



APO Colombia
Agencia
Presidencial
de Cooperación
Internacional
de Colombia



**BIOCOMERCIO
COLOMBIA
PABÉ**
Asociación de Promotores de Empresas

FICHA-INFORME OBSERVATORIO



OBSERVACAFÉCAO



CAFÉ SIERRA MONTAÑA

Fundación Waira para el Desarrollo Social

UBICACIÓN



PEQUEÑA RESEÑA

La Fundación Waira para el desarrollo social es una organización no gubernamental sin ánimo de lucro que dedicada a la producción, procesamiento y comercialización de café orgánico producido en la región de la Serranía del Perijá, bajo la marca Café Sierra Montaña.



DATOS DE LA ASOCIACIÓN

1. Razón Social de la empresa	Fundación Waira para el Desarrollo Social - Café Sierra Montaña.
2. NIT	900291068-2
3. Clasificación según la categorías de Negocios Verdes	<ul style="list-style-type: none"> • Bienes y Servicios provenientes de los Recursos Naturales • Agrosistemas sostenibles <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de producción ecológico, biológico y orgánico
4. Datos de contacto de la empresa	
Teléfono Contacto	3045948685
Dirección	Finca: Finca La Parra, Corregimiento del Plan, Urumita; Dirección oficinas: Calle 6 # 4 sur -56
Ciudad	Oficinas: San Juan del Cesar, Guajira, Finca: Urumita, Guajira
E-mail	albertodaza09@gmail.com
Página web	No tiene
5. Datos de contacto	
Nombres y Apellidos	Luis Alberto Daza Oñate
Cédula	84'037.989
Cargo	Representante legal
Teléfono fijo	3017558546
Celular	3045948685
E-mail	Albertodaza09@gmail.com
6. Entidades que le han apoyado	Corpoguajira
7. Fecha de constitución de la empresa	10 de abril de 2009



DATOS DEL PRODUCTO

Café especial orgánico en pergamino seco o tostado, molido, empacado y comercializado bajo la marca Café Sierra Montaña.

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

A partir de la tradición familiar en la producción de café iniciada por los esposos Bolívar Oñate y María Fragozo hace más de 50 años, se ha seguido por generaciones, fue continuada por Zenith Oñate (hija) y actualmente manejada por Alberto Daza (nieto).

Los fundadores de la organización después de sufrir el desplazamiento forzado por cuenta de grupos ilegales que se instauraron en la zona, establecieron la fundación encaminada al café, como alternativa al conflicto que se vivía en aquellos tiempos. Con el transcurrir de los años se han instruido en diversos temas que han permitido mejorar las técnicas de cultivo y la calidad del producto terminado con el fin de competir con cafés especiales de calidad mundial con una connotación orgánica, saludable, que propenda por el cuidado del medio ambiente.

9. Breve reseña del producto

Café especial orgánico en pergamino seco o tostado, molido, empacado y comercializado bajo la marca Café Sierra Montaña.

10. Potencial del producto

Café orgánico, producido en inmediaciones de la Serranía del Perijá por personas víctimas de la violencia y el desplazamiento forzado.

11. Visión General de los principios de Biocomercio.

- 1. Conservación Ambiental:** Se hace producción de café evitando el uso de pesticidas, con un especial cuidado al ecosistema de la Serranía del Perijá. No se talan árboles ni se arrojan desechos, ni vertimientos a las fuentes hídricas., hacen uso de técnicas de cultivos mixtos. Con la cascarilla del café elaboran abono orgánico.
- 2. Uso sostenible de biodiversidad:** Se promueve la conservación de los bosques para la protección de las fuentes hídricas y de los recursos naturales.
- 3. Distribución Justa y Equitativa:** Se involucra a miembros de la comunidad local como empleados directos e indirectos y adicionalmente son realizadas charlas sobre el cuidado del agua, la flora y la fauna local, sin embargo, no cuenta con un modelo de distribución justa y equitativa de beneficios.



4. **Sostenibilidad socio-económica:** Actualmente las ventas alcanzan para cubrir los gastos de producción, pero las ganancias aún no permiten invertir en mejoramiento de maquinaria ni en publicidad.
5. **Cumplimiento de la legislación vigente:** El proceso con el café que se hace luego del beneficio lo ejecutan a través de un tercero quien tiene registro INVIMA. La Federación Nacional de Cafeteros hace seguimiento constante a la organización, quien adicionalmente cuenta con cédula cafetera.
6. **Cumplimiento de los Derechos Humanos:** No se evidencian contravenciones a los derechos humanos.
7. **Tenencia de la tierra:** La organización manifiesta tener certificado de tradición y libertad de los predios con que cuentan.

DIMENSIÓN SOCIAL – FORTALEZAS ORGANIZACIONALES

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

Alberto Daza, contador público y Mágister en Gerencia Financiera con 15 años de experiencia profesional nieto de Bolívar Oñate y María Fragozo quienes originalmente iniciaron con el cultivo de café en la zona.

13. Temas sociales manejados

La organización cuenta con programas de capacitación en proyectos productivos y planes de negocio de las fincas en que producen campesinos de la región víctimas del desplazamiento forzado, recientemente retornados a sus tierras.

14. Evidencias del grado de asociatividad

Se realizan gestiones de apoyo con la empresa privada y el gobierno municipal para el mejoramiento de las vías de acceso y la dotación de herramientas para su base social.

DIMENSIÓN AMBIENTAL

15. Manejo de temas ambientales

Es un proceso completamente orgánico, sin uso de pesticidas, con un especial cuidado al ecosistema de la Serranía del Perijá. No se talan árboles ni se arrojan desechos, ni vertimientos a las fuentes hídricas. Se hace siembra de árboles frutales, aguacate, cacao, moringa y plátano, evitando el uso de monocultivos.



Con la cascarilla del café se elabora abono orgánico, que es usado en las plantaciones. Se dictan charlas de manejo ambiental a los campesinos de la región.

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

El café producido por la organización se ha denominado especial por la calidad de su taza, su granulometría (catalogado de nivel 9 dentro de la clasificación de la Federación de Cafeteros), el manejo de los cultivos que es amigable con medio ambiente y la implementación 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	
Los ingresos cubren los gastos productivos y se están empezando a generar ganancias.	

PLAN DE MERCADEO

19. Barreras de entrada al mercado que ha tenido que superar o que están por superarse
Se hace indispensable la adquisición de herramientas y equipos propios para el procesamiento del café. A partir del desplazamiento al que fueron forzados, sus vías



de acceso sufrieron por la falta de mantenimiento y actualmente se dificulta el acceso a las zonas de producción.

20. Intercambio de saberes

Generación de Valor a otras organizaciones

La organización está en busca de incorporar nuevos productores a la empresa, para fortalecer la capacidad de oferta de producto como estrategia de comercialización.

Aprendizajes deseados

Adquirir herramientas que permitan mejorar el acceso a mercados, principalmente en tiendas especializadas en cafés Premium de toda Latinoamérica.

Visibilización

No cuentan con página web, pero cuentan con páginas en redes sociales como Facebook e Instagram.

21. Valores agregados

Pertenencia a Redes

Federación Nacional de Cafeteros

Acciones de fortalecimiento PABE

Participación en eventos

Ferias locales en Valledupar y Riohacha.