



**APO** Colombia  
Agencia  
Presidencial  
de Cooperación  
Internacional  
de Colombia



**BIOCOMERCIO  
COLOMBIA  
PABE**  
Asociación de Promotores de Empresas

# FICHA-INFORME OBSERVATORIO



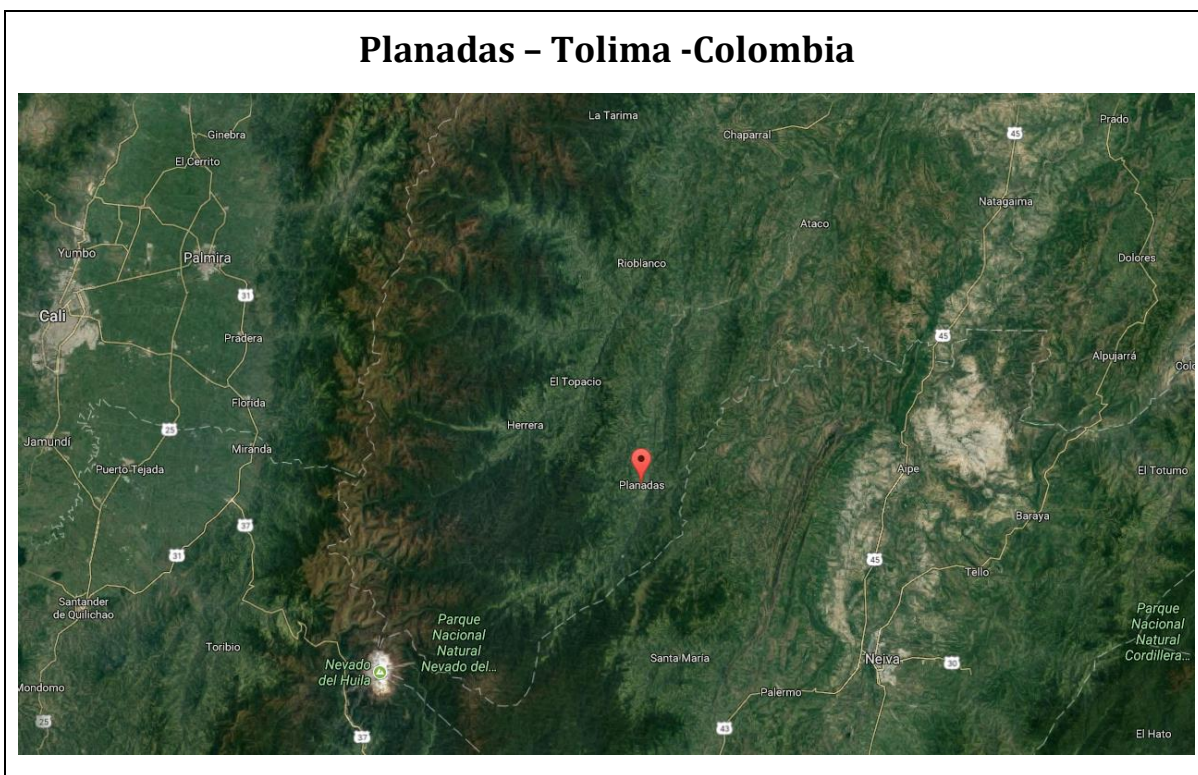
OBSERVACAFÉCAO



# CAFÉ DEL MACIZO

## Asociación de Productores de Cafés Especiales con Fines Ecológicos de Planadas, Tolima

### UBICACIÓN



### PEQUEÑA RESEÑA

Café Macizo es la más antigua asociación de Planadas Tolima Tiene alrededor de 15 años de funcionamiento. Se caracteriza por su filosofía de trabajo en equipo y solidaridad con los productores. Sus miembros se encargan cada día de mejorar la calidad del café tolimese que cosechan.



## DATOS DE LA ASOCIACIÓN

1. Razón Social de la empresa	Asociación de productores de cafés especiales con fines ecológicos de Planadas, Tolima - CAFÉ DEL MACIZO
2. NIT	809011332-2
3. Clasificación según la categorías de Negocios Verdes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienes y Servicios provenientes de los Recursos Naturales <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrosistemas sostenibles</li> <li>• Sistemas de producción ecológico, biológico, orgánico</li> </ul> </li> </ul>
4. Datos de contacto de la empresa	
Teléfono Contacto	3118306514
Dirección	Carrera 4ª # 4 - 19
Ciudad	Planadas, Tolima
E-mail	cafeedelmacizo@hotmail.com
Página web	<a href="http://asocafeterosurtolima.wixsite.com/asocafe21/caf-del-macizo">http://asocafeterosurtolima.wixsite.com/asocafe21/caf-del-macizo</a>
5. Datos de contacto	
Nombres y Apellidos	Wilson Rodríguez Franco
Cédula	6682796
Cargo	Representante Legal
Teléfono fijo	2246045
Celular	3168037497
E-mail	
6. Entidades que le han apoyado	Colombia Responde Comité de Cafeteros CAFISUR CPT
7. Fecha de constitución de la empresa	3 de abril de 2003





## DATOS DEL PRODUCTO

Es un café con un perfil de taza que comprende fragancias florales, cítricas y dulce apanelado, acidez media cítrica, cuerpo complejo y cremoso, balance equilibrado, notas de chocolate, frutos rojos y especias, y un puntaje SCAA de +83 a +88.

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

120 agricultores de la zona se reunieron a conformar la asociación en el año 2003 con el fin de comercializar cafés especiales, viendo como ejemplo las asociaciones exitosas del Huila. A esto se sumó la preocupación por los temas medioambientales principalmente al ver la invasión de las rondas de las quebradas y la contaminación de sus aguas debido a los subproductos del café y a partir de esto se tomó como objetivo implementar prácticas de producción limpias y amigables con el medio ambiente.

Así nace CAFÉ DEL MACIZO el propósito de integrar esfuerzos para que por medio del cultivo del grano puedan sustituirse cultivos ilícitos y obtener ayudas de entidades públicas y privadas y pueda a través de la asociatividad mejorar la calidad de vida de sus miembros que en la actualidad ya suman 111 y que se encuentran distribuidos en 18 veredas ubicadas entre los 1400 y 2100 msnm pertenecientes al municipio de Planadas sur del Departamento en cuya cabecera se encuentra ubicada la sede.

### 9. Breve reseña del producto

Café pergamino y tostado orgánico y especial de las variedades Caturra, Tabi, F8, Castillo, Bourbon y Arabigos con certificación Fair Trade.

### 10. Potencial del producto

Es un café que tiene atributos interesantes como frutos rojos, chocolate y panela. Las montañas tolimenses hacen de este café único en el país.

Café del Macizo cuenta con sede propia, centro de acopio, laboratorio de catación, planta administrativa y técnica que garantiza un manejo adecuado de todos los procesos.



## 11. Visión General de los principios de Biocomercio.

1. **Conservación Ambiental:** Protegen las fuentes hídricas, el 50% de los productores hacen uso de sistemas agroforestales y algunos cuentan con sistemas silvopastoriles, el 40% de los predios cuentan con cercas vivas.
2. **Uso sostenible de biodiversidad:** Utilizan prácticas orgánicas y producen sus propios biopreparados. El 60% de los socios hacen labranza mínima.
3. **Distribución Justa y Equitativa:** Hacen uso de las prácticas de Comercio Justo, en la cual están certificados bajo los criterios de FAIR TRADE.
4. **Sostenibilidad socio-económica:** Reciben una prima de sobre precio por Comercio justo. Cuentan con plan de negocios y ya están generando utilidades.
5. **Cumplimiento de la legislación vigente:** cuentan con registro INVIMA para el café tostado.
6. **Cumplimiento de los Derechos Humanos:** No se evidencian contravenciones a los derechos humanos.
7. **Tenencia de la tierra:** La mayoría de sus socios tienen escrituras de sus propiedades o están en proceso de legalización. La asociación cuenta con instalaciones en Comodato por la Gobernación del Tolima, la edificación cuenta con laboratorio, oficinas de negocios, de gerencia, bodega de almacenamiento y cafetería.

## DIMENSIÓN SOCIAL – FORTALEZAS ORGANIZACIONALES

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

La asociación cuenta con talento humano comprometido y empoderado en el desarrollo de su labor, quienes día a día fortalecen sus competencias mediante la participación en programas, capacitaciones y encuentros de experiencia, encontrando así caficultores responsables ante el medio ambiente y personal administrativo al servicio de la comunidad.

- **Amparo Arias:** Fiscal
- **Wilson Rodríguez:** Presidente
- **Duberney Cifuentes:** Vicepresidente
- **Blas Lozano:** Tesorero
- **María Santos:** Secretaria
- **William Pava:** Vocal



- **Mauricio Villota:** Gerente
- **Eduar Milto:** Contador
- **Zoranlily Castañeda:** Secretaria Administrativa
- **José Garzón:** Analista de Calidad
- **Carlos Pérez:** Ayudante de Bodega
- **Esneider Figueroa:** Sistema de Control Interno
- **Jhoan Lussan:** Sistema de Control Interno

Adicionalmente la organización cuenta con 4 comités: Comité de Comercialización, Comité de Producción, Comité de Fondo Rotatorio, Comité de Medio Ambiente.

### 13. Temas sociales manejados

Es una asociación de productores de café, que fomenta el fortalecimiento y mejoramiento de los vínculos familiares, una empresa social, que ha logrado ganarse un reconocimiento por la transparencia y efectividad de sus procesos, por los adecuados niveles de vida que ha contribuido a generar para sus miembros, que comercializa asociativamente con certificaciones importantes y relevantes en garantizar la sostenibilidad de sus cultivos.

### 14. Evidencias del grado de asociatividad

Cuentan con un fondo a partir del cual hacen microcréditos para sus asociados.

## DIMENSIÓN AMBIENTAL

### 15. Manejo de temas ambientales

A partir de los conocimientos ancestrales (que en parte es descendiente de indígenas de la región), hacen uso de prácticas de conservación de la biodiversidad, evitando el uso de agroquímicos y haciendo uso de sistemas agroforestales y silvopastoriles con técnicas orgánicas.

La asociación propende por el cuidado del medio ambiente y de asegurar el equilibrio ecológico de la región.



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

Aunque la organización no cuente con certificado en BPA, los productores procuran implementar buenas prácticas agrícolas en el desarrollo de sus actividades.

**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**

La asociación está actualmente en crecimiento de sus operaciones de venta de café pergamino a nivel nacional e internacional. Ya presenta utilidades operacionales que le permitirán en un futuro apalancar el crecimiento de la organización.

**PLAN DE MERCADEO**

**19. Barreras de entrada al mercado que ha tenido que superar o que están por superarse**

El acceso directo al mercado de exportación ha sido la principal dificultad, venden principalmente a intermediarios que son quienes exportan.



## 20. Intercambio de saberes

### **Generación de Valor a otras organizaciones**

La organización tiene participación en un programa de alianzas productivas, ferias de Café y usan estrategias de encadenamiento con los aliados comerciales.

### **Aprendizajes deseados**

Se quiere acceder a nuevos mercados y que la comercialización sea directa (sin intermediarios) con los clientes internacionales.

### **Visibilización**

Cuentan con marca propia, manual de marca y fan page en Facebook. Aun no cuentan con página web propia, en wix cuentan con un espacio dedicado a la asociación por medio de la página de Café del Sur del Tolima.

## 21. Valores agregados

### **Pertenencia a Redes**

Comité de caficultores

Asocafeteros del sur del Tolima

### **Acciones de fortalecimiento PABE**

### **Participación en eventos**

N/D