

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**



**BIOCOMERCIO
COLOMBIA
PABÉ**

FICHA-INFORME OBSERVATORIO



OBSERVACAFÉCACAO

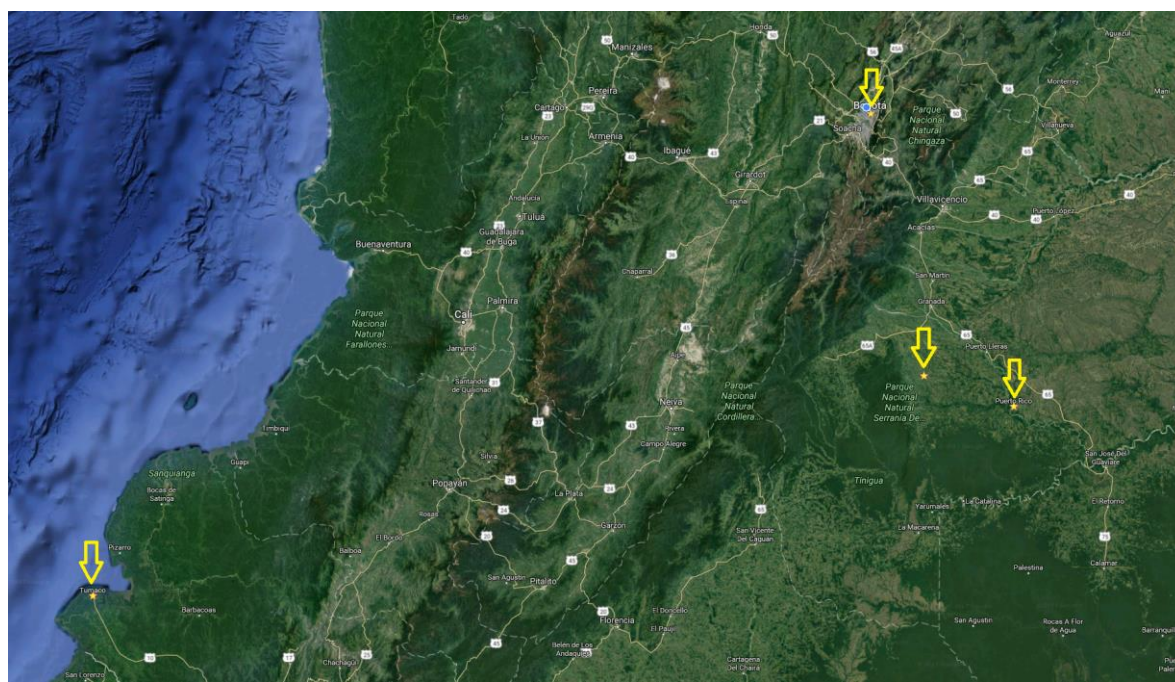


INSITU

Corporación Econexus Colombia - INSITU

UBICACIÓN

Bogotá – Cundinamarca / Tumaco – Nariño / Vistahermosa y Puerto Rico – Meta - Colombia



PEQUEÑA RESEÑA

INSITU es una organización sin ánimo de lucro, que mediante la gestión integral del medio ambiente, el fortalecimiento comunitario y la promoción del consumo responsable busca contribuir al desarrollo de las comunidades rurales, así como a la implementación de una cultura empresarial enmarcada en el diálogo de actores y en prácticas sostenibles.

DATOS DE LA ASOCIACIÓN

1. Razón Social de la empresa	Corporación Econexus Colombia - INSITU
2. NIT	900199694 - 0



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	2577207
Dirección	Carrera 18 No. 78-40 Of. 704
Ciudad	Bogotá
E-mail	coordinacion.proyectos@ecoinsitu.org
Página web	http://www.insitu.social/
5. Datos de contacto	
Nombres y Apellidos	Carlos Enrique Torres Mogollón
Cédula	79960963
Cargo	Representante Legal
Teléfono fijo	
Celular	320 2917688
E-mail	ctorres@econexuscolombia.org
6. Entidades que le han apoyado	Fondo Biocomercio Colombia Corporación Mundial de la Mujer Conexión Colombia
7. Fecha de constitución de la empresa	17 de febrero de 2015

DATOS DEL PRODUCTO

Comercializan Cacao orgánico en Pepa, adquirido a comunidades de los municipios de Tumaco – Nariño y Puerto Rico y Vistahermosa- Meta, bajo los criterios de las certificaciones ECOCERT y FAIR TRADE.	
8. Breve historia de desarrollo de la idea que permitió constituir la empresa	N/D
9. Breve reseña del producto	Cacao seco con certificaciones ECOCERT Y FAIRTRADE.
10. Potencial del producto	Los productos con certificaciones ambientales presentan un mayor valor de mercado en Europa, Norte América, Asia y Oceanía, lo cual brinda múltiples oportunidades de acceso al mercado internacional.



11. Visión General de los principios de Biocomercio.

1. Conservación Ambiental. Cuentan con un proyecto de conservación en Caquetá.
2. Uso sostenible de biodiversidad. En línea con las certificaciones con las que cuentan deben realizar un seguimiento a la cadena de valor del producto.
3. Distribución Justa y Equitativa. Cuentan con certificación FAIRTRADE
4. Sostenibilidad socio-económica. Capacitan constantemente a las comunidades para mejorar sus capacidades y prácticas productivas para conservar las certificaciones.
5. Cumplimiento de la legislación vigente. Cumple con los requisitos básicos para funcionar.
6. Cumplimiento de los Derechos Humanos: Promueve el respeto por los mismos en el marco de los principios de las certificaciones ECOCERT y FAIRTRADE
7. Tenencia de la tierra. Arrendatarios de las oficinas en Bogotá, y cuentan con acuerdos escritos con productores de cacao y de los proyectos de conservación que apoyan.

DIMENSIÓN SOCIAL – FORTALEZAS ORGANIZACIONALES

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

Representante Legal:

Carlos Enrique Torres Mogollón

Profesional en Ciencias políticas y Gobierno de la Universidad de los Andes .

13. Temas sociales manejados

Asistencia técnica para el proceso de certificación ECOCERT y FAIR TRADE.

14. Evidencias del grado de asociatividad

N/A

DIMENSIÓN AMBIENTAL

15. Manejo de temas ambientales

Capacitan a las comunidades productoras en fortalecimiento empresarial, buenas



prácticas ambientales
16. Nivel de avance frente a la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas-BPA en los productores.
N/A

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	
N/D	

PLAN DE MERCADEO

19. Barreras de entrada al mercado que ha tenido que superar o que están por superarse
N/D
20. Intercambio de saberes
Generación de Valor a otras organizaciones Apoya el fortalecimiento organizacional comunitario y la implementación de una cultura empresarial enmarcada en el dialogo de actores y en prácticas sostenibles, mediante la promoción y comercialización de sus productos.
Aprendizajes deseados .
Visibilización Cuentan con página web y contactos directos con compradores especializados en el exterior.
21. Valores agregados
Pertenencia a Redes Cuentan con certificación ECOCERT y FAIR TRADE.



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.