

## ANEXO TÉCNICO

### Descripción de las Acciones

A continuación, se hace una referencia general de las acciones del Acuerdo IICA-CLAC que describe el alcance de las acciones a realizar y los recursos a disposición para su implementación.

#### Antecedentes y justificación

Durante el período 2014-2016 el IICA en conjunto con la CLAC ejecutaron el proyecto “Vinculación de organizaciones de pequeños productores a los mercados locales utilizando el enfoque de comercio justo 2014-2016”, mismo que contó con una extensión para el año 2017.

Este proyecto se implementó con recursos del Fondo de Cooperación Técnica (FonCT) del IICA, así como aportes de la CLAC, en Costa Rica, Nicaragua y Panamá, con el protagonismo activo de las Coordinadoras Nacionales de Pequeños Productores de Comercio Justo de Nicaragua y de Costa Rica-Panamá.

Entre los principales resultados de este Proyecto se encuentra el fortalecimiento de capacidades en gestión empresarial, comercialización y de agregación de valor de 50 organizaciones de los tres países que en conjunto reunían a un aproximado de 35,000 productores; se realizaron estudios de mercado para productos comercio justo en Nicaragua y Costa Rica, se llevaron a cabo dos ruedas de negocio, se participó en seis ferias comerciales y se elaboraron catálogos comerciales. Además, se diseñó un curso virtual sobre el comercio justo y se publicó un documento de sistematización del proyecto.

Como se menciona, uno de los productos desarrollados fue un estudio de mercado para conocer el potencial de los mercados locales para la colocación de productos de comercio justo de organizaciones seleccionadas de Costa Rica. Esta información es crucial para identificar las oportunidades comerciales de los productos de comercio justo.

En complemento a las acciones realizadas se requiere iniciar un proceso para identificar con precisión las rutas de acceso a mercados locales para las organizaciones miembros de la CLAC en Costa Rica.

A su vez, CLAC ha identificado la oportunidad de complementar la información de mercado disponible con estudios de competitividad de oferta y perfil organizacional para generar estrategias comerciales en las organizaciones de productores, de manera que estas puedan ser las rutas para el aprovechamiento de las oportunidades comerciales identificadas.

Considerando lo anterior, a inicios del 2018 IICA y CLAC prepararon una propuesta técnica para el alcance de los siguientes productos:



- Determinada la demanda real y potencial a nivel de empresas, industria, intermediarios y consumidores para los productos comercio justo priorizados (café, cacao, chips (yuca y malanga), pina y banano)
- Perfil de competitividad de la oferta de las organizaciones de productores de comercio justo.
- Estrategias para el posicionamiento de la oferta de los productos de comercio justo y su inserción comercial en los mercados locales.

El marco de objetivos y detalle de la propuesta es el siguiente:

### **Objetivos General**

Fortalecer las capacidades de análisis comercial de organizaciones de productores de comercio justo para potenciar el posicionamiento de su oferta en mercados locales de manera competitiva, mediante la generación de información estratégica de mercado y el desarrollo de acciones de fortalecimiento organizacional y comercial.

### **Objetivos específicos**

- Evaluar la demanda real y potencial a nivel de empresas y consumidores para los productos priorizados (café, cacao, chips (yuca, malanga), pina y banano).
- Analizar el perfil de competitividad de la oferta de las organizaciones de productores de comercio justo.
- Potenciar las capacidades de gestión de las organizaciones de comercio justo identificadas.
- Recomendar estrategias para el posicionamiento de la oferta de los productos de comercio justo y su inserción comercial en los mercados locales.

Este proceso permitirá precisar información comercial estratégica para elaborar, en conjunto con las organizaciones identificadas, herramientas de gestión comercial (marcos estratégicos de comercialización y perfiles de competitividad de oferta y gestión organizacional), mismas que les serán de utilidad para mejorar su relación con el mercado local. Para este fin se articuló la propuesta en 4 componentes, a saber:

- ✓ **Análisis del potencial de mercado:** Se identificarán los mercados potenciales de colocación de productos para precisar las estrategias comerciales de las organizaciones. Interesa la determinación del tamaño real y potencial del mercado, tanto a nivel de consumidor final como industrial, el análisis de las rutas y canales de comercialización y se agrega un elemento de análisis geoespacial que pueda complementar el trabajo, generando mapas de calor de oferta y demanda para los productos de comercio justo<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Este es un elemento novedoso utilizado como estrategias de geomarketing que puede aplicarse a la información recopilada, tanto de la ubicación de los mercados reales y potenciales, como de la ubicación de las organizaciones (oferta).



Los productos objeto de este estudio son café, cacao, piña, banano y chips de malanga y yuca. Los mismos fueron seleccionados considerando que las condiciones de los mercados locales permiten, luego de identificar el potencial de estos, construir estrategias factibles para su aprovechamiento por parte de las organizaciones de productores de comercio justo. A su vez son rubros en los que existen organizaciones de comercio justo con potencial de crecimiento y aprovechamiento para participar dentro de este proceso.

Asimismo, tomando como referencia la selección de productos hecha en el estudio de mercado realizado en el marco del proyecto anteriormente citado, se decidió excluir del estudio el azúcar por las mismas razones expuestas, ya que en el mercado costarricense la comercialización de este rubro se realiza a través de la Liga Agrícola Industrial de la Caña de Azúcar (LAICA), aspecto que limita su oferta en el mercado nacional por parte de las organizaciones de manera individual.

- ✓ **Perfil de oferta:** se realizará una actualización de la oferta de productos de las organizaciones listos para colocar en el mercado. Esta línea se complementará con un análisis de competitividad, donde se consideren por un lado las fortalezas y debilidades de la oferta, pero también su perfil de competencia en el mercado identificado. Este trabajo se realiza en conjunto con las organizaciones de una manera práctica, siendo que el producto final es resultado de su involucramiento.
- ✓ **Capacidad empresarial y comercial:** como un elemento “puente” para la construcción de los marcos de comercialización, se analizará, en conjunto con las organizaciones, su perfil de gestión para determinar el nivel de capacidades en aspectos *empresariales y comerciales*; este elemento es clave a la hora de construir los marcos estratégicos de comercialización.
- ✓ **Marcos estratégicos de comercialización:** la información generada en los componentes anteriores servirá de base para un ejercicio de elaboración participativa de los marcos estratégicos de comercialización con las organizaciones. Esta herramienta les permitirá ubicar, según la información de mercado analizada, sus acciones estratégicas clave en el *corto, mediano y largo plazo*, contribuyendo así a la visión estratégica comercial de la organización.

En paralelo a las estrategias específicas, se sugerirá una ruta para fortalecer el posicionamiento del concepto comercio justo en los mercados locales, aspecto que debe ir de la mano con las estrategias particulares que se determinen en cada organización. Este punto se incluirá como un apartado de orientaciones técnicas que se propondrá como ruta para ser operacionalizado en un futuro proyecto de vinculación comercial con las organizaciones que pueda derivar de la actual propuesta de trabajo.

**Detalle de la programación de la acción técnica**

ASOCIACIÓN COORDINADORA NACIONAL  
DE PEQUEÑOS PRODUCTORES  
DE COMERCIO JUSTO  
COSTA RICA - PANAMÁ  
Cédula Jurídica 3-702-636456  
Teléfono: + 506 2445-2186  
San Ramón, Alajuela, Costa Rica  
[www.comerciojustocr.org](http://www.comerciojustocr.org)

El siguiente cuadro muestra el cronograma de ejecución, por actividades hito, de la acción técnica.

**Cuadro 1. Cronograma de trabajo por procesos**

Procesos	Cronograma					
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
1. Puesta en marcha	X					
2. Análisis de potencial de mercado local	X	X	X			
3. Análisis geoespacial de oferta y demanda		X	X	X		
4. Análisis de competitividad de oferta y gestión organizacional			X	X		
5. Elaboración de estrategias de comercialización				X	X	X
6. Seguimiento y gestión <sup>2</sup>	X	X	X	X	X	X
7. Cierre						X

Por último, en el siguiente cuadro se muestra la distribución de los recursos para la implementación de la acción técnica.

**Cuadro 2. Presupuesto**

Actividades		Presupuesto (\$)
		CLAC
1. Realizar análisis de potencial de mercado local	OGM 8	4,000.00
	OGM 3	600.00
2. Realizar análisis geoespacial de oferta y demanda para	OGM 8	1,000.00
3. Realizar análisis de competitividad de oferta y gestión organizacional	OGM 8	2,000.00
	OGM 3	2,050.00
	OGM 5	100.0
4. Elaborar estrategias de comercialización	OGM 8	2,000.00
	OGM 3	2,050.00
	OGM 5	76.01

<sup>2</sup> Se sugieren reuniones quincenales de seguimiento (virtual y/o presencial) con CLAC.

ASOCIACIÓN COORDINADORA NACIONAL  
DE PEQUEÑOS PRODUCTORES  
DE COMERCIO JUSTO  
COSTA RICA - PANAMÁ  
Cédula Jurídica 3-002-636456  
Teléfono: + 508 2445-2186  
San Ramón, Alajuela, Costa Rica  
www.comerciojustocr.org

Total sin RCI (\$)	13,876.04
RCI (8.1%)	1,123.96
Total (\$)	15,000.00

El IICA proporcionará la conducción técnica, de gestión operativa y administrativa mediante el aporte en tiempo parcial del Representante del IICA en Costa Rica, del Administrador, del personal administrativo, los técnicos y especialistas en las áreas que sean requeridas, así como proporcionar sus instalaciones físicas, plataformas tecnológicas y operativas para facilitar el desarrollo de la acción. Estos aportes son realizados en especie.

**ASOCIACIÓN COORDINADORA NACIONAL  
DE PEQUEÑOS PRODUCTORES  
DE COMERCIO JUSTO  
COSTA RICA - PANAMÁ**  
Cédula Jurídica 3-002-636456  
Teléfono: + 506 2445-2186  
San Ramón, Alajuela, Costa Rica  
[www.comerciojustocr.org](http://www.comerciojustocr.org)