



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



**BIOCOMERCIO  
COLOMBIA  
PABÉ**

# FICHA-INFORME OBSERVATORIO



**OBSERVACAFÉCACAO**



# APROCASURT

## Asociación de Productores Agropecuarios de Cacao del Sur del Tolima

### UBICACIÓN



### PEQUEÑA RESEÑA

APROCASURT es una organización legalmente constituida desde hace 8 años. Agrupa a 75 productores que con esfuerzo y dedicación se han unido para producir y comercializar cacao en grano tipo exportación, mediante un sistema de implementación de buenas prácticas agrícolas que les permite obtener un producto de excelente calidad. Es una organización que lucha día a día por mejorar el bienestar de sus asociados, es por eso que ha establecido importantes contactos con empresas como COLCOCOA, FEDECAFE y CORPOICA, para capacitarlos y lograr un mejoramiento en la producción y por lo tanto en la economía de las familias beneficiarias. Adicional a esto participan en el programa de



alianzas productivas obteniendo grandes beneficios para el sector y están en contacto permanente con otras asociaciones como ASOCAT.

### DATOS DE LA ASOCIACIÓN

1. Razón Social de la empresa	Asociación de Productores Agropecuarios de Cacao del Sur del Tolima – APROCASURT
2. NIT	900226931-8
3. Clasificación según la categorías de Negocios Verdes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienes y Servicios provenientes de los Recursos Naturales</li> <li>• Agrosistemas Sostenibles</li> <li>• Sistema de producción ecológico, orgánico y biológico</li> </ul>
4. Datos de contacto de la empresa	
Teléfono Contacto	3227348126
Dirección	Corregimiento el Limón
Ciudad	Chaparral, Tolima
E-mail	aprocasurt2008@gmail.com
Página web	No tiene
5. Datos de contacto	
Nombres y Apellidos	Olimpo Tafur Mosquera
Cédula	17642930
Cargo	Representante legal
Teléfono fijo	
Celular	3227348126
E-mail	aprocasurt2008@gmail.com
6. Entidades que le han apoyado	Fondo Biocomercio Colombia FEDECAFE CORPOICA COLCOCOA CCI
7. Fecha de constitución de la empresa	02 de julio de 2008

### DATOS DEL PRODUCTO

Cacao orgánico en grano seco proveniente de 75 asociados de las veredas La sierra, El Diviso, Punterales, Helechales, Argentina Linday, La Holanda, Bruselas, Santa Rita, El Paraíso, Icarco, Providencia, La Barriloza, El Viso, Buenos Aires, Jazminia y Tres



Esquinas, del corregimiento El limón del municipio de Chaparral, Tolima.

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

**9. Breve reseña del producto**

Cacao orgánico en grano seco.

**10. Potencial del producto**

Se están adelantando estrategias de comercialización para exportar el producto, por eso actualmente se está organizando la asociación para comprar y vender el producto directamente, de tal forma que se beneficie al asociado.

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

1. Conservación Ambiental. Se observa que en los nacimientos de agua y a lo largo de las fuentes hídricas se ha implementado la siembra de especies como el bore y otras especies nativas. Adicionalmente, el beneficio del cultivo de cacao requiere muy poca cantidad de agua y el sistema productivo permite el albergue de especies de fauna, contribuyendo de esta manera en la conservación y protección de la biodiversidad de la región.
2. Uso sostenible de biodiversidad. Busca el mejoramiento de los suelos mediante la mínima utilización de productos agroquímicos y el incremento nutrientes disponibles en el mismo, con procesos compostaje. El sistema productivo permite el albergue de especies fauna, contribuyendo de esta manera en la conservación y protección de la biodiversidad de la región.
3. Distribución Justa y Equitativa. Como parte de la responsabilidad social de la empresa, se realizan donaciones a algunas personas en dificultades económicas.
4. Sostenibilidad socio-económica. Aun no se determina si las ventas cubren o no la totalidad de los gastos. Se están dedicando a capitalizar, por eso no están cancelando salarios, si no que los socios aportan la mano de obra.
5. Cumplimiento de la legislación vigente. Se debe tener en cuenta el registro de las especies forestales, sembradas por los propietarios de los predios, ante el ICA, con el fin poder hacer aprovechamiento de estas en un futuro.
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. No existen conflictos de tenencia de la tierra.

### DIMENSIÓN SOCIAL – FORTALEZAS ORGANIZACIONALES

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

Representante Legal:

Olimpo Tafur Mosquera.

13. Temas sociales manejados

Las acciones de integración que en el momento se adelantan son para recoger recursos y capitalizar la asociación. Aún no tienen estructurado un programa social claro.

14. Evidencias del grado de asociatividad

Están reuniendo capital como

### DIMENSIÓN AMBIENTAL

15. Manejo de temas ambientales

El cultivo de cacao se ha establecido en asocio con plátano y arboles maderables. Se trata de mantener la protección de los nacimientos de agua y fuentes hídricas en general, sobre todo con el establecimiento de especies nativas. Los productores hacen control manual de las plagas y enfermedades que se les presenta en el cultivo.

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

Algunos productores están adelantando acciones para obtener la certificación de BPA con CORPOICA.

### 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**

Aun no se determina si las ventas cubren o no la totalidad de los gastos. Se están dedicando a capitalizar, por eso no están cancelando salarios, si no que los socios aportan la mano de obra. Están en proceso de hacer todos los cálculos de los gastos de transporte, logística y mano de obra

**PLAN DE MERCADEO**

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

Actualmente no han adelantado ninguna gestión para lograr la certificación de cacao orgánico.

**20. Intercambio de saberes**

**Generación de Valor a otras organizaciones**

La organización está adelantando pequeñas alianzas para la comercialización del producto.

**Aprendizajes deseados**

Manejo contable.

**Visibilización**

Realizan publicidad sobre los procesos de producción orgánica utilizados en la asociación.

**21. Valores agregados**

**Pertenencia a Redes**

Están estableciendo alianzas para mejorar la comercialización y poder exportar.

**Acciones de fortalecimiento PABE**