

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

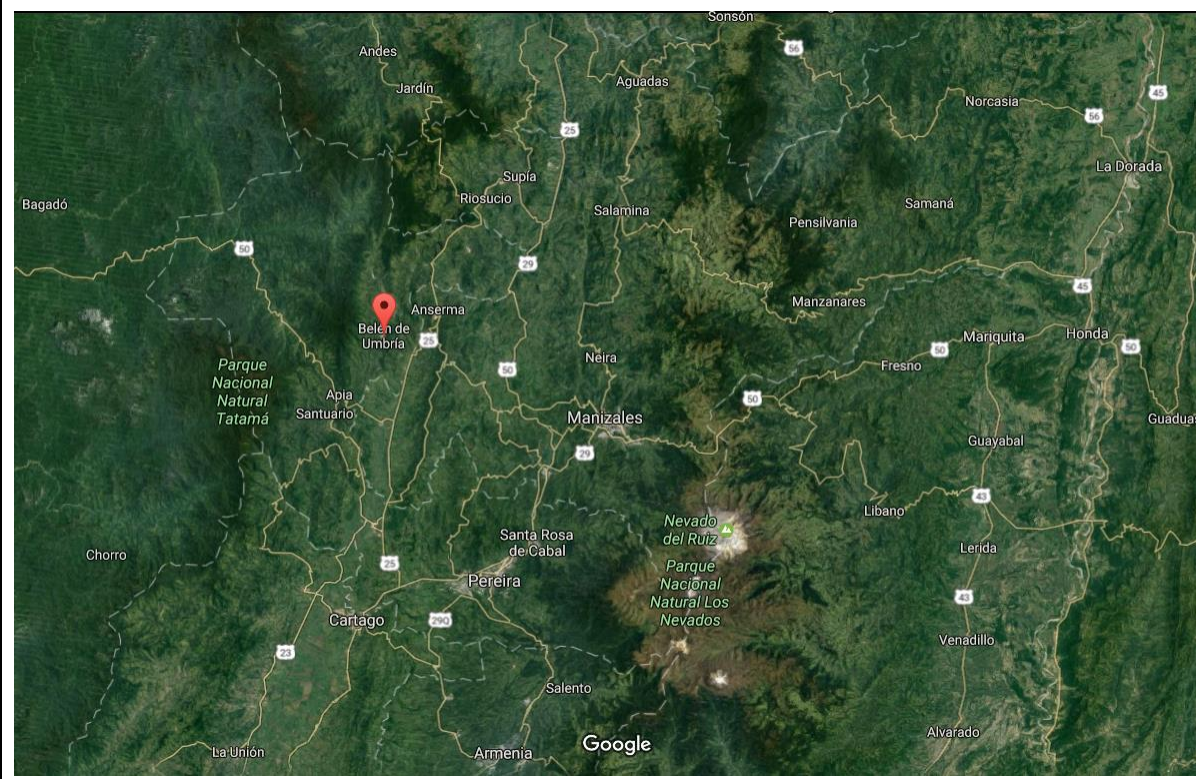


ASOCACAO

Asociación de productores y transformadores de cacao especial de Belén de Umbría

UBICACIÓN

Belén de Umbría - Risaralda - Colombia



PEQUEÑA RESEÑA

ASOCACAO está ubicada en el municipio de Belén de Umbría - Risaralda, realiza actividades de bienestar social a sus 74 asociados relacionados con la siembra de cacao, la transformación y comercialización de productos como chocolate de mesa, chocolatinas rellenas de fruta y con almendras de cacao y chocolatina semiagria.



DATOS DE LA ASOCIACIÓN

1. Razón Social de la empresa	Asociación de productores y transformadores de cacao especial de Belén de Umbría
2. NIT	900949787-6
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	3207322507 - 32127215839
Dirección	Carrera 11 # 2-39 sector gato negro
Ciudad	Belén de Umbría, Risaralda
E-mail	asociacionbelendeumbria@hotmail.com
Página web	No tiene
5. Datos de contacto	
Nombres y Apellidos	Juan Carlos Escobar Guevara
Cédula	9763123
Cargo	Representante legal
Teléfono fijo	
Celular	9763123
E-mail	
6. Entidades que le han apoyado	Fondo Biocomercio Colombia Colegio Juan Hurtado Alcaldía de Belén de umbría Fedecacao UMATA
7. Fecha de constitución de la empresa	17 de julio de 2015

DATOS DEL PRODUCTO

Chocolate de mesa, Chocolatinas rellenas de mora o lulo, chocolatina almendrada de cacao tostado, chocolatina semiamarga con 45% de cacao.	
8. Breve historia de desarrollo de la idea que permitió constituir la empresa	
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.

10. Potencial del producto

Al elaborar productos procesados de cacao a partir de materias primas orgánicas, se genera mayor valor agregado y es más fácil acceder a nichos de mercados especializados que valoren económicamente la conservación de los hábitats en los que se cultiva el fruto.

11. Visión General de los principios de Biocomercio.

1. Conservación Ambiental. El cacao se siembra y cultiva de manera orgánica, se utilizan fertilizantes y plaguicidas/fungicidas orgánicos. Se encuentran en proceso de reemplazo de los agroquímicos Prevalor y Fipronova en el vivero que les provee de plántulas, con el fin de completar el 100% de la cadena productiva transformada en orgánica. .
2. Uso sostenible de biodiversidad. Hacen uso de sistemas agroforestales en asociación con otras especies.
3. Distribución Justa y Equitativa. Compran las plántulas a un socio de la asociación que tiene un vivero que se encuentra en proceso de cambio de prácticas hacia las orgánicas.
4. Sostenibilidad socio-económica. Están realizando alianzas con supermercados. Tienen contrato con la Tostadora de Café y Cacao de Mi Tierra SAS de Pereira. Para sostenerse en el mercado es necesario aumentar producción, la cual es limitada por la maquinaria que poseen, haciéndose necesaria compra de nueva tecnología que acelere los procesos de producción sin perder su esencia artesanal.
5. Cumplimiento de la legislación vigente. Cuentan con Registro Invima para los productos de cacao transformado, mientras que para el cultivo están en proceso de obtener registro de Buenas prácticas de manufactura.
6. Cumplimiento de los Derechos Humanos. No se evidenció ninguna práctica discriminatoria o que vulnere los derechos humanos.



7. Tenencia de la tierra. El 80% de los asociados son propietarios de los terrenos donde se encuentran sus cultivos mientras el 20% restante son arrendatarios. La sede de la asociación se encuentra en préstamo de palabra

DIMENSIÓN SOCIAL – FORTALEZAS ORGANIZACIONALES

12. Perfil de las personas que conforman el equipo de trabajo asociado al producto.
Representante Legal.
13. Temas sociales manejados
.
14. Evidencias del grado de asociatividad
Comparten conocimientos entre productores, se capacitan con Fedecacao, el SENA y la UMATA para lograr mejorar las producciones con un manejo integrado del cultivo.

DIMENSIÓN AMBIENTAL

15. Manejo de temas ambientales
Tienen identificados los impactos generados, pero no los tienen soportados en un documento. Usan la cascarilla resultante del proceso de transformación del cacao y es utilizada como abono.
16. Nivel de avance frente a la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas-BPA en los productores.
Se encuentran en proceso de certificación de BPA.

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 compra el cacao a los asociados y lo procesa para generar valor agregado al transformarlo, con lo cual obtienen ganancias para hacer crecer la asociación.	

PLAN DE MERCADEO

19. Barreras de entrada al mercado que ha tenido que superar o que están por superarse
Es una asociación joven, menos de dos años de creada, por lo cual aún se deben posicionar en el mercado..
20. Intercambio de saberes
Generación de Valor a otras organizaciones Transformación del cacao en chocolate de mesa y chocolatinas como estrategia para generar mayor valor agregado.
Aprendizajes deseados Cómo entrar en mercados internacionales.
Visibilización No cuentan con página web, únicamente con un perfil en Facebook con poco movimiento de posicionamiento.
21. Valores agregados
Pertenencia a Redes Activos en el comité local de Fedecacao y la red Asofrucol.
Acciones de fortalecimiento PABE