

CAF
BANCO DE DESARROLLO
DE AMÉRICA LATINA



APO
Colombia
Agencia
Presidencial
de Cooperación
Internacional
de Colombia

**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN



**BIOCOMERCIO
COLOMBIA
PABÉ**

FICHA-INFORME OBSERVATORIO



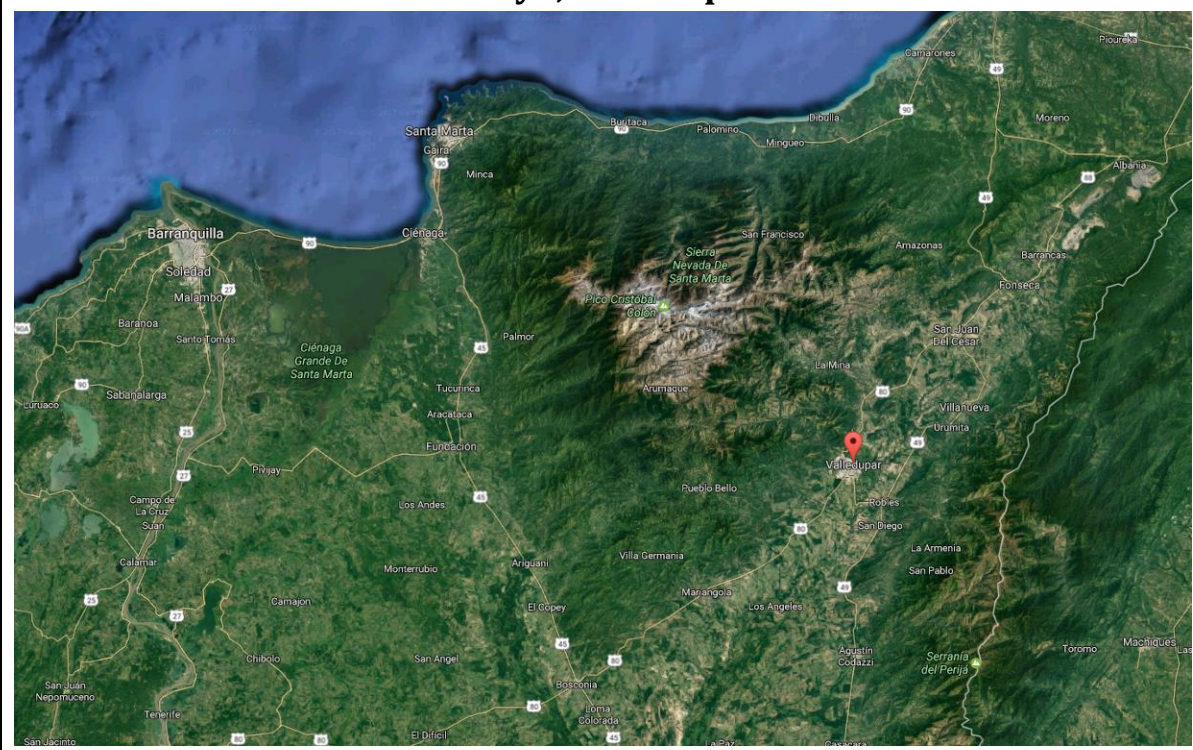
OBSERVACAFÉCACAO



ASPROAGROGAR
Asociación de Productores Orgánico Agropecuario vereda Cuba
Putumayo Municipio Valledupar, Cesar

UBICACIÓN

Vereda Cuba - Putumayo, Valledupar - Cesar -Colombia



PEQUEÑA RESEÑA

ASPROAGROGAR surgió en 2015 agrupando 34 productores de Cacao de las Veredas La cuba – putumayo y El Palmar, quienes cultivan principalmente variedades tradicionales como La Porcelana.

DATOS DE LA ASOCIACIÓN

1. Razón Social de la empresa	Asociación de Productores Orgánico Agropecuario de la vereda Cuba – Putumayo Asproagrogar
2. NIT	900821462-7



3. Clasificación según la categorías de Negocios Verdes	<ul style="list-style-type: none"> • Bienes y Servicios provenientes de los Recursos Naturales • Agrosistemas Sostenibles • Sistema de producción ecológico, orgánico y biológico
4. Datos de contacto de la empresa	
Teléfono Contacto	3135536065
Dirección	Vereda Cuba Putumayo Valledupar
Ciudad	Valledupar Corregimiento La Mesa
E-mail	asocubaputumayo@hotmail.com
Página web	No tiene
5. Datos de contacto	
Nombres y Apellidos	Dariel Enrique Orozco Pitre
Cédula	12710902
Cargo	Representante legal
Teléfono fijo	
Celular	3126764254 Luz Ester Martínez Secretaria de la Asociación
E-mail	ivanjoseh2010@gmail.com ,
6. Entidades que le han apoyado	Fondo Biocomercio Colombia
7. Fecha de constitución de la empresa	17 de febrero de 2015

DATOS DEL PRODUCTO

<p>Cacao fino de sabor y de aroma seco, proveniente de 34 asociados de dos veredas El Palmar y Cuba Putumayo en Valledupar. Hay solicitudes de 7 más para nuevas afiliaciones.</p> <p>Aún no tienen información real sobre la producción de cada uno. Están levantando la base de datos</p>
8. Breve historia de desarrollo de la idea que permitió constituir la empresa
<p>En la Vereda Cuba Putumayo se reunieron los productores desde 2015 para mejorar sus condiciones de ingreso y de vida mediante trabajo asociativo, gestión con organismos de apoyo y búsqueda de recursos. Por ser una asociación tan joven muestra mucho entusiasmo y disposición para trabajar pero al mismo tiempo</p>



necesitan mucho apoyo administrativo y educación financiera por ejemplo.

9. Breve reseña del producto

La asociación tiene una gran oportunidad por el tipo de variedades que maneja, ya que son criollos de entre 30 y 40 años que son muy apetecidos en el mercado, hay una gran oportunidad para vincularlos.

Todos los arreglos agronómicos están bajo sombrero y en condiciones orgánicas. Algunos productores han comenzado a injertar en sus plantaciones el Clon 51 recomendado por Fedecacao, pero tienen una gran oportunidad si conservan su cacao porcelana y se posicionan sobre este producto.

En la visita técnica de verificación de principios y criterios de Negocios Verdes se detectó la urgente necesidad de intervención en Poscosecha.

10. Potencial del producto

La producción de cacao fino y de aroma con variedades tradicionales (Cacao Porcelana) en condiciones orgánicas. También tienen cítricos, mango y están ensayando nuevos cultivos como sinchi.

11. Visión General de los principios de Biocomercio.

1. Conservación Ambiental. Agricultura orgánica faltan prácticas para manejo de residuos y de pos cosecha. Agricultura dinámica: abonos orgánicos provenientes de residuos de cacao y subproductos de la finca. Tienen oportunidad en Turismo de Naturaleza.
2. Uso sostenible de biodiversidad. Programas de conservación del territorio para preservación de especies arreglos forestales para evitar la cacería de animales que atacan el cultivo como el mono Tití y la Ardilla.
3. Distribución Justa y Equitativa. Trasladarle el mejor precio posible a los asociados.
4. Sostenibilidad socio-económica. No hay aún excedentes para sostener la asociación, cada uno aporta \$5.000 pesos mensuales y tienen un pequeño fondo rotatorio (\$250.000) que apoya a los asociados en emergencias.
5. Cumplimiento de la legislación vigente. Sí, no les aplica legislación para producto terminado.



6. Cumplimiento de los Derechos Humanos Tienen claridad de manejo adecuado en temas como trabajo infantil, discriminación, equidad de género, bienestar de los trabajadores.
7. Tenencia de la tierra. La mayoría son desplazados en condiciones de retorno, los asociados tienen los papeles en regla y algunos indígenas kuankamos y arhuacos en territorios colectivos.

DIMENSIÓN SOCIAL – FORTALEZAS ORGANIZACIONALES

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

Representante General: Darriel Enrique Orozco

Secretaria Luz Ester Martínez

Miembros de Junta Directiva: José Aníbal Vega, Edinson Antonio Jiménez, Carlos Julio Marín.

Están organizados en 3 Comités: Fondo Rotatorio, Comercialización y Convivencia. Les hace falta conformar el Comité Técnico y de Calidad.

Asesor: Iván José Hinojosa, miembro de la asociación.

13. Temas sociales manejados

Aún no tienen proyectos sociales distintos al énfasis en la producción del cacao, esperan, en la medida que se fortalezcan invertir en las necesidades de la comunidad.

14. Evidencias del grado de asociatividad

Copia de actas de reunión y de asambleas anexas.

Apoyo de organizaciones para el desarrollo:

<https://www.youtube.com/watch?v=PdseTE4FFBg>

.

DIMENSIÓN AMBIENTAL

15. Manejo de temas ambientales

El manejo ambiental es aceptable, en condiciones orgánicas, bajo sombrero y sin presencia de agroquímicos.

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

Según recomendaciones de Fedecacao y Asofrucol en escuelas de campo.



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 asociados pagan cumplidamente su cuota y recogen fondos de manera extraordinaria. Tienen recolectado aproximadamente \$1'000.000.</p> <p>Toda la producción se vende a los comerciales locales y los más organizados los entregan a la Nacional de Chocolate en sacos de fique de 51 kilos y deben tener cuenta bancaria para consignación.</p>	

PLAN DE MERCADEO

19. Barreras de entrada al mercado que ha tenido que superar o que están por superarse
Necesitan fortalecer el tema asociativo y convocar a más miembros de la comunidad. Calidad en el beneficio para entrar en el segmento de cacao finos y de aroma.
20. Intercambio de saberes
Generación de Valor a otras organizaciones Que las organizaciones comunitarias si funcionan y se consigue apoyo de otros lados.
Aprendizajes deseados Cómo entrar en mercados internacionales y transformación en instalaciones propias.
Visibilización Conseguir apoyo de otras organizaciones. No cuentan con presencia en internet de ningún tipo.
21. Valores agregados
Pertenencia a Redes Activos en el comité local de Fedecacao y la red Asofrucol.
Acciones de fortalecimiento PABE Asistencia al Primer Encuentro de Cocreación Colectiva e Intercambio de Saberes,



Biocadenas Café y Cacao. Septiembre 18 al 24 de 2016. Chinchina, Caldas.

Asistencia al Taller del Programa de Aceleración de Bio-Empresas: Innovación Social y Sostenibilidad Ambiental, Biocadenas Café y Cacao. Octubre 26 al 30 de 2016. Santa Marta, Magdalena.