



Formulario para Iniciativa Universitaria de Desarrollo Regional



“Gestión para el fortalecimiento de estrategias de comercialización de productos agropecuarios y de valor agregado, con organizaciones de pequeños y medianos productores de la Región Brunca”

UNED – TEC

Propuesta 2015

Fecha de presentación
31/11/14





CONSEJO NACIONAL DE RECTORES – CONARE
Programa de Regionalización Interuniversitaria



APROBACIÓN

INSTANCIA	Fecha	Oficio





TABLA DE CONTENIDO

APROBACION	3
TABLA DE CONTENIDO	4
DATOS GENERALES	5
UNIDADES ACADÉMICAS PARTICIPANTES	5
PRESUPUESTO GENERAL	5
LOCALIZACION GEOGRAFICA	7
POBLACION	7
ANTECEDENTES	8
JUSTIFICACION	12
POBLACION META POR SITIO DE TRABAJO	15
ARTICULACION	16
METODOLOGIA PROPUESTA	17
DESCRIPCION DE LAS NECESIDADES	19
BENEFICIOS	20
PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO	22
OBJETIVO AMPLIO Y PROPOSITO	22
CRONOGRAMA	23
SUPUESTOS	29
RIESGOS	32
BIBLIOGRAFIA	35
ANEXO 1. MARCO LOGICO	36
ANEXO 2. GUIA DE APROBACIONES A COMPLETAR	39
ANEXO 3. INFORMACION COMPLEMENTARIA DE LOS ACADEMICOS	40
ANEXO 4. MATRIZ DE IMPLEMENTACION Y SEGUIMIENTO	41
ANEXO 5. ESTRUCTURA DETALLADA DE TRABAJO	53



DATOS GENERALES

Unidades académicas participantes

Universidad	Unidad Académica
Universidad Estatal a Distancia (UNED)	Escuela de Administración
Tecnológico de Costa Rica (TEC)	Escuela de Agronegocios

Académicos participantes y jornadas definidas correspondientes (los nombramientos con fondos de regionalización son por períodos definidos dentro del calendario universitario).

UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA

Nombre	Especialidad	Cédula	Grado académico	Categoría	Jornada (hrs/sem)	Vigencia del nombramiento	UA
Nils Hidalgo Campos	Manejo de Rec. Naturales. Ecología y Desarrollo Sostenible	602090057	Licenciatura		1/2 Tiempo	12 meses	CEU C. Neily y CEU San Vito
Ana Isabel Montero Gómez	Administración	501580787	Maestría	P2	UNED	Propiedad	CEU C. Neily

APOYO CENTROS UNIVERSITARIOS REGION BRUNCA

Nombre	Especialidad	Cédula	Grado académico	Categoría	Jornada (hrs/sem)	Vigencia del nombramiento	UA
Merab Miranda Picado	Administración Educativa	603180093	Maestría	P2	TC	Plazo fijo	Asistente de la PRI-SUR UNED
Cristian Salazar Gutiérrez	Administración Educativa	108660794	Maestría	P2	UNED	Propiedad	CEU Buenos Aires
Xinia Madrigal Sandi	Administración Educativa		Licenciada	P2	UNED	Propiedad	CEU San Vito
Bolivar Mora Herrera	Administración Educativa		Maestría	P2	UNED	Propiedad	CEU Osa
Orlandita Vargas Cruz	Administración Educativa		Maestría	P2	UNED	Propiedad	CEU San



CONSEJO NACIONAL DE RECTORES – CONARE
Programa de Regionalización Interuniversitaria



							Isidro
--	--	--	--	--	--	--	--------

TECNOLÓGICO DE COSTA RICA

Nombre	Especialidad	Cédula	Grado académico	Cat.	Jornada (hrs/sem)	Vigencia del nombramiento	UA
Víctor Julio Madrigal Porras	Ing. Agrónomo y extensionista en desarrollo rural	1-0544-394	Licenciado		½ tiempo	12 meses	Escuela de Agronegocios, Tecnológico de Costa Rica.
Alan Henderson			Doctorado		TEC	Propiedad	Cartago

PRESUPUESTO GENERAL (Indicar cuánto de este rubro se paga por ordinario de las instituciones o por Regionalización)

RUBRO	UNED	TEC	TOTAL
PERSONAL	20 181 600		
OPERATIVO	10.800.000,00		
TOTAL	30.981.600		

PRESUPUESTO DEL PROYECTO AÑO 1.

RUBRO	UNED	TEC	TOTAL
GASTOS EN RECURSO HUMANO			
Nils Hidalgo Campos	€7 568 100		
Profesional 1	€6 306 750		
Profesional 2	€6 306 750		
Subtotal	€20 181 600	€	€
JUSTIFICACIÓN	Académicos participantes de la IIDR	Académicos participantes de la IIDR	
GASTOS DE OPERACIÓN			
Servicios Básicos			
Publicidad y Propaganda	500.000		



CONSEJO NACIONAL DE RECTORES – CONARE
Programa de Regionalización Interuniversitaria



Impresión y Encuadernación	500.000		
Transporte dentro del país	1.500.000		
Viáticos dentro del país	4.500.000		
Actividades de capacitación	3.500.000		
Productos de papel y carbón	300.000		
Subtotal	₡10.800.000	₡	₡
TOTAL DEL PROYECTO			₡

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA

La Región Brunca se localiza al sur este del país, entre las coordenadas geográficas 8° 00' y 9° 30' latitud norte, 82° 15' y 84° 00' longitud oeste. Limita al norte con los cantones de Paraíso y Turrialba de la Provincia de Cartago, al noreste con Talamanca de la Provincia de Limón; al noroeste con los cantones de Dota y Tarrazú de la Provincia de San José, al sur oeste con Aguirre de la Provincia de Puntarenas; al sureste con la República de Panamá y al sur con el Océano Pacífico (PDR-MAG 2014).

Su extensión es de 9 528,44 km², que representa un 18,6% del territorio nacional. Está formada por los cantones de Pérez Zeledón, perteneciente a la provincia de San José y los cantones de Buenos Aires, Coto Brus, Osa, Corredores y Golfito, de la provincia de Puntarenas.

Cuadro 1: Extensión Territorial de la Región Brunca



CONSEJO NACIONAL DE RECTORES – CONARE
Programa de Regionalización Interuniversitaria



Cantón	Extensión Km²
Osa	1.930,24
Golfito	1.753,96
Coto Brus	933,91
Corredores	620,6
Buenos Aires	2. 384,22
Pérez Zeledón	1.905,51
Total	9 528,44

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos. Censo 2011

POBLACIÓN

Datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), del último censo de población del 2011, indica que el total de población del territorio de la región Brunca es de 328 645 habitantes que representan un 7,64% de la población del país. La distribución por sexo es de un 49,56% hombre y el 50,44% mujeres de la población total de la Región.

Cuadro 2: Población total por cantón 2011 Números absolutos y relativos

Cantón	Población	Porcentaje
Pérez Zeledón	134 534	40,94%
Buenos Aires	45 244	13,77%
Osa	29 433	8,96%



Golfito	39 150	11,91%
Coto Brus	38 453	11,70%
Corredores	41 831	12,73%
Total	328 645	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos. Censo 2011

ANTECEDENTES

La Región Brunca del país, no cuenta en la actualidad con centros de mercadeo de productos hortícolas. Está en planes del estado impulsar la creación del “Mercado Mayorista de la Zona Sur” en el cantón de Osa, pero según datos del PIMA (Programa de Incremento del Mercadeo Agropecuario) ese proyecto no será antes del 2019 según informes suministrados por esta institución. Desde hace de ocho años el Sector Agroalimentario ha realizado varias investigaciones a través del PIMA: consultoría de empresas privadas y de la Universidad de Costa Rica. Estos estudios, a nivel de prefactibilidad, han mostrado la necesidad de mejorar los procesos de abastecimientos, distribución y comercialización de los productos alimentarios en la región Brunca y se espera que a través de este mecanismo se dinamice el sector agroalimentario de la Zona Sur del país; además de motivar a la población agrícola que representa la mayoría del sector primario de la región, al ofrecer un espacio para el intercambio comercial con una serie de servicios complementarios, que representa una opción de encadenamiento de sus productos en un circuito de comercialización local, regional e internacional (PIMA, 2013)

En la actualidad los agricultores que cuentan con transporte, llevan sus productos hasta el valle central (CENADA), con el inconveniente de los altos costos por transporte y pérdidas de producto por el mismo viaje, o en su defecto venderle a intermediarios sus cosechas, quienes son los que sacan provecho económico de la actividad, ya que no hay otras opciones para colocar los productos.

En cuanto a las ferias del agricultor, a excepción de Pérez Zeledón, en donde si cuentan con una infraestructura fija para desarrollar esta actividad y de muy buena asistencia, los demás cantones del sur no han podido implementar este modelo de comercialización directa a una escala rentable y que a la vez sea atractiva para los consumidores. Por ejemplo, en la feria que se ha realizado en Ciudad Neily en años anteriores, solo participaron ocho productores y en San Vito y Osa actualmente no se han realizado ferias.



Los programas del estado como son el Programa de Abastecimiento Institucional (PAI) y el Programa de Abastecimiento Escolar (PAE), no han podido ser accesados por las organizaciones de productores debido a la alta cantidad de requisitos que piden, algunos quizás inalcanzables por parte de estos grupos. En base a esto se ha determinado, que no solo es importante contar con la infraestructura de acopio, procesamiento, almacenamiento y distribución de parte de estas organizaciones, sino más bien que deben de contar con una alta capacidad de gestión, administración y conocimiento de mercadeo agrícola, ya que la infraestructura y equipo por si solos no son suficientes para lograr un mercado, como es el caso del CAC La Guinea, donde tienen toda una planta de acopio equipada, pero no lo han podido poner a funcionar.

La UNED y el TEC desarrollaron un proyecto de fortalecimiento a la comercialización de productos hortícolas en Coto Brus en el 2014, en donde coordinaron específicamente con dos organizaciones de agricultores involucradas en la producción hortícola (CAC la Guinea y CODAGRO). Realizaron algunos diagnósticos para obtener la línea base de estos grupos, donde quedaron claras las deficiencias e incapacidades en el tema de mercadeo agropecuario en todas sus dimensiones en estas dos organizaciones, también se detectaron problemas de gestión administrativa. Se les facilitaron capacitaciones a estas dos organizaciones relacionadas con la comercialización para mejorar su gestión en estas áreas.

Por otra parte, las Universidades involucradas en el proyecto conformaron un comité integrado por diferentes instituciones públicas y privadas del sector agropecuario (FAO, MEIC, PROCOMER, MAG, GAT), ya que de una u otra forma estaban relacionadas con la misma temática de la comercialización hortícola en Coto Brus.

Se llega a la conclusión que es sumamente importante trabajar en equipo, con una misma meta, para poder lograr desarrollar propuestas viables en la producción y comercialización hortícola en estos cantones, donde se dirijan acciones concretas y supervisadas en temas como capacitación, financiamiento, seguimiento y acompañamiento real a estas agrupaciones de productores. Sin el sector publico involucrado, será muy difícil lograr que se desarrollen propuestas de mercado para los productos de origen agropecuario en las zonas rurales. Los talleres que se realizaron con estas organizaciones y con las instituciones se dirigieron a analizar los nichos de mercado disponibles, pero también las capacidades de estos agricultores como organización para enfrentar los retos administrativos, financieros y productivos, para poder ser oferentes en cualquiera de ellos que se formalice.

Estas organizaciones de productores antes mencionadas, cuentan con infraestructura para acopio de productos hortícolas, han desarrollado algunos proyectos con fondos no reembolsables del estado en la parte agrícola y agroindustria, pero no han podido establecer



un programa de producción, acopio y distribución en la región, porque no se han generado nichos de mercado estables. La idea del proyecto de las Universidades es brindar capacitación en el tema de la comercialización y tratar de lograr un plan junto a las demás instituciones del estado, desarrollando la producción hortícola en la región Brunca, y por supuesto tratar de formalizar una o varias opciones de mercado para estos productos, de manera articulada según la demanda, ya sea en producto fresco, o con algún valor agregado al transformarle la presentación.

La Región Brunca (Buenos Aires, Corredores, Osa, Golfito, Coto Brus y Pérez Zeledón) se caracteriza por tener serios problemas de desarrollo, en el ámbito económico, a través del censo realizado por el INEC en el 2014, se identificaron como factores que limitan el desarrollo de esta región:

- i. Ausencia de políticas para la atracción de inversiones.
- ii. Falta de propuestas de inversión pública estratégica.
- iii. Limitada infraestructura en acueductos, red vial, manejo de desechos y telecomunicaciones.
- iv. Baja calidad del empleo, con la tasa de subutilización de mano de obra más alta
- v. del país (20%).
- vi. Inequidad en la distribución del ingreso (ingreso familiar promedio 168,286 en la zona vs. 309,233 de la Región Central).
- vii. Ausencia de acciones para encadenamientos productivos.
- viii. Débil estructura de servicios e infraestructura para el desarrollo turístico;
- ix. Escaso apoyo al sector agropecuario.
- x. Organizaciones productivas con estructuras débiles.

Aunado a esto, cinco Municipalidades del Sur en sus planes cantonales de desarrollo, manifiestan debilidades en el sector agrícola en las siguientes áreas:

- Servicio de extensión deficiente, falta de personal y recursos en las instituciones del estado del sector agropecuario.
- Falta encadenar producción agropecuaria con agroindustria, productos empacados y almacenamiento (red en frío).
- Problemas de diversificación agrícola por falta de mercados.
- Falta de compromisos del estado para promover el mercadeo agropecuario por medio del Programa de Abastecimiento Institucional.
- Falta de programas de financiamiento para pequeños productores que se quieran dedicar a la producción de frutas y verduras.
- Incapacidad de los gobiernos locales para desarrollar los mercados municipales y las ferias del agricultor, con verdadera participación de los productores.



- Incapacidad gerencial de la mayoría de las organizaciones de productores.
- No existe una red de comercialización entre los diferentes cantones del sur.

No se debe seguir apoyando solo la producción para el autoconsumo familiar, se debe fortalecer las capacidades máximas de los productores y sus parcelas, para que tecnifiquen sus prácticas productivas y puedan comercializar sus productos con una calidad aceptable y a precios competitivos en un mercado que sea constante y bien articulado, con participación de las principales organizaciones de base. Por supuesto que deben de propiciarse esos mercados con articulación y participación de: instituciones del estado-organizaciones-productores.

Con esta iniciativa se busca en coordinación con instituciones y organizaciones privadas y públicas, analizar alternativas de comercialización tanto local como regional y nacionalmente, para promover, estimular y apoyar la producción agrícola de una manera más segura y organizada.

Sin duda alguna, la falta de organización de los productores es uno de los problemas más serios en este tema. Los grupos de productores existentes están débiles en temas administrativos, organizacionales, económicos, motivacionales, gestión, planificación, comercialización entre otros (Boucher, 2013). Por otra parte las políticas de gobierno tratan de apoyar con programas como el “Programa Integral de Alimentos del INDER”, “Programa de Huertas Escolares del Ministerio de Educación”, “Ideas Productivas del IMAS”, “Banca para el Desarrollo del MAG y BCCR” y algunos otros, pero en ningún momento se enlazan con proyectos de mercado, donde exista una verdadera seguridad con el destino de la producción, saber dónde se puede vender, cómo, quiénes y dónde se colocaran esos productos. Anteriormente el CNP asumía esa labor principalmente en granos básicos, actualmente todo está a la deriva o en manos intermediarios que se aprovechan de la situación, ya que los agricultores no tienen capacidad de mercadear por si solos su producción, principalmente porque no existen o no están identificados lugares donde poder realizarlo.

JUSTIFICACIÓN

Los mercados, centros de acopio, ferias del agricultor o cualquier otro medio que se utilice para comercializar productos agropecuarios, no son solo estructuras y espacios físicos para este fin, deben de abordar una estrategia que logre el involucramiento de los actores regionales, instituciones publicas y privadas, los líderes de las organizaciones de productores, sus capacidades y estructuras administrativas y sus activos en el desarrollo de



los diferentes modelos. Si se piensa activar una actividad que involucre toda la región, es sumamente importante evaluar no solo las capacidades de las instituciones que puedan participar, sino también de las posibles organizaciones que se involucren, así mismo se tendrá que levantar un diagnóstico de infraestructura disponible que permita hacer un flujo mas ágil en la región según sus productos, así como inventariar los posibles clientes dentro de la cadena: verdulerías, supermercados, sodas, restaurantes, hoteles, etc.

Las universidades públicas tienen entre sus proyectos el vincularse en el desarrollo local de las comunidades, e intrínsecamente llevar una visión de desarrollo integrada y articulada con los grupos meta. Asimismo, la situación socioeconómica que atraviesa la zona sur, evidenciada por indicadores como la tasa de desocupación más baja del país, niveles bajos en los índices de desarrollo y competitividad cantonal, así como la mayor emigración a causa de la falta de oportunidades, como se mencionó anteriormente, acusa al sistema universitario público a proponer iniciativas que dinamicen los sectores de la economía en la zona sur, en donde además el 50,2 % de la población ocupada está circunscrita al sector agropecuario, lo que se constituye en un potencial para el desarrollo de propuestas dirigidas a construir encadenamientos productivos, brindar valor agregado, y con ello generar alternativas de comercialización, en las distintas agrocadenas en la Región Brunca.

Datos aportados del Instituto Nacional de Estadística y Censos, mediante las Encuestas de Hogares realizadas, indican que el sector agropecuario regional, ha sufrido un constante descenso en la ocupación de fuerza de trabajo, pasando de absorber el 34,3% del total de la fuerza de trabajo regional en el año 2008 al 30,5% en el año 2012. La tendencia a la reducción de las actividades agropecuarias del país en los últimos años, también se presenta en la Región Brunca, sin embargo, ésta continúa mostrando una fuerte participación de la base agrícola en su economía. Regional.

La incapacidad mostrada por el sector Agropecuario en el nivel regional, para absorber un mayor porcentaje de la fuerza de trabajo que se dedica a actividades agropecuarias, aunada al tímido crecimiento de los sectores secundario y terciario, ha contribuido a la generación de un importante incremento en la emigración de la población de esta región, provocando un escaso crecimiento de la fuerza de trabajo, como consecuencia de una drástica reducción de la población ubicada en el rango de 30 a 39 años. Se espera en los próximos quince años, una reducción de 44.000 habitantes (INEC, 2011).

El sector frutihortícola está compuesto de muchos pequeños productores distribuidos en diferentes áreas de producción y en la mayoría de los casos alejados de los centros de consumo. Esta quizás sea la principal razón por la cual tradicionalmente los productos llegan al consumidor en forma indirecta, a través de alguna forma de intermediación. Las relaciones comerciales que se generan son muy variadas y las transacciones generalmente están basadas en función de un valor monetario por el volumen y calidad entregados.



La débil capacidad de gestión administrativa y empresarial mostrada por las organizaciones de productores y productoras de la región, ha contribuido a aumentar esta problemática, por cuanto dificulta la posibilidad de puesta en marcha de iniciativas de proyectos productivos orientados a la generación de empleo e ingresos. Aunado a esto, la lejanía a los principales mercados ubicados en la meseta central del país, y a la escasa inversión del Estado en infraestructura vial y de apoyo a la producción agropecuaria, encarecen los costos de producción y disminuyen la rentabilidad de la producción regional.

Paralelamente a las adversidades por las que atraviesa el sector agropecuario regional, la pobreza aumentó 6,8% entre el 2008 y 2011, en tanto que el ingreso económico cayó 17,2% (PDR-MAG 2014)

Por la diversidad de climas existentes en la Región Brunca que van desde los 16°C en Coto Brus y algunas partes de Buenos Aires, hasta los 38°C que se encuentran en zonas costeras, además de la variabilidad de tipos de suelos encontrados en la región, se puede estimar que la Zona Sur podría producir la gran mayoría de los cultivos hortícolas y frutales que se consumen. Es cuestión de organizar según condiciones edáficas, climatológicas y hasta culturales, la producción en las diferentes zonas de la región, de una manera articulada en donde afloren las ventajas competitivas en las diferentes organizaciones de productores, promoviéndose una diversidad en productos a comercializar y cumpliendo con las demandas que piden los mercados.

En los dos últimos años las universidades a través del Programa de Regionalización, han trabajado en la identificación de diferentes opciones de comercialización de los productos agropecuarios, en coordinación con algunas instituciones públicas y privadas.

La UNED específicamente ha impulsado el desarrollo de las ferias del agricultor, como un medio de comercialización de productos frescos. Se han realizado trabajos con otras instituciones donde invirtieron recursos económicos en el mejoramiento de la infraestructura productiva (invernaderos, sistemas de fertirriego, producción de almácigos), además del mejoramiento de la infraestructura de las ferias del agricultor (toldos, góndolas, exhibidores, basureros).

Adicional a esto el TEC, ha desarrollado proyectos en la región sobre valor agregado, desarrollo de mercados, apoyo a la implementación de las buenas prácticas agrícolas y buenas prácticas de manufactura (BPA y BPM) en distintos sectores, actividades que al enlazarlas con los proyectos que se han impulsado desde las otras instituciones complementa el desarrollo ideal para las organizaciones seleccionadas. Más recientemente la UNED y el TEC trabajaron en el fortalecimiento de la gestión para la comercialización de productos hortícolas en Coto Brus, donde se realizaron diagnósticos de la realidad de algunas organizaciones de productores para medir sus fortalezas y debilidades en el tema



del mercadeo agropecuario, además se conformo un comité técnico integrado por funcionarios de varias instituciones con el objetivo de evaluar los diferentes nichos de mercado disponibles y a corto plazo.

Para mejorar los índices de desarrollo de la Región Pacífico Sur, en los aspectos de comercialización en el sector agrícola, se debe contar con organizaciones fuertemente preparadas en gestión organizativa y administrativa, con sistemas de producción eficaces y eficientes, que manejen el tema de la calidad, trazabilidad, y principalmente que dominen el tema de la comercialización de productos agropecuarios, por lo tanto, que se trabaje en coordinación con el sector agropecuario, donde se impulsen procesos y programas que favorezcan la producción y aseguren canales de mercadeo.

Esta iniciativa obedece a la problemática identificada en los planes cantonales de desarrollo de las diferentes municipalidades del sur, en el área agrícola. Se analizó la idea de trabajar el tema de manera regional ya que como se menciona anteriormente hay varios proyectos que impulsan las diferentes instancias públicas y privadas en la región. Organizaciones como Fundación OSA (FUNDAOSA), está promoviendo la apertura de un centro de acopio con procesos de agroindustria apoyados por el INDER y con conversaciones serias para ser proveedores del Programa de Abastecimiento Institucional; además hay fundaciones que quieren trabajar con estas Universidades en un plan de apoyo a la comercialización, como es el caso de la Fundación Ciudadanía Activa con fondos de JUDESUR y el gobierno Japonés. El comité interinstitucional que se conformo para el proyecto de Coto Brus sería el mismo que, fortalecido, atendería la iniciativa de forma regional, ya que los objetivos son prácticamente los mismos.

POBLACIÓN META POR SITIO DE TRABAJO

Esta iniciativa pretende trabajar con al menos dos organizaciones por cantón, en el caso de Coto Brus se les dará seguimiento a las dos con las que se trabajó en el 2014 y así poder darles un mejor trato para que se logre la meta establecida en comercialización y que a la vez, la experiencia obtenida, sea aplicada a las demás organizaciones.

Parte de las tareas en este proyecto será identificar con la ayuda de las instituciones del sector, organizaciones que tengan cierto nivel de gestión y que estén trabajando en producción y diversificación hortícola en la región, y que muestren interés en participar en este proceso de gestión al fortalecimiento de la comercialización de la región Brunca.

Cuadro 3: Productos y estado de las organizaciones a trabajar en la Región Brunca.



Nombre de la organización	Cantón	Productos	Estado dentro del proyecto	Aspectos a trabajar para mejorar el desempeño organizacional
CAC Fila Guinea (UNED/TEC)	Coto Brus	Productos agrop.	Seguimiento	• Comercialización nivel II • Sistemas de Gestión Organizacional
CODAGRO (UNED/TEC)	Coto Brus	Productos agrop.	Seguimiento	• Comercialización nivel II • Sistemas de Gestión Organizacional
A identificar (UNED/TEC)	Buenos Aires	Productos agrop.	Inicio	• Comercialización nivel I • Sistemas de Gestión Organizacional
A identificar (UNED/TEC)	Buenos Aires	Productos agrop.	Inicio	• Comercialización nivel I • Sistemas de Gestión Organizacional
A identificar UNED	Corredores	Productos agrop.	Inicio	• Comercialización nivel I • Sistemas de Gestión Organizacional
A identificar UNED	Osa	Productos agrop.	Inicio	• Comercialización nivel I • Sistemas de Gestión Organizacional
A identificar UNED	Golfito	Productos agrop.	Inicio	• Comercialización nivel I • Sistemas de Gestión Organizacional
A identificar UNED	Pérez Zeledón	Productos agrop.	Inicio	• Comercialización nivel I • Sistemas de Gestión Organizacional

ARTICULACIÓN

Los socios estratégicos formaran parte del proyecto dependiendo de la función que puedan representar para la iniciativa, es decir, según las propuestas y condiciones que se presenten durante la planificación y ejecución del proyecto; algunos tomaran roles de participación activa y casi obligatoria dentro del proceso, mientras que otros pudiera ser que solo participen en algunas etapas de manera voluntaria. Algunas instituciones se involucraran en el área de capacitación y asistencia técnica a productores, otras en gestión y formulación de proyectos y otros en asuntos de financiamiento a los agricultores ya sea de manera individual o grupal.

Cuadro 4: Detalles de los socios estratégicos y su relación con el proyecto

Socios Estratégicos	Cantones donde	Lugar de sede	Relación con el proyecto de gestión en la comercialización de la Región Brunca.
---------------------	----------------	---------------	---



CONSEJO NACIONAL DE RECTORES – CONARE
Programa de Regionalización Interuniversitaria



	trabaja	principal	
UNED	Todos	San José	Proponentes del proyecto
TEC	*	Cartago	
MAG	Todos	PZ	Participación en el comité interinstitucional y asistencia técnica a productores y seguimiento a organizaciones.
FAO	Todos	Corredores	Participación en el comité interinstitucional y asistencia técnica a productores y seguimiento a organizaciones.
MINSA	Todos	PZ	Permisos sanitarios de funcionamiento e información y capacitaciones a organizaciones.
MEIC	Todos	PZ	Participación en el comité interinstitucional, apoyo y capacitación a organizaciones en temas de mercadeo.
PRO COMER	Todos	PZ	Participación en el comité interinstitucional, apoyo y capacitación a organizaciones en temas de mercadeo.
INDER	Todos	PZ	Participación en el comité interinstitucional, gestión, financiamiento y seguimiento a organizaciones.
CNP	Todos	PZ	Participación en el comité interinstitucional y asistencia técnica a productores y seguimiento a organizaciones.
IMAS	Todos	PZ	Ayuda financiera a productores y organizaciones
INA	Todos	PZ	Capacitación a organizaciones y productores
FEDEMSUR	Todos menos PZ	Golfito	Gestión financiera a organizaciones y gestión
PIMA	*	San José	Gestión de proyectos, apoyo y capacitación a organizaciones en temas de mercadeo.
JUDESUR	Todos menos PZ		Ayuda financiera a organizaciones
GAT ALTO	CB y BA	Coto Brus	Participación en el comité interinstitucional. Ayuda financiera a organizaciones y gestión
GAT BAJO	C, O y G	Golfito	Participación en el comité interinstitucional. Ayuda financiera a organizaciones y gestión
FUNDAOSA	Todos menos PZ	Golfito	Participación en el comité interinstitucional. Ayuda financiera a organizaciones y gestión de proyectos
INAMU	Todos	Golfito	Capacitación y fortalecimiento a grupos de mujeres.
Fundación Ciudadanía Activa	CB, OSA y C	Coto Brus San José	Presencia en el comité interinstitucional. Capacitación a organizaciones y gestión de proyectos.

Coto Brus (CB), Buenos Aires (BA), Golfito (G), Corredores (C), Osa (O) y Pérez Zeledón (PZ)

*** No tienen sedes en la Región Brunca**

Las organizaciones de productores involucradas deberán empoderarse del proyecto, ya que los demás actores serán solamente colaboradores en el proceso. Las ideas o propuestas deben de ser por unanimidad y respetando los lineamientos existentes en los diferentes contextos que se puedan dar.

Sin duda alguna la participación de instituciones públicas y privadas es muy importante, debe lograrse encadenar el rol de cada una dentro del proceso, sea en capacitación, otorgamientos de permisos, consecución o canalización de ayudas económicas o cualquier otro que venga a fortalecer el proyecto para poder lograr los fines que se pretenden y por supuesto para el cumplimiento de los objetivos de la iniciativa.



METODOLOGÍA PROPUESTA

Para el desarrollo de esta iniciativa se seguirán distintas modalidades metodológicas en función del objetivo a cumplir, dentro de esas acciones se menciona la realización de diagnósticos, capacitación grupal, acompañamiento técnico y coordinación desde un comité interinstitucional.

- Diagnósticos de organizaciones.

Una vez que se tengan las organizaciones de productores debidamente identificadas por cantón, para formar parte del proyecto, se les realizarán diagnósticos socio-económicos y productivos para obtener información de la línea base actualizada, como son: número de productores, cultivos, áreas, situación económica, técnicas agrícolas utilizadas, infraestructura, proyectos anteriores, entre otros.

También se deberá obtener información de las organizaciones beneficiarias en temas de la parte administrativa, legal, gerencial, manejo de proyectos, contable y sobre todo en sistemas de comercialización que estén utilizando o que hayan utilizado, con índices de desempeño específicos obtenidos. Esta información será la base de la iniciativa, para poder medir cambios durante el proceso de trabajo.

- Capacitaciones grupales.

La prioridad del proyecto será trabajar con las organizaciones de productores, principalmente con las juntas directivas de estas. En la mayoría de lo posible algunos temas se tratarán con la modalidad de talleres regionales, donde se involucren todas las organizaciones de la región en lugares estratégicos.

También se utilizarán otras técnicas de extensión grupal como son: cursos, charlas, boletines, hojas divulgativas, entre otros. La capacitación y seguimiento es la fortaleza del grupo de académicos integrados en esta iniciativa. Según el cronograma propuesto, los temas serán en base a los objetivos y las actividades productivas que cada grupo trabaje, pero al final con un tema en común, que será el apoyo en la comercialización de productos agropecuarios.

Se llevarán registros de asistencia a todas las actividades grupales que se realicen, para llevar un control general por cantón y organizaciones involucradas dentro del proyecto. Entre los temas sugeridos para el trabajo con los grupos están: liderazgo en las organizaciones, administración en las organizaciones, manejo contable y técnicas de comercialización y mercadeo agrícola.



- Acompañamiento técnico.

Para atender las diferentes necesidades de capacitación en las organizaciones, los académicos participantes valoraran las prioridades de cada organización en base a los diagnósticos que se les realicen. Se tratara de trabajar con las juntas directivas de las organizaciones involucradas, dándoles seguimiento desde el inicio y valorando las fortalezas y debilidades que estas manifiesten. Se canalizaran las capacitaciones necesarias para mejorar el nivel de gestión de las organizaciones. Se tomara en cuenta el nivel de liderazgo que muestren sus directivos, para el enfoque de las capacitaciones. También contaremos con el apoyo y la coordinación con la Escuela de Administración de la UNED para el seguimiento, capacitaciones y acompañamiento a los grupos meta.

- Coordinación comité interinstitucional.

Las universidades dentro de este proyecto, propiciarán el buen desempeño de las diferentes instituciones dentro de un comité que atienda el tema de la comercialización, promoviendo las actividades necesarias donde se logre no solo la participación activa de las mismas, sino más bien que se obtenga un producto real con las organizaciones de la región en el tema del mercadeo agropecuario, promoviendo y analizando todos los nichos de mercado disponibles y viables en miras de un cambio en la actividad productiva regional, donde se establezcan las cadenas lógicas que culminen con la venta de los productos a un mercado estable y consolidado. Sera indispensable contar con este comité, para analizar el proceso y buscar soluciones reales a la problemática detectada antes, durante y después del proyecto.

DESCRIPCIÓN DE LAS NECESIDADES:

A. Propósito de la iniciativa.

El aporte de esta propuesta está en el marco del eje estratégico Potencial productivo y valor agregado (PLADESUR 2009-2020). Definido como: la identificación y caracterización de la dinámica productiva actual y potencial de los sectores agropecuarios, forestales, industriales, pesqueros, turísticos y de servicios de la región, lo cual permite identificar las líneas estratégicas a desarrollar tomando como base las potencialidad y capacidades que se presenten en cada una de ellas para incrementar la competitividad productiva regional.

Así mismo esta orientación estratégica enfatiza la generación de actividades que agreguen



valor a la producción local, mejoras en la comercialización y o también por actividades que agreguen talento humano para el fortalecimiento organizacional, lo cual es acorde a los Planes Cantonales de Desarrollo Integral de las municipalidades de la Región Brunca para el periodo 2011-2016.

A partir de este eje, se establecen objetivos estratégicos cuyo espectro alcanza la IIDR **“Gestión para el fortalecimiento de estrategias de comercialización de productos agropecuarios y de valor agregado, con organizaciones de pequeños y medianos productores de la Región Brunca”**, los cuales se mencionan a continuación:

- Actualizar la información de las organizaciones en aspectos de producción y comercialización.
- Analizar estrategias de mercadeo junto a otras instituciones públicas y privadas, para mejorar los canales de comercialización existentes o creación de nuevos nichos.
- Llevar a cabo programas de fortalecimiento del recurso humano en temas de organización, administración y comercialización.

En resumen, el propósito de esta iniciativa es fortalecer las capacidades de comercialización y de gestión administrativa de los productores organizados en los grupos meta identificados de la Región Brunca.

B. Resultados esperados con la iniciativa.

Según el análisis de actualización del contexto de la problemática de los grupos meta en la Región Brunca, se espera lograr los siguientes resultados:

- Articular e involucrar a las instituciones de los diferentes sectores para el logro de las metas del proyecto.
- Caracterizadas y tipificadas la producción agrícola y los actuales canales de comercialización de la población meta (número de productores, tipo de producción, volumen, calidad, precios de venta, destinos, infraestructura existente, estacionalidad, frecuencia, entre otros).
- Mejoras de las capacidades organizativas, de gestión, administrativas y de comercialización agrícola de la población meta (organizaciones de productores).
- Identificación y acceso a las alternativas promisorias de comercialización, canales, formas, procesos, transporte, valor agregado, etc.

Enumerados puntualmente serían:

- Productores agrupados e identificados en el proyecto.
- Producción y canales de comercialización identificados y actualizados.



- Políticas articuladas entre instituciones que integren a los productores de cada zona.
- Existen acciones conjuntas de promoción y mercadeo.
- Los productores se encuentran capacitados en temas de comercialización.
- Infraestructuras físicas identificadas en la región para el mercadeo de productos agrícolas.

Fines:

- Incremento de ingresos para los productores.
- Ventas conjuntas entre los productores.
- Encadenamiento entre organizaciones de la región.
- Ventas formales con todos los permisos requeridos.
- Baja intermediación.
- Los recursos de la actividad económica quedan en la zona.
- Se comercializan productos de la zona.
- Utilización de las infraestructuras existentes para fines de mercadeo agrícola.

BENEFICIOS:

Desarrollar las capacidades tanto de los productores como de las organizaciones, logrando incursionar en mejoras en la cadena de comercialización.

Aumentar las capacidades en temas de gestión, organización, administrativas y mercadeo en las organizaciones de la población meta.

Incorporar a los pequeños productores de los territorios rurales, a los circuitos comerciales, en condiciones, económicamente competitivas, ambientalmente sostenibles y socialmente equitativas, mediante los encadenamientos correspondientes.

Integrar los servicios y esfuerzos públicos y privados de los territorios, en grupos y organizaciones que propicien sinergias en la consolidación de cadenas de valor.

Elevar las condiciones de vida e ingresos de la población meta vinculada con el sector agroalimentario, en una economía globalizada, consolidando un desarrollo inclusivo, sostenible y moderno, por medio del mejoramiento de la competitividad, la innovación y el desarrollo tecnológico y la gestión equilibrada de los territorios rurales, apoyada en una articulación eficiente y eficaz de la institucionalidad pública y privada.

Establecer una línea base de las cadenas actuales de producción y comercialización en las organizaciones involucradas, que sería el punto de partida para otros proyectos.

En el plano nacional, a medida que las sociedades y los países evolucionan hay un desplazamiento de la población del campo hacia los pueblos y ciudades. Las poblaciones de los países en desarrollo están creciendo, normalmente a un ritmo del 3% anual. Sin



embargo, las poblaciones urbanas van aumentando, como promedio, a una tasa de alrededor del 4% anual. Esto significa que el número de personas que las comunidades rurales tendrán que alimentar se duplicará en 16 años. Además, como la cantidad de alimento que consume cada individuo generalmente aumenta a medida que aumentan sus ingresos, el suministro de alimentos a los pueblos y ciudades tendrá que duplicarse aproximadamente cada diez a catorce años.

Ese cambio en la distribución de la población creará nuevas o mejores oportunidades para los agricultores y generará empleo en las zonas rurales, especialmente si se construyen canales de mercadeo donde tengan participación las organizaciones de productores.

PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

OBJETIVO AMPLIO Y PROPÓSITO

- **OBJETIVO AMPLIO** Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la Región Brunca involucrados en la iniciativa, mediante el incremento de la competitividad en la gestión administrativa y comercial.
- **PROPÓSITO** Fortalecer las capacidades de comercialización y de gestión administrativa de los productores organizados en los grupos meta identificados de la Región Brunca.



CRONOGRAMA:

En el siguiente cuadro se detalla los RESULTADOS (logros de las actividades para el año 1) y las ACTIVIDADES:

- **Resultado 1:** Articular e involucrar a las instituciones de los diferentes sectores para el logro de las metas del proyecto.

Actividad	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV
Actividad 1 Participar en reuniones en los diferentes CCCI de los cantones de la Región Branca para exponer el proyecto y buscar alianzas.	X			
Actividad 2 Realizar una reunión con las instituciones del sector agrícola, para exponer el proyecto y formar el comité interinstitucional para el seguimiento del mismo.	X			
Actividad 3 Realizar reuniones bimensuales para darle seguimiento y soporte al proyecto por medio del comité interinstitucional.		X	X	X

- **Resultado 2:** Caracterizadas y tipificadas la producción agrícola y los actuales canales de comercialización de la población meta (número de productores, tipo de producción, volumen, calidad, precios de venta, destinos, infraestructura existente, estacionalidad, frecuencia, entre otros).

Actividad	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV
Actividad 1 Analizar las posibles organizaciones con las que se trabajaran por cantón.	X			
Actividad 2 Coordinar reunión con las diferentes organizaciones identificadas para presentarles el proyecto y buscar su involucramiento.	X			
Actividad 3 Buscar información primaria y secundaria sobre la situación actual de las organizaciones meta.	X	X		



Actividad 4 Realizar un análisis de las organizaciones involucradas y elaborar el diagnóstico de la situación actual (línea Base).	X	X		
Actividad 5 Censar y analizar el estado de toda la infraestructura existente en la región que pueda ser utilizada para el acopio y distribución de productos agrícolas.		X	X	

- **Resultado 3:** Mejoras de las capacidades organizativas, de gestión, administrativas y de comercialización agrícola de la población meta (organizaciones de productores).

Actividad	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV
Actividad 1 Fortalecer la capacidad de gestión y administración y acompañamiento de las organizaciones nuevas dentro del proyecto.			X	X
Actividad 2 Fortalecer los procesos de comercialización mediante capacitaciones a las organizaciones identificadas.			X	X
Actividad 3 Continuar los procesos de fortalecimiento en gestión y mercadeo en las dos organizaciones iniciales del proyecto ubicadas en Coto Brus (CAC Fila Guinea y CODAGRO).		X	X	X

- **Resultado 4:** Identificación y aseso a las alternativas promisorias de comercialización, canales, formas, procesos, transporte, etc.

Actividad	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV
Actividad 1 Realizar o actualizar censo de establecimientos de consumo y distribución de productos agrícolas de la Región Brunca (supermercados, comedores, verdulerías, restaurantes, sodas, camiones ruterios, etc.)	X	X		



CONSEJO NACIONAL DE RECTORES – CONARE
Programa de Regionalización Interuniversitaria



Actividad 2 Taller de análisis de mercados en la zona sur (organizaciones e instituciones de la región)				X
Actividad 3 Identificar nuevos canales de comercialización o mejorar los ya existentes		X	X	X

* Marcar con una x donde corresponda.



Indicadores del año 2015

Postulado	Indicadores
Objetivo amplio Contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la Región Brunca involucrados en la iniciativa, mediante el incremento de la competitividad en la gestión administrativa y comercial.	- Ocho organizaciones que implementan mejoras en su gestión organizacional en la Región Brunca - Ocho organizaciones que implementan mejoras en su gestión en la búsqueda de mercados para sus productores en la Región Brunca
Propósito Fortalecer las capacidades de comercialización y de gestión administrativa de los productores organizados en los grupos meta identificados de la Región Brunca.	- 1 mejora en sistemas de organizatividad por organización. - 1 mejora en sistemas de empresariedad por organización. - 1 mejora en sistemas de comercialización por organización.
Resultado 1 Articular e involucrar a las instituciones de los diferentes sectores para el logro de las metas del proyecto.	- Una reunión en cada CCCI de las municipalidades de la Región Brunca para exponer el proyecto (6 Municipios). - Un comité interinstitucional formado por las instituciones del sector agropecuario a nivel regional junto a las Universidades.
Resultado 2 Caracterizadas y tipificadas la producción agrícola y los actuales canales de comercialización de la población meta (número de productores, tipo de producción, volumen, calidad, precios de venta, destinos, infraestructura existente, estacionalidad, frecuencia, entre otros).	- Ocho organizaciones de productores identificadas para trabajar en el proyecto - 1 documento diagnóstico de cada organización sobre sus cadenas de comercialización y aspectos relacionados. - 1 diagnóstico productivo de cada organización, line base (tipos de producción, volumen, calidad, estacionalidad, frecuencia, entre otros) - Un censo de infraestructuras utilizadas para el acopio y comercialización de productos agrícolas en la Región Brunca.
Resultado 3 Mejoras de las capacidades organizativas, de gestión, administrativas y de comercialización agrícola de la población meta (organizaciones de productores).	- 2 organizaciones en Coto Brus y dos en Buenos Aires reciben capacitación, transferencia y acompañamiento en aspectos de administración, gestión organizativa y comercialización de la producción.



	- 1 organización en cada cantón de Osa, Golfito Pérez Zeledón y Corredores reciben capacitación, transferencia y acompañamiento en aspectos de administración, gestión organizativa y comercialización de la producción. - Seguimiento avanzado en el segundo año, a las dos organizaciones de Coto Brus (CAC La Guinea y CODAGRO) en técnicas de comercialización y mercadeo agropecuario.
Resultado 4 Identificación de alternativas promisorias de comercialización, canales, formas, procesos, transporte, etc.	- Un censo actualizado de establecimientos de consumo y distribución de productos agrícolas de la región. - Un taller de análisis de alternativas de comercialización de productos agrícolas. - Nuevos nichos de mercado identificados y caracterizados en la región. - Un comité interinstitucional trabajando en el análisis de estos nichos de mercado.

Actividades	Eficacia
Actividad 1 R1 Exponer el proyecto ante los diferentes CCCI de los cantones de la Región Brunca para informar y buscar alianzas. Actividad 2 R1 Realizar una reunión con las instituciones del sector agrícola, para exponer el proyecto y formar el comité interinstitucional para el seguimiento del mismo. Actividad 3 R1 Realizar reuniones bimensuales para darle seguimiento y soporte al proyecto por medio del comité interinstitucional.	- Municipalidades de la región informadas y participando en el proyecto de comercialización regional. - Un comité formado por representantes de las diferentes instituciones públicas y privadas del sector agropecuario dándole seguimiento al proyecto durante todo el ciclo.
Actividad 1 R2 Analizar las posibles organizaciones con las que se trabajaran por cantón. Actividad 2 R2 Coordinar reunión con las	- Actores locales e instituciones identificados e involucrados con la iniciativa. - Base de datos disponible con información de la situación actual de las organizaciones (línea



diferentes organizaciones identificadas para presentarles el proyecto y buscar su involucramiento. Actividad 3 R2 Buscar información primaria y secundaria sobre la situación actual de las organizaciones meta. Actividad 4 R2 Realizar un análisis de las organizaciones involucradas y elaborar el diagnóstico de la situación actual (línea Base). Actividad 5 R2 Identificar toda la infraestructura existente en la región que pueda ser utilizada para el acopio y distribución de productos agrícolas.	base). - 1 diagnóstico productivo por organización participante (tipos de producción, volumen, calidad, estacionalidad, frecuencia, entre otros). - 1 documento de diagnóstico de cada organización en aspectos comerciales. - Un censo actualizado de infraestructura existente para el acopio y comercialización de productos agrícolas en la región.
Actividad 1 R3 Fortalecer la capacidad de gestión y administración y acompañamiento de las organizaciones nuevas dentro del proyecto. Actividad 2 R3 Fortalecer los procesos de comercialización mediante capacitaciones a las organizaciones identificadas. Actividad 3 R3 Continuar los procesos de fortalecimiento en gestión y mercadeo en las dos organizaciones iniciales del proyecto ubicadas en Coto Brus (CAC Fila Guinea y CODAGRO).	- Capital humano de las organizaciones participantes capacitados en temas de comercialización. - Organizaciones fortalecidas en gestión organizativa y administrativa. - Dos organizaciones de Coto Brus con avances importantes en capacitación por ser su segundo año en el proyecto.



Actividad 1R4 Realizar o actualizar censo de establecimientos de consumo y distribución de productos agrícolas de la Región Brunca (supermercados, comedores, verdulerías, restaurantes, sodas, camiones ruterios, etc.) Actividad 2R4 Taller de análisis de mercados en la zona sur (organizaciones e instituciones de la región) Actividad 3R4 Identificar nuevos canales de comercialización o mejorar los ya existentes	- Instituciones del sector y agricultores de la región interrelacionados en busca de mejoras en la comercialización. - Identificados nuevos canales de comercialización. - Canales actuales de comercialización mejorados y analizados.
---	---

Supuestos por objetivo amplio, propósito, resultados y actividades del año 1

Postulado	Supuestos
Objetivo amplio Contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la Región Brunca involucrados en la iniciativa, mediante el incremento de la competitividad en la gestión administrativa y comercial.	- Compromiso de las organizaciones participantes. - Disponibilidad de apoyo a la IIDR por parte de otras instituciones (Municipalidad, FAO, CNP, INDER, MAG, PROCOMER, MEIC y GAT Alto y bajo, entre otros.) - Organizaciones de productores con la disposición de implementar nuevas alternativas de comercialización y/o de mejoras en los actuales canales de comercialización. - Compromiso de los Gobiernos Locales de integren al proyecto.
Propósito Fortalecer las capacidades de comercialización y de gestión administrativa de los productores organizados en los grupos meta identificados de la Región Brunca.	- Disponibilidad de recursos económicos. - Políticas favorables al desarrollo del Programa. - Estabilidad del equipo de trabajo del proyecto.
Resultados R1 Articular e involucrar a las instituciones de los diferentes sectores para el logro de las metas del proyecto. R2 Caracterizadas y tipificadas la producción agrícola y los actuales canales de comercialización de la	- Compromiso de los participantes. - Disponibilidad de tiempo de los productores y dirigentes de las organizaciones. - Disponibilidad de otras instituciones de colaborar en el proyecto. - Dirigencias anuentes a implementar cambios. - Acceso y disponibilidad de información primaria



población meta (número de productores, tipo de producción, volumen, calidad, precios de venta, destinos, infraestructura existente, estacionalidad, frecuencia, entre otros). R3 Mejoras de las capacidades organizativas, de gestión, administrativas y de comercialización agrícola de la población meta (organizaciones de productores). R4 Identificación de alternativas promisorias de comercialización, canales, formas, procesos, transporte, etc.	y secundaria. - Cumplimiento de los reglamentos de abastecimiento institucional por parte de instituciones del estado. - Participación activa de las instituciones del sector agropecuario dentro del proyecto.
Actividades Actividad 1 R1 Exponer el proyecto ante los diferentes CCCI de los cantones de la Región Brunca para informar y buscar alianzas. Actividad 2 R1 Realizar una reunión con las instituciones del sector agrícola, para exponer el proyecto y formar el comité interinstitucional para el seguimiento del mismo. Actividad 3 R1 Realizar reuniones bimensuales para darle seguimiento y soporte al proyecto por medio del comité interinstitucional.	- Gobiernos locales involucrados con la iniciativa de fortalecimiento a la comercialización. - Un comité interinstitucional conformado y apoyando la gestión de las organizaciones dentro del proyecto
Actividad 1 R2 Analizar las posibles organizaciones con las que se trabajarán por cantón. Actividad 2 R2 Coordinar reunión con las diferentes organizaciones identificadas para presentarles el proyecto y buscar su involucramiento.	- Disposición e involucramiento de las cinco sedes de la UNED de la región. - Compromiso de los participantes. - Disponibilidad de tiempo de los participantes. - Disponibilidad de transporte para el traslado a las actividades.



Actividad 3 R2 Buscar información primaria y secundaria sobre la situación actual de las organizaciones meta. Actividad 4 R2 Realizar un análisis de las organizaciones involucradas y elaborar el diagnóstico de la situación actual (línea Base). Actividad 5 R2 Identificar toda la infraestructura existente en la región que pueda ser utilizada para el acopio y distribución de productos agrícolas.	- Contar con los recursos logísticos para realizar las actividades.
Actividad 1 R3 Fortalecer la capacidad de gestión y administración y acompañamiento de las organizaciones nuevas dentro del proyecto. Actividad 2 R3 Fortalecer los procesos de comercialización mediante capacitaciones a las organizaciones identificadas. Actividad 3 R3 Continuar los procesos de fortalecimiento en gestión y mercadeo en las dos organizaciones iniciales del proyecto ubicadas en Coto Brus (CAC Fila Guinea y CODAGRO).	- Compromiso de los participantes. - Disponibilidad de tiempo de los participantes. - Participación de las otras instituciones y el gobierno local. - Disponibilidad de transporte para el traslado a las actividades. - Accesibilidad a infraestructura y equipo para impartir capacitaciones. - Disposición e involucramiento de las cinco sedes de la UNED de la región.
Actividad 1R4 Realizar o actualizar censo de establecimientos de consumo y distribución de productos agrícolas de la Región Brunca (supermercados, comedores, verdulerías, restaurantes, sodas, camiones ruterios, etc.) Actividad 2R4 Taller de análisis de mercados en la zona sur (organizaciones e instituciones de la	- Compromiso de los participantes. - Disponibilidad de tiempo e interés de los participantes. - Participación de las otras instituciones y el gobierno local. - Disponibilidad de transporte para el traslado a las actividades. - Accesibilidad a infraestructura y equipo para impartir capacitaciones.



región)	
Actividad 3R4 Identificar nuevos canales de comercialización o mejorar los ya existentes.	

Riesgos por objetivo amplio, propósito, resultados y actividades del año 1

Postulado	Riesgos
Objetivo amplio Contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la Región Brunca involucrados en la iniciativa, mediante el incremento de la competitividad en la gestión administrativa y comercial.	- Reducción presupuestaria. - Cambio de políticas gubernamentales o internas dentro de las universidades desfavorables al proyecto. - Problemas de desintegración de las organizaciones o ausencia de liderazgo positivo.
Propósito Fortalecer las capacidades de comercialización y de gestión administrativa de los productores organizados en los grupos meta identificados de la Región Brunca.	- Conocimientos técnicos y administrativos muy elementales por parte de los dirigentes, que ameriten un abordaje diferente del proceso de capacitación.
Resultados R1 Articular e involucrar a las instituciones de los diferentes sectores para el logro de las metas del proyecto. R2 Caracterizadas y tipificadas la producción agrícola y los actuales canales de comercialización de la población meta (número de productores, tipo de producción, volumen, calidad, precios de venta, destinos, infraestructura existente, estacionalidad, frecuencia, entre otros). R3 Mejoras de las capacidades organizativas, de gestión, administrativas y de comercialización agrícola de la población meta (organizaciones de productores). R4 Identificación de alternativas promisorias de comercialización, canales, formas, procesos, transporte, etc.	- Evidencia de serios problemas productivos que impidan la comercialización de los productos agrícolas. - Costos elevados de transacción que afectan a la viabilidad de las cadenas de suministro. - Poder limitado de negociación de los productores. - Políticas del estado no acorde a las necesidades de la región.



Actividades Actividad 1 R1 Exponer el proyecto ante los diferentes CCCI de los cantones de la Región Brunca para informar y buscar alianzas. Actividad 2 R1 Realizar una reunión con las instituciones del sector agrícola, para exponer el proyecto y formar el comité interinstitucional para el seguimiento del mismo. Actividad 3 R1 Realizar reuniones bimensuales para darle seguimiento y soporte al proyecto por medio del comité interinstitucional.	- Información primaria con limitada accesibilidad que amerite mayor dedicación de tiempo y recursos en su obtención. - Gobiernos locales no se involucran en el proyecto. - Instituciones estatales no participan en el plan del proyecto de fortalecimiento a la comercialización.
Actividad 1 R2 Analizar las posibles organizaciones con las que se trabajaran por cantón. Actividad 2 R2 Coordinar reunión con las diferentes organizaciones identificadas para presentarles el proyecto y buscar su involucramiento. Actividad 3 R2 Buscar información primaria y secundaria sobre la situación actual de las organizaciones meta. Actividad 4 R2 Realizar un análisis de las organizaciones involucradas y elaborar el diagnóstico de la situación actual (línea Base). Actividad 5 R2 Identificar toda la infraestructura existente en la región que pueda ser utilizada para el acopio y distribución de productos agrícolas.	- Conocimientos técnicos y administrativos muy elementales por parte de los dirigentes, que ameriten un abordaje diferente del proceso de capacitación. - Organizaciones con poco poder de gestión y falta de emprendedurismo. - Falta de infraestructura para actividades de acopio y comercialización en la región.
Actividad 1 R3 Fortalecer la capacidad de gestión y administración y acompañamiento de las organizaciones nuevas dentro del proyecto. Actividad 2 R3 Fortalecer los procesos de comercialización mediante capacitaciones a las organizaciones identificadas.	- Conocimientos técnicos y administrativos muy elementales por parte de los dirigentes, que ameriten un abordaje diferente del



Actividad 3 R3 Continuar los procesos de fortalecimiento en gestión y mercadeo en las dos organizaciones iniciales del proyecto ubicadas en Coto Brus (CAC Fila Guinea y CODAGRO).	proceso de capacitación. - Desinterés o falta de capacidad de las organizaciones para adaptarse a los cambios que propone el proyecto.
Actividad 1 R4 Realizar o actualizar censo de establecimientos de consumo y distribución de productos agrícolas de la Región Brunca (supermercados, comedores, verdulerías, restaurantes, sodas, camiones ruterios, etc.) Actividad 2 R4 Taller de análisis de mercados en la zona sur (organizaciones e instituciones de la región) Actividad 3 R4 Identificar nuevos canales de comercialización o mejorar los ya existentes	- No existencia de mercados accesibles, transparentes y rentables en la Región Brunca. - No exista un consenso amplio sobre el papel que corresponde al gobierno y al sector privado en la cuestión de ofrecer oportunidades de comercialización rentables a los pequeños agricultores. - Falta de interés político que evite invertir dinero en proyectos en la región.



BIBLIOGRAFÍA

Gamboa, M. 2008. Diagnóstico Socioeconómico Cantones: Buenos Aires, Coto Brus, Osa, Corredores, Golfito. Ministerio de Agricultura y Ganadería, Programa de Desarrollo Rural Región Brunca.

Universidad Nacional-Municipalidad de Coto Brus. 2011. Plan Cantonal de Desarrollo Integral Coto Brus 2011-2016. Costa Rica.

Ulate, A. 2012. Índice de Competitividad Cantonal Costa Rica 2006-2011. Observatorio del Desarrollo de la Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica.

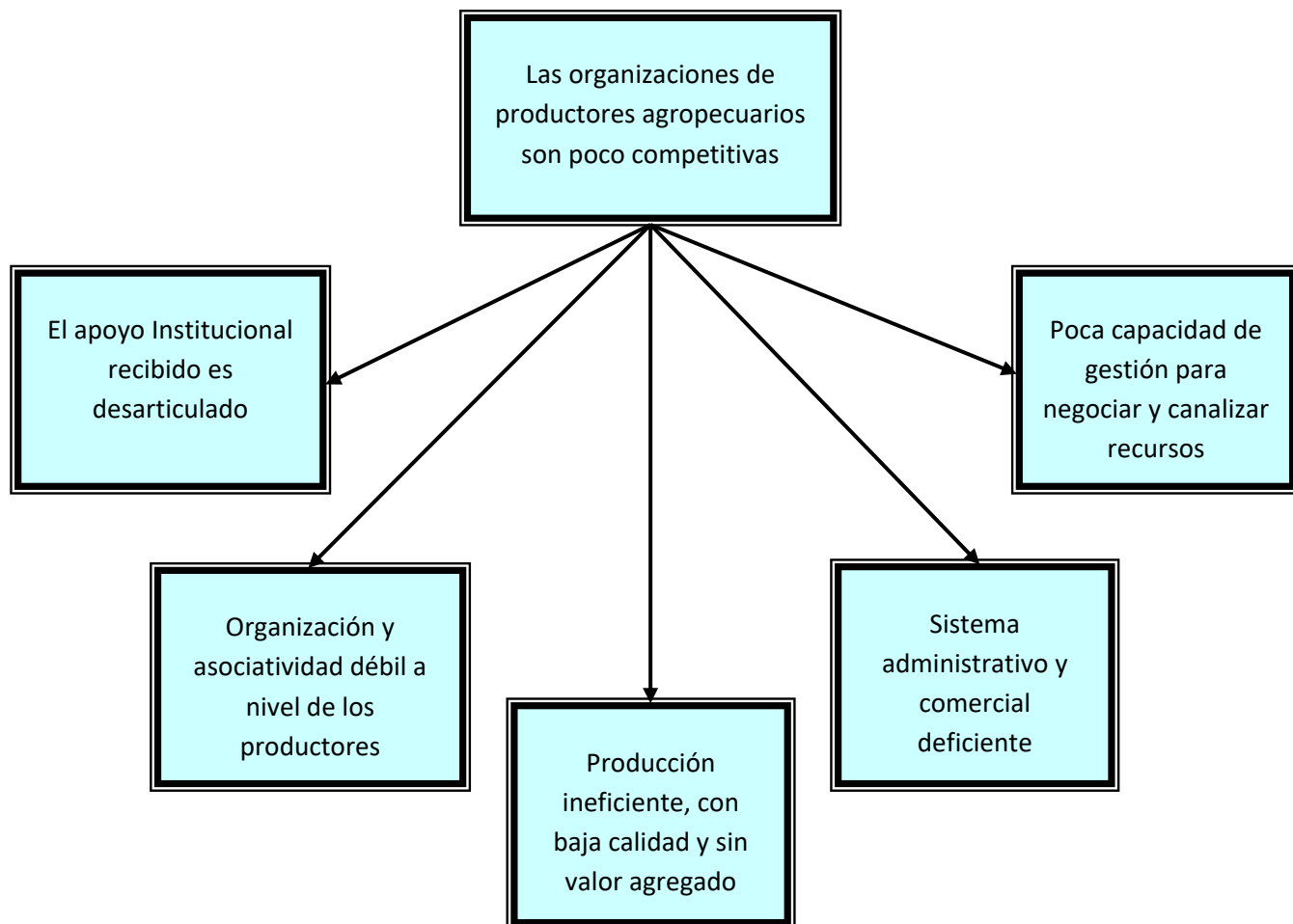
Boucher, F. et.al. 2013. Desarrollo Territorial con Enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados (AT - SIAL) Sur Alto, Costa Rica. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), México

Viquez, S. et.al. 2013. Índice de Desarrollo Social. Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. Área de Análisis del Desarrollo. San José, Costa Rica.

ANEXO 1. MARCO LÓGICO DE LA IIDR

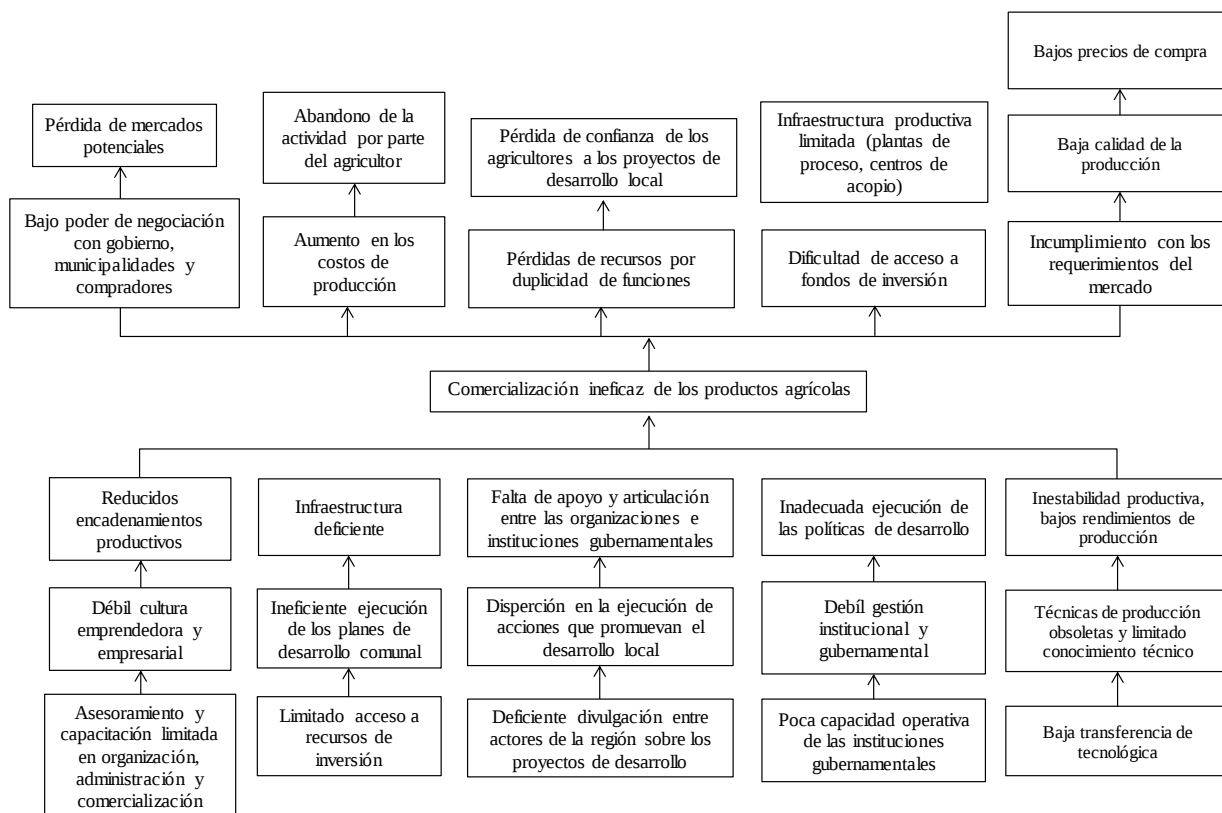
LINEAS ESTRATEGICAS

Competitividad Empresarial



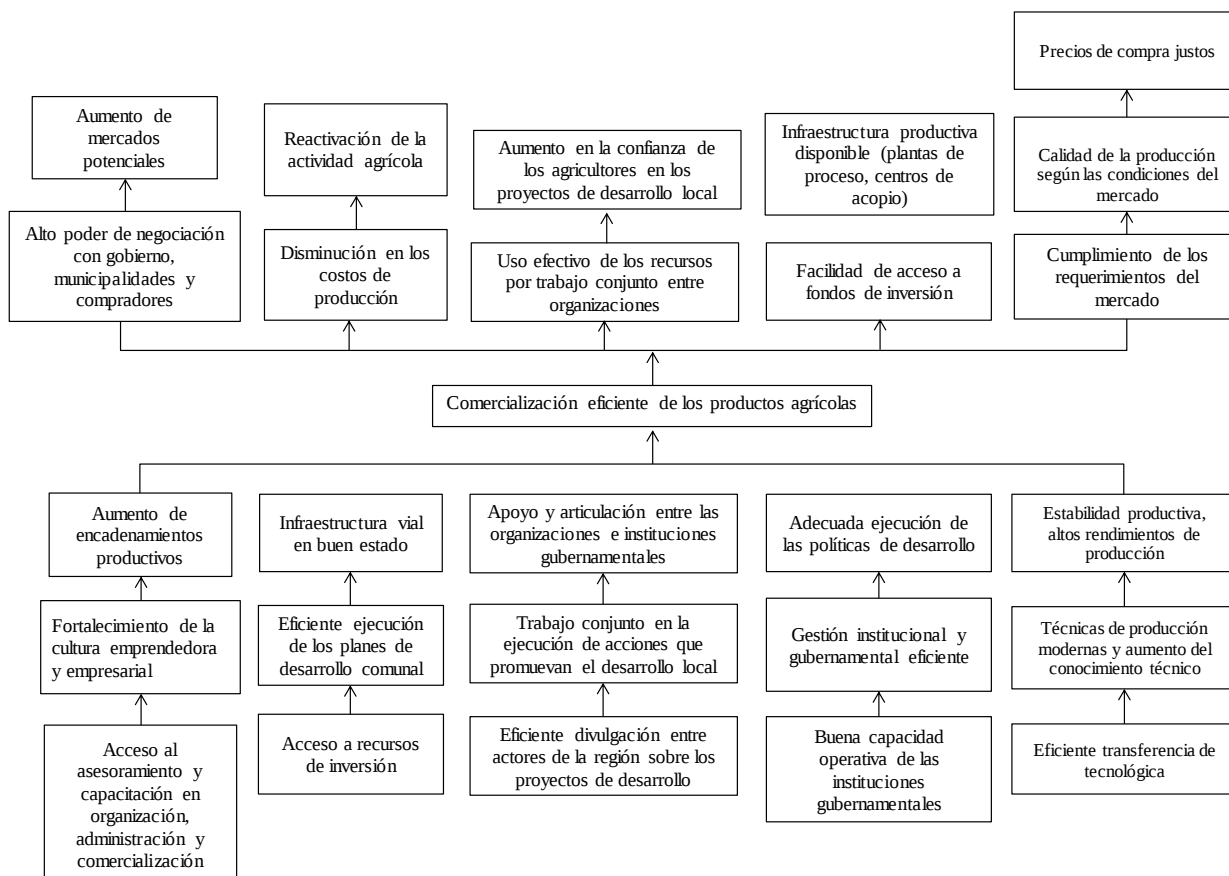


Árbol de Problemas Marco Lógico IIDR





Árbol de Objetivos Marco Lógico IIDR





ANEXO 2. GUÍA DE APROBACIONES A COMPLETAR

Instancia	Fecha	Oficio
CRI-		
COMISIÓN DE ENLACE Y COMISIÓN VICERRECTORES		
UNIDAD(ES) ACADÉMICA (S)		
FACULTAD (Si corresponde)		
VICERRECTORÍA		
COMISIÓN DE ENLACE (recomendación final).		
CONARE		



ANEXO 3. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE LOS ACADÉMICOS PARTICIPANTES EN LAS IIDR

UNED	TEC
- Nils Hidalgo Campos Cel. 8819-8800 Email nilshidalgo@yahoo.com CU Ciudad Neilly - Ana Isabel Montero Gomez Cel. 8820-6196 Email anmontero@uned.ac.cr CU Ciudad Neily	- Alan Henderson Cel. 8347-9832 Email ahendersong@gmail.com Programa de Regionalización - Víctor Julio Madrigal Porras Cel.8980-9630 Email vmadrigal@itcr.ac.cr



ANEXO 4. MATRIZ DE IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL EQUIPO DE LA IIDR.

Código de nivel de responsabilidad	Código de participantes	Fecha de cumplimiento
E: Ejecutar	Nils Hidalgo Campos NHC Prof. 1 Prof. 2	De Febrero a Diciembre 2015 De Febrero a Diciembre 2015 De Febrero a Diciembre 2015
P: Participar	Integrantes de CODAGRO Integrantes del CAC Fila Guinea Instituciones Gubernamentales IG Actores Locales AL Centros Agrícolas CA Organizaciones de productores OP	De Febrero a Diciembre 2015 De Febrero a Diciembre 2015 De Febrero a Diciembre 2015 De Febrero a Diciembre 2015 De Febrero a Diciembre 2015 De Febrero a Diciembre 2015
S: Supervisar	Ana Montero Gómez AMG Alan Henderson AH	De Febrero a Diciembre 2015 De Febrero a Diciembre 2015

Resultado 1. Articular e involucrar a las instituciones de los diferentes sectores para el logro de las metas del proyecto.

Actividad	Código de los participantes		Fecha	Productos por entregar
	UNED	TEC		
Actividad 1 R1 Exponer el proyecto ante los diferentes CCCI de los cantones de la Región Brunca para informar y buscar alianzas.	NHC Prof. 1 Prof. 2	VJMP	Febrero 2015	Oficio de compromiso de apoyo al proyecto. Documento elaborado
Actividad 2 R1 Realizar una reunión con las instituciones del sector agrícola, para exponer el proyecto y formar el comité interinstitucional para el seguimiento del mismo.	NHC Prof. 1 Prof. 2	VJMP	Marzo 2015	Bitácora de reuniones Documentos con la información primaria y secundaria de las organizaciones, entregado.
Actividad 3 R1 Realizar reuniones bimensuales para darle seguimiento y soporte al proyecto por medio del	NHC Prof. 1 Prof. 2		May-Jul-Set y Nov 2015	Informe bimensual de situación actual entregado.



comité interinstitucional.				
----------------------------	--	--	--	--

Actividad 1 R1: Exponer el proyecto ante los diferentes CCCI de los cantones de la Región Brunca para informar y buscar alianzas.

Tareas	Código de los participantes		Fecha	Productos por entregar
T1: Preparar la exposición que se hará a los CCCI de cada cantón	NHC Prof. 1 Prof. 2	VJMP	Enero 2015	Documento en Power Point y copia en Word para cada CCCI.
T2: Programar reunión (sacar audiencia) con los CCCI de Buenos Aires y Coto Brus.	NHC Prof. 1 Prof. 2	VJMP	Febrero 2015	Documento de formalización de fechas
T3: Programar reunión (sacar audiencia) con los CCCI de Osa, Golfito, Corredores y PZ.	NHC Prof. 1 Prof. 2	VJMP	Febrero 2015	Documento de formalización de fechas
T4: Realizar los seis talleres explicativos con cada CCCI. Con participación de las organizaciones de productores.	NHC Prof. 1 Prof. 2	VJMP	Marzo-abril 2015	Oficio de compromiso de presentación del proyecto ante cada CCCI.

**Incluir los respectivos códigos de responsabilidad. Repetir el cuadro por cada actividad.*

Actividad 2 R1: Realizar una reunión con las instituciones del sector agrícola, para exponer el proyecto y formar el comité interinstitucional para el seguimiento del mismo.

Tareas	Código de los participantes		Fecha	Productos por entregar
T1: Preparar la información y la presentación que se utilizara en el taller.	NHC Prof. 1 Prof. 2	VJMP	Febrero 2015	Documento en Power Point y copia en Word para cada funcionario.
T2: Definir el lugar, realizar las invitaciones y enviarlas a los representantes de cada institución que participara.	NHC		Febrero 2015	Copia de invitaciones realizadas



CONSEJO NACIONAL DE RECTORES – CONARE
Programa de Regionalización Interuniversitaria



T3: Realizar el taller informativo del proyecto ante las instituciones públicas y nombrar el comité interinstitucional que se seguirá reuniendo. Realizar el cronograma de reuniones bimensuales para darle seguimiento al proyecto.	NHC Prof. 1 Prof. 2	VJMP	Marzo 2015	Lista de funcionarios del comité, agenda de trabajo del año.
T4: Realizar estas mismas acciones cada dos meses para las siguientes reuniones del comité	NHC Prof. 1 Prof. 2	VJMP	Mayo-Julio-setiembre y noviembre 2015	Lista de asistencia, agenda e informe de las reuniones

****Incluir los respectivos códigos de responsabilidad. Repetir el cuadro por cada actividad.***

Actividad 3 R1: Realizar reuniones bimensuales para darle seguimiento y soporte al proyecto por medio del comité interinstitucional.

Tareas	Código de los participantes		Fecha	Productos por entregar
T1: Preparar la información y la presentación que se utilizara en cada taller.	Prof. 1 Prof. 2 NHC		Mayo-Julio-setiembre y noviembre 2015	Base de datos consolidada.
T2: Realizar las invitaciones previa a cada reunión, buscar el lugar de reunión, preparar la agenda.	Prof. 1 Prof. 2 NHC		Abril 2015	Informe situación actual.

****Incluir los respectivos códigos de responsabilidad. Repetir el cuadro por cada actividad.***



Resultado 2: Caracterizadas y tipificadas la producción agrícola y los actuales canales de comercialización de la población meta (número de productores, tipo de producción, volumen, calidad, precios de venta, destinos, infraestructura existente, estacionalidad, frecuencia, entre otros).

Actividad	Códigos de participantes	Fecha	Productos a entregar	
A1 R2 Analizar las posibles organizaciones con las que se trabajarán por cantón.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Febrero 2015	Datos generales de las 8 Organizaciones con las que se trabajará en procesos de comercialización.
A2 R2 Coordinar reunión con las diferentes organizaciones identificadas para presentarles el proyecto y buscar su involucramiento.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Febrero-marzo 2015	8 Organizaciones fortalecidas en procesos de organización y administración.
A3 R2 Buscar información primaria y secundaria sobre la situación actual de las organizaciones meta.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Abril 2015	Información de primera mano de las organizaciones
A4 R2 Realizar un análisis de las organizaciones involucradas y elaborar el diagnóstico de la situación actual (línea Base).	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Abril-Mayo	Documento con la información de la línea base de cada una de las 8 organizaciones.
A5 R2 Identificar toda la infraestructura existente en la región que pueda ser utilizada para el acopio y distribución de productos agrícolas.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Febrero-Junio	Inventario de infraestructura existente y georeferenciado los puntos



Actividad 1 R2: Analizar las posibles organizaciones con las que se trabajaran por cantón.

Tareas	Códigos de participantes		Fecha	Productos a entregar
T1: Reunión para analizar y definir las organizaciones que se trabajaran según recomendaciones del sector.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Febrero 2015	Reunión confirmada y agenda
T2: Hacer presentación para exponer ante el comité técnico la escogencia de estos grupos.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Febrero 2015	Lista de participantes e información en bitácora
T3: Confirmar sitio y alimentación para esta presentación	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Febrero 2015	Sitio y logística confirmada
T3: Iniciar creación de base de datos con las organizaciones.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Febrero 2015	Base de datos
T4: Entregar informe de línea base de conocimiento sobre comercialización.	NHC			Informe línea base de conocimiento

****Incluir los respectivos códigos de responsabilidad. Repetir el cuadro por cada actividad.***

Actividad 2 R2 Coordinar reunión con las diferentes organizaciones identificadas para presentarles el proyecto y buscar su involucramiento.

Tareas	Códigos de participantes		Fecha	Productos a entregar
T1: Preparar reunión con las diferentes organizaciones seleccionadas en la región	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Febrero 2015	Documento en Power Point y copia en Word para cada agricultor.
T2: Agendar los días para las reuniones, lugares y logística.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Feb-Marzo 2015	Sitio y alimentación confirmados
T3: Realizar las reuniones	Prof. 1 Prof. 2	VJMP	Marzo 2015	Participantes confirmados



	NHC			
T4: Confirmar sitio y alimentación	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Marzo 2015	Sitio y alimentación confirmados

****Incluir los respectivos códigos de responsabilidad. Repetir el cuadro por cada actividad.***

Actividad 3 R2 Buscar información primaria y secundaria sobre la situación actual de las organizaciones meta.

Tareas	Códigos de participantes		Fecha	Productos a entregar
T1: Canalizar toda la información existente de las organizaciones (legal, financiera, administrativa) por medio de visitas o reuniones con la directiva	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Abril 2015	Documento de base de datos de las organizaciones
T2: Identificación de oportunidades de mejoras	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Abril 2015	Oportunidades de mejoras identificadas
T3: Implementación de oportunidades de mejoras	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Abril 2015	Informe gestión organizativa y administrativa con mejoras implementadas.

****Incluir los respectivos códigos de responsabilidad. Repetir el cuadro por cada resultado.***

Actividad 4 R2 Realizar un análisis de las organizaciones involucradas y elaborar el diagnóstico de la situación actual (línea Base).

Tareas	Códigos de participantes		Fecha	Productos a entregar
T1: Definir y alistar la herramienta que se utilizara para levantar la información (línea base)	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Abril 2015	Herramienta línea base definida
T2: Preparar reunión con las diferentes organizaciones seleccionadas en la región para aplicar la herramienta.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Abril 2015	Agenda de reuniones definidas



T3: Confirmar sitio y alimentación	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Abril 2015	Sitio y alimentación confirmados
T4: Realizar las reuniones con las organizaciones y levantar la línea base de estas.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Abril Mayo 2015	Herramienta aplicada a cada organización.

Actividad 5 R2 Identificar toda la infraestructura existente en la región que pueda ser utilizada para el acopio y distribución de productos agrícolas.

Tareas	Códigos de participantes		Fecha	Productos a entregar
T1: Preparar herramienta para el levantamiento de la información de infraestructuras existentes en la región.	Prof. 1 Prof. 2 NHC		Abril 2015	Herramienta preparada para recoger información
T2: Aplicar la herramienta para el levantamiento de la información de infraestructuras en la Región Brunca	Prof. 1 Prof. 2 NHC		Abril - agosto 2015	Documento con la información de infraestructuras existente y terminado
T3: Análisis y tabulación de la información	Prof. 1 Prof. 2 NHC		Agosto-setiembre 2015	Documento elaborado con la información.

Resultado 3. Mejoras de las capacidades organizativas, de gestión, administrativas y de comercialización agrícola de la población meta (organizaciones de productores).

Actividad	Código de los participantes		Fecha	Productos por entregar
	UNED	TEC		
Actividad 1 R3 Fortalecer la capacidad de gestión y administración y acompañamiento de las organizaciones nuevas dentro del proyecto.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Marzo-Diciembre 2015	Oficio de compromiso de apoyo al proyecto. Documento elaborado



Actividad 2 R3 Fortalecer los procesos de comercialización mediante capacitaciones a las organizaciones identificadas.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Marzo-Diciembre 2015	Capacitaciones a las organizaciones bien fundamentadas según temas.
Actividad 3 R3 Continuar los procesos de fortalecimiento en gestión y mercadeo en las dos organizaciones iniciales del proyecto ubicadas en Coto Brus (CAC Fila Guinea y CODAGRO).	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Marzo-Diciembre 2015	Segunda etapa de capacitación formulada para estas dos organizaciones.

Actividad 1 R3: Fortalecer la capacidad de gestión y administración y acompañamiento de las organizaciones nuevas dentro del proyecto.

Tareas	Códigos de participantes		Fecha	Productos a entregar
T1: Seguimiento técnico en el proceso de gestión organizativo y administrativo de las organizaciones.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Abril a diciembre 2015	Organizaciones identificadas y en seguimiento
T2: Realizar un taller con las directivas de las organizaciones para tratar temas administrativos y de gestión	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Jul-Ago 2015	Talleres realizados Lista de participantes confirmados.
T3: Confirmación del lugar del taller y alimentación.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Jul-Ago 2015	Lugar y alimentación confirmada.
T4: Capacitación en liderazgo de las organizaciones	Prof. 1 Prof. 2 NHC		Ago –Set 2015	Capacitaciones realizadas.
T5: Confirmación del lugar del taller y alimentación.	Prof. 1 Prof. 2 NHC		Ago –Set 2015	Sitio y alimentación confirmados

***Incluir los respectivos códigos de responsabilidad. Repetir el cuadro por cada actividad.**

Actividad 2 R3: Fortalecer los procesos de comercialización mediante capacitaciones a las organizaciones identificadas.



Tareas	Códigos de participantes		Fecha	Productos a entregar
T1: Identificar canales de comercialización existentes con sus ventajas y desventajas.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Junio-Dic 2015	Canales de comercialización existentes identificados
T2: Selección e invitación de participantes. Preparar estructura y contenidos del I Taller de Capacitación	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Junio-Dic 2015	Posibles socios comerciales locales identificados.
T3: Identificar requisitos establecidos de compra por posibles socios comerciales.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Junio-Dic 2015	Requisitos establecidos por posibles socios comerciales.
T4: Entregar informe de nuevos canales de comercialización o propuesta de mejora de los ya existentes	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Junio-Dic 2015	Informe de nuevos canales de comercialización o propuesta de mejora de los ya existentes

****Incluir los respectivos códigos de responsabilidad. Repetir el cuadro por cada actividad.***

Actividad 3 R3: Continuar los procesos de fortalecimiento en gestión y mercadeo en las dos organizaciones iniciales del proyecto ubicadas en Coto Brus (CAC Fila Guinea y CODAGRO).

Tareas	Códigos de participantes		Fecha	Productos a entregar
T1: Exposición a ambas organizaciones de un plan para darles seguimiento en continuidad de la línea base obtenida	NHC	VJMP	Abril 2015	Reuniones realizadas y participantes confirmados
T2: Confirmación del lugar del taller y alimentación.	NHC	VJMP	Abril 2015	Sitio y alimentación confirmados
T3: Programación de actividades para la segunda etapa de asistencia	NHC	VJMP	Mayo 2015	Programa de capacitación realizado para el segundo año.

****Incluir los respectivos códigos de responsabilidad. Repetir el cuadro por cada resultado.***

Resultado 4. Identificación y aseso a las alternativas promisorias de comercialización, canales, formas, procesos, transporte, etc.



Actividad	Código de los participantes		Fecha	Productos por entregar
	UNED	TEC		
Actividad 1 R4 Realizar o actualizar censo de establecimientos de consumo y distribución de productos agrícolas de la Región Brunca (supermercados, comedores, verdulerías, restaurantes, sodas, camiones ruterios, etc.)	Prof. 1 Prof. 2 NHC		Marzo a julio 2015	Herramienta confeccionada
Actividad 2 R4 Taller de análisis de mercados en la zona sur (organizaciones e instituciones de la región).	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Agosto 2015	Herramienta aplicada
Actividad 3 R4 Identificar nuevos canales de comercialización o mejorar los ya existentes.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Abril a diciembre 2015	Documento sobre los análisis de los nichos de mercado realizado por el comité interinstitucional.

Actividad 1 R4 Realizar o actualizar censo de establecimientos de consumo y distribución de productos agrícolas de la Región Brunca (supermercados, comedores, verdulerías, restaurantes, sodas, camiones ruterios, etc.)

Tareas	Códigos de participantes		Fecha	Productos a entregar
T1: Diseñar herramienta para la recolección de la información requerida	Prof. 1 Prof. 2 NHC		Febrero 2015	Taller realizado
T2: Aplicación de la herramienta en la Región Brunca	Prof. 1 Prof. 2 NHC		Marzo a julio 2015	Herramienta aplicada en la región
T3: Análisis y tabulación de la información	Prof. 1 Prof. 2 NHC		Agosto-setiembre 2015	Documento elaborado con la información.



Actividad 2 R4 Taller de análisis de mercados en la zona sur (organizaciones e instituciones de la región)

Tareas	Códigos de participantes		Fecha	Productos a entregar
T1: Análisis de los nichos de mercado posibles existentes en la región	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Mayo a julio 2015	Documento sobre nichos de mercado en la Región Brunca
T2: Realización del taller "Análisis de mercados en la zona sur".	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	agosto 2015	Informe sobre opciones de nuevos canales de comercialización o mejorar los ya existentes.
T3: Confirmación del lugar del taller y alimentación.	NHC	VJMP	Abril 2015	Sitio y alimentación confirmados
T4: seguimiento y monitoreo a los nichos de mercado existentes y trabajando en la región	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Junio a noviembre 2015	Documento elaborado con la información.

Actividad 3 R4 Identificar nuevos canales de comercialización o mejorar los ya existentes

Tareas	Códigos de participantes		Fecha	Productos a entregar
T1: Identificación de nuevas opciones de mercado para los productos agrícolas en la Región Brunca	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Mayo a noviembre 2015	Documento elaborado con la información.
T2: Realización y entrega del informe alternativas de comercialización de productos agrícolas.	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Noviembre a Diciembre 2015	Informe sobre opciones de nuevos canales de comercialización o mejorar los ya existentes.
T3: Taller de análisis de nuevas opciones de mercado con todos los actores involucrados	Prof. 1 Prof. 2 NHC	VJMP	Noviembre 2015	Documento elaborado con la información.



CONSEJO NACIONAL DE RECTORES – CONARE
Programa de Regionalización Interuniversitaria



T2: Confirmación del lugar del taller y alimentación.	NHC	VJMP	Noviembre 2015	Sitio y alimentación confirmados
---	-----	------	----------------	----------------------------------



CONSEJO NACIONAL DE RECTORES Programa de Regionalización Inter



ANEXO 5. ESTRUCTURA DETALLADA DE TRABAJO (EDT) IIDR.

