

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



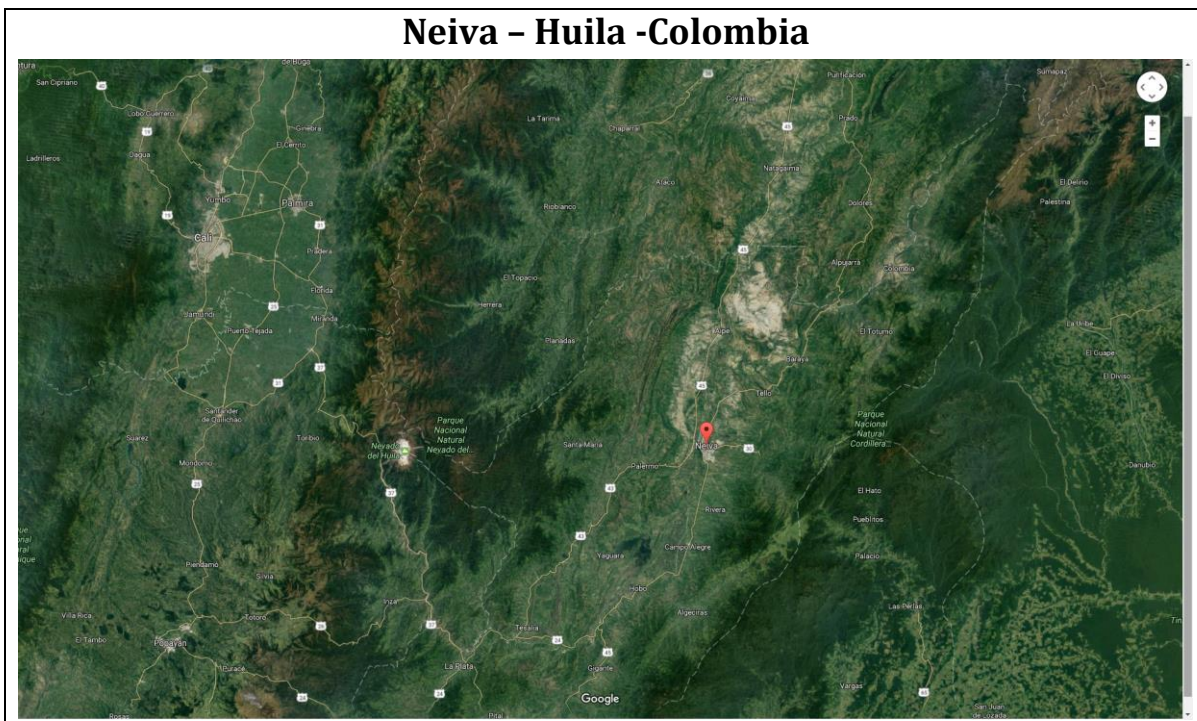
OBSERVACAFÉCACAO



VICMAR Industrias Vicmar

UBICACIÓN

Neiva – Huila -Colombia



PEQUEÑA RESEÑA

Iniciativa ubicada en la ciudad de Neiva. Produce chocolate ecológico, endulzado con panela ecológica y con otras especies aromatizantes como nuez moscada, canela, clavos y guayabita, que le aportan características únicas y deliciosas.

DATOS DE LA ASOCIACIÓN

1. Razón Social de la empresa	Industrias Vicmar
2. NIT	Matricula Mercantil 0000108756
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	3114729920-3124269889
Dirección	Carrera 49 #20A 06, Barrio Misael Pastrana.
Ciudad	Neiva, Huila
E-mail	vicmar775@hotmail.com
Página web	No tiene
5. Datos de contacto	
Nombres y Apellidos	Víctor Hernando Rubiano Tovar
Cédula	N/D
Cargo	Representante Legal
Teléfono fijo	(8) 8662651
Celular	
E-mail	
6. Entidades que le han apoyado	CAM
7. Fecha de constitución de la empresa	26 de marzo de 2001

DATOS DEL PRODUCTO

Chocolate en pastillas, Chocolate granulado, chocolate endulzado con miel de abejas	
8. Breve historia de desarrollo de la idea que permitió constituir la empresa	
Producto sólido, elaborado con cacao orgánico seleccionado de excelente calidad, 100% natural, de color café oscuro, en forma de bola, cada una con un peso aproximado de 25 gr. con excelentes características organolépticas. En su proceso de elaboración no se utiliza ningún tipo de químico, saborizante, ni preservantes. El producto cuenta con todos los requisitos sanitarios y licencias pertinentes del mercado nacional y aplica buenas prácticas de manufactura.	
9. Breve reseña del producto	
Productos alimenticios derivados del Cacao orgánico.	
10. Potencial del producto	
Al ser productos transformados a partir de cacao orgánico cuentan con valor agregado que facilita su entrada a mercados especializados.	
11. Visión General de los principios de Biocomercio.	
1. Conservación Ambiental.	Al ser orgánico se evita la utilización de agroquímicos.



2. Uso sostenible de biodiversidad. N/D
3. Distribución Justa y Equitativa. N/D
4. Sostenibilidad socio-económica. N/D
5. Cumplimiento de la legislación vigente. El producto cuenta con todos los requisitos sanitarios y licencias pertinentes del mercado nacional y aplica buenas prácticas de manufactura.
6. Cumplimiento de los Derechos Humanos N/D
7. Tenencia de la tierra. N/D

DIMENSIÓN SOCIAL – FORTALEZAS ORGANIZACIONALES

12. Perfil de las personas que conforman el equipo de trabajo asociado al producto.
Representante Legal: Víctor Hernando Rubiano Tovar, Ingeniero Industrial.
13. Temas sociales manejados
N/D
14. Evidencias del grado de asociatividad
N/D

DIMENSIÓN AMBIENTAL

15. Manejo de temas ambientales
En su proceso de elaboración no se utiliza ningún tipo de químico, saborizante, ni preservantes.
16. Nivel de avance frente a la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas-BPA en los productores.
N/D

DIMENSIÓN ECONÓMICA: ASPECTOS FINANCIEROS

17. Información sobre ventas	
Cantidades de ventas mensuales promedio 2015	N/D



Total ventas promedio mensuales del año 2015	N/D
Total ventas promedio mensuales del año 2014	N/A
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
N/D.
Aprendizajes deseados
N/D.
Visibilización
. N/D
21. Valores agregados
Pertenencia a Redes
. N/D
Acciones de fortalecimiento PABE