



Instituto
amazónico de
investigaciones científicas
SINCHI



**BIOCOMERCIO
COLOMBIA**



**BIOCOMERCIO
COLOMBIA
PABÉ**



BANCO DE DESARROLLO
DE AMÉRICA LATINA



APCO
Colombia | Agencia
Presidencial
de Cooperación
Internacional
de Colombia



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



OBSERVACAFÉCACAO

FICHA-INFORME OBSERVATORIO

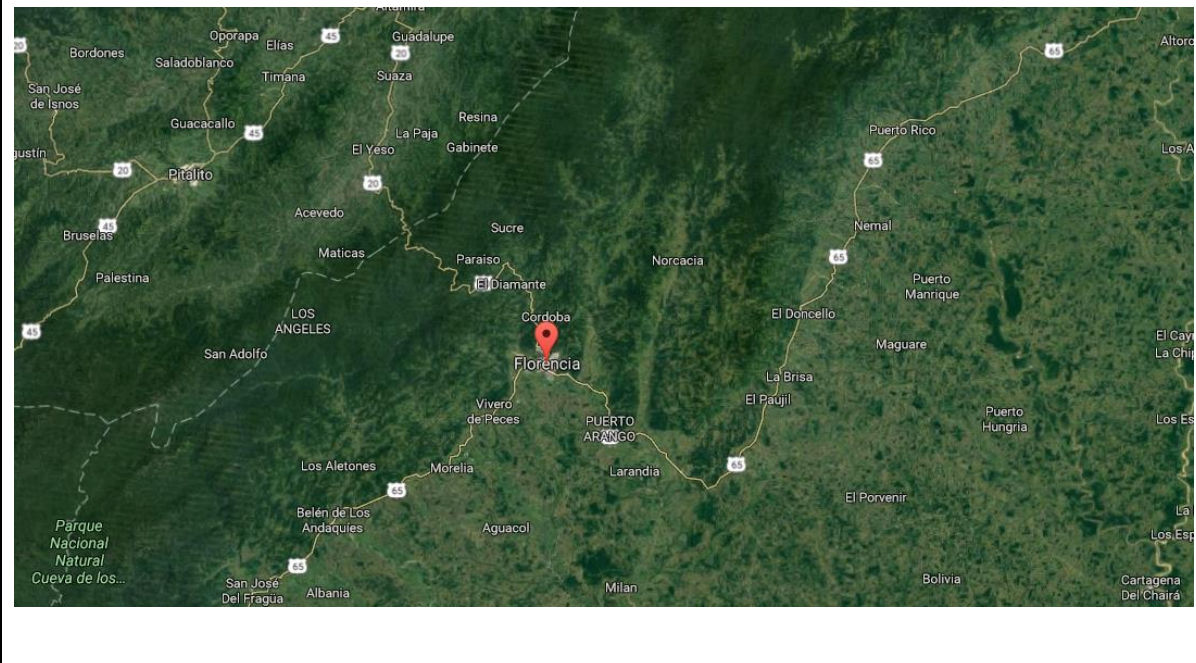


MARANATHA

Tostadora De Café Maranatha

UBICACIÓN

Florencia - Caquetá - Colombia



PEQUEÑA RESEÑA

MARANATHA es una compañía dedicada a la transformación y comercialización de productos amazónicos y sus derivados, principalmente el Copoazú y el Maraco. Adicionalmente procesan café bajo la marca Café Caquetá, y los chocolates de mesa con la marca Chocolate Aroma de la Amazonía-Copoazú y Chocolate Aroma de la Amazonía-Maraco.

DATOS DE LA ASOCIACIÓN

1. Razón Social de la empresa	Como persona natural: José Gustavo Arenas Mendoza Establecimientos de comercio: Tostadora de Café Maranatha
2. NIT	13825238-4



3. Clasificación según la categorías de Negocios Verdes	<ul style="list-style-type: none"> • Bienes y Servicios provenientes de los Recursos Naturales • Biocomercio <ul style="list-style-type: none"> • No Maderables • Agrosistemas sostenibles
4. Datos de contacto de la empresa	
Teléfono Contacto	3203033955 / 3212193302
Dirección	Calle 13 Carrera 11 Edificio Curiplaya
Ciudad	Florencia, Caquetá
E-mail	cafecaqueta@hotmail.com
Página web	https://www.facebook.com/Industria-Torrefactora-del-Sur-y-Tostadora-de-Cafe-y-Cacao-Maranatha-485593474869888/
5. Datos de contacto	
Nombres y Apellidos	José Gustavo Arenas Mendoza
Cédula	13825238
Cargo	Representante Legal
Teléfono fijo	4357646
Celular	3212193302
E-mail	cafecaqueta@hotmail.com
6. Entidades que le han apoyado	Fundación Natura Universidad de la Amazonía Instituto SINCHI Fondo Biocomercio Colombia Universidad Nacional de Colombia Organización de Naciones Unidas Corpoamazonia
7. Fecha de constitución de la empresa	13 de Noviembre de 2001

DATOS DEL PRODUCTO

MARANATHA comercializa en dos puntos de venta en la ciudad de Florencia, café especial y cacao de mesa elaborado con copoazú y maraco.

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

A partir de la experiencia del señor José en la transformación y exportación de café desde la ciudad de Bucaramanga en 1989, y de su trabajo en la elaboración de



máquinas procesadoras de café desde 1993, este emprendedor se traslada a la ciudad de Florencia en el año 1997, Don José decidió en 2001 establecer la Tostadora de café Maranatha. Esto con el fin de transformar y comercializar café amazónico, y en el año 2006 en el marco de un proyecto de investigación con el SINCHI lograron producir chocolate y otros productos derivados del Maraco y el Copoazú. Don José desarrollo la maquinaria necesaria para realizar el proceso de producción de chocolate aplicando los conocimientos adquiridos con su experiencia. De esta manera surgieron los dos productos estrella de la tostadora que complementan el café, Chocolate Aroma de la Amazonía-Copoazú y Chocolate Aroma de la Amazonía-Maraco.

9. Breve reseña del producto

Elaboran café tostado y molido, chocolate de mesa de Copoazú y Chocolate de mesa de Maraco, a partir principalmente del tostado de los mismos, buscando generar un mayor valor agregado y productos con alto diferencial en el mercado. Actualmente comercializan bajo la marca Café Caquetá, Chocolate de mesa elaborado a partir de Copoazú Chocolate Aroma de la Amazonía y a partir de Maraco Chocolate Aroma de la Amazonía.

10. Potencial del producto

Al ser productos derivados de frutos nativos amazónicos poco conocidos en el resto del país, poseen un amplio margen de crecimiento en el mercado. Aún es desconocido al interior del país. No cuentan con competencia directa. Es necesario que para aprovechar estos potenciales del mercado realicen desarrollo de empaque y producto acorde al nicho de mercado que se identifique como objetivo. Ya cuentan con dos puntos de comercialización en Florencia, uno en la universidad de la Amazonía y otro en el edificio Curiplaya. En cuanto al café Caquetá, se encuentra dentro de la categoría de los cafés especiales, los cuales han logrado atender nichos de mercado.

11. Visión General de los principios de Biocomercio.

1. **Conservación Ambiental:** No utilizan agroquímicos.
2. **Uso sostenible de biodiversidad:** Hacen uso de especies propias de la región como el Maraco, y el Copoazú. Utilizan los desechos orgánicos para elaborar abono.
3. **Distribución Justa y Equitativa:** Procuran pagar el precio justo a los proveedores de la materia prima, sean o no parte de la Fundación Amazonía Agrícola. Sin embargo, aún no ha diseñado un modelo que le apunte a este principio.
4. **Sostenibilidad socio-económica:** En la actualidad los dos puntos de venta son rentables económicamente.
5. **Cumplimiento de la legislación vigente:** Cuenta con Registro ante la Cámara



de Comercio de Florencia para Caquetá, y recientemente recibió la resolución de notificación sanitaria del INVIMA para el café.

6. **Cumplimiento de los Derechos Humanos:** No se evidencia incumplimiento de los derechos humanos, los proveedores trabajan por voluntad propia.
7. **Tenencia de la tierra:** El sitio destinado a la transformación es propio. En modalidad de comodato, la alcaldía le asignó un local en el edificio Curiplaya. Con la Universidad de la Amazonía se tiene el segundo punto de venta, en las instalaciones de dicho plantel.

DIMENSIÓN SOCIAL – FORTALEZAS ORGANIZACIONALES

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

José Gustavo es Técnico en máquinas y herramientas.

Marisol Rivera (esposa) estudia Administración de empresas.

13. Temas sociales manejados

Apoyar a proveedores-productores que han cambiado los cultivos ilícitos por especies nativas. Adicionalmente son población que han sido afectadas por el conflicto armado colombiano en temas de desplazamiento.

14. Evidencias del grado de asociatividad

Pertenece a la Fundación Amazonía Agrícola con el fin de promover el desarrollo social.

DIMENSIÓN AMBIENTAL

15. Manejo de temas ambientales

Promueve en sus proveedores que los cultivos se encuentren libres de químicos, respetando los ecosistemas.

Están en proceso de iniciar a través de créditos el establecimiento de sus propios cultivos orgánicos de Maraco, Copoazú y Café amazónico, cada uno en 3 hectáreas.

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

Aún no cuentan con producción propia. Sin embargo buscan en sus proveedores la aplicación de buenas prácticas agrícolas, evitando el uso de agroquímicos.

DIMENSIÓN ECONÓMICA: ASPECTOS FINANCIEROS

17. Información sobre ventas

Cantidades de producto mensuales promedio 2016	N/D



Total ventas promedio mensuales del año 2016	
Total ventas promedio mensuales del año 2015	
18. Situación financiera actual de la empresa y el posible apalancamiento para crecer el negocio	
<p>Actualmente el negocio es rentable, siendo en la actualidad su principal actividad económica. Prefiere el mercado local, sin embargo, no descarta la posibilidad de abrir un punto de venta en Bogotá. Se está estudiando la opción de acceder a un crédito bancario para ello.</p>	

PLAN DE MERCADEO

19. Barreras de entrada al mercado que ha tenido que superar o que están por superarse
<p>No han logrado posicionarse en el mercado nacional e internacional debido por una parte al desconocimiento de estos nichos, y también porque se prefiere atender el mercado local de acuerdo con el tamaño actual con la que se cuenta. No cuentan con un plan de negocio actualizado y ni con proyección a otros mercados.</p>
20. Intercambio de saberes
<p>Generación de Valor a otras organizaciones A través de la Fundación Amazonía Agrícola de la que hace parte, se ha hecho un intercambio de saberes con otros productores.</p>
<p>Aprendizajes deseados Desean realizar visitas a países más avanzados en la producción de estos frutos como Brasil, Perú y Ecuador, para intercambiar experiencias al respecto. Conocer experiencias de formalización de trabajo cooperativo rentable. Necesitan capacitación técnica para pulir sus procesos productivos actuales.</p>
<p>Visibilización Desean apoyo para la elaboración del plan de negocio y de mercadeo, que les permita el acceso a mercados especializados e ir nuevamente a Bioexpo, Agroexpo y ferias similares.</p>
21. Valores agregados
<p>Pertenencia a Redes Fundación Amazonía Agrícola y entidades asociadas.</p>



Acciones de fortalecimiento PABE

Inclusión en el Observatorio para el fortalecimiento de asociaciones productoras de café especial y cacao.

Participación en eventos

Bioexpo

Feria de las colonias