiental:** Se cuenta con 5,5 hectáreas cultivadas de café y 2 hectáreas de área para la protección y conservación del ecosistema.
2. **Uso sostenible de biodiversidad:** Se hace uso de cercas vivas, que evitan la tala de árboles nativos.
3. **Distribución Justa y Equitativa:** La empresa cuenta 80 empleados, a los cuales se les garantizan sus derechos laborales y prestaciones sociales de ley.
4. **Sostenibilidad socio-económica:** A partir de los recursos obtenidos por medio del fondo emprender, se instaló una Torrefactora que le permite a la organización procesar directamente el café, logrando aumentar sus ingresos.



5. **Cumplimiento de la legislación vigente:** Se cumple con los requisitos mínimos para el funcionamiento de la empresa y se cuenta con registro INVIMA.
6. **Cumplimiento de los Derechos Humanos:** No se evidencian contravenciones a los derechos humanos.
7. **Tenencia de la tierra:** La empresa cuenta con las escrituras del predio.

DIMENSIÓN SOCIAL – FORTALEZAS ORGANIZACIONALES

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

Javier San Juan Gómez, gerente general, cuenta con más de 28 años de experiencia en la producción de café, tradición heredada de su padre.

13. Temas sociales manejados

Se incorporan a la empresa como trabajadores, los familiares y personas del corregimiento. Adicionalmente son celebradas fechas especiales, y se brindan capacitaciones en el manejo del cultivo y de los recursos naturales.

14. Evidencias del grado de asociatividad

Al ser una empresa familiar, no se maneja asociatividad dentro de la organización, sin embargo se promueve a nivel de capacitaciones el asociarse y optar por el cultivo del café como alternativa de vida.

DIMENSIÓN AMBIENTAL

15. Manejo de temas ambientales

Se cuenta con un área de 2 hectáreas de reserva, en la cual se evita el uso de agroquímicos, y se promueve la conservación de los recursos naturales.

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

A partir de las capacitaciones recibidas por el SENA, se están implementando 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>A partir de los recursos obtenidos por medio del fondo emprender, junto con otros apoyos recibidos, se ha logrado posicionar el producto en el mercado y cuenta con dos tiendas de venta directa de café tostado y molido, así como de bebidas preparadas a base del mismo.</p>	

PLAN DE MERCADEO

19. Barreras de entrada al mercado que ha tenido que superar o que están por superarse
<p>Se presentaba escasez de recursos para inversión en elementos para la torrefactora e infraestructura, lo cual, luego de haber logrado obtener apoyo del fondo emprender, se solucionó.</p>
20. Intercambio de saberes
<p>Generación de Valor a otras organizaciones</p> <p>Se brinda asistencia técnica para el cultivo del café, selección y transformación de alta calidad. Adicionalmente se hace Tosti3n de microlotes de café.</p>
<p>Aprendizajes deseados</p> <p>Acceso a nuevos mercados.</p>



Visibilización

La organización cuenta con una página web gratuita en wix y una fanpage en Facebook, sin embargo no actualizan constantemente la información allí registrada.

21. Valores agregados

Pertenencia a Redes

Federación Nacional de Cafeteros

Cadefihuila

Acciones de fortalecimiento PABE

Participación en eventos

Primer Concurso Marcas de Café Origen Huila

Exporurales emprendedores

Agroexpo

Expohuila