

Plan
Anual
Operativo

13-14

GERENCIA DE PROMOCION

RESUMEN

Plan Operativo Anual de Promoción Nacional e Internacional, ICAFE y Café de Costa Rica. Lineamientos estratégicos, proyectos, acciones, plan de ejecución y cronograma, control y monitoreo y recursos necesarios.

ÍNDICE

1 ANTECEDENTES	14
2 MISION	16
3 VISION	16
4 OBJETIVO GENERAL	16
5 OBJETIVOS ESPECIFICOS	16
6 ESTRATEGIA DE EJECUCION (COMPONENTES)	17
6.1 NACIONAL (PN)	18
6.2 INTERNACIONAL (PI)	19
6.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS	19
6.4 SOPORTE PROMOCIONAL (S)	19
6.5 RESUMEN DE PROYECTOS POR AREA, CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN Y CONTENIDO PRESUPUESTARIO	19
7 PROYECTOS A DESARROLLAR (PROMOCION INTERNACIONAL)	20
7.1 PROYECTO # 419 PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE CAFÉ DE COSTA RICA:	20
7.1.1 FECHA DE APROBACION	20
7.1.2 DIRECTOR DEL PROYECTO	20
7.1.3 UNIDAD RESPONSABLE	20
7.1.4 TIPO DE FINANCIAMIENTO	20
7.1.5 FORMA DE EJECUCIÓN	20
7.1.6A NECESIDAD:	20
7.1.6.1 JUSTIFICACIÓN GENERAL	20
7.1.6.2 JUSTIFICACIÓN TÉCNICA	20
7.1.6.3 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO	20
7.1.6.4 IMPACTO AMBIENTAL	20

Plan Anual Operativo

Periodo Fiscal 13-14

Gerencia de Promoción

7.1.6.5 IMPACTO ECÓNOMICO	20
7.1.6.6 ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN	21
7.1.7 ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO	21
7.1.7.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO	21
7.1.7.2 OBJETIVO GENERAL	21
7.1.7.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
7.1.8 PRODUCTOS Y ENTREGABLES	22
7.1.8.1 CONDICIONES NECESARIAS	22
7.1.8.2 MONITOREO Y EVALUACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN	23
7.1.8.3 EVALUACIÓN DE RIESGO	23
7.1.9 CRONOGRAMA	24
7.1.10 PRESUPUESTO	25
7.2 PROYECTO # 430 TAZA DE LA EXCELENCIA	25
7.2.1 FECHA DE APROBACION	25
7.2.2 DIRECTOR DEL PROYECTO	25
7.2.3 UNIDAD RESPONSABLE	25
7.2.4 TIPO DE FINANCIAMIENTO	25
7.2.5 FORMA DE EJECUCIÓN	25
7.2..6A NECESIDAD:	25
7.2.6.1 JUSTIFICACIN GENERAL	26
7.2.6.2 JUSTIFICACIÒN TECNICA	26
7.2.6.3 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO	26
7.2.6.4 IMPACTO AMBIENTAL	26
7.2.6.4 IMPACTO ECONOMICO	26
7.2.6.5 ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN	26
7.2.7 ALINEAMIENTO ESTRATEGICO	26
7.2.7.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO	26
7.2.7.2 OBJETIVO GENERAL	26
7.2.7.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	27
7.2.8 PRODUCTOS Y ENTREGABLES	27
7.2.8.1 CONDICIONES NECESARIAS	27
7.2.8.2 MONITOREO Y EVALUACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN	28

Plan Anual Operativo

Periodo Fiscal 13-14

Gerencia de Promoción

7.2.8.3 EVALUACIÓN DE RIESGO	28
7.2.9 CRONOGRAMA	29
7.2.10 PRESUPUESTO	29
7.3 PROYECTO # 434 SINTERCAFE	29
7.3.1 FECHA DE APROBACION	29
7.3.2 DIRECTOR DEL PROYECTO	29
7.3.3 UNIDAD RESPONSABLE	29
7.3.4 TIPO DE FINANCIAMIENTO	29
7.3.5 FORMA DE EJECUCIÓN	29
7.3.6A NECESIDAD:	29
7.3.6.1 JUSTIFICACION GENERAL	30
7.3.6.2 JUSTIFICACIÓN TECNICA	30
7.3.6.3 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO	30
7.3.6.4 IMPACTO AMBIENTAL	30
7.3.6.5 IMPACTO ECONOMICO	30
7.3.6.6 ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN	30
7.3.7 ALINEAMIENTO ESTRATEGICO	30
7.3.7.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO	30
7.3.7.2 OBJETIVO GENERAL	30
7.3.7.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	30
7.3.8 PRODUCTOS Y ENTREGABLES	31
7.3.8.1 CONDICIONES NECESARIAS	31
7.3.8.2 MONITOREO Y EVALUACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN	32
7.3.8.3 EVALUACIÓN DE RIESGO	32
7.3.9 CRONOGRAMA	33
7.3.10 PRESUPUESTO	33

7.4	PROYECTO # 435 ATENCIÓN A VISITANTES	34
7.4.1	FECHA DE APROBACION	34
7.4.2	DIRECTOR DEL PROYECTO	34
7.4.3	UNIDAD RESPONSABLE	34
7.4.4	TIPO DE FINANCIAMIENTO	34
7.4.5	FORMA DE EJECUCIÓN	34
7.4.6A	NECESIDAD:	34
7.4.6.1	JUSTIFICACION GENERAL	35
7.4.6.2	JUSTIFICACIÓN TECNICA	35
7.4.6.3	IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO	35
7.4.6.4	IMPACTO AMBIENTAL	35
7.4.6.4	IMPACTO ECONOMICO	35
7.4.6.5	ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN	35
7.4.7	ALINEAMIENTO ESTRATEGICO	35
7.4.7.1	OBJETIVOS DEL PROYECTO	35
7.4.7.2	OBJETIVO GENERAL	35
7.4.7.3	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	36
7.4.8	PRODUCTOS ENTREGABLES	36
7.4.8.1	CONDICIONES NECESARIAS	37
7.4.8.2	MONITOREO Y EVALUACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN	37
7.4.8.3	EVALUACIÓN DE RIESGO	37
7.4.9.	CRONOGRAMA	38
7.4.10	PRESUPUESTO	38
7.5	PROYECTO # 443 ALIANZAS SOCIOS ESTRATÉGICOS	
7.5.1	FECHA DE APROBACION	
7.5.2	DIRECTOR DEL PROYECTO	
7.5.3	UNIDAD RESPONSABLE	
7.5.4	TIPO DE FINANCIAMIENTO	
7.5.5	FORMA DE EJECUCIÓN	
7.5.6A	NECESIDAD:	
7.5.6.1	JUSTIFICACION GENERAL	

Plan Anual Operativo

Periodo Fiscal 13-14

Gerencia de Promoción

7.5.6.2 JUSTIFICACIÓN TÉCNICA

7.5.6.3 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO

7.5.6.4 IMPACTO AMBIENTAL

7.5.6.4 IMPACTO ECONOMICO

7.5.6.5 ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN

7.5.7 ALINEAMIENTO ESTRATEGICO

7.5.7.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

7.5.7.2 OBJETIVO GENERAL

7.5.7.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

7.5.8 PRODUCTOS Y ENTREGABLES

7.5.8.1 CONDICIONES NECESARIAS

7.5.8.2 MONITOREO Y EVALUACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN

7.5.8.3 EVALUACIÓN DE RIESGO

7.5.9 CRONOGRAMA

7.5.10 PRESUPUESTO

8 PROYECTOS A DESARROLLAR (PROMOCION NACIONAL)

8.1 PROYECTO # 402 TRANSFERENCIA A FUTURAS GENERACIONES

8.1.1 FECHA DE APROBACION

8.1.2 DIRECTOR DEL PROYECTO

8.1.3 UNIDAD RESPONSABLE

8.1.4 TIPO DE FINANCIAMIENTO

8.1.5 FORMA DE EJECUCIÓN

8.1.6A NECESIDAD:

8.1.6.1 JUSTIFICACIÓN GENERAL

8.1.6.2 JUSTIFICACIÓN TÉCNICA

8.1.6.3 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO

8.1.6.4 IMPACTO AMBIENTAL

8.1.6.4 IMPACTO ECONOMICO

8.1.6.5 ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN

Plan Anual Operativo

Periodo Fiscal 13-14

Gerencia de Promoción

8.1.7 ALINEAMIENTO ESTRATEGICO

8.1.7.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

8.1.7.2 OBJETIVO GENERAL

8.1.7.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

8.1.8 PRODUCTOS Y ENTREGABLES

8.1.8.1 CONDICIONES NECESARIAS

8.1.8.2 MONITOREO Y EVALUACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN

8.1.9 CRONOGRAMA

8.1.10 PRESUPUESTO

8.2 PROYECTO 414 COMUNICACIÓN E IMAGEN

8.2.1 FECHA DE APROBACION

8.2.2 DIRECTOR DEL PROYECTO

8.2.3 UNIDAD RESPONSABLE

8.2.4 TIPO DE FINANCIAMIENTO

8.2.5 FORMA DE EJECUCIÓN

8.2.6A NECESIDAD:

8.2.6.1 JUSTIFICACION GENERAL

8.2.6.2 JUSTIFICACIÓN TECNICA

8.2.6.3 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO

8.2.6.4 IMPACTO AMBIENTAL

8.2.6.4 IMPACTO ECONOMICO

8.2.6.5 ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN

8.2.7 ALINEAMIENTO ESTRATEGICO

8.2.7.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

8.2.7.2 OBJETIVO GENERAL

8.2.7.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

8.2.8 PRODUCTOS Y ENTREGABLES

8.2.8.1 CONDICIONES NECESARIAS

8.2.8.2 MONITOREO Y EVALUACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN

8.2.9 CRONOGRAMA

8.2.10 PRESUPUESTO

Plan Anual Operativo

Periodo Fiscal 13-14

Gerencia de Promoción

8.3 PROYECTO # 417 CAFÉ Y SALUD

8.3.1 FECHA DE APROBACION

8.3.2 DIRECTOR DEL PROYECTO

8.3.3 UNIDAD RESPONSABLE

8.3.4 TIPO DE FINANCIAMIENTO

8.3.5 FORMA DE EJECUCIÓN

8.3.6 NECESIDAD:

8.3.6.1 JUSTIFICACION GENERAL

8.3.6.2 JUSTIFICACIÓN TECNICA

8.3.6.3 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO

8.3.6.4 IMPACTO AMBIENTAL

8.3.6.4 IMPACTO ECONOMICO

8.3.6.5 ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN

8.3.7 ALINEAMIENTO ESTRATEGICO

8.3.7.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

8.3.7.2 OBJETIVO GENERAL

8.3.7.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

8.3.8 PRODUCTOS Y ENTREGABLES

8.3.8.1 CONDICIONES NECESARIAS

8.3.8.2 MONITOREO Y EVALUACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN**8.3.8.3 EVALUACIÓN DE RIESGO**

8.3.9 CRONOGRAMA

8.3.10 PRESUPUESTO

8.4 PROYECTO # 448 FERIA DEL CAFÉ/ DIA NACIONAL DEL CAFÉ

8.4.1 FECHA DE APROBACION

8.4.2 DIRECTOR DEL PROYECTO

8.4.3 UNIDAD RESPONSABLE

8.4.4 TIPO DE FINANCIAMIENTO

8.4.5 FORMA DE EJECUCIÓN

8.4.6 NECESIDAD:

8.4.6.1 JUSTIFICACION GENERAL

8.4.6.2 JUSTIFICACIÓN TECNICA

8.4.6.3 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO

Plan Anual Operativo

Periodo Fiscal 13-14

Gerencia de Promoción

8.4.6.4 IMPACTO AMBIENTAL

8.4.6.4 IMPACTO ECONOMICO

8.4.6.5 ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN

8.4.7 ALINEAMIENTO ESTRATEGICO

8.4.7.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

8.4.7.2 OBJETIVO GENERAL

8.4.7.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

8.4.8 PRODUCTOS Y ENTREGABLES

8.4.8.1 CONDICIONES NECESARIAS

8.4.8.2 MONITOREO Y EVALUACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN

8.4.8.3 EVALUACIÓN DE RIESGO

8.4.9 CRONOGRAMA

8.4.10 PRESUPUESTO

8.5 PROYECTO # 449 COMPETENCIA NACIONAL DE BARISTAS

8.5.1 FECHA DE APROBACION

8.5.2 DIRECTOR DEL PROYECTO

8.5.3 UNIDAD RESPONSABLE

8.5.4 TIPO DE FINANCIAMIENTO

8.5.5 FORMA DE EJECUCIÓN

8.5.6 NECESIDAD:

8.5.6.1 JUSTIFICACION GENERAL

8.5.6.2 JUSTIFICACIÓN TECNICA

8.5.6.3 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO

8.5.6.4 IMPACTO AMBIENTAL

8.5.6.4 IMPACTO ECONOMICO

8.5.6.5 ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN

8.5.7 ALINEAMIENTO ESTRATEGICO

8.5.7.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

8.5.7.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

8.5.8 PRODUCTOS Y ENTREGABLES

8.5.8.1 CONDICIONES NECESARIAS

8.5.8.2 MONITOREO Y EVALUACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN

8.5.8.3 EVALUACIÓN DE RIESGO

Plan Anual Operativo

Periodo Fiscal 13-14

Gerencia de Promoción

8.5.9 CRONOGRAMA

8.5.10 PRESUPUESTO

8.6 PROYECTO # 450 EDUCACIÓN SOBRE CULTURA DE CAFE

8.6.1 FECHA DE APROBACION

8.6.2 DIRECTOR DEL PROYECTO

8.6.3 UNIDAD RESPONSABLE

8.6.4 TIPO DE FINANCIAMIENTO

8.6.5 FORMA DE EJECUCIÒN

8.6.6 NECESIDAD:

8.6.6.1 JUSTIFICACIN GENERAL

8.6.6.2 JUSTIFICACIÒN TECNICA

8.6.6.3 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO

8.6.6.4 IMPACTO AMBIENTAL

8.6.6.4 IMPACTO ECONOMICO

8.6.6.5 ALTERNATIVA DE SOLUCIÒN

8.6.7 ALINEAMIENTO ESTRATEGICO

8.6.7.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

8.6.7.2 OBJETIVO GENERAL

8.6.7.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

8.6.8 PRODUCTOS Y ENTREGABLES

8.6.8.1 CONDICIONES NECESARIAS

8.6.8.2 MONITOREO Y EVALUACIÒN DE EJECUCIÒN DEL PLAN

8.6.8.3 EVALUACIÒN DE RIESGO

8.6.9 CRONOGRAMA

8.6.10 PRESUPUESTO

8.7 PROYECTO # 451 PROMOCIÒN SOBRE CULTURA DE CAFÉ

8.7.1 FECHA DE APROBACION

8.7.2 DIRECTOR DEL PROYECTO

8.7.3 UNIDAD RESPONSABLE

8.7.4 TIPO DE FINANCIAMIENTO

8.7.5 FORMA DE EJECUCIÒN

Plan Anual Operativo

Periodo Fiscal 13-14

Gerencia de Promoción

8.7.6 NECESIDAD:

8.7.6.1 JUSTIFICACION GENERAL

8.7.6.2 JUSTIFICACION TECNICA

8.7.6.3 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO

8.7.6.4 IMPACTO AMBIENTAL

8.7.6.4 IMPACTO ECONOMICO

8.7.6.5 ALTERNATIVA DE SOLUCION

8.7.7 ALINEAMIENTO ESTRATEGICO

8.7.7.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

8.7.7.2 OBJETIVO GENERAL

8.7.7.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

8.7.8 PRODUCTOS Y ENTREGABLES

8.7.8.1 CONDICIONES NECESARIAS

8.7.8.2 MONITOREO Y EVALUACION DE EJECUCION DEL PLAN

8.7.8.3 EVALUACION DE RIESGO

8.7.9 CRONOGRAMA

8.7.10 PRESUPUESTO

9 PROYECTOS DE SOPORTE PROMOCIONAL)

9.1 PROYECTO # 401 MATERIAL PROMOCIONAL

9.1.1 FECHA DE APROBACION

9.1.2 DIRECTOR DEL PROYECTO

9.1.3 UNIDAD RESPONSABLE

9.1.4 TIPO DE FINANCIAMIENTO

9.1.5 FORMA DE EJECUCION

9.1.6 NECESIDAD:

9.1.6.1 JUSTIFICACION GENERAL

9.1.6.2 JUSTIFICACION TECNICA

9.1.6.3 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO

9.1.6.4 IMPACTO AMBIENTAL

9.1.6.4 IMPACTO ECONOMICO

9.1.6.5 ALTERNATIVA DE SOLUCION

Plan Anual Operativo

Periodo Fiscal 13-14

Gerencia de Promoción

9.1.7 ALINEAMIENTO ESTRATEGICO

9.1.7.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

9.1.7.2 OBJETIVO GENERAL

9.1.7.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

9.1.8 PRODUCTOS Y ENTREGABLES

9.1.8.1 CONDICIONES NECESARIAS

9.1.8.2 MONITOREO Y EVALUACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN

9.1.8.3 EVALUACIÓN DE RIESGO

9.1.9 CRONOGRAMA

9.1.10 PRESUPUESTO

9.2 PROYECTO # 436 CAFÉ PROMOCION 8 ZONAS

9.2.1 FECHA DE APROBACION

9.2.2 DIRECTOR DEL PROYECTO

9.2.3 UNIDAD RESPONSABLE

9.2.4 TIPO DE FINANCIAMIENTO

9.2.5 FORMA DE EJECUCIÓN

9.2.6 NECESIDAD:

9.2.6.1 JUSTIFICACIÓN GENERAL

9.2.6.2 JUSTIFICACIÓN TÉCNICA

9.2.6.3 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO

9.2.6.4 IMPACTO AMBIENTAL

9.2.6.4 IMPACTO ECONOMICO

9.2.6.5 ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN

9.2.7 ALINEAMIENTO ESTRATEGICO

9.2.7.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

9.2.7.2 OBJETIVO GENERAL

9.2.7.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

9.2.8 PRODUCTOS Y ENTREGABLES

9.2.8.1 CONDICIONES NECESARIAS

9.2.8.2 MONITOREO Y EVALUACIÓN DE EJECUCIÓN DEL PLAN9.2.8.3 EVALUACIÓN DE RIESGO

9.2.9 CRONOGRAMA

Plan Anual Operativo

Periodo Fiscal 13-14

Gerencia de Promoción



9.2.10 PRESUPUESTO

10 PRESUPUESTO GENERAL

10.1 PROYECTO 991 PLANILLAS Y GASTOS CONEXOS

10.2 PROYECTO 992 PUBLICIDAD, PROMOCION Y GASTOS DE VIAJE

10.3 PROYECTO 993 COMPRA DE SERVICIOS

10.4 PROYECTO 994 MANTENIMIENTO Y REPARACIONES

10.5 PROYECTO 996 INSUMOS MATERIALES Y UTILES

ANEXO: CRONOGRAMA DE PROYECTOS

1 ANTECEDENTES

Como se ha estado ejecutando durante mas de 6 años, esta Gerencia ha estado posicionando el desarrollo y posicionamiento de la caficultura nacional, sobre ejes de acción, como: Fortalecimiento de la Imagen Institucional, Promoción Nacional y Promoción Internacional, en donde se promueven en cada eje tónicas descritas puntualmente en los objetivos de este Plan Anual Operativo.

Es claro el desarrollo de iniciativas de otros orígenes de utilizar como punta de lanza el posicionamiento símil al tema de “calidad”, tema que ha sido propiciado desde hace mucho tiempo inicialmente por Costa Rica. Y más aún, a raíz de las experiencias de los últimos años otros orígenes ya han empezado a realizar que el tema de calidad debe de ir acompañado de un componente social, económico y ambiental. Indiscutible y comparativamente Costa Rica como país lleva la ventaja con desarrollo sobre las líneas supra indicadas con mayor constatación país y eso claramente se distingue como una ventaja comparativa y consecuentemente competitiva.

Resulta entonces, importante considerar el tema calidad como “común denominador” y no como variable diferenciadora además de la validación que como país tenemos al desarrollar la sostenibilidad de las dimensiones socio-económicas y ambientales como ningún otro origen.

Ante esta realidad, cabe el desarrollo de estrategias que proyecten a favor de Café de Costa Rica posicionamiento de imagen que se fortalecen per se por la experiencia y trayectoria de más de 200 años de cultivo de café, pero también con tónicas direccionadas a la sostenibilidad de social, económica y ambiental propia del sector, y sinergia con la propuesta país de desarrollar una economía baja en emisiones, claramente comunicadas y respaldadas con indicadores sector y país.

Una de las estrategias de gran importancia, ha sido y seguirá siendo los acercamientos con entidades públicas que persiguen, al igual que ICAFE, el posicionamiento de algún producto, servicio ó al País en mercados internacionales y para el desarrollo de oportunidades puntuales para el mercado nacional. De estos acercamientos, se pretende potenciar la cooperación para sumar al esfuerzo en el posicionamiento de: Costa Rica como imagen país y consecuentemente la marca Café de Costa Rica en la mente de potenciales clientes importadores, detallistas y población en general.

De igual forma se ha insistido y se insistirá en el desarrollo y acercamiento a socios estratégicos como la Cancillería, Misiones Diplomáticas de países en Costa Rica, otros Ministerios y Cámaras de Comercio o Exportaciones en Costa Rica en afán de generar un mayor músculo de acción a favor de la propagación, entendimiento y sinergia de Café de Costa Rica en diferentes mercados de interés.

En el 2011, Café de Costa Rica deja de ser una marca registrada y con todo el respaldo legal se convierte en una *Indicación Geográfica (IG*, para efectos consiguientes). Esto indiscutiblemente se convierte en un detonante de relanzamiento de la marca con la adición de símbolos que denoten y posicionen tan importante título.

Ante este panorama se desarrolla y presenta el presente plan considerando la consecución de acciones que se derivan del contenido presupuestario dotado para el periodo 13-14, y que determina la posibilidad y rango de acción promocional de la IG, Café de Costa Rica, sus ocho zonas productoras, en mercado nacional como internacional.

Esta Gerencia emite informes escritos o verbales a la Dirección Ejecutiva así como en el caso de ser necesario a la Junta Directiva. Estos informes están directamente relacionados a la ejecución y progreso de las acciones descritas en el Plan Anual Operativo del período fiscal en curso, aunado a solicitudes expresas o de acta por parte de la Junta Directiva, debidamente respaldadas por acuerdos de este Órgano Colegiado.

2 MISIÓN

Facilitar, promover y regular la actividad cafetalera con el propósito de alcanzar su sostenibilidad, competitividad y rentabilidad, en procura del bienestar socioeconómico de sus participantes.

3 VISIÓN

El ICAFE es la entidad contralora y catalizadora de la actividad cafetalera nacional, que brinda al sector servicios ágiles y efectivos, gracias al compromiso permanente de sus colaboradores.

4 OBJETIVO GENERAL

Posicionar la Indicación Geográfica Café de Costa Rica, y sus ocho regiones productoras cafetaleras, en mercados de interés comercial, así como el aumento del consumo del Café de Costa Rica desde un punto de vista profesional.

5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Posicionar la IG Café de Costa Rica en mercados internacionales de interés comercial.
2. Incorporar dentro de la promoción actual la estrategia de lanzamiento y propagación de la indicación geográfica y futuras denominaciones de origen.
3. Posicionar la relación :
 - i. Café de Costa Rica- Amigabilidad Ambiental,
 - ii. Café de Costa Rica- Trazabilidad,
 - iii. Café de Costa Rica- Café fino y/o diferenciado,
 - iv. Café de Costa Rica- País (características de Costa Rica, sociales, económicas, naturales)
 - v. Café de Costa Rica-Amparado por modelo único en el mundo (ICAFE, investigación y desarrollo, trazabilidad económica – comercio justo)
 - vi. Café de Costa Rica-MAS de 200 años de actividad

4. Generar alianzas o relaciones públicas estratégicas con entidades, Organismos, Promotoras de Comercio, Cámaras de Comercio, a efecto de abarcar por medio de estas alianzas un mayor radio de posicionamiento de la IG, Café de Costa Rica.
5. Propiciar el incremento en el consumo interno o doméstico (Costa Rica) de café.
6. Defender en el mercado doméstico el café cultivado y cosechado en la indicación geográfica, Café de Costa Rica.
7. Desarrollar inteligencia de mercados por medio de actividades exploratorias o prospección en mercados emergentes y/o por revisión de estudios publicados por otras fuentes.
8. Potencial el barismo como:
 - i. medio de generación de empleo y potencial económico en las nuevas generaciones,
 - ii. medio de propagación de información con fundamento por parte del barista a sus clientes en temas de café,
 - iii. tendencia a nivel mundial en el punto de consumo.
 - iv. potenciar el uso de café de Costa Rica en este medio.
 - v. promover una mayor calidad de taza al consumidor nacional como internacional (turistas).
9. Potenciar la cultura café dentro de la población costarricense, entendida como la generación de mayor información acerca del café, su historia y la importancia en la conformación de la Costa Rica de hoy, como se estructura el sector. Con esto se genera una mayor identidad del costarricense con el café y una mayor cercanía con la marca país que es Café de Costa Rica.
10. Generar información sobre café y su relación con temas de salud y gastronomía, así como su inclusión en temas de promoción país, turismo y servicio al cliente en cafeterías, hoteles y restaurantes.
11. Consolidar la presencia de ICAFE, como principal generador de información de café a nivel nacional en los espacios como ferias y convenciones nacionales donde la presencia de ICAFE con un stand se justifique respondiendo al plan estratégico.

6 ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN (COMPONENTES)

Al igual que el año pasado y dándole la continuidad debida, el mix de promoción propuesto para este año se compone de dos ejes de acción. En estos ejes de acción se potencian, según su concordancia, con los objetivos específicos de este plan para que de esta forma y por medio de proyectos puntuales se logre el cumplimiento del objetivo general.



6.1 NACIONAL (PN)

Acciones dirigidas a aumentar el consumo interno de café según lineamientos estratégicos relacionados con segmentos de población con consumos débiles según el índice consumo kilogramos per cápita / año. Considerando de igual forma, la debida transferencia dentro de estos sectores de temas relacionados a salud, historia de café y compromiso social y ambiental de Café de Costa Rica. Trasciende también el tema de la diferenciación, de cafés (marcas de café) que procesan 100% café cultivado y cosechado en Costa Rica, con el afán de definir un ente diferenciador ante la incorporación en el mercado costarricense de cafés de otros orígenes (importaciones).

6.2 INTERNACIONAL (PI)

Proyectos y accionar dirigido a la defensa del posicionamiento de marca, Café de Costa Rica con la nueva tónica por la Indicación Geográfica obtenida, en mercados establecidos así como en ser el caso de los emergentes. Sumando a estas acciones se encuentra la propuesta de participación del ICAFE en actividades en donde potenciamos en el consumidor de café el deseo de conocerlo logrando con el esto generar demanda (Estrategia “pull”). Para lograr este último punto es de importancia potenciar el “lobby” o cabildeo para generar alianzas estratégicas con instituciones que incorporen Café de Costa Rica como icono de imagen país, de esta forma suman los esfuerzos de posicionamiento.

6.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Se refiere a impregnar en cada eje de acción, en el tanto exista concordancia, de forma constante los objetivos específicos descritos en el punto 4 de este Plan Anual Operativo para así lograr el Objetivo General, y consecuentemente el cumplimiento de la Misión del ICAFE.

6.4 SOPORTE PROMOCIONAL (S)

Se refiere a los artículos y materiales promocionales, desarrollo de imagen y creatividad necesarios y de soporte de imagen para la efectiva promoción en sus diferentes ejes de acción.

6.5 RESUMEN DE PROYECTOS POR AREA, CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN Y CONTENIDO PRESUPUESTARIO

NOTAS:

- EL CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN SE PUEDE VER ALTERADO DEBIDO A VARIABLES DE ENTORNO Y/O ESTRATÉGICAS DEFINIDAS Y APROBADAS POR PARTE DE LA AUTORIDAD SUPERIOR ADMINISTRATIVA, DE IGUAL FORMA SERÁN COMUNICADAS SEGÚN INFORMES TRIMESTRALES DE EJECUCIÓN DE PRESUPUESTO A JUNTA DIRECTIVA.
- LOS EJECUTIVOS A CARGO SON SUPERVISADOS POR EL GERENTE DE PROMOCIÓN.
- EL APOYO ADICIONAL DE EJECUTIVOS A CADA PROYECTO RESPONDE A NECESIDADES PROPIAS DE CADA UNO Y EN AFÁN DE CUMPLIR A CABALIDAD CON LOS OBJETIVOS DE CADA PROYECTO.
- EL GERENTE SUMA O RESTA RECURSOS A SU ELECCION Y EN FAVOR DEL ALCANCE DE OBJETIVOS.

7 PROYECTOS A DESARROLLAR (PROMOCION INTERNACIONAL)

7.1 PROYECTO # 419 PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE CAFÉ DE COSTA RICA

Planteamiento del Proyecto	
7.1 Nombre del Proyecto:	Promoción Internacional de Café de Costa Rica
7.1.1. Fecha de Aprobación:	Agosto 2013
7.1.2. Director del Proyecto:	Marcela Porras
7.1.3. Unidad Responsable:	Gerencia de Promoción
7.1.4. Tipo de financiamiento:	PAO <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
7.1.5. Forma de ejecución:	Administración <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Contrato <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Ambos <input type="checkbox"/>
7.1.6 a) Necesidad: Promoción de Café de Costa Rica y 8 Regiones Cafetaleras Productoras en mercados compradores de café de Costa Rica, así como en mercados emergentes.	
7.1.6.1 Justificación general: Posicionamiento en mercados específicos de café, con clientes y posibles clientes a nivel mundial.	
7.1.6.2 Justificación técnica: Las ferias internacionales son una puerta a los ojos de los clientes de Café de Costa Rica. Son una oportunidad para conocer mercados específicos y lograr impacto en públicos con alto interés por el tema.	
7.1.6.3 Impacto en la calidad del servicio: Con la participación en Ferias Internacionales, elegidas de manera estratégica, se impacta de manera positiva a los clientes, ya que el stand es una oportunidad para realizar contactos, consultas y establecer vínculos entre vendedores y compradores de Café de Costa Rica.	
7.1.6.4 Impacto ambiental: Hay un alto impacto ambiental en el traslado de material, café y personal a ferias.	
7.1.6.5 Impacto económico: El costo por participación en ferias es alto, mas el retorno de inversión es justificable solo con el hecho de contar con un alto puesto en el “top of mind” de los consumidores de café de EEUU y Europa.	

7.1.6.6 Alternativa de solución: Una disminución en el impacto económico es ahorro en tiquetes aéreos cuando sea posible y la elección adecuada de cantidades de café y material para envío a ferias, para disminución en tema de traslado al exterior.

PROYECTO

7.1.7 Alineamiento Estratégico (A qué objetivo estratégico responde)

Este proyecto se alinea directamente con los objetivos estratégicos 1, 2 y 3 del Plan Estratégico de la Gerencia de Promoción, los referentes a Promoción Internacional de Café de Costa Rica.

7.1.7.1 Objetivos del Proyecto:

7.1.7.2 Objetivo General:

Aumentar el posicionamiento de Café de Costa Rica mediante ferias y actividades dirigidas al soporte comercial, el conocimiento y la propagación en mercados internacionales, conocidos y/o emergentes.

7.1.7.3 Objetivos Específicos:

1. Contar con un stand con presencia de marca Café de Costa Rica y 8 regiones cafetaleras y promoción de IG.
2. Generar información y formación acerca de Café de Costa Rica y 8 regiones cafetaleras.
3. Participar en ferias o actividades de promoción direccionadas al posicionamiento y soporte comercial del sector.
4. Participación en ferias o actividades de promoción que por medio de alianzas estratégicas generadas favorezcan a Café de Costa Rica.
5. Potenciar el conocimiento de Café de Costa Rica en nichos de mercado emergentes, mediante actividades de posicionamiento o participación en ferias.
6. Generar Inteligencia de Mercados.
7. Lograr ser promotor y facilitador en la realización de negocios entre compradores y Café de Costa Rica.
8. Promover y posicionar Café de Costa Rica, como identificación geográfica y las 8 zonas productoras como tales hasta que se obtenga la Denominación de Origen respectiva.
9. Lograr mayor impacto en la participación en ferias estratégicas con actividades especiales dentro y/o fuera del stand.
10. Actualizar y mantener en constante renovación de la imagen de Café de Costa Rica en el diseño estructural y gráfico en

cada stand donde CCR tenga participación.

11. Lograr ampliar la base de datos de la Gerencia de Promoción para la continuidad en la generación de información sobre Café de Costa Rica y 8 regiones cafetaleras.

7.1.8 Productos o Entregables

Etapa	Entregable	Criterio de Calidad	Responsable
Organización de la Feria.	Documento de “Tareas concluidas y pendientes previo a Feria”.	Documento completo entregado a persona que asiste a Feria.	Marcela Porras
Asistencia y atención de stand en Feria.	Informe operativo e informe ejecutivo de participación en Feria.	Entrega de informe y VB de Jefatura.	Marcela Porras
Seguimiento post Feria	Difusión en canales de ICAFE (Pweb Café de Costa Rica, ICAFE y Facebook y newsletter) de participación en Ferias.	Constancia de publicaciones y envíos.	Marcela Porras

7.1.8.1 Condiciones Necesarias

Condiciones administrativas:

- disponibilidad presupuestaria
- claridad y agilidad de procesos de contratación
- capacidad de respuesta ágil y efectiva en contabilidad

Condiciones Operativas:

- personal capacitado y bilingüe para organización de ferias
- contar con más de un ejecutivo (a) capacitado y bilingüe para organización de ferias
- contar con material promocional y café de 8 Regiones y para atención de Ferias, según protocolo de ICAFE.

7.1.8.2 **Monitoreo y Evaluación De Ejecución Del Plan**

Según cronograma.

7.1.8.3 **Evaluación De Riesgo:**

Riesgo	Causa	Consecuencia	Indicador de mitigación del riesgo
Falta de presupuesto	Aprobación de PAO diferente a propuesta de GP.	No participación en Feria según PAO presentado.	Cambio de tipo de participación en Feria.
Falta de personal bilingüe para organización	Ausencia de personal bilingüe y capacitado para organización de ferias.	Incapacidad para concretar participación en feria.	Contar con personal alterno bilingüe y capacitado dentro de la Gerencia.
Falta de agilidad en procesos de organización.	Poca disponibilidad por recargo de funciones en un solo ejecutivo (a).	Atrasos o problemas en la organización de la Feria, que resultan en altos costos para la Institución.	Contar con personal capacitado para organización de Ferias, siendo éste no uno sino al menos, dos personas.
Falta de procesos efectivos interdepartamentales entre Gerencia de Promoción y Contratación Administrativa/ Contabilidad	Poca capacidad de respuesta según lo requerido por los proyectos internacionales.	Atrasos o problemas en la organización de la Feria, que resultan en altos costos para la Institución.	Comunicación eficaz y constante entre departamentos del Instituto para agilizar trámites.

7.1.9 Cronograma

AÑO		2013 - 2014 – por trimestre				
Etapa	Entregable	FERIA	I	II	III	IV
Organización de la Feria.	Documento de “Tareas concluidas y pendientes previo a Feria”.	KOREA				
		SCAA				
		MICE				
		SCAE				
		SCAJ				
Asistencia y atención de stand en Feria.	Informe operativo e informe ejecutivo de participación en Feria.	KOREA				
		SCAA				
		MICE				
		SCAE				
		SCAJ				
Seguimiento post Feria	Difusión en canales de ICAFE (Pweb Café de Costa Rica, ICAFE y Facebook y newsletter) de participación en Ferias.	KOREA				
		SCAA				
		MICE				
		SCAE				
		SCAJ				

Cronograma de Ferias o actividades propuestas:

Plan Anual Operativo

Periodo Fiscal 13-14

Gerencia de Promoción



FERIA	FECHA
Cafe Show 2013, Seoul, Corea del Sur	Noviembre 2013 (21 al 24)
Specialty Coffee of America, SCAA, Boston, EEUU, ICAFE	Abril 2014 (24 al 27)
2012 Melbourne International Coffee Expo, Australia	Mayo 2014 (15 al 18)
Specialty Coffee of Europe, Rimini, Italia, ICAFE	Junio 2014
SCAJ, Tokyo Japón, ICAFE	Setiembre 2014

7.1.10 Presupuesto

¢188.400.000

7.2 PROYECTO # 430 TAZA DE LA EXCELENCIA

Planteamiento del Proyecto			
7.2 Nombre del Proyecto:	TAZA DE LA EXCELENCIA		
7.2.1 Fecha de Aprobación:			
7.2.2 Director del Proyecto:	Marcela Porras		
7.2.3 Unidad Responsable:	Promoción		
7.2.4 Tipo de financiamiento:	PAO <input type="checkbox"/>	X <input checked="" type="checkbox"/>	
7.2.5 Forma de ejecución:	Administración <input type="checkbox"/>	X <input checked="" type="checkbox"/>	Contrato <input type="checkbox"/>
			Ambos <input type="checkbox"/>
7.2.6 a) Necesidad:	Colaborar en la actividad aportando logística y soporte económico en aras del posicionamiento de café de Costa Rica.		
7.2.6.1 Justificación general:	Es importante que ICAFE de a conocer al mercado nacional la calidad de café que se produce en el país, sobre todo en el marco de cafés exclusivos		

7.2.6.2 Justificación técnica:

ICAFFE debe propiciar enlace con organismos internacionales tales como Cupo of Excellence, a través de su representante en suelo costarricense SCACR

7.2.6.3 Impacto en la calidad del servicio:

Taza de la Excelencia se constituye en la ventana donde el mercado mundial vuelve sus ojos a la producción de cafés finos de exportación. ICAFFE es generador del bienestar de los productores de Café de nuestro país y en la cadena del sector cafetalero. Además que propicia el sistema de equidad.

7.2.6.4 Impacto ambiental:

Controlado exportaciones a otros países.

7.2.6.5 Impacto económico:

Para el productor es importante este tipo de apoyo que los hace competir en precios de mercado a nivel internacional. Se beneficia económicamente la base del sistema de equidad (productor nacional).

7.2.6.6 Alternativa de solución:

A nivel económico: Continuar con este patrocinio por parte de ICAFFE

PROYECTO

7.2.7 Alineamiento Estratégico con los objetivos de la GP

- Posicionar la IG Café de Costa Rica en mercados internacionales de interés comercial.
- Posicionar la relación :
 - Café de Costa Rica- Café fino y/o diferenciado,
- Generar alianzas o relaciones públicas estratégicas con entidades, Organismos, Promotoras de Comercio, Cámaras de Comercio, a efecto de abarcar por medio de estas alianzas un mayor radio de posicionamiento de la IG, Café de Costa Rica, en este caso específico con Cupo f Excellence, a través de su representante en el país.

7.2.7.1 Objetivos del Proyecto

7.2.7.2 Objetivo General:

Colaborar en una actividad que busca mercadear y posicionar el café de Costa Rica , según las prácticas que actualmente son consideradas para café de alta calidad, y en un nicho de mercado considerado por las Asociaciones de Café de América, Europa y

Japón como emergente.

7.2.7.3 Objetivos Específicos:

- Posicionamiento de la imagen de Café de Costa Rica.
- Espacio de la imagen de Café de Costa Rica en un nicho de mercado emergente.
- Concordancia de la actividad y de Café de Costa Rica con las formas internacionales de dar valor a café diferenciado.
- Propiciar, por medio de la actividad al sector cafetalero nacional y los lotes de café diferenciado, oportunidad de obtener mejores precios.

7.2.8 Productos o Entregables

Etapa	Entregable	Criterio de Calidad	Responsable
Pre-producción Taza de la Excelencia	Convenio	De acuerdo a los requerimientos del Dpto de Jurídicos	Marcela Porras o la ejecutiva a cargo
Realización de la cata nacional e internacional	No Aplica	Puntuación de Cafés Finos SCAA	Personal de SCACR Jueces Nacionales Jueces Internacionales
Subasta electrónica	No Aplica	Lineamientos internacionales de la subasta electrónica	Personal de SCACR
Post Realización de la Subasta	NewsLetters, Banners para Pag WEB, Facebook y Twitter	De acuerdo a lineamientos del Social Media y a los recursos de IT de ICAFE	Warner Villegas Dpto de IT

7.2.8.1 Condiciones Necesarias

Coordinación con Asociación de Cafés Finos de Costa Rica, representante a nivel Nacional de Cup of Excellence.

7.2.8.2 Monitoreo y Evaluación De Ejecución Del Plan

Participación y la realización de la actividad, y se complementará con la ejecución del plan trimestral.

7.2.8.3 Evaluación De Riesgo:

Riesgo	Causa	Consecuencia	Indicador de mitigación del riesgo
No realizar el Acuerdo SCACR	Presupuesto Insuficiente	No poder patrocinar este evento	Acuerdos previos con SCACR y Cup of Excellence
No utilizar el recurso web y otros Social Media Banners acerca de la Realización de la Feria, previa realización de la misma	Limitación de sistemas IT Aprobaciones de Gerencias, sub-direcciones y direcciones estén a tiempo	No hacer las comunicaciones respectivas (subir los materiales a la web y SM)	Coordinación previa de estos proyectos con IT Aprobaciones con un tiempo definido de parte de Gerencias y Direcciones

7.2.9 Cronograma del 1 de Julio del 2013 al 31 de Setiembre 2013

Etapas	AÑO	2013 o 2014					
		Entregable					
		I	II	III	IV		
Acuerdo SCACR	Acuerdo			X			
Realización de los materiales en la Web y SM	Banners para web			X			

7.2.10 Presupuesto

€8.500.00,00

7.3 PROYECTO # 434 SINTERCAFE

Planteamiento del Proyecto			
7.3 Nombre del Proyecto:	Sintercafé		
7.3.1 Fecha de Aprobación:	Agosto 2013		
7.3.2 Director del Proyecto:	Marcela Porras		
7.3.3 Unidad Responsable:	Gerencia de Promoción		
7.3.4 Tipo de financiamiento:	PAO <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	X		
7.3.5 Forma de ejecución:	Administración <input type="checkbox"/> X	Contrato <input type="checkbox"/>	Ambos <input type="checkbox"/>
7.3.6 a) Necesidad: Promoción de Café de Costa Rica y 8 Regiones Cafetaleras Productoras en mercados compradores de café de Costa Rica, así como en mercados emergentes.			
7.3.6.1 Justificación general: Aprovechar la oportunidad de promoción de Café de Costa Rica y 8 Regiones Cafetaleras en un evento realizado localmente, de más de 25 años de trayectoria dirigido a altos ejecutivos del sector cafetalero a nivel mundial.			

7.3.6.2 Justificación técnica: Promoción de Café de Costa Rica y 8 Regiones Cafetaleras de bajo costo a un alto nivel de retorno de inversión.
7.3.6.3 Impacto en la calidad del servicio: Posicionamiento en un evento privado con presencia de marca país.
7.3.6.4 Impacto ambiental: Impacto ambiental alto, debido a que SINTERCAFE se realizará este año en Puntarenas, lo que implica traslado de material, equipo y personal.
7.3.6.5 Impacto económico: Más alto costo por ser el evento en Puntarenas.
7.3.6.6 Alternativa de solución: Traslado de equipo mínimo y por menor cantidad de días. Uso de materiales renovables y amigables con el ambiente, cuando sea posible.
PROYECTO
7.3.7 Alineamiento Estratégico (A qué objetivo estratégico responde) Este proyecto se alinea directamente con los objetivos estratégicos 1, 2 y 3 del Plan Estratégico de la Gerencia de Promoción, los referentes a Promoción Internacional de Café de Costa Rica.
7.3.7.1 Objetivos del Proyecto:
7.3.6.2 Objetivo General: Promocionar directamente el nombre e imagen de Café de Costa Rica, considerando que el evento que se realiza en el origen y se proyecta al mundo entero.
7.3.6.3 Objetivos Específicos: <ul style="list-style-type: none">• Posicionar:<ul style="list-style-type: none">▪ Café de Costa Rica- Amigabilidad Ambiental,▪ Café de Costa Rica- Trazabilidad,▪ Café de Costa Rica- Café fino y/o diferenciado,▪ Café de Costa Rica- País (características de Costa Rica, sociales, económicas, naturales)▪ Café de Costa Rica- Amparado por modelo único en el mundo (ICAFE, investigación y desarrollo, trazabilidad económica – comercio justo)▪ Café de Costa Rica- MAS de 200 años de actividad

- Fortalecer vínculos con el sector cafetalero mundial.
- Ofrecer al cafetalero costarricense la oportunidad de establecer relaciones con el sector mundial de café.

7.3.8 Productos o Entregables

Etapa	Entregable	Criterio de Calidad	Responsable
1. Organización de stand y patrocinio de evento.	Convenio, SBSs y Check list de realización de stand, hospedaje, asistencia de delegados.	Documento completo en archivo	Marcela Porras
2. Asistencia y atención de stand en Evento.	Informe operativo e informe ejecutivo de participación en Feria.	Entrega de informe y VB de Gerencia.	Marcela Porras
3. Informe.	Comunicación de evento.	Constancia de publicaciones y envíos.	Marcela Porras

7.3.8.1 Condiciones Necesarias

Condiciones administrativas:

- disponibilidad presupuestaria
- claridad y agilidad de procesos de contratación
- capacidad de respuesta ágil y efectiva en contabilidad

Condiciones Operativas:

- personal capacitado y bilingüe para organización de ferias
- contar con más de un ejecutivo (a) capacitado y bilingüe para organización de participación
- contar con material promocional y café de 8 Regiones y para atención de Ferias, según protocolo de ICAFE.

7.3.8.2 Monitoreo y Evaluación De Ejecución Del Plan

Según cronograma.

7.3.8.3 Evaluación De Riesgo:

Para cada proyecto a desarrollar deberá indicar:

Riesgo	Causa	Consecuencia	Indicador de mitigación del riesgo
Falta de presupuesto	Aprobación de PAO diferente a propuesta de GP.	No participación en Evento según PAO presentado.	Cambio de tipo de participación en Evento
Falta de personal bilingüe para organización	Ausencia de personal bilingüe y capacitado para organización de Evento.	Incapacidad para concretar participación en Evento.	Contar con personal alterno bilingüe y capacitado dentro de la Gerencia.
Falta de agilidad en procesos de organización.	Poca disponibilidad por recargo de funciones en un solo ejecutivo (a).	Atrasos o problemas en la organización de participación en Evento, que resultan en altos costos para la Institución.	Contar con personal capacitado para organización participación en SINTERCAFE, siendo éste no uno sino al menos, dos personas.
Falta de procesos efectivos interdepartamentales entre Gerencia de Promoción y Contratación Administrativa/ Contabilidad	Poca capacidad de respuesta según lo requerido agilidad del Evento.	Atrasos o problemas en la organización de participación de ICAFE en SINTERCAFE, que resultan en altos costos para la Institución.	Comunicación eficaz y constante entre departamentos del Instituto para agilizar trámites.

7.3.9 Cronograma

Etapa	AÑO Entregable	2013 - 2014 – por trimestre			
		I	II	III	IV
1. Organización de stand y patrocinio de evento.	Convenio, SBSs y Check list de realización de stand, hospedaje, asistencia de delegados.				
2. Asistencia y atención de stand en Evento.	Informe operativo e informe ejecutivo de participación en Feria.				
3. Informe y seguimiento.	Comunicación de evento.				

7.3.10 Presupuesto ₡58.000.000

7.4 PROYECTO # 435 ATENCIÓN A VISITANTES

Planteamiento del Proyecto			
7.4 Nombre del Proyecto:	Atención a Visitantes		
7.4.1 Fecha de Aprobación:	Agosto, 2013		
7.4.2 Director del Proyecto:	Warner Villegas Ugalde		
7.4.3 Unidad Responsable:	Gerencia de Promoción		
7.4.4 Tipo de financiamiento:	PAO <input checked="" type="checkbox"/> x		
7.4.5 Forma de ejecución:	Administración <input checked="" type="checkbox"/>	Contrato <input type="checkbox"/>	Ambos <input type="checkbox"/>
7.4.6 a) Necesidad:	El Sector Cafetalero nacional tiene necesidad de nuevos compradores de su producto en los diferentes nichos de mercado en todo el mundo. Este proyecto vendría a coadyuvar en los esfuerzos de la Gerencia de Promoción para allegar más cantidad de interesados en el Café de Costa Rica, entre ellos, tostadores, importadores y baristas responsables de las compras en sus empresas.		

7.4.6.1 Justificación general:

Potenciar la visita de personas relacionadas con la comercialización y/o generación de opinión en favor de Café de Costa Rica en términos de medios y divulgación, así como económicos para el Sector Cafetalero. De igual forma potenciar las buenas relaciones del Sector nacional con sus contrapartes internacionales. Lograr ser promotor y facilitador en la realización de negocios entre compradores internacionales y Café de Costa Rica.

7.4.6.2 Justificación técnica:

Reunir al grupo internacional para generar ponencias de Café de Costa Rica, así como giras a fincas y beneficios para que los participantes interactúen con el sector cafetalero nacional.

7.4.6.3 Impacto en la calidad del servicio:

Es importante por la visita a fincas y Beneficios.

7.4.6.4 Impacto ambiental:

El impacto estaría relacionado con el tipo de transporte que se use para el proyecto, ejemplo: buses.

7.4.6.5 Impacto económico:

El impacto económico estaría relacionado con las erogaciones que tenga que realizar el ICAFE para llevar a cabo las visitas.

7.4.6.6 Alternativa de solución:

Contratar algún tipo de transporte menos contaminante, como carbono neutro.

PROYECTO

7.4.7 Alineamiento Estratégico (A que objetivo estratégico responde)

Este proyecto se alinea con los objetivos estratégicos 1, 2 y 3 del Plan Estratégico de la Gerencia de Promoción, los referentes a Promoción Internacional de Café de Costa Rica.

7.4.7.2 Objetivo General:

Estimular la visita y atención de generadores de opinión (importadores, tostadores, baristas, o reporteros de medios especializados), creando un vínculo con Café de Costa Rica.

7.4.7.3 Objetivos Específicos:

- Posicionamiento de Café de Costa Rica (IG).
- Contribuir con el posicionamiento de las 8 zonas cafetaleras (DO)
- Ofrecer la oportunidad para que los beneficios/exportadores establezcan contactos comerciales y/o se vean beneficiados con reportajes generados en medios internacionales.
- Ofrecer a los visitantes el ambiente para interactuar con el sector cafetalero nacional.
- Coordinar con organizaciones del sector cafetalero para lograr una gira atractiva y que concuerde con los intereses de los visitantes.

7.4.8 Productos o Entregables

Etapa	Entregable	Criterio de Calidad	Responsable
Preproducción u preorganización	Coordinación Agenda	De acuerdo a los requerimientos de la delegación o grupo	Warner Villegas
Gira hacia CICAFFE	Transporte	De acuerdo a los criterios de contratación de la UCA de ICAFFE	Warner Villegas UCA
Atención en CICAFFE	PPT	De acuerdo a los criterios de calidad y realización de materiales interactivos de la GP	Gerencia de Promoción
	Gira a finca	De acuerdo a los criterios de la Gerencia Técnica	Gerencia Técnica
	Material Promocional	Trabajado en el apartado Material promocional	Trabajado en el apartado Material promocional
	Almuerzo o refrigerio	De acuerdo a los criterios de contratación de la UCA de ICAFFE	Warner Villegas UCA
Seguimiento de visita	Llamadas telefónicas internacionales Alguna documentación específica que responda al interés del grupo	NA	Warner Villegas

7.4.8.1 Condiciones Necesarias

Condiciones administrativas:

- disponibilidad presupuestaria
- claridad y agilidad de procesos de contratación

Condiciones Operativas:

- personal capacitado y bilingüe
- contar con material promocional y café de 8 Regiones y para atención.

7.4.8.2 Monitoreo y Evaluación De Ejecución Del Plan

Según cronograma.

7.4.8.3 Evaluación De Riesgo:

Riesgo	Causa	Consecuencia	Indicador
No llevar a cabo estas visitas	Presupuesto Insuficiente	No contacto con gente estratégica, futuros compradores de café de Costa Rica Consecuencia económica	Tener presupuesto dedicado
No poder ofrecer la charla	Falta de personal bilingüe	No poder comunicarse con los visitantes	Capacitación al personal
Incapacidad de Transporte	Falla mecánica en el transporte	No llegar al lugar	Plan B con proveedor de transporte adjudicado
Imposibilidad de hacer la gira en finca	Condiciones meteorológicas no controlables en finca	Que los visitantes no conozcan el lugar	Plan de contingencia: Elaboración de Materiales adicionales como sombreros, capas, paraguas, botas, etc

7.4.9 Cronograma

	AÑO	2013 o 2014					
Etapa	Entregable	I	II	III	IV		
Preproducción u preorganización			X	X			
Gira hacia CICAPE			X	X			
Atención en CICAPE			X	X			
Seguimiento de Visita					X		

7.4.10 Presupuesto

¢ 4,500,000.00

8. PROYECTOS A DESARROLLAR (PROMOCION NACIONAL)

8.1 PROYECTO # 402 TRANSFERENCIA A FUTURAS GENERACIONES- SALA A MUSEO DE LOS NIÑOS

Planteamiento del Proyecto			
8.1 Nombre del Proyecto:	SALA A MUSEO DE LOS NIÑOS Herencia Cafetalera		
8.1.1 Fecha de Aprobación:			
8.1.2 Director del Proyecto:	Evelyn Chacón		
8.1.3 Unidad Responsable:	Promoción		
8.1.4 Tipo de financiamiento:	PAO <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
8.1.5 Forma de ejecución:	Administración <input type="checkbox"/>	Contrato <input type="checkbox"/>	Ambos <input type="checkbox"/>
8.1.6 a) Necesidad:			
Dejar nuestra herencia cafetalera en las futuras generaciones, para esto debemos acercarnos al público NIÑOS Y NIÑAS COSTARRICENSES, con el objetivo de familiarizarlos con sus raíces en la industria cafetalera y con el consumo de esta bebida.			
8.1.6.1 Justificación general:			
Existe una serie de recintos donde los niños y niñas costarricenses se acercan por convocatoria nacional natural, tal es el caso del Museo de los Niños (Fundación Ayúdanos para Ayudar) y de Pueblo Antiguo (Fundación Pro-Hospital de Niños). Esta es la razón por la cual debemos apoyar iniciativas que se encuentren en ambos lugares.			
Tenemos así el Rinconcito del Café y algunas actividades de Pueblo Antiguo para valorar su estado y necesidades.			
Se establecerán acciones de coordinación con los funcionarios del Museo de los Niños y Pueblo Antiguo actividades en paralelo en donde se pueda aprovechar el tránsito de niños y se pueda potenciar la imagen de Café de Costa Rica.			
Aunado a lo anterior y en beneficio del consumo nacional se coordina con las marcas tostadoras degustaciones de producto de forma mensual o trimestral, según su disposición y disponibilidad de recurso.			

8.1.6.2 Justificación técnica:

El ICAFE tiene la responsabilidad de dotar de información de la herencia cafetalera a las futuras generaciones, para que el proceso de producción de nuestro grano de oro continúe por generaciones

8.1.6.3 Impacto en la calidad del servicio:

Se impactan públicos específicos (niños) propiciando no solo orgullo por sus raíces sino consumo a futuro

8.1.6.4 Impacto ambiental:

Es bajo, pues mantener una Sala en el Museo de los Niños, más bien genera una serie de materiales reutilizables dentro de la misma, con cada escuela o grupo de niños que pasa.

8.1.6.5 Impacto económico:

Es manejable pues el presupuesto de cambio total de la Sala podría oscilar entre 8 y 10 millones de colones y se trabajará con una cuarta parte del mismo.

8.1.6.6 Alternativa de solución:

Reutilizar toda la museografía existente posible. Coordinar con patrocinadores (tostadores) para sufragar gastos adicionales.

PROYECTO

8.1.7 Alineamiento Estratégico con los objetivos de Promoción nacional de la GP.

- Posicionar la relación :
 - Café de Costa Rica- País (características de Costa Rica, sociales, económicas, naturales)
 - Café de Costa Rica-MAS de 200 años de actividad
- Generar alianzas o relaciones públicas estratégicas con entidades, Organismos, Promotoras de Comercio, Cámaras de Comercio, a efecto de abarcar por medio de estas alianzas un mayor radio de posicionamiento de la IG, Café de Costa Rica.
- Propiciar el incremento en el consumo interno o doméstico (Costa Rica) de café.

8.1.7.1 Objetivos del Proyecto

8.1.7.2 Objetivo General:

Mantener un espacio en donde se le brinde a futuras generaciones la transferencia cultural y posicionamiento de café en la dieta de los niños y niñas costarricenses, y provea un espacio de aprendizaje de su herencia país (Costa Rica como país productor exportador y consumidor de café).

8.1.7.3 Objetivos Específicos:

- Mantener un espacio en el Museo de los Niños y las Niñas llamado El Rinconcito de café, por el mismo pasan miles de niños por año.
- Posicionar la actividad cafetalera como una industria de relevante importancia dentro de la economía costarricense.
- Convertir al café en una bebida atractiva para niños y jóvenes.

8.1.8 Productos o Entregables

Etapa	Entregable	Criterio de Calidad	Responsable
Mantenimiento de la infraestructura de la sala el Rinconcito del Café	Materiales de Museografía correspondientes	Indicaciones del cambio de la museografía requerida por parte del Museo	Coordinadores de la Sala Museo de los Niños
		Revisión del material museográfico, tanto material como digital	Evelyn Chacón
Actividad Día del Niño	Diferentes tácticas como volantes, stand, “give aways” como globos, centros de mesa, etc, para esta actividad	Elaboración de los materiales de acuerdo a los estándares de calidad del Dpto de Promoción y de los de la UCA	Evelyn Chacón Personal del Dpto de Mercadeo del Museo

8.1.8.1 Condiciones Necesarias:

Coordinación con las fundaciones: Fundación Ayúdanos para Ayudar (Museo de los Niños).

Así mismo, la coordinación con los tostadores nacionales.

Procesos de contratación en el caso de reposición de artículos dañados por el uso normal de los niños, así como cualquier otro relacionado a la buena imagen de la sala y consecuentemente de un lugar acogedor para que los niños puedan disfrutar aprendiendo: como cambio de luminarias, sillas, interfases de juegos de cafetico, entre otros.

8.1.8.2 Monitoreo y Evaluación De Ejecución Del Plan

Supervisiones de la Sala, por parte del personal de promoción de ICAFE y solicitud de estadísticas de ingreso al Museo de los Niños y Pueblo Antiguo.

8.1.8.3 Evaluación De Riesgo:

Para cada proyecto a desarrollar deberá indicar:

Riesgo	Causa	Consecuencia	Indicador de mitigación del riesgo
Falta de presupuesto	Aprobación de PAO diferente a propuesta de GP.	No participación en el proceso de Herencia Cafetalera	Contar con un presupuesto m
No finiquitar acuerdo con la Fundación Ayúdanos para ayudar	Presupuesto insuficiente o por que la otra parte así lo desee	No participación en la sala	Acuerdo consensuado entre las partes con antelación
Falta de procesos efectivos interdepartamentales entre Gerencia de Promoción y	Poca capacidad de respuesta según lo requerido por el este proyecto	Problemas en la contratación de proveedores eficientes	Base de datos de proveedores dispuestos a encargarse d este proyecto. Comunicación eficaz y constante entre departamentos del Instituto para agilizar trámites.

<p>Contratación Administrativa para la compra y contratación eficiente de proveedores</p> <p>No finiquitar acuerdos con otros patrocinadores</p>	<p>Poca disposición o interés por parte de patrocinadores como tostadores o bien limitación de sus presupuestos</p>	<p>No tener actividades específicas de servicio de café, dentro del Rinconcito del Sabor</p>	<p>Acuerdo consensuado entre las partes con antelación</p>
--	---	--	--

8.1.9 Cronograma: Del 1° de octubre del 2013 al 30 de junio del 2014.

Etapa	AÑO Entregable	2013 o 2014					
		I	II	III	IV		
Mantenimiento de la infraestructura de la sala el Rinconcito del Café		X	X	X	X		
Supervisiones de la sala		X	X	X	X		
Coordinación con Tostadores		X	X	X	X		
Coordinación de Evento Día del Niño				X			

8.1.10 Presupuesto: ₡2.250.00,00

8.2. PROYECTO # 414 COMUNICACION E IMAGEN INSTITUCIONAL

Planteamiento del Proyecto	
Nombre del Proyecto:	COMUNICACION E IMAGEN INSTITUCIONAL

Plan Anual Operativo

Periodo Fiscal 13-14

Gerencia de Promoción



Fecha de Aprobación:	Agosto, 2013		
Director del Proyecto:	Warner Villegas Ugalde		
Unidad Responsable:	Gerencia de Promoción		
Tipo de financiamiento:	PAO x <input type="checkbox"/> x		
Forma de ejecución:	Administración x <input type="checkbox"/>	Contrato <input type="checkbox"/>	Ambos <input type="checkbox"/>
a) Necesidad:	Al igual que toda Institución, el ICAFE tiene necesidad de contar con un esquema de comunicación para dar a conocer, a sus diferentes públicos, la generalidad de acciones y eventos en que participa conforme a su constitución y objetivos.		
8.3 Justificación general:	Una comunicación precisa, eficaz, eficiente y oportuna es sumamente necesaria para dar a conocer todo lo que se realiza dentro del Instituto del Café de Costa Rica, ICAFE hacia el Sector Cafetalero nacional e internacional. Esta comunicación es necesaria para que estos públicos estén actualizados con la información que se produce como consecuencia de las actividades y eventos en que participa el ICAFE. Además, es importantísima en el proceso de la formación de una buena imagen Institucional.		
8.4 Justificación técnica:	Actualizar la información en forma permanente de acuerdo con los proyectos y necesidades del ICAFE y del CICAPE.		
8.5 Impacto en la calidad del servicio:	Una manera de dar seguimiento a los públicos del ICAFE: Productores, compradores, etc.		
8.6 Impacto ambiental:	En este proyecto estamos incluyendo dos nuevos productos: el remozamiento de la página Web del ICAFE y la producción y envío de <i>Newsletters</i> (al menos uno al mes o cuantos sean necesarios de acuerdo con las actividades o eventos). Con la remisión de estos productos a los destinatarios en Costa Rica y el resto del mundo, vamos a contribuir grandemente con la eliminación del uso indiscriminado de papel.		
8.7 Impacto económico:	Con la reducción del uso del papel y la disminución del gasto en envíos físicos estamos contribuyendo en la economía de recursos de la Institución.		
8.8 Alternativa de solución:	Indicado en cada punto		

PROYECTO

1. Alineamiento Estratégico

2. Objetivos del Proyecto

Con este Proyecto se pretende mantener permanentemente actualizado al Sector Cafetalero nacional, internacional y, público en general dentro y fuera de Costa Rica, con las informaciones más recientes generadas como consecuencia del accionar del Instituto del Café de Costa Rica, ICAFE, en todo el territorio nacional.

Objetivo General:

Colaborar en la creación de una excelente imagen del ICAFE por medio de informaciones actuales sobre el trabajo que realiza el Instituto hacia sus diferentes públicos, tanto nacionales como internacionales.

Productos o Entregables

Etapa	Entregable	Criterio de Calidad	Responsable
Preproducción escribir NL	Newsletters	De acuerdo a los criterios de la GP	Warner Villegas Proveedor
Producción NL	Newsletter	Diseño HTML y web	Warner Villegas Proveedor
Remozo de PAG WEB	Insumos PAG WEB	Diseño HTML y web	Warner Villegas Proveedor
Publicación de materiales en WEB y SM	Banners y Stills	Diseño HTML y web	Warner Villegas Proveedor

Condiciones Necesarias:

- Personal capacitado en Web y Social Media
- Presupuesto para este proyecto

Monitoreo y Evaluación De Ejecución Del Plan

De acuerdo a cada proyecto propuesto

Evaluación De Riesgo:

Riesgo	Causa	Consecuencia	Indicador
No contar con presupuesto	No aprobación del mismo en PAO	No producción de los materiales. No acercamiento a los diferentes públicos de ICAFE	Existencia de presupuesto destinado. Contacto constante con los públicos de ICAFE y SM a través de la web tal cual existe
Insuficiencia de personal para asumir proyectos WE y de Social Media	El conocimiento técnico requerido	No se realicen los materiales	Contratar gente capacitada para estos medios web y Social Media (proveedor)
			Capacitación del personal de ICAFE para dar seguimiento y guía a proveedor

Cronograma

Etapa	AÑO	2013 o 2014				
		I	II	IV	V	
Preproducción escribir NL	Entregable	X	X	X	X	
Producción NL		X	X	X	X	
Remozo de PAG WEB		X	X	X	X	
Publicación de materiales en WEB y SM		X	X	X	X	

Presupuesto: ₡ 3,000,000.00

8.3 PROYECTO # 417 CAFÉ Y SALUD

Planteamiento del Proyecto			
8.3 Nombre del Proyecto:	Café y Salud		
8.3.1 Fecha de Aprobación:	Agosto, 2013		
8.3.2 Director del Proyecto:	Warner Villegas Ugalde		
8.3.3 Unidad Responsable:	Gerencia de Promoción		
8.3.4 Tipo de financiamiento:	PAO x <input checked="" type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> x	<input type="checkbox"/> x
8.3.5 Forma de ejecución:	Administración x <input type="checkbox"/>	Contrato <input type="checkbox"/>	Ambos <input type="checkbox"/>
8.3.6. a) Necesidad:			
<p>Para que el consumo del café se mantenga y se incremente en el tiempo, es necesario comunicar una serie de informaciones emanadas de investigaciones científicas, en todo el mundo, que indican que tomar café es completamente beneficioso para la salud.</p>			
8.3.6.1 Justificación general:			
<p>Para lograr que ese consumo se mantenga y aumente en el tiempo, debe existir un proyecto permanente que motive a toda la población a tomar la bebida. Es por eso que Café y Salud vendrá a ser de gran utilidad en este propósito dirigido a todo público, pero principalmente a los generadores de opinión en el Sector Salud como médicos, enfermeras, auxiliares, profesionales en nutrición, etc.</p>			
8.3.6.2 Justificación técnica:			
<p>Sensibilización del sector de profesionales en medicina, enfermería y nutrición de la importancia de estar actualizado con la información de estudios que relacionan café y salud. Propiciar la transferencia de este proyecto por medio de otros proyectos del eje Promoción Nacional. Contratación de un profesional para abordar las consultas de manera técnica.</p>			

8.3.6.3 Impacto en la calidad del servicio:

Con los mejores elementos, llegar a la mayor cantidad de destinatarios descritos anteriormente.

8.3.6.4 Impacto ambiental:

Tratar de producir los medios de divulgación en materiales reciclables.

8.2.6.4 Impacto económico:

Con las informaciones emanadas del proyecto, los consumidores estarán más dispuestos a consumir café, por lo tanto, se incrementará el consumo de la bebida.

8.2.6.5 Alternativa de solución:

Producir los entregables en material reciclado y con tintas biodegradables.

PROYECTO

8.3.7 Alineamiento Estratégico (A que objetivo estratégico responde)

8.3.7.1 Objetivos del Proyecto

El proyecto tiene como objetivo mantener e incrementar el consumo de café con base en las informaciones positivas relacionadas con los beneficios de tomar la bebida.

8.3.7.2 Objetivo General:

Generar una imagen positiva sobre los beneficios del consumo del café y su relación con la salud humana.

8.3.7.3 Objetivos Específicos:

- Resaltar los aspectos positivos del consumo de café en la salud.
- Minimizar los efectos negativos de las publicaciones realizadas por quienes consideran que el consumo de café es dañino para la salud.
- Fomentar el conocimiento de los beneficios de café en el gremio de profesionales en nutrición así como el médico.

Plan Anual Operativo

Periodo Fiscal 13-14

Gerencia de Promoción



- Generar positiva acerca de los beneficios del café en la salud y remitirla periódicamente a medios de prensa y cuerpo médico.

8.3.8 Productos o Entregables

Etapa	Entregable	Criterio de Calidad	Responsable
Planeación y redacción	Brochures	VB del responsable del proyecto y del Gerente de Promoción	Warner Villegas
Planeamiento y realización	Participación en Ferias de Salud	Las definidas por la FP	Warner Villegas
Producción final de materiales	Brochures y otros	Los definidos por la UCA	Warner Villegas UCA

8.3.8.1 Condiciones Necesarias

Soporte de profesionales en medicina y nutrición con afán de dar respuesta a los diferentes temas desde el punto de vista técnico y su relación con café.

8.3.8.2 Monitoreo y Evaluación De Ejecución Del Plan

Remisión de artículos, estudios y papeles técnicos referentes a los beneficios del Café y la Salud.

8.3.8.3 Evaluación De Riesgo:

Para cada proyecto a desarrollar deberá indicar:

Riesgo	Causa	Consecuencia	Indicador
No contar con Soporte de profesionales en medicina y nutrición	Falta de presupuesto	No elaboración de materiales (brochures) ni charlas	Presupuesto destinado
No acceso a artículos y papeles técnicos	Falta de presupuesto	No elaboración de materiales escritos	Pagar membresías con revistas en línea sobre medicina y café

8.3.9 Cronograma:

Etapa	AÑO	2013 o 2014					
		Entregable					
		I	II	III	IV		
Planeación y redacción		X	X	X	X		
Planeación y realización		X	X	X	X		
Producción final de materiales							

8.3.10 Presupuesto: c 3,000,000.00

8.4 PROYECTO # 448 FERIA DEL CAFÉ/ DIA NACIONAL DEL CAFÉ

Planteamiento del Proyecto	
8.4 Nombre del Proyecto:	FERIA DEL CAFÉ/ DIA NACIONAL DEL CAFÉ
8.4.1 Fecha de Aprobación:	
8.4.2 Director del Proyecto:	Evelyn Chacón / Ricardo Azofeifa
8.4.3 Unidad Responsable:	Promoción
8.4.4 Tipo de financiamiento:	PAO <input type="checkbox"/>
8.4.5 Forma de ejecución:	Administración <input checked="" type="checkbox"/> Contrato <input type="checkbox"/> Ambos <input type="checkbox"/>
8.4.6 a) Necesidad:	Rescatar el valor de nuestra herencia cafetalera en el marco del día Nacional del Café (2do viernes de setiembre).
8.4.6.1 Justificación general:	Celebración del día nacional del café, realizando una actividad anual, con una proyección de personas mínimo de 100, en coordinación en conjunto con el Ministerio de Agricultura y Ganadería.
8.4.6.2 Justificación técnica:	El ICAFE y el Ministerio de Agricultura y Ganadería deben ser los entes que propicien la celebración de este importante día.
8.4.6.3 Impacto en la calidad del servicio:	Llegando a públicos específicos a nivel nacional, el ICAFE puede propiciar “good will” hacia la marca y hacia el consumo del café
8.4.6.4 Impacto ambiental:	Poco impacto ambiental, utilización de vasos hechos de material reciclado
8.4.6.5 Impacto económico:	Mínimo. Presupuesto de un millón de colones para una actividad
8.4.6.6 Alternativa de solución:	A nivel ambiental: utilizar vasos de material reciclado

PROYECTO

8.4.7 Alineamiento Estratégico con los objetivos de Promoción internacional de la GP.

- Posicionar la relación : Café de Costa Rica-MAS de 200 años de actividad
- Generar alianzas o relaciones públicas estratégicas con entidades, Organismos, Promotoras de Comercio, Cámaras de Comercio, a efecto de abarcar por medio de estas alianzas un mayor radio de posicionamiento de la IG, Café de Costa Rica.
- Defender en el mercado doméstico el café cultivado y cosechado en la indicación geográfica, Café de Costa Rica.
-

8.4.7.1 Objetivos del Proyecto

8.4.7.2 Objetivo General:

- Desarrollar una actividad en donde se rescate la importancia del café en la idiosincrasia costarricense.

8.4.7.3 Objetivos Específicos:

- Propiciar una cultura de café en el consumidor.
- Proyectar a los participantes, los beneficios de la bebida con la salud.
- Propiciar la participación de productores, para que den a conocer su producto.

8.4.8 Productos o Entregables

Etapa	Entregable	Criterio de Calidad	Responsable
Pre-producción de la Actividad de Celebración Día Nacional del Café	Conceptualización y lista de tácticas que se llevarán a cabo durante el evento	Elaboración de los materiales de acuerdo a los estándares de calidad del Dpto de Promoción y requerimientos del MAG	Evelyn Chacón en coordinación con los funcionarios asignados por el MAG Baristas de ICAFE
Producción de materiales o contrataciones de	Materiales acorde a la actividad	Elaboración de los materiales de acuerdo a los estándares de calidad del Dpto de Promoción y de la UCA	Evelyn Chacón UCA

proveedores (Procesos de contratación)			
Actividad de Celebración Día Nacional del Café	Evento Materiales acordes al evento	Elaboración de los materiales de acuerdo a los estándares de calidad del Dpto de Promoción y de la UCA	Evelyn Chacón Funcionarios asignados por el MAG Ricardo Azofeifa

8.4.8.1 Condiciones Necesarias:

Coordinación con los funcionarios asignados del MAG para la realización de esta Actividad.

Cumplimiento y orden de acciones detalladas:

- Planeación de la actividad,
- Definición del lugar,
- Producción de los materiales
- Procesos de contratación
- Coordinación con el MAG
- Convocatorias.
- Ejecución.

8.4.8.2 Monitoreo y Evaluación De Ejecución Del Plan

Reporte presentado después de la realización del Evento.

8.4.8.3 Evaluación De Riesgo:

Riesgo	Causa	Consecuencia	Indicador de mitigación del riesgo
Falta de presupuesto	Aprobación de PAO diferente a propuesta de GP.	No participación llevar a cabo la actividad	
No finiquitar acuerdo con funcionarios del MAG	Porque la otra parte así lo desee	No llevar a cabo el evento	Acuerdo consensuado entre las partes con antelación

8.4.9 Cronograma de Julio a Setiembre del 2014

Etapa	AÑO Entregable	2013 o 2014					
		I	II	III	IV		
Pre-producción de la Actividad			X				
Producción de materiales o contrataciones de proveedores (Procesos de contratación)			X	X			
Ejecución de la Actividad de Celebración Día Nacional del Café				X			

8.4.10 Presupuesto

¢2.000.00,00

8.5 PROYECTO # 449 CAMPEONATO NACIONAL DE BARISTAS

Planteamiento del Proyecto			
8.5 Nombre del Proyecto:	CAMPEONATO NACIONAL DE BARISTAS		
8.5.1 Fecha de Aprobación:			
8.5.2 Director del Proyecto:	Evelyn Chacón, Ricardo Azofeifa		
8.5.3 Unidad Responsable:	Gerencia de Promoción		
8.5.4 Tipo de financiamiento:	PAO <input type="checkbox"/>		
8.5.5 Forma de ejecución:	Administración <input type="checkbox"/> X	Contrato <input type="checkbox"/>	Ambos <input type="checkbox"/>
8.5.6 a) Necesidad: Obtener un campeón que represente a Café de Costa Rica en el World Barista Championship (WBC).			
8.5.6.1 Justificación general: Desde el año 2003 el ICAFE ha apoyado la participación del o la Barista campeón (a) de Costa Rica, en el evento mundial, lo que ha significado una ventana de exposición de la caficultura costarricense.			
8.5.6.2 Justificación técnica: ICAFE es el principal patrocinador del evento del campeonato nacional de Baristas, lo que define su compromiso con el desarrollo y promoción de esta profesión.			
8.5.6.3 Impacto en la calidad del servicio: Gracias al apoyo del ICAFE, el Barista costarricense ha alcanzado en los últimos años puestos privilegiados (semifinales) como reflejo de las mejoras de la calidad de los servicios brindados por la Institución. Es un gran impacto para el país que en una competencia internacional se hable del café de Costa Rica.			

8.5.6.4 Impacto ambiental:

Existe impacto ambiental en el envío de personas y carga al exterior.

8.5.6.5 Impacto económico:

En boletos y manejo de carga es oneroso y depende del lugar donde se realice el WBC.

Positivo para el café de Costa Rica, a nivel de Top of Mind, pues el mundo tiene sus ojos puestos en el (la) Barista participante. De hecho otros baristas participantes de países NO productores algunas ocasiones eligen Café de Costa Rica, este año 2013 es el caso de Japón y Francia.

8.5.6.6 Alternativa de solución:

En cuanto a impacto ambiental: la utilización de materiales promocionales desechables

En cuanto a impacto económico: elegir la mejor ruta de viaje que represente un costo eficiente para la institución.

PROYECTO

8.5.7 Alineamiento Estratégico con los objetivos de Promoción internacional de la GP.

- Posicionar la IG Café de Costa Rica en mercados internacionales de interés comercial.
- Potencial el barismo como:
 - tendencia a nivel mundial en el punto de consumo.
 - potenciar el uso de café de Costa Rica en este medio.

8.5.7.1 Objetivos del Proyecto

8.5.7.2 Objetivo General:

Promover una cultura de consumo de café nacional asociada con la figura del barista, logrando a su vez con la participación del campeón nacional en la competencia mundial de baristas (WBC), la promoción de Café de Costa Rica como país productor de materia prima de alta calidad.

8.5.7.3 Objetivos Específicos:

- Propiciar una cultura de café en el consumidor.
- Promover a la bebida café como un tema de actualidad, moda y de profundo sentido social, sobre todo en las generaciones más jóvenes.
- Lograr una mayor y mejor participación de los baristas en la competencia, con el fin de mejorar el desempeño del barista y por ende del servicio en cafeterías y con ello recuperar el afán por el café como bebida actual, moderna y de sentido social, sobre todo en las generaciones más jóvenes.
- Mejorar la calidad y el impacto de la Competencia de Baristas de Costa Rica como una actividad directamente relacionada a la promoción nacional de la actividad cafetalera y la creación de una cultura de café en la población nacional.
- Alcanzar una participación destacada en la Competencia Mundial de Baristas y así obtener posicionamiento internacional de Costa Rica como un país educado en la preparación y consumo de café de calidad.
- Darle formación al campeón(a) barista de Costa Rica.
- Generar profesionales debidamente capacitados en afán de un mejor posicionamiento del barista costarricense en el mercado doméstico así como en el internacional por medio de su participación en el Campeonato Mundial, siendo el ICAFE gestor del profesionalismo del Barista costarricense.

8.5.8 Productos o Entregables

Etapa	Entregable	Criterio de Calidad	Responsable
Convenio de patrocinio	Acuerdo de convenio firmado por ambos representantes legales (ICAFE-SCACR)	Jurídico en términos de convenio. En términos de promoción: Optimización de la inversión	Evelyn Chacón
Planeación del evento	Reporte y cronograma del evento	De acuerdo a los requerimientos de calidad del Dpto de Promoción	Evelyn Chacón, Ricardo Azofeifa Personal de SCACR
Desarrollo del campeonato nacional de Baristas	Evento	Alta afluencia de público interesado en el tema Promoción	Evelyn Chacón, Ricardo Azofeifa
Selección del café para él o la campeón (a)	Reporte de selección de café	Cafés de especialidad con notas superiores a 85 puntos.	Evelyn Chacón, Ricardo Azofeifa Personal de SCACR
Selección del Barista entrenador Internacional	Hoja de Vida	Reconocimiento internacional Experiencia mínima de 3 campeonatos	Ricardo Azofeifa
Entrenamiento Internacional	Reporte de entrenamiento	Dos meses de preparación previa	Ricardo Azofeifa
Gastos viajes al exterior del o la campeón (a)	Acuerdo de viaje Liquidación	Al menos 15 días previos de acuerdo a al Reglamento de Gastos de viaje del ICAFE y la ley que lo rige	Evelyn Chacón, Ricardo Azofeifa. Campeón(a) Barista

8.5.8.1 Condiciones Necesarias

Convenio de patrocinio de la competencia con SCACR, representante del World Barista Championship para Costa Rica, de forma que el Campeón Café de Costa Rica de este año quede debidamente inscrito y se prepare acorde a un campeonato mundial.

Contratación de entrenador internacional.

8.5.8.2 Monitoreo y Evaluación De Ejecución Del Plan

Según cronograma.

8.5.8.3 Evaluación De Riesgo:

Riesgo	Causa	Consecuencia	Indicador de mitigación del riesgo
Falta de presupuesto	Aprobación de PAO diferente a propuesta de GP.	No participación en el WBC No entrenador internacional	Contar siempre con un presupuesto específico asignado para este proyecto
No finiquitar acuerdo con el representante en CR de la WBC SCACR	Presupuesto insuficiente	No participación en el WBC	Acuerdo consensuado entre las partes con antelación
Falta de procesos efectivos interdepartamentales entre Gerencia de Promoción y Contratación Administrativa/ Contabilidad	Poca capacidad de respuesta según lo requerido por los proyectos internacionales.	Atrasos o problemas en la organización del viaje, que resultan en altos costos para la Institución.	Comunicación eficaz y constante entre departamentos del Instituto para agilizar trámites.

8.5.9 Cronograma: Del 1° de octubre del 2013 al 30 de junio del 2014.

Etapa	AÑO	2013 o 2014					
	Entregable	I	II	III	IV		
Convenio de patrocinio							
Planeación del evento				X			
Desarrollo del campeonato nacional de Baristas					X		
Selección del café para él o la campeón (a)		X 2014					
Selección del Barista entrenador Internacional		X 2014					
Entrenamiento Internacional		X 2014					
Gastos viajes al exterior del o la campeón (a)				X 2014			

8.5.10 Presupuesto: €10.200.00,00

8.6 PROYECTO # 450 FORMACION DE BARISTAS Y OTRAS CAPACITACIONES/ EDUCACION SOBRE CULTURA DE CAFÉ

Planteamiento del Proyecto			
8.6 Nombre del Proyecto:	FORMACION DE BARISTAS Y OTRAS CAPACITACIONES		
8.6.1 Fecha de Aprobación:			
8.6.2 Director del Proyecto:	Evelyn Chacón, Ricardo Azofeifa Mora		
8.6.3 Unidad Responsable:	Promoción		
8.6.4 Tipo de financiamiento:	PAO <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.6.5 Forma de ejecución:	Administración <input type="checkbox"/>	Contrato <input type="checkbox"/>	Ambos <input type="checkbox"/>
8.6.6 a) Necesidad:			
Construir cultura del café en nuestro país.			
8.6.6.1 Justificación general:			
Es importante que ICAFE forme profesionales en materia de Barismo. El mercado costarricense está urgido de profesionales en esta materia.			
8.6.6.2 Justificación técnica:			
Es parte de la misión de ICAFE propiciar aprendizaje sobre la cultura del café y trasferencia de conocimientos a nuevos profesionales en la materia. CICAFE cuenta con todos los recursos para realizar cursos de Barismo: espacio, molinos, máquinas de espresso, tazas de catación, etc.			
8.6.6.3 Impacto en la calidad del servicio:			
Se impacta el mercado de las cafeterías, pues se forma profesionalmente al barista que trabajará en ellas. Se impacta el mercado general costarricense pues se propicia un intercambio de conocimientos que baja del barista al consumidor, contribuyendo así a la formación general de cultura del café.			

8.6.6.4 Impacto ambiental:

Controlado, se manejan recursos reutilizables como menaje y máquinas, escupideros, vasos hechos de material reciclado. Se le muestra además a los estudiantes que con la broza del café se realiza “compost” para las mismas fincas cafetaleras.

8.6.6.5 Impacto económico:

Se compra café de diferentes zonas del país para el aprendizaje sobre el mismo.

Se recibe también un pago por parte de los estudiantes del Curso Avanzado, mismo que será auto-liquidado en los otros cursos de Barismo Básico que no se cobran por parte de ICAFE

8.6.6.6 Alternativa de solución:

Ambas soluciones especificadas en cada rubro.

PROYECTO

8.6.7 Alineamiento Estratégico (A que objetivo estratégico responde)

- Potenciar el barismo como:
 - medio de generación de empleo y potencial económico en las nuevas generaciones,
 - medio de propagación de información con fundamento por parte del barista a sus clientes en temas de café,
 - tendencia a nivel mundial en el punto de consumo.
 - potenciar el uso de café de Costa Rica en este medio.
 - promover una mayor calidad de taza al consumidor nacional como internacional (turistas).
- Potenciar la cultura café dentro de la población costarricense.

8.6.7.1 Objetivos del Proyecto

8.6.7.2 Objetivo General:

- Promover la cultura de tomar café
- Formar profesionales en materia de barismo

8.6.7.3 Objetivos Específicos:

- Propiciar en el barismo como actividad generadora de opciones laborales.
- Propiciar la propagación de una cultura cafetalera dentro del consumidor.
- Generar profesionales debidamente capacitados en afán de un mejor posicionamiento del barista costarricense en el mercado doméstico así como en el internacional por medio de su participación en el Campeonato Mundial que se llevará a cabo durante SCAE en Rimini, Italia.
- Mediante la participación en la Competencia Mundial de Baristas, obtener posicionamiento internacional de Costa Rica como un país educado en la preparación y consumo de café de calidad.
- Incorporar las ICT en el programa para buscar mayor rango de acción y transferencia en hoteles de la buena cultura del café y sus debidas prácticas.

8.6.8 Productos o Entregables

Etapa	Entregable	Criterio de Calidad	Responsable
Preproducción de Cursos Básicos de Barismo	Plan de estudio Curso Básico de Barismo Cafés 8 regiones	Planeación didáctica	Ricardo Azofeifa-Evelyn Chacón
Realización Curso Básicos de Barismo	Curso	De acuerdo a la planeación didáctica	Ricardo Azofeifa-Evelyn Chacón
Preproducción de Curso Avanzado de Barismo	Plan de estudio Curso Básico de Barismo Cafés 8 regiones	Planeación didáctica	Ricardo Azofeifa-Evelyn Chacón
Realización Curso Avanzado de Barismo Convenios con otras entidades y escuelas de Barismo	Curso Convenio	De acuerdo a la planeación didáctica De acuerdo a lineamientos jurídicos	Ricardo Azofeifa-Evelyn Chacón Jurídicos Evelyn Chacón

8.6.8.1 Condiciones Necesarias

Convenios de capacitación conjunta con Regionales, escuelas de Barismo, ICT y otras entidades, programación estratégica de cursos optimizando de esa forma el presupuesto.

Coordinación con diferentes significantes de la industria, para:

- Potenciar por medio del ICT los cursos de Barismo en las diferentes Regionales del Instituto de Turismo de Costa Rica en pro de la formación de profesionales en restaurantes y hoteles para el beneficio del turista nacional e internacional.
- Potenciar por medio del SCACR los cursos de Barismo en San José, como localidad.
- Potenciar otros lugares o socios estratégicos para la realización de los cursos respetuosos de la didáctica con la que ICAFE certifica.
- Potenciar barismo en hoteles y restaurantes.
- Participación activa en labores de cabildeo, ferias nacionales e internacionales y actividades, todas ellas estratégicas y en beneficio del ICAFE y de los intereses de la actividad cafetalera.

8.6.8.2 Monitoreo y Evaluación De Ejecución Del Plan

Directamente relacionada a la meta de este proyecto.

Encuestas a los egresados de cada Curso.

8.6.8.3 Evaluación De Riesgo:

Para cada proyecto a desarrollar deberá indicar:

Riesgo	Causa	Consecuencia	Indicador de mitigación del riesgo
Falta de presupuesto	Aprobación de PAO diferente a propuesta de GP.	No poder ofrecer cursos	Contar con un presupuesto destinado a la formación de baristas
No finiquitar acuerdo con otras entidades que propician estos cursos	Desinterés parte del tercero	No participación en los convenios respectivos	Acuerdo consensuado entre las partes con antelación
Falta de procesos efectivos interdepartamentales entre Gerencia de Promoción y	Poca capacidad de respuesta según lo requerido por el este proyecto	Problemas de tiempos en los convenios	Comunicación eficaz y constante entre departamentos del Instituto

<p>Asuntos Jurídicos</p> <p>No dar abasto con lo cantidad de personas que desean el curso de Barismo Avanzado</p> <p>No contar con transporte</p>	<p>Cantidad excesiva de personas interesadas (70) VS cupo real (30)</p> <p>No hay un auto designado para la GP</p>	<p>No atender a todos los interesados en el Curso de Barismo Avanzado</p> <p>No dar el curso básico requerido en cualquier lugar del país</p>	<p>para agilizar trámites.</p> <p>Abrir 2 cursos al año Plaza fija de Barista 2</p> <p>Auto asignado a la GP</p>
--	--	---	--

8.6.9 Cronograma del 1 de Octubre del 2013 al 31 de Setiembre del 2014

Etapa	AÑO	2013 o 2014					
	Entregable	I	II	III	IV		
Preproducción de Cursos Básicos de Barismo		X	X	X	X		
Realización Curso Básicos de Barismo		X	X	X	X		
Preproducción de Curso Avanzado de Barismo				X			
Realización Curso Avanzado de Barismo		X 2014			X		
Convenios con otras entidades y escuelas de Barismo		X	X	X	X		

Presupuesto : ₡4.410.00,00

8.6 PROYECTO # 452 PROMOCION SOBRE CULTURA DEL CAFÉ

Planteamiento del Proyecto	
8.7 Nombre del Proyecto:	PROMOCION SOBRE CULTURA DE CAFE
8.7.1 Fecha de Aprobación:	
8.7.2 Director del Proyecto:	Evelyn Chacón, Ricardo Azofeifa Mora
8.7.3 Unidad Responsable:	Promoción
8.7.4 Tipo de financiamiento:	PAO <input type="checkbox"/>
8.7.5 Forma de ejecución:	Administración <input checked="" type="checkbox"/> Contrato <input type="checkbox"/> Ambos <input type="checkbox"/>
8.7.6. a) Necesidad:	
Construir cultura del café en nuestro país.	
8.7.6.1 Justificación general:	
Es importante que ICAFE de a conocer al mercado nacional la calidad de café que se produce en el país, para que el consumidor pueda conocer más acerca de su herencia cafetalera y de las 8 regiones costarricenses productoras de café	
8.7.6.2 Justificación técnica:	
ICAFE debe propiciar aprendizaje sobre la cultura del café y que el mercado costarricense se vea beneficiado de la investigación en materia de Cafés de las 8 Regiones Cafetaleras que en la GP se realiza.	
8.7.6.2 Impacto en la calidad del servicio:	
Las ferias nacionales se constituyen en el medio donde el mercado general costarricense es alcanzado por el café de las 8 regiones cafetaleras, el Stand de ICAFE se convierte así en una fuente de información acerca de nuestro café. Más que servir café, lo que deseamos es propiciar un intercambio de conocimientos que baja del barista o promotor(a) de café al consumidor final, contribuyendo así a la formación general de cultura del café.	

8.7.6.4 Impacto ambiental:

Controlado, se manejan recursos reutilizables como menaje y máquinas, escupideros, vasos hechos de material reciclado. Incluso en algunas ferias se regalan los filtros y las brozas del café como materia prima para artesanos de la zona.

8.7.6.5 Impacto económico:

Se compra café de diferentes zonas del país para ofrecer al público nacional

Es controlado porque con un presupuesto muy reducido se llega al mercado nacional pues se realizan ferias a lo largo y ancho del territorio nacional.

Con el conocimiento de la calidad del café que produce CR se incentiva al público a un mayor consumo de café, lo que puede verse reflejado incluso en la compra del mercado nacional tanto en Supermercados, como en Cooperativas.

8.7.6.6 Alternativa de solución:

A nivel económico: Este proyecto se sustenta con el proyecto de compra de Café de las 8 regiones.

PROYECTO

8.7.7 Alineamiento Estratégico (A que objetivo estratégico responde)

- Propiciar el incremento en el consumo interno o doméstico (Costa Rica) de café.
- Potenciar la cultura del café dentro de la población costarricense.

8.7.7.1 Objetivos del Proyecto

8.7.7.2 Objetivo General:

- Promover la cultura de tomar café
- Que el mercado nacional conozca el café que se produce en Costa Rica

8.7.7.3 Objetivos Específicos:

- Propiciar la propagación de una cultura cafetalera en el consumidor nacional.
- Generar conocimiento cascada, es decir que baje del experto de ICAFE al consumidor nacional.
- Llevar información pertinente de cada zona a las ferias de esa Región Cafetalera.
- Generar un sistema de aprendizaje didáctico, dinámico y lúdico (Autoservicio, comparación-Folleto 8 Regiones)
- Impactar el mercado nacional con una propuesta diferente de Stand por parte de ICAFE.

8.7.8 Productos o Entregables

Etapa	Entregable	Criterio de Calidad	Responsable
Preproducción de las Ferias de Café	Contactos de la Feria	Participar en ferias que tengan que ver con lineamientos gastronómicos y agronómicos	Ricardo Azofeifa-Evelyn Chacón
Realización de la feria	Sampling de Café 8 Regiones	De acuerdo a la compra de café 8 (calidad del café)	Ricardo Azofeifa-Evelyn Chacón
Producción de materiales para el Stand	Materiales para Stand como termos, Stand, Brochures específicos	De acuerdo a los estándares de calidad de la GP y de la UCA	Evelyn Chacón UCA
Post Realización de la Feria	Reporte de la Feria	De acuerdo a los estándares de calidad de la GP	Evelyn Chacón
	NewsLetters, Banners para Pag WEB, Facebook y Twitter	De acuerdo a lineamientos del Social Media y a los recursos de IT de ICAFE	Warner Villegas Evelyn Chacón Personal de IT

8.7.8.1 Condiciones Necesarias

Coordinación con Diferentes entidades que requieren ferias a nivel nacional: Parroquia Frailes, Regionales ICAFE, Productores San Pablo de León Cortés, MAG, Cooperativas, entre otras.

8.7.8.2 Monitoreo y Evaluación De Ejecución Del Plan

Reporte presentado después de la realización de la Feria.

8.7.8.3 Evaluación De Riesgo:

Para cada proyecto a desarrollar deberá indicar:

Riesgo	Causa	Consecuencia	Indicador de mitigación del riesgo
Falta de presupuesto	Aprobación de PAO diferente a propuesta de GP.	No poder estar presente en las Ferias Nacionales	Tener un presupuesto destinado a este proyecto
Coincidencia de varias Ferias o Actividades al mismo tiempo	Fuera de nuestro control	No participación en los algunas ferias donde la invitación llegue tardíamente	Agenda previa, sin embargo hay asuntos fuera de nuestro control como 2 ferias en una misma región
Falta de personal que atienda las ferias	Solamente existe 1 barista contratado	No participación en los algunas ferias	Contratación de Barista adicional
No utilizar el recurso web y otros Social Media Banners acerca de la Realización de la Feria, previa realización de la misma	Limitación de sistemas IT Aprobaciones de Gerencias, sub-direcciones y direcciones estén a tiempo	No subir los materiales a la web	Coordinación previa de estos proyectos con IT Aprobaciones con un tiempo definido de parte de Gerencias y Direcciones
No contar con transporte	No hay un auto designado para la GP	No asistir a la feria	Auto asignado a la GP

8.7.9 Cronograma del 1 de Octubre del 2013 al 31 de Setiembre 2014

Etapa	AÑO	2013 o 2014					
	Entregable	I	II	III	IV		
Preproducción de las Ferias de Café		X	X	X	X		
Realización de la feria		X	X	X	X		
Producción de materiales para el Stand		X	X	X	X		
Post Realización de la Feria		X	X	X	X		

8.6.10 Presupuesto: €2.650.00,00

9 PROYECTOS DE SOPORTE PROMOCIONAL

9.1 PROYECTO # 401 MATERIAL PROMOCIONAL

Planteamiento del Proyecto	
9.1 Nombre del Proyecto:	Material Promocional
9.1.1 Fecha de Aprobación:	Agosto 2013
9.1.2 Director del Proyecto:	Marcela Porras
9.1.3 Unidad Responsable:	Gerencia de Promoción
9.1.4 Tipo de financiamiento:	PAO <input type="checkbox"/> X
9.1.5 Forma de ejecución:	Administración <input type="checkbox"/> X Contrato <input type="checkbox"/> Ambos <input type="checkbox"/>

9.1.5 a) Necesidad: Realizar material informativo y promocional de Café de Costa Rica, 8 Regiones Cafetaleras e ICAFE dirigido a clientes de ICAFE (compradores de Café de Costa Rica, sector cafetalero nacional).
9.1.6.1 Justificación general: Se debe contar con inventario de material promocional e informativo acorde a las necesidades de los clientes de Café de Costa Rica.
9.1.6.2 Justificación técnica: Se debe contar con material de alta calidad, innovador y acorde a la imagen que se ha generado alrededor de Café de Costa Rica a nivel internacional.
9.1.6.3 Impacto en la calidad del servicio: Se debe contar con suficiente material promocional, que permita la participación en actividades de promoción, más allá de las ferias nacionales e internacionales. Esto es: ferias y actividades en que participen embajadas, atención de visitantes internacionales directos de ICAFE o del trade.
9.1.6.4 Impacto ambiental: Consumo de materias primas, impresiones, tintas, y traslado de materiales, cuando sea necesario.
9.1.6.5 Impacto económico: El costo por participación en ferias es alto, mas el retorno de inversión es justificable solo con el hecho de contar con un alto puesto en el “top of mind” de los consumidores de café de EEUU y Europa.
9.1.6.6 Alternativa de solución: Una disminución en el impacto económico es ahorro en tiquetes aéreos cuando sea posible y la elección adecuada de cantidades de café y material para envío a ferias, para disminución en tema de traslado al exterior.
PROYECTO
9.1.7 Alineamiento Estratégico (A qué objetivo estratégico responde) Este proyecto se alinea directamente con los objetivos estratégicos 1, 2 y 3 del Plan Estratégico de la Gerencia de Promoción, los referentes a Promoción Internacional de Café de Costa Rica.
9.1.7.1 Objetivos del Proyecto:
9.1.7.2 Objetivo General: Promocionar y posicionar Café de Costa Rica en los públicos meta con materiales acordes a la estrategia de la marca.
9.1.7.3 Objetivos Específicos: 1. Contar con materiales promocionales acordes a la marca Café de Costa Rica y para los públicos meta definidos. Contar con material informativos de Café de Costa Rica y para los públicos meta definidos.

9.1.8 Productos o Entregables

Etapa	Entregable	Criterio de Calidad	Responsable
1. Planeación de materiales promocionales e informativos	Cuadro con cálculo de materiales por actividad por año.	Visto bueno de Jefatura	Marcela Porras
2. Producción y/ o compra de materiales.	SBS y archivo de seguimiento de compra.	Revisión de carteles y seguimiento según estos con revisión de muestras y ofertas.	Marcela Porras
3. Distribución e inventario (control) de materiales.	Informes mensuales de inventario.	Archivo (recepción de inventario).	Marcela Porras /Stella Silva

9.1.8.1 Condiciones Necesarias

Condiciones administrativas:

- disponibilidad presupuestaria
- claridad y agilidad de procesos de contratación

Condiciones Operativas:

- personal capacitado para revisión de carteles, muestras y producción de materiales con proveedor adjudicado
- contar con más de un ejecutivo (a) capacitado revisión de carteles, muestras y producción de materiales con proveedor adjudicado

9.1.8.2 Monitoreo y Evaluación De Ejecución Del Plan

Según cronograma.

9.1.8.3 Evaluación De Riesgo:

Riesgo	Causa	Consecuencia	Indicador de mitigación del riesgo
Falta de presupuesto	Aprobación de PAO diferente a propuesta de GP.	Imposibilidad de contar con material planeado.	Cambio o disminución en materiales.
Falta de personal	Ausencia de personal capacitado para compra y supervisión de producción de materiales.	Incapacidad para concretar compra de materiales.	Contar con más de una persona para ejecución de este proyecto.
Falta de agilidad en procesos de organización.	Poca disponibilidad por recargo de funciones en un solo ejecutivo (a).	Atrasos o problemas en la organización de la Feria, que resultan en altos costos para la Institución.	Contar con personal capacitado para organización de Ferias, siendo éste no uno sino al menos, dos personas.
Falta de procesos efectivos interdepartamentales entre Gerencia de Promoción y Contratación Administrativa/ Contabilidad	Poca capacidad de respuesta según lo requerido para la adquisición de material promocional acorde a las necesidades de la Gerencia de Promoción.	Poco o ausencia de materiales en inventario y la consecuente ausencia del mismo en Ferias de Café y para atención de clientes de Café de Costa Rica.	Comunicación eficaz y constante entre departamentos del Instituto para agilizar trámites.

9.1.9 Cronograma

Etapa	AÑO Entregable	2013 - 2014 – por trimestre			
		I	II	III	IV
Planeación de materiales promocionales e informativos	Cuadro con cálculo de materiales por actividad por año.				
Producción y/ o compra de materiales.	SBS y archivo de seguimiento de compra.				
Distribución e inventario (control) de materiales.	Informes mensuales de inventario.				

9.1.10 Presupuesto: ₡55.819.121,16

9.2 PROYECTO # 436 MUESTRAS DE LAS 8 ZONAS

Planteamiento del Proyecto	
9.2 Nombre del Proyecto:	Muestras de las 8 zonas de Costa Rica
9.2.1 Fecha de Aprobación:	
9.2.2 Director del Proyecto:	Ricardo Azofeifa Mora
9.2.3 Unidad Responsable:	Gerencia de Promoción
9.2.4 Tipo de financiamiento:	PAO <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
9.2.5 Forma de ejecución:	Administración <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Contrato <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Ambos <input type="checkbox"/>
9.2.6 a) Necesidad: Suplir de café representativo de las 8 regiones cafetaleras de Costa Rica a utilizar en ferias de cafés especiales de América, Europa, Asia y Oceanía así como las actividades de promoción de la cultura del café y educación de la cultura de café a nivel nacional.	

9.2.6.1 Justificación general: Atender las labores de promoción local e internacional, con la degustación de los 8 orígenes.

9.2.6.2 Justificación técnica: La labor de promoción de una marca país, se logra de una forma equitativa en el tanto se represente a todas las zonas cafetaleras sin excepciones o preferencias entre ellas, por lo que contar con café que exprese la realidad de la exportación del grano ante potenciales compradores y consumidores finales, es toda una necesidad que se debe suplir con este proyecto.

9.2.6.3 Impacto en la calidad del servicio: La participación de Café de Costa Rica internacionalmente e ICAFE en suelo nacional, sirviendo los 8 orígenes de café, impacta de manera directa a clientes vigentes, clientes potenciales y define la intención de prevalecer en la actividad por difíciles que se presenten las pruebas de una economía globalizada tremendamente cambiante.

9.2.6.4 Impacto ambiental: Hay un alto impacto ambiental en el uso materiales plásticos para el almacenamiento del grano verde, consumo de gas para tostado, material de empaque del grano una vez tostado y molido así como el traslado del producto y personal a ferias.

9.2.6.5 Impacto económico: Si se contemplan la participación en 6 ferias internacionales y más de 35 actividades promocionales en suelo nacional así como el desarrollo de un curso profesional de baristas y más de 30 cursos básicos el impacto económico es medio. Pero representa un retorno de la inversión importante pues la gente conoce qué tipo de café produce y comercializa Costa Rica.

9.2.6.6 Alternativa de solución: Organizar un concurso en cada zona de forma tal que le permita al ICAFE hacerse del grano con las mejores condiciones de taza, el ganador de cada región patrocinará al ICAFE, a cambio recibe la promoción local e internacional como el café de la cosecha, gozando de privilegios y oportunidades de negocio. Esto se puede hacer de una circular al sector, involucrando las sedes regionales de ICAFE y catando en el CICAPE de forma que este proyecto tenga un bajo impacto económico.

PROYECTO

9.2.7.1 Objetivos del Proyecto:

9.2.7.2 Objetivo General: Adquirir café procedente de las 8 zonas cafetaleras de Costa Rica.

9.2.7.3 Objetivos Específicos:

- Atención de ferias internacionales.
- Atención de Degustaciones en actividades locales.
- Atención de actividades internacionales de imagen país.
- Atención de actividades de relaciones públicas por parte de las Misiones Diplomáticas de Costa Rica en el exterior.
- Cabildeo a nivel nacional e internacional.
- Contar con inventario para Formación de Baristas.
- Contar con café para envío a escuelas de Baristas internacionales.

9.2.8 Productos o Entregables

Etapa	Entregable	Criterio de Calidad	Responsable
• Contactar proveedores.	Correos electrónicos, cartas y llamadas telefónicas	Correo de verificación de solicitud o nota afin.	Ricardo Azofeifa Mora
• Solicitar muestras así como las propuestas de precio.	Carta a proveedor o registro de correo electrónico	Recibo de la muestra solicitada	Ricardo Azofeifa Mora
• Verificación de la calidad previo la compra (vía catación)	Catación de muestra de café en el laboratorio del CICAPE, descripción cualitativa y cuantitativa según protocolo SCAA.	70% sobre zaranda 17. Color azul o verde Uniformidad en tueste Limpio de taza 10-11% humedad	Ricardo Azofeifa Mora
• Realizar la compra	Solicitud de Bienes y servicios o adelanto de caja chica en el caso que sean compras iguales o inferiores a 69 kilogramos y que se ajusten al reglamento	Que se ajuste a los precios internacionales del grano y las políticas de control que promulga el ICAFE (rendimiento de contratos consumo local)	Ricardo Azofeifa Mora

<ul style="list-style-type: none">• Almacenamiento, custodia y empleo del inventario según feria o actividad promocional	de caja chica. Registro de ingreso del producto al inventario. Control de salida del café del inventario con respectiva justificación de actividad	Reporte mensual del estado teórico y físico del inventario	Ricardo Azofeifa Mora
---	---	--	-----------------------

9.2.8.1 Condiciones Necesarias

Condiciones administrativas:

- Disponibilidad presupuestaria

Condiciones Operativas:

- Disponibilidad de tiempo y espacio para realizar las labores de catación en el CICAFFE
- Coordinación entre encargado de proyecto y las diferentes cedes regionales del ICAFFE para monitoreo de muestras y traslado final del producto al CICAFFE.

9.2.8.2 Monitoreo y Evaluación De Ejecución Del Plan

Según cronograma.

9.2.8.3 Evaluación De Riesgo:

Riesgo	Causa	Consecuencia	Indicador de mitigación del riesgo
Ausencia de interés de los proveedores del grano	Tramitología complicada para concursar por la venta de Café a ICAFE (cartel de licitación o Contratación administrativa)	Inexistencia de oferentes de algunos orígenes	Hacer las compras a través de adelantos de caja chica u otra figura que proponga una compra mayor y considerable
Compra fundamentado en el criterio de un solo funcionario	La Gerencia de Promoción hasta ahora considera la presencia de un segundo Barista profesional en planilla	En el caso de ausencia del responsable por cualquier motivo (vacaciones o salud) se pueden atrasar o bien no ejecutar	Capacitación inmediata al segundo Barista del ICAFE en materia de tueste, catación y juzgamiento del café, así como la oportunidad de tomar cursos profesionales de catación para dicho funcionario
Reportes tardíos de los estados del inventario físico de café ante Unidad Financiera del ICAFE	Cantidad considerable de compromisos a atender durante el transcurso del mes, incluyendo eventos extra horarios (después de jornada laboral regular y fines de semana, dentro y fuera del país).	Incumplimiento con lo solicitado por la Unidad Financiera del ICAFE, apertura de sesgos en los controles de registro de salidas del inventario que a la postre propicien errores administrativos, como el tema de seguros ante el INS.	Compartir las responsabilidades del control del inventario entre los dos Baristas de planta con los que cuenta la Institución.

9.2.9 Cronograma: Del 1° de octubre del 2013 al 30 de junio del 2014.

Etapa	Entregable	AÑO					
		2013 o 2014					
		I	II	III	IV		
Contactar proveedores	Correos electrónicos, cartas y llamadas telefónicas		X				
Solicitar muestras así como las propuestas de precio.	Carta a proveedor o registro de correo electrónico		X				
Verificación de la calidad previo la compra (vía catación)	Catación de muestra de café en el laboratorio del CICAPE, descripción cualitativa y cuantitativa según protocolo SCAA		X				
Realizar la compra	Solicitud de Bienes y servicios o adelanto de caja chica en el caso que sean compras iguales o inferiores a 69 kilogramos y que se ajusten al reglamento de caja chica. Pero no alcanza para generar una compra importante y considerable, por eso se propone otra figura de compra de café		X	X			
Almacenamiento, custodia y empleo del inventario según feria o actividad promocional	Registro de ingreso del producto al inventario. Control de salida del café del inventario con respectiva justificación de actividad	X	X	X	X		

9.2.10 Presupuesto: ₡5,000.000,00

10 Presupuesto General

Se determina por el presupuesto aprobado por la Junta Directiva. Copia del mismo en el presupuesto del sistema de Presupuestos, el cual puede sufrir alteraciones por recortes durante el periodo fiscal o modificaciones presupuestarias en la consecución de los objetivos.