

**INSTITUTO DEL CAFÉ DE COSTA RICA**

**Gerencia de Promoción y Proyectos**

**PLAN ANUAL OPERATIVO**

**(PAO) 17-18**

**EQUIPO DE PROMOCION**

**Julio 2017**

### Índice

Presentación	4
Misión	6
Objetivo general de la Gerencia	6
Objetivos específicos por paquete estratégico	6
Proyectos según Paquete Estratégico	7
1. DESARROLLO DE PROYECTOS NACIONALES	7
1.1. Antecedentes	7
1.2. Objetivo general	7
1.3. Objetivos específicos	7
1.4. Paquete de trabajo a desarrollar	7
1.5. Proyecto Estratégico No.1, CULTURA	8
Presupuesto asignado:	9
1.6. Proyecto Estratégico No.2, EDUCACION	9
Presupuesto asignado:	10
1.7. Proyecto Estratégico No.3, TIENDA	10
Presupuesto asignado :	11
2. DESARROLLO DE PROYECTOS INTERNACIONALES	12
2.1. Antecedentes	12
2.2. Objetivo general de la unidad	12
2.3. Objetivos específicos	12
2.4. Paquete de trabajo a desarrollar	12
2.5. Proyecto Estratégico No.1, FERIAS INTERNACIONALES	13
Presupuesto asignado:	15
2.6. Proyecto Estratégico No.2, NUEVOS NICHOS DE MERCADO	15
Presupuesto asignado:	17
	2

## Plan Anual Operativo 2017-2018

---

2.7.	Proyecto Estratégico No.3, ALIANZAS SOCIOS ESTRATEGICOS	17
	Presupuesto asignado:	19
3.	DESARROLLO DE COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	19
3.1.	Antecedentes	19
3.2.	Objetivo general de la unidad	19
3.3.	Objetivos específicos	19
3.4.	Paquete de trabajo a desarrollar	20
3.5.	Proyecto Estratégico No.1, SECTOR CAFETALERO NACIONAL	20
	Presupuesto asignado:	24
3.6.	Proyecto Estratégico No.2, COMUNICACIÓN DE PROMOCION NACIONAL	24
	Presupuesto asignado:	27
3.7.	Proyecto Estratégico No.3, PROMOCION INTERNACIONAL	27
	Presupuesto asignado:	30
3.8.	Proyecto Estratégico No.4, COMUNICACIÓN DE PROYECTOS	30
	Presupuesto asignado:	32
4.	Desarrollo de Trazabilidad y Sostenibilidad	32
4.1	Antecedentes	32
4.2	Objetivo general de la unidad	33
4.3	Objetivos específicos	33
4.4	Paquete de trabajo a desarrollar	33
4.5	Proyecto Estratégico No.1, DESARROLLO DE CERTIFICACION INDICACION GEOGRAFICA	34
	Presupuesto asignado :	35
4.6	Proyecto Estratégico No.2, MAPEO DE LA CADENA DE SUMINISTRO DEL CAFE	35
	Presupuesto asignado:	36
4.7	Proyecto Estratégico No.3	36
	Presupuesto asignado:	37

### Presentación

El Plan Anual Operativo (PAO) constituye la herramienta que guía el desarrollo de las actividades anuales que lleva a cabo la Gerencia Promoción del ICAFE. Del mismo se deriva parte de la planificación, pero sobre todo la ejecución de los proyectos que implican la consecución de metas en favor de la promoción nacional, la internacional y la proyección de la comunicación institucional, del Sector Cafetalero Nacional y de la marca Indicación Geográfica Café de Costa Rica.

La operación de la Gerencia ha estado presentando cambios y este año no es la excepción. Es claro que el mundo del café ha revolucionado la forma de conceptualizar la promoción. Los diferentes orígenes productores han visto la forma de ser versátiles a la hora de promocionar sus cafés, por lo que los sistemas o plataformas de cada origen facilitan y potencian esta decisión de ser flexibles. Si bien es cierto Café de Costa Rica ha sido vanguardista de esta nueva revolución promocional, vivimos en un entorno que cambia constantemente y los orígenes, o mejor dicho el “Brand Management” de Café de Costa Rica, debe evolucionar rápidamente y ser suficientemente flexible y ágil para poder ser eficaz en un contexto completamente distinto.

Hemos agrupado los diferentes proyectos en “paquetes de trabajo” a saber: promoción nacional, promoción internacional, divulgación (que incluye la gestión de proyección institucional, así como la gestión con la Gerencia Técnica en temas de transferencia de tecnología), y proyecto de trazabilidad y sostenibilidad. A su vez cada paquete recibe también el nombre de unidad, a efecto de poder asignar un líder de proyecto. Esta acción es fundamental para poder operar como equipo, y así participar y tener comunicados a los miembros de la gerencia transversalmente.



Es de suma importancia destacar que la estructura de este PAO responde por primera vez, a un “Taller de desarrollo del Plan Anual Operativo de la Gerencia Promoción del ICAFE 2017/18, mediante la metodología DESIGN THINKING” que se desarrolló gracias al aporte del Ministerio de Negocios, Energía y Estrategia Industrial y NAMA facility de la República Federal Alemana los días 11 y 12 de Julio 2017. (VER ANEXO NO.1)

Desde la adopción del Plan Estratégico Institucional 2014-2023, la Gerencia ha relacionado sus proyectos a los objetivos de este e incluso sumado acciones que responden a la necesidad de flexibilidad y tendencias no consideradas en este Plan de 9 años. Para tal efecto y para mayor facilidad de lectura se ha desarrollado una matriz que consolida que relaciona los proyectos con los objetivos estratégicos e **indicadores de desempeño que estarán se presentarán al final de periodo** (VER ANEXO No.2).

**Mario Arroyo Uder<sup>1</sup>**  
**Gerente de Promoción, Divulgación y Proyectos**

---

<sup>1</sup> Ingeniero Industrial, Master in Business Administration, Master in Coffee Science and Economics.

### Misión

Somos un equipo que promueve y conecta los atributos de calidad, trazabilidad y sostenibilidad del Café de Costa Rica con las exigencias de diferentes mercados, con Pasión, Liderazgo e Innovación.

### Objetivo general de la Gerencia

Desarrollar acciones, innovadoras, apropiadas para la divulgación y posicionamiento del Café de Costa Rica y del Sector Cafetalero, en el ámbito nacional e internacional.

### Objetivos específicos por paquete estratégico

1. **Trazabilidad y Sostenibilidad:** Gestionar proyectos sostenibles y trazables para generar un valor y posicionamiento al Café de Costa Rica, nacional e internacionalmente.
2. **Promoción Internacional:** Generar estrategias para posicionar en el mercado internacional estrategias de valor para el Café de Costa Rica.
3. **Promoción Nacional y Soporte:** Fortalecer la cultura de Café de Costa Rica mediante alianzas, ferias, capacitaciones, imagen y exposición de marca del Café de Costa Rica e ICAFE.
4. **Comunicación y Divulgación:** Promover, apoyar y fortalecer la comunicación del Sector Cafetalero Nacional, ICAFE, la promoción nacional e internacional aportando valor a la institucionalidad y el Sector Cafetalero Nacional, la labor que estos realizan y a la Marca Café de Costa Rica.

## Proyectos según Paquete Estratégico

### 1. DESARROLLO DE PROYECTOS NACIONALES

#### 1.1. *Antecedentes*

#### 1.2. *Objetivo general*

Fortalecer la cultura de Café de Costa Rica mediante: alianzas, ferias, eventos, atenciones, capacitaciones, imagen y exposición de la marca Café de Costa Rica e ICAFE, generando estrategias de posicionamiento, promoción y sentido de pertenencia hacia Café de Costa Rica, buscando la sostenibilidad económica para el Sector Cafetalero.

#### 1.3. *Objetivos específicos*

1. Fomento de educación, cultura e imagen “Indicación Geográfica” para el consumo de Café de Costa Rica.
2. Avivar el sentido pertenencia hacia el Café de Costa Rica, por parte de los amantes del café.
3. Transferir conocimiento desarrollado en “HUB Barismo” hacia nuevas generaciones, en los diferentes cursos y talleres, motivando el relevo generacional.

#### 1.4. *Paquete de trabajo a desarrollar*

<b>Objetivo del paquete</b>	El paquete de trabajo está conformado por los proyectos: Cultura, Educación y Tienda. Cuyo objetivo común es: Fortalecer en el consumidor local la cultura de consumo de Café de Costa Rica, generar identidad y sentido de pertenencia hacia el grano de oro costarricense.
<b>Indicadores de cada proyecto</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 5 ferias. 3 talleres. 13 atenciones institucionales y diplomáticas. 1 actividad en locación de alianza.</li><li>2. 6 cursos Barismo Básico a Regionales. 1 curso de Barismo Avanzado para Regionales (funcionarios). 20 inspecciones a escuelas. 4 reuniones con Escuelas Barismo. 2 calibraciones para Facilitadores Escuelas. 3 convenios interinstitucionales.</li></ol>

	3. 10.000 almanaques. 12 artículos material promocional Gerencia Promoción. 2 artículos material promocional- productores, Gerencia Técnica. 5 artículos tienda Café de Costa Rica. 5 tiendas
--	---

Colaboradores clave: EQUIPO GERENCIA DE PROMOCIÓN

### 1.5. *Proyecto Estratégico No.1, CULTURA*

<b>Nombre de Proyecto 443-448-449-452.</b>	<b>Cultura</b> (Alianza Socios Estratégicos *incluir presupuesto para celebración 210 aniv*, Ferial del Café/Día Nacional del Café y Festival Viva Café (en caso de obtener presupuesto extraordinario)
<b>Fecha de inicio</b>	Octubre 2017
<b>Fecha de finalización</b>	Septiembre 2018
<b>Unidad Ejecutora y Responsable</b>	GPDP- Alejandra Salazar
<b>Objetivo estratégico en que se enlaza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecer y buscar alianzas estratégicas.</li> <li>- Actualizar la estrategia de promoción.</li> <li>- Propiciar el desarrollo integral de la actividad cafetalera.</li> </ul>
<b>Actividad focal:</b>	Ferias, talleres, atenciones y alianzas.
Justificación: La Unidad de Proyectos Nacionales es la responsable de coordinar y desarrollar: Ferias Nacionales (Frailas, Tarrazú, Naranjo, Bruncafé, Día Nacional del Café, Viva El Café Festival), atenciones (Cumbre Tuxtla, SICA, GRULAC, etc), así como alianzas (Museo Banco	



Central de Costa Rica, Cámara de Restaurantes) en búsqueda de la sensibilización hacia la identificación con el grano de oro cosechado y cultivado en Costa Rica.	
<b>Productos entregables</b>	<b>Fecha</b>
<b>Ferias Nacionales</b> (5 Ferias)	setiembre 2018
<b>Talleres</b> (1 taller por cuatrimestre), atenciones (13 atenciones Institucionales y Diplomáticas) y <b>alianzas</b> (1 actividad al año en locación de alianza)	setiembre 2018

**Presupuesto asignado:**

**VER ANEXO 2**

**1.6. Proyecto Estratégico No.2, EDUCACION**

<b>Planteamiento de proyecto e indicador:</b>	
Nombre de Proyecto	<b>Educación</b>
Fecha de inicio	Octubre 2017
Fecha de finalización	Septiembre 2018
Unidad Ejecutora y Responsable	GPDP- Alejandra Salazar
Objetivo estratégico en que se enlaza	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propiciar el desarrollo integral de la actividad cafetalera.</li> <li>- Implementar estrategias de sostenibilidad económica institucional.</li> <li>- Fortalecer y buscar alianzas estratégicas.</li> </ul>
Actividad focal:	Cursos de Barismo y alianzas interinstitucionales.

## Plan Anual Operativo 2017-2018

---

<b>Justificación:</b> La Unidad de Proyectos Nacionales tiene a su cargo el desarrollo, ejecución y control de Curso Básico de Barismo y el Curso Avanzado de Barismo, a nivel institucional (en coordinación única con Regionales ICAFE), además del establecimiento, coordinación, control y retroalimentación con aliados de entes como Ministerio de Educación Pública, Universidad Fundepos y el Instituto Nacional de Aprendizaje.	
<b>Productos entregables</b>	<b>Fecha</b>
<b>Barismo Básico</b> (1 curso al año en cada Regional ICAFE) (2 inspecciones por Escuela de Barismo al año) (1 reunión con Escuelas de Barismo cada semestre) (1 calibración al año para Facilitadores de Escuelas de Barismo Básico)	Setiembre 2018
<b>Barismo Avanzado</b> (1 curso al año para funcionarios de Regionales ICAFE) (2 inspecciones por Escuela de Barismo al año) (1 reunión con Escuelas de Barismo por semestre) (1 calibración al año para Facilitadores de Escuelas Barismo Avanzado)	Setiembre 2018
<b>MEP/Fundepos/INA</b> (1 convenio firmado por cada ente)	Setiembre 2018

### **Presupuesto asignado:**

**VER ANEXO 2**

### **1.7. Proyecto Estratégico No.3, TIENDA**

## Plan Anual Operativo 2017-2018

---

<b>Planteamiento de proyecto e indicador:</b>	
Nombre de Proyecto	<b>Tienda</b>
Fecha de inicio	octubre 2017
Fecha de finalización	septiembre 2018
Unidad Ejecutora y Responsable	GPDP- Alejandra Salazar
Objetivo estratégico en que se enlaza	<ul style="list-style-type: none"><li>- Implementar estrategias de sostenibilidad económica institucional.</li><li>- Actualizar estrategia de promoción.</li></ul>
<b>Actividad focal:</b>	Tienda, material promocional para GPDP y GT, Libro Café de Costa Rica y calendario 2018.
<b>Justificación:</b> Uno de los Objetivos Estratégicos institucionales aboga por la implementación de estrategias de sostenibilidad económica institucional, de manera que el desarrollo de productos como Tienda Café de Costa Rica, Libro y Calendario, pretenden justamente esta diversificación de ingresos.	
<b>Productos entregables</b>	<b>Fecha</b>
<b>Calendario Café de Costa Rica 2018</b> (10.000 almanaques)	Noviembre 2017
<b>Material Promocional</b> (GPDP: 12 artículos, GT: 2 artículos)	Setiembre 2018
<b>Tienda Café de Costa Rica</b> (5 artículos, 5 tiendas)	Setiembre 2018

### **Presupuesto asignado :**

**VER ANEXO 2**

## 2. DESARROLLO DE PROYECTOS INTERNACIONALES

### 2.1. *Antecedentes*

La proyección internacional del Café de Costa Rica ha cumplido un rol muy importante en el fortalecimiento de la imagen de nuestro café, la presencia de Café de Costa Rica en estas actividades mantiene alto el nivel de recordación de nuestra marca y representa una oportunidad para que nuestros productores y exportadores coloquen su oferta en estos mercados. Por otro lado el participar en estos eventos nos genera conocimiento para acceder a las tendencias de consumo, adecuando nuestra oferta a los nuevos gustos y preferencias de los consumidores y es de esta manera como podemos ampliar nuestra colocación en términos de volumen, precio y calidad, garantizando un mejor ingreso económico a toda la cadena de producción.

### 2.2. *Objetivo general de la unidad*

Generar estrategias para fortalecer el posicionamiento de nuestro café en el mercado internacional, destacando la propuesta de valor de sostenibilidad y trazabilidad del café de Costa Rica.

### 2.3. *Objetivos específicos*

1. Fortalecer el posicionamiento de Café de Costa Rica en el mercado Internacional.
2. Promover y posicionar a Costa Rica como un país pionero en la implementación, medición y verificación de Trazabilidad y Sostenibilidad en el sector productivo de café.
3. Lograr impacto de posicionamiento participando en actividades como ferias, ruedas de negocios, seminarios y foros por medio de la comunicación de avances en temas de sostenibilidad y trazabilidad del Café de Costa Rica, Ej. Pilares de la trazabilidad y Sostenibilidad y Nama Café.
4. Propiciar un espacio de relaciones comerciales “Networking” (compradores, vendedores y suplidores de servicios paralelos con la industria del café, entre otros).
5. Buscar nuevos nichos de mercado para la ampliación de nuestra oferta exportadora de café, a través de alianzas con socios comerciales y participación en ferias nuevas de café.

### 2.4. *Paquete de trabajo a desarrollar*

<b>Objetivo del paquete</b>	El paquete de trabajo está conformado por los siguientes proyectos: Estrategia de Trazabilidad y Sostenibilidad, Nuevo Nichos de Mercados, Proyección en Foros Internacionales, <b>Cuyo objetivo</b> común es Generar estrategias para fortalecer el posicionamiento de nuestro café en el mercado internacional, destacando la propuesta de valor de <u>sostenibilidad y trazabilidad</u> del café de Costa Rica.
<b>Indicadores de cada proyecto</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lanzar, al menos, una categoría al año de cafés diferenciado basado en los indicadores de trazabilidad (ej. Nama Café).</li> <li>2. Proyección en 5 ferias Internacionales con <u>talleres</u> que permitan la difusión de nuevos valores diferenciadores de café en el mundo.</li> <li>3. Contactar y vincular una propuesta de precio/calidad del Café de Costa Rica con nuevos nichos de mercado en USA y Europa.</li> <li>4. Participar activamente en un mínimo de 5 Foros Nacionales e internacionales para fomentar y fortalecer alianzas con socios estratégicos que aporten valor de expansión de nuestras acciones (SinterCafe, COE, SCACR, Misiones Comerciales, Misiones Diplomáticas)</li> </ol>

**Colaboradores clave: EQUIPO DE PROMOCIÓN**

### 2.5. Proyecto Estratégico No.1, FERIAS INTERNACIONALES

<b>Planteamiento de proyecto e indicador :</b>	
Nombre de Proyecto #419	<b>FERIAS INTERNACIONALES</b>
Fecha de inicio	Octubre 2017
Fecha de finalización	Septiembre 2018
Unidad Ejecutora y Responsable	GPDP – Rocío Mena
Objetivo estratégico en que se enlaza	Innovar la forma en que se posiciona el Café de Costa Rica en el mundo, ofreciendo una propuesta única de valor que garantiza la trazabilidad y sostenibilidad.

<p>Actividad focal:</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dentro del marco de las ferias internacionales se propiciarán talleres, foros o charlas para presentar proyectos, desarrollar ideas y buscar validaciones de propuestas en desarrollo.</li> <li>2. Participación activa en foros de relevancia Sintercafe y Taza de la Excelencia.</li> <li>3. Renovar el uso de la página web para presentar una plataforma de difusión sólida, consistente y que sea el punto de búsqueda y encuentro de información sobre Café de Costa Rica.</li> <li>4. Estrategia de comunicación, en donde se definirá el target, mensajes claves y canales de comunicación.</li> <li>5. Activar la comunicación en canales digitales.</li> <li>6. Desarrollo de materiales gráficos, compuesto de diferentes tipos para reforzar los mensajes claves de la comunicación.</li> </ol>
<p>Justificación: La Trazabilidad y Sostenibilidad de nuestro sistema es único en el mundo y debe ser un punto de diferenciación para el posicionamiento que aportará desarrollo y beneficio económica al sector productor de Café de Costa Rica, además los eventos como Sintercafé y Taza de la excelencia son eventos que se generan en país de origen y tienen una proyección a nivel mundial.</p>	
<p><b>Productos entregables</b></p>	<p><b>Fecha</b></p>
<p>5 propuestas de comunicación dirigida a cada una de las ferias internacionales.</p>	<p>MICE: Febrero 2018                      SCA: Abril 2018                      SCAE: Junio 2018                      Taza de la Excelencia: Junio 2018                      SCAJ: Septiembre 2018</p>

	SinterCafe: Noviembre 2018 Café Show: Noviembre 2018

**Presupuesto asignado:**

**VER ANEXO 2**

**2.6. Proyecto Estratégico No.2, NUEVOS NICHOS DE MERCADO**

<b>Planteamiento de proyecto e indicador :</b>	
Nombre de Proyecto #419-430-443	<b>Nuevos Nichos de Mercados</b> (Sintercafé-Taza-Ferias Internacionales-Alianzas Estratégicas)
Fecha de inicio	Octubre 2017
Fecha de finalización	Septiembre 2018
Unidad Ejecutora y Responsable	GPDP – Rocío Mena
Objetivo estratégico en que se enlaza	Transferir (centralizar, canalizar y conectar) información y conocimiento que enlace los sectores productivos del café con los diferentes públicos (medios de comunicación, consumidor nacional e internacional, sector cafetalero, institucional)
Actividad focal:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer una categorización de calidades de exportaciones de café <ul style="list-style-type: none"> <li>● Café de diferenciación</li> <li>● Café de alta calidad</li> <li>● Café de taza limpia</li> </ul> </li> <li>2. Encontrar e identificar los nichos de mercado <b>tostadores, compradores</b>, etc. que se conviertan en compradores potenciales.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Talleres y foros para presentar proyectos, desarrollar ideas y buscar validaciones de proyectos</li> <li>4. Realizar mesas de negocio previas a las ferias.</li> <li>5. Renovar el uso de la página web para presentar una plataforma de difusión sólida, consistente y que sea el punto de búsqueda y un centro de información sobre Café de Costa Rica.</li> <li>6. Estrategia de comunicación, en donde se definirá el target, mensajes claves y canales de comunicación.</li> <li>7. Activar la comunicación en canales digitales.</li> <li>8. Desarrollo de materiales gráficos, compuesto de diferentes tipos para reforzar los mensajes claves de la comunicación.</li> <li>9. Replanteamiento de la forma en que participamos en las ferias, haciendo un análisis previo para trasladar el esfuerzo de inversión hacia acciones más rentables, ej. visitas interactivas con microtostadores, eventos en cafeterías, entre otros.</li> <li>10. Participar en ferias en sociedad con PROCOMER, esta oportunidad nos brinda la opción de ampliar mercado con una inversión presupuestaria menor.</li> </ol>
<p>Justificación: Esta actividad se centrará en los mercados de Estados Unidos y Europa que concentran 83% de nuestra oferta exportable, y en la presencia de nichos emergentes que buscan una variables de precio/calidad y presentes en Café de Costa Rica.</p>	
<b>Productos entregables</b>	<b>Fecha</b>



Base de datos con compradores interesados para la vinculación con clientes potenciales, basado en la estrategia de segmentación (3 niveles)	MICE: Febrero 2018 SCA: Abril 2018 Taza de la Excelencia: Junio 2018 SCAE: Junio 2018 SCAJ: Septiembre 2018 Sintercafe: Noviembre 2018 Café Show: Noviembre 2018

**Presupuesto asignado:**

**VER ANEXO 2**

**2.7. Proyecto Estratégico No.3, ALIANZAS SOCIOS ESTRATEGICOS**

<b>Planteamiento de proyecto e indicador :</b>	
Nombre de Proyecto #443-435	<b>Alianzas con Socios Estratégicos (Foros Internacionales y Vinculaciones diplomáticas)</b>
Fecha de inicio	Octubre 2017
Fecha de finalización	Septiembre 2018
Unidad Ejecutora y Responsable	GPDP – Rocío Mena
Objetivo estratégico en que se enlaza	-Transferir (centralizar, canalizar y conectar) información y conocimiento que enlace los sectores productivos del café con los diferentes públicos (medios de comunicación, consumidor nacional e internacional, sector cafetalero, institucional). - Innovar la forma en que se posiciona el Café de Costa Rica en el mundo, ofreciendo una propuesta única de valor que garantiza la trazabilidad y sostenibilidad.

<p>Actividad focal:</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crear una propuesta para espacios de intercambio de opiniones, discusiones mediante reuniones, foros y actividades grupales que permitan el intercambio asertivo de opiniones e impresiones sobre el Café de Costa Rica y a su vez mostrar los esfuerzos y avances que marcan diferenciación.</li> <li>2. Renovar el uso de la página web para presentar una plataforma de difusión sólida, consistente y que sea el punto de búsqueda y un centro de información sobre Café de Costa Rica.</li> <li>3. Estrategia de comunicación, en donde se definirá el target, mensajes claves y canales de comunicación.</li> <li>4. Activar la comunicación en canales digitales.</li> <li>5. Desarrollo de materiales gráficos, compuesto de diferentes tipos para reforzar los mensajes claves de la comunicación.</li> <li>6. Participar en ferias en sociedad con PROCOMER, esta oportunidad nos brinda la opción de ampliar mercado con una inversión presupuestaria menor.</li> </ol>
<p>Justificación: Las vinculaciones diplomáticas y participación en foros</p>	
<p><b>Productos entregables</b></p>	<p><b>Fecha</b></p>
<p>Base de datos con compradores interesados para la vinculación con clientes potenciales, basado en la estrategia de segmentación (3 niveles)</p>	<p>MICE: Febrero 2018                      SCA: Abril 2018                      SCAE: Junio 2018                      Taza de la Excelencia: Junio 2018                      SCAJ: Septiembre 2018</p>

	Sintercafe: Noviembre 2018 Café Show: Noviembre 2018

**Presupuesto asignado:**

**VER ANEXO 2**

### **3. DESARROLLO DE COMUNICACIÓN ESTRATEGICA**

#### **3.1. Antecedentes**

La comunicación y la transferencia de información es fundamental para el desarrollo integral del ICAFE y Sector Cafetalero Nacional, a lo largo de los años se han desarrollado campañas y estrategias que buscan fortalecer la Caficultura Nacional dirigidas a cada uno de los diferentes públicos clave (Productores, Beneficiadores, Tostadores y Exportadores) además la comunicación ha dado apoyo a la promoción Nacional e Internacional del consumo de café, así como a los proyectos que genera la Institución. Por esta razón se desarrolla un plan anual de comunicación que busca la integración de todos los sectores para fortalecer el Sector Cafetalero Nacional.

#### **3.2. Objetivo general de la unidad**

Promover, apoyar y fortalecer la comunicación eficiente del Sector Cafetalero Nacional, ICAFE, Promoción Nacional /Internacional y proyectos, dando valor a la marca Café de Costa Rica.

#### **3.3. Objetivos específicos**

1. Fortalecer la comunicación entre el Instituto del Café de Costa Rica y el Sector Cafetalero Nacional (Productores, Tostadores, Beneficiadores, Exportadores).
2. Apoyar la Promoción Nacional mediante una comunicación efectiva de todas sus actividades, ferias, cursos, proyectos y alianzas.
3. Promocionar y comunicar las actividades, foros y talleres internacionales de la marca Café de Costa Rica, con el fin de posicionarla en mercados externos.
4. Fortalecer la comunicación de los nuevos proyectos de la Gerencia de Promoción, Divulgación y Proyectos, en temas como Sostenibilidad, Trazabilidad, Relevo Generacional e Innovación.

**3.4. Paquete de trabajo a desarrollar**

<b>Objetivo del paquete</b>	Promover, apoyar y fortalecer la comunicación eficiente del Sector Cafetalero Nacional, ICAFE, Promoción Nacional /Internacional y proyectos, dando valor a la marca Café de Costa Rica.
<b>Indicadores de cada proyecto</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estrategias de Comunicación Sectorial (4 estrategias), Revista Innova (4 Revistas), Talleres y Conversatorios (6 actividades), Alianzas con Medios de Comunicación (2 alianzas), Desarrollo de presentaciones (10 PPT o Keynotes), Comunicados de Prensa (50 Comunicados), Videos Informativos (30), Actualizaciones página Web (4 actualizaciones), Campaña Relaciones Públicas medios (3 talleres), Planes de Medios Sociales y Redes Sociales (4 planes)</li> <li>2. Estrategia de Comunicación para Actividades Nacionales (5 estrategias), Videos Post Actividades Nacionales (5 videos), Cobertura a Proyecto Educación (3 Coberturas), Estrategia desarrollo de marca para tienda Café de Costa Rica (1 estrategia), Atenciones vistas la ICAFE (10 atenciones), Campañas comunicación para eventos de Café de Costa Rica (7 Campañas).</li> <li>3. Campañas de comunicación para ferias Internacionales (5 Campañas), Renovación de Café de Costa Rica (1 Renovación y Actualizaciones Constantes), Campañas de Comunicación para foros Internacionales y vinculaciones diplomáticas (2 campañas), Campaña de Comunicación para nuevos nichos de mercados (1 campaña).</li> <li>4. Campaña de Comunicación Proyecto Sostenibilidad y Trazabilidad. (1 campaña), Estrategia de Comunicación para NAMA Café (2 estrategias)</li> </ol>

Colaboradores clave: Mario Arroyo, Rocío Mena, David Ortiz, Warner Villegas, Alejandra Salazar, Jonathan Ramírez y Julio Barrantes

**3.5. Proyecto Estratégico No.1, SECTOR CAFETALERO NACIONAL**

<b>Planteamiento de proyecto e indicador :</b>	
Nombre de Proyecto	Sector Cafetalero Nacional
Fecha de inicio	Octubre 2017
Fecha de finalización	Setiembre 2018

Unidad Ejecutora y Responsable	GPDP – David Ortiz
Objetivo estratégico en que se enlaza	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer un proceso de modernización institucional.</li> <li>2. Propiciar el desarrollo integral de la actividad cafetalera.</li> <li>3. Implementar estrategias de sostenibilidad económica Institucional.</li> <li>4. Implementar una estrategia de Comunicación Institucional.</li> <li>5. Actualizar estrategia de promoción Institucional.</li> <li>6. Fortalecer y buscar alianzas estratégicas.</li> </ol>
Actividad focal:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se va a generar una estrategia diferenciada para cada uno de los públicos del Sector Cafetalero Nacional, se crearán materiales gráficos (Invitaciones, videos, entrevistas), además de la utilización de Medios Sociales para su divulgación y la utilización de grupos de Whatsapp.</li> <li>2. Se va a fortalecer la Revista Innova, con el fin de que más personas participen de ella, y así transfieran y comuniquen investigaciones, resultados e informes que fortalezcan</li> </ol>

	<p>el desarrollo integral del Sector Cafetalero Nacional.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>3. Se desarrollarán talleres y conversatorios sobre temas relevantes para el desarrollo del Sector Cafetalero Nacional.</li><li>4. Se buscarán o mantendrán alianzas de comunicación que fortalezcan la transferencia de información entre el ICAFE y los diferentes sectores.</li><li>5. Se desarrollarán y actualizarán las presentaciones del Instituto del Café de Costa Rica, con el fin de unificar la comunicación.</li><li>6. Se publicaran comunicados de prensa sobre temas actualizados del Sector Cafetalero, así como noticias e investigaciones de alto valor informativo.</li><li>7. Se desarrollarán Videos informativos dirigidos específicamente al Sector Cafetalero Nacional con temas actualizados y de alto valor informativo.</li><li>8. Actualización Trimestral web ICAFE, sobre temas de relevancia, videos, información de contacto, cursos.</li></ol>
--	---

	<p>9. Se iniciará una campaña de Relaciones Públicas, con la finalidad de acercar medios de comunicación masivos, medios alternativos mediante la sensibilización del Sector Cafetalero Nacional.</p> <p>10. Se desarrollarán Estrategias para medios sociales, Facebook, Youtube, Instagram.</p>
<p>Justificación: La comunicación desde el ICAFE al Sector Cafetalero Nacional es fundamental, ya que la transferencia de Información fortalece la toma de decisiones del Sector sobre diferentes temas.</p>	
<b>Productos entregables</b>	<b>Fecha</b>
Estrategia de comunicación dirigidas a cada uno de los sectores (Productores, Beneficiadores, Tostadores y Exportadores) <b>(4 estrategias)</b>	<b>Octubre 2017 a setiembre 2018</b>
Revista Innova <b>(4 revistas anuales)</b>	<b>Octubre 2017 a setiembre 2018</b>
Talleres y Conversatorios. <b>(6 actividades anuales)</b>	<b>Octubre 2017 a setiembre 2018</b>
Alianzas con diversos medios de Comunicación <b>(2 alianzas)</b>	<b>Octubre 2017 a setiembre 2018</b>
Creación, desarrollo y unificación de Presentaciones <b>(10 Presentaciones)</b>	<b>Octubre 2017 a setiembre 2018</b>
Comunicados de Prensa	<b>Octubre 2017 a setiembre 2018</b>

## Plan Anual Operativo 2017-2018

---

<b>(50 Comunicados)</b>	
Videos informativos <b>(30 videos)</b>	<b>Octubre 2017 a setiembre 2018</b>
Actualización Página WEB ICAFE <b>(4 Actualizaciones)</b>	<b>Octubre 2017 a setiembre 2018</b>
Talleres de Sensibilización sobre Café a Medios Masivos y Alternativos. <b>(3 Talleres)</b>	<b>Octubre 2017 a setiembre 2018</b>
Plan de Medios para Redes Sociales <b>(4 plan de Medios)</b>	<b>Octubre 2017 a setiembre 2018</b>

### Presupuesto asignado:

VER ANEXO No.2

### 3.6. Proyecto Estratégico No.2, COMUNICACIÓN DE PROMOCION NACIONAL

Planteamiento de proyecto e indicador :	
Nombre de Proyecto	Comunicación de Promoción Nacional
Fecha de inicio	Octubre 2017
Fecha de finalización	Setiembre 2018
Unidad Ejecutora y Responsable	GPDP – David Ortiz
Objetivo estratégico en que se enlaza	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Establecer un proceso de modernización institucional.</li><li>2. Propiciar el desarrollo integral de la actividad cafetalera.</li></ol>



	<ol style="list-style-type: none"><li>3. Implementar estrategias de sostenibilidad económica Institucional.</li><li>4. Implementar una estrategia de Comunicación Institucional.</li><li>5. Actualizar estrategia de promoción Institucional.</li><li>6. Fortalecer y buscar alianzas estratégicas.</li></ol>
Actividad focal:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Se desarrollarán estrategias de comunicación para cada una de las ferias nacionales, talleres, cursos y atenciones, para darlas a conocer mediante (Artes, Redes Sociales, videos participación, entrevistas y comunicados)</li><li>2. Se crearán videos post feria con el fin de dejar una memoria visual de cada una de ellas.</li><li>3. Se dará un seguimiento a cada una de las alianzas en educación con el fin de comunicar los resultados e ir profesionalizando cada una de ellas, para fortalecerlas comunicacionalmente.</li><li>4. Se debe realizar una estrategia conjunta con el líder de proyecto de Promoción Nacional para impulsar la</li></ol>

	<p>marca “tienda Café de Costa Rica”.</p> <p>Utilizando diferentes herramientas tales como Artes, Redes Sociales, videos entrevistas.</p> <p>5. Se dará acompañamiento y se coordinará (según corresponda) visitas al Instituto del Café de Costa Rica, del Sector Cafetalero Nacional.</p> <p>(Productores, tostadores, beneficiadores, exportadores) además de Universidades, entre otros.</p> <p>6. Se debe coordinar, desarrollar y participar en las campañas de comunicación de diversos eventos en Café, con el fin de posicionar nuestra marca Café de Costa Rica.</p>
<p>Justificación: El acompañamiento a la Promoción Nacional es fundamental, ya que permite educar, y crear cultura a los consumidores nacionales, además de generar empatía e identificación con la marca Café de Costa Rica.</p>	
<b>Productos entregables</b>	<b>Fecha</b>
Estrategia de Comunicación para cada feria Nacional (Tarrazú, Frailes, Naranjo, Bruncafé, otras) <b>(5 Estrategias)</b>	Octubre 2017 a setiembre 2018
Videos Post Actividades Nacionales. (Tarrazú, Frailes, Naranjo, Bruncafé, otras) <b>(5 videos)</b>	Octubre 2017 a setiembre 2018
Cobertura de Proyecto educación (Cursos Básicos, Curso Avanzado, Convenios MEP-INA-Fundepos.	Octubre 2017 a setiembre 2018

## Plan Anual Operativo 2017-2018

---

<b>(3 Coberturas)</b>	
Estrategia de desarrollo de marca para la Tienda Café de Costa Rica <b>(1 Estrategias)</b>	Octubre 2017 a setiembre 2018
Atención Visitas al ICAFE <b>(10 Visitas)</b>	Octubre 2017 a setiembre 2018
Campañas comunicacional para Eventos Café de Costa Rica (Viva el Café, Día Nacional, día Internacional, Jornadas por Café de Costa Rica, Campeonatos Barismo y Catación, Taza de la Excelencia, 110 años Café de Costa Rica, otros.) <b>(7 Campañas)</b>	Octubre 2017 a setiembre 2018

### Presupuesto asignado:

VER ANEXO No. 2

### 3.7. Proyecto Estratégico No.3, PROMOCION INTERNACIONAL

Planteamiento de proyecto e indicador :	
Nombre de Proyecto	Comunicación de Promoción Internacional
Fecha de inicio	Octubre 2017
Fecha de finalización	Setiembre 2018
Unidad Ejecutora y Responsable	GPDP – David Ortiz
Objetivo estratégico en que se enlaza	1. Establecer un proceso de modernización institucional.

	<ol style="list-style-type: none"><li>2. Propiciar el desarrollo integral de la actividad cafetalera.</li><li>3. Implementar estrategias de sostenibilidad económica Institucional.</li><li>4. Implementar una estrategia de Comunicación Institucional.</li><li>5. Actualizar estrategia de promoción Institucional.</li><li>6. Fortalecer y buscar alianzas estratégicas.</li></ol>
Actividad focal:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Estaremos dando apoyo en el cumplimiento de los objetivos de la unidad de Promoción Internacional además del desarrollo de estrategias conjuntas en comunicación orientadas al fomento de ferias internacionales, talleres, foros o charlas con materiales tales como: Invitaciones, videos, entrevistas, además de la utilización de Medios Sociales para su divulgación.</li><li>2. Se renovará la página web Café de Costa Rica y se dará mantenimiento de la misma, con el fin de tener una plataforma actualizada y moderna que sirva como una herramienta de promoción internacional.</li><li>3. Vamos a apoyar la estrategia de comunicación dirigida a Foros</li></ol>

	<p>Internacionales y vinculaciones diplomáticas, con el fin de generar mensajes claves y fortalecer los canales de comunicación.</p> <p>4. Trabajaremos conjuntamente con la líder de Proyectos Internacionales en una Estrategia de Comunicación, en donde se definirá el target, mensajes claves y canales de comunicación para nuevos nichos de Mercado.</p>
<p>Justificación: El apoyo de la comunicación a la promoción Internacional para la consecución de los objetivos estratégicos. La Promoción y la comunicación de las actividades internacionales ayudará a posicionar de una manera más amplia todas las estrategias de posicionamiento de la marca Café de Costa Rica en mercados externos.</p>	
<b>Productos entregables</b>	<b>Fecha</b>
<p>Campañas de comunicación dirigida a cada una de las ferias internacionales(MICE, SCA, SCAE, SCAJ, Café Show)</p> <p><b>(5 Campañas)</b></p>	<p>Octubre 2017 a setiembre 2018</p>
<p>Renovación y actualización de Página Web Café de Costa Rica</p> <p><b>(1 Renovación) (Actualizaciones constantes)</b></p>	<p>Octubre 2017 a setiembre 2018</p>
<p>Campaña de comunicación dirigida a Foros Internacionales y vinculaciones diplomáticas.</p> <p><b>(2 Campañas)</b></p>	<p>Octubre 2017 a setiembre 2018</p>

Estrategia de comunicación dirigida a nuevos nichos de Mercado. <b>(1 Campañas)</b>	Octubre 2017 a setiembre 2018
--	-------------------------------

**Presupuesto asignado:**

VER ANEXO No.2

**3.8. Proyecto Estratégico No.4, COMUNICACIÓN DE PROYECTOS**

<b>Planteamiento de proyecto e indicador :</b>	
Nombre de Proyecto	Comunicación de Proyectos
Fecha de inicio	Octubre 2017
Fecha de finalización	Setiembre 2018
Unidad Ejecutora y Responsable	GPDP – David Ortiz
Objetivo estratégico en que se enlaza	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer un proceso de modernización institucional.</li> <li>2. Propiciar el desarrollo integral de la actividad cafetalera.</li> <li>3. Implementar estrategias de sostenibilidad económica Institucional.</li> <li>4. Implementar una estrategia de Comunicación Institucional.</li> <li>5. Actualizar estrategia de promoción Institucional.</li> <li>6. Fortalecer y buscar alianzas estratégicas.</li> </ol>
Actividad focal:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se va a trabajar conjuntamente una estrategia de comunicación del</li> </ol>

	<p>proyecto Sostenibilidad y Trazabilidad, con el fin de dar a conocer los avances y el desarrollo de este importante proyecto.</p> <p>2. Trabajaremos en conjunto a GIZ el proyecto NAMA, por lo que se deberá desarrollar Estrategias de comunicación, que involucre medios Sociales, Página Web.</p> <p>3. Se desarrollarán Talleres de sensibilización sobre la importancia de Relevamiento Generacional a grupos específicos como el HUB Café de Costa Rica.</p>
<p>Justificación: Como parte del fortalecimiento institucional y de la comunicación, el ICAFE desarrolla proyectos que buscan fortalecer nuestro Sector Cafetalero Nacional. Estos proyectos deben ser comunicados de la manera correcta. La comunicación de proyectos potenciará estas ideas, para fortalecer tanto el desarrollo de la mismas, como la imagen del Instituto del Café de Costa Rica, así como potenciar los esfuerzos que se llevan a cabo en Costa Rica en beneficio de nuestro café.</p>	
<b>Productos entregables</b>	<b>Fecha</b>
<p>Campaña de Comunicación para el Proyecto Sostenibilidad y Trazabilidad</p> <p><b>(1 Campaña de comunicación)</b></p>	<p>Octubre 2017 a setiembre 2018</p>
<p>Estrategia Comunicación conjunta NAMA Support</p> <p><b>(2 Campañas conjuntas ICAFE-GIZ)</b></p>	<p>Octubre 2017 a setiembre 2018</p>

Talleres Relevo Generacional HUB Café de Costa Rica. <i>(3 Talleres Anuales)</i>	Octubre 2017 a setiembre 2018
---	-------------------------------

**Presupuesto asignado:**

VER ANEXO No.2

## **4. Desarrollo de Trazabilidad y Sostenibilidad**

### ***4.1 Antecedentes***

El café es la bebida más importante en la industria de bebidas calientes. En la cosecha 2016-2017, por ejemplo, se produjeron 155.69 millones de sacos de 60 kg a nivel mundial. A nivel del país, los salarios mínimos, los costos de producción y las cargas sociales convierten a Costa Rica en uno de los países más caros para producir café. A raíz de esto nace una necesidad de poder darle un valor agregado al café producido y asegurar que este pueda tener una diferenciación del precio estándar que dicta la Bolsa de Nueva York para poder seguir compitiendo en los mercados internacionales.

Por otro lado, en menos de 3 años, la población millennial va a componer casi que el 50% de la población económicamente activa, lo que convierte a esta generación en la trazadora de tendencias más importante a nivel de mercado. Según un estudio de Nielsen (2015), en una encuesta realizada a más de 30 000 personas en 60 países del mundo, el 66% contestó que estarían dispuestos a pagar más por un producto que muestre alguna iniciativa de sostenibilidad. Este estudio también demostró que las empresas que han implementado un programa de sostenibilidad han tenido tasas de crecimiento de cerca del 4%, mientras aquellas que no han comenzado a realizar ningún tipo de iniciativa han tenido tasas de crecimiento de apenas el 1%.

Costa Rica por su tamaño, su clima, sus suelos, sus distintas altitudes, y por la institucionalidad que ha brindado el ICAFE, tiene múltiples ventajas que diferencia el Café de Costa Rica del resto del café producido a nivel mundial. El poder convertir estas ventajas comparativas en una ventaja competitiva a través de una Certificación con características medibles, reportables y verificables, y que asegure la trazabilidad y los pilares de la sostenibilidad, permite un reposicionamiento del Café de Costa Rica y de la Indicación Geográfica a nivel internacional. A su vez, a partir de la investigación y la innovación, se puede trasladar esta información de una manera atractiva y amigable con el usuario a los compradores y exportadores que posteriormente la trasladan a sus consumidores finales, resaltando el valor agregado del Café de Costa Rica.



#### **4.2 Objetivo general de la unidad**

Gestionar proyectos que den garantía de la sostenibilidad y la trazabilidad del Café de Costa Rica para generar valor agregado y posicionamiento a nivel nacional e internacional.

#### **4.3 Objetivos específicos**

1. Posicionar al Café de Costa Rica como un país pionero en la implementación de un sistema de sostenibilidad y trazabilidad que sea medible, reportable y verificable.
2. **Desarrollo de la Certificación Indicación Geográfica:** Generar a partir del marco legal costarricense una certificación que asegure el cumplimiento de parámetros ambientales, sociales, y de calidad en el café.
3. **Mapeo de la cadena de suministro del café:** Identificar en cada etapa de la cadena de suministro del café, la información necesaria para poder garantizar la trazabilidad
4. **Plan piloto de sistema de sostenibilidad y trazabilidad:** Evaluar el prototipo del sistema de trazabilidad y sostenibilidad.

#### **4.4 Paquete de trabajo a desarrollar**

<b>Objetivo del paquete</b>	El paquete de trabajo está conformado por los siguientes proyectos: el Desarrollo de la Certificación Indicación Geográfica (GIC), el Mapeo de la Cadena de Suministro del Café, y el Plan Piloto del Sistema de Trazabilidad y Sostenibilidad.. cuyo objetivo común es garantizar la trazabilidad y sostenibilidad mediante la GIC y la implementación del Plan Piloto
<b>Indicadores de cada proyecto</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 3 Talleres de validación de los parámetros de sostenibilidad</li><li>2. 1 Taller de validación con los representantes de cada gerencia/ unidad del ICAFE</li><li>3. 3 Lotes de Exportación debidamente trazados.</li></ol>

Colaboradores clave:

Mario Arroyo, Rocío Mena, David Ortíz, Warner Villegas, Alejandra Salazar, Jonathan Ramírez y Julio Barrantes, y colaboración de la GIZ.

**4.5 Proyecto Estratégico No.1, DESARROLLO DE CERTIFICACION  
INDICACION GEOGRAFICA**

<b>Planteamiento de proyecto e indicador :</b>	
Nombre de Proyecto	<b>Desarrollo de Certificación Indicación Geográfica (GIC)</b>
Fecha de inicio	Mayo 2017
Fecha de finalización	Setiembre del 2018
Unidad Ejecutora y Responsable	GPDP- María Paz Lobo Zeledón
Objetivo estratégico en que se enlaza	Establecer un proceso de modernización institucional.
Actividad focal:	<ul style="list-style-type: none"><li>● Identificación de leyes y reglamentos aplicables para las categorías de ambiente, social, calidad y ética en el café.</li><li>● Identificación de indicadores a partir de las leyes y reglamentos identificados.</li><li>● Generación de una priorización de los parámetros que componen los indicadores.</li><li>● Aprobación de los indicadores de sostenibilidad a partir de talleres con expertos.</li></ul>

Justificación: Con base en un estudio comparativo que se realizó de 15 certificaciones voluntarias a nivel mundial aplicables para el café, se determinó que el marco legal costarricense permite cumplir con la mayoría de los indicadores que solicitan estas certificaciones además de brindar parámetros adicionales de valor agregado. Además de esto, es indispensable que la Certificación sea medible, reportable y verificable para que sea validada a nivel nacional e internacional.

<b>Productos entregables</b>	<b>Fecha</b>
Versión Preliminar de Certificación Indicación Geográfica	Febrero 2018

**Presupuesto asignado :**

POR DEFINIR

***4.6 Proyecto Estratégico No.2, MAPEO DE LA CADENA DE SUMINISTRO DEL CAFE***

<b>Planteamiento de proyecto e indicador :</b>	
Nombre de Proyecto	<b>Mapeo de la Cadena de Suministro del Café de Costa Rica</b>
Fecha de inicio	Agosto 2017
Fecha de finalización	Setiembre 2018
Unidad Ejecutora y Responsable	GPDP- María Paz Lobo Zeledón
Objetivo estratégico en que se enlaza	Establecer un proceso de modernización institucional.
Actividad focal:	<ul style="list-style-type: none"><li>● Definir el alcance del registro único de la trazabilidad.</li><li>● Identificar la secuencia de las actividades, puntos de control,</li></ul>

	<p>fuentes de captura de información, requisitos legales y variables claves para la trazabilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Montar el mapeo de todas las variables en una plataforma interactiva y fácil de visualizar la información.</li> <li>● Validar el mapeo con expertos y las diferentes gerencias y unidades del ICAFE.</li> </ul>
<p>Justificación: El mapeo que muestre la secuencia de actividades, los puntos de control, las fuentes de captura de información, los requisitos legales y las variables claves, es indispensable para poder generar la trazabilidad y poder asegurar que esta trazabilidad pueda ser medible, reportable y verificable para que tenga validez a nivel nacional e internacional. A partir de este mapeo, se construye también el prototipo de la aplicación final que le permitirá al comprador y exportador del Café de Costa Rica proveer a sus consumidores finales con el origen del café y la distinta información de interés para el consumidor final a través de todos los escalones de la cadena de suministro. De esta manera se llega a cumplir con las exigencias del consumidor actual en cuanto a la trazabilidad.</p>	
<p><b>Productos entregables</b></p>	<p><b>Fecha</b></p>
<p>Mapa validad de la cadena de suministro</p>	<p>Mayo 2018</p>

**Presupuesto asignado:**

Por DEFINIR

***4.7 Proyecto Estratégico No.3***

**Planteamiento de proyecto e indicador :**

## Plan Anual Operativo 2017-2018

---

Nombre de Proyecto	<b>Plan Piloto de Sistema de Sostenibilidad y Trazabilidad</b>
Fecha de inicio	Mayo 2018
Fecha de finalización	Setiembre 2018
Unidad Ejecutora y Responsable	GDP- María Paz Lobo
Objetivo estratégico en que se enlaza	Establecer un proceso de modernización institucional.
Actividad focal:	<ul style="list-style-type: none"><li>● Generar un Plan de Proyecto considerando la cuantificación de la inversión y los réditos esperados según el alcance final.</li><li>● Desarrollar, a través del diseño y la aplicación, un prototipo del sistema de trazabilidad y sostenibilidad.</li><li>● Aplicar un Plan Piloto de la Certificación y el sistema de trazabilidad y sostenibilidad en al menos tres lotes de exportación</li></ul>
Justificación: Para asegurar que el prototipo funcione correctamente y poder realizar observaciones de mejora que lleven a la optimización del producto final, es necesario realizar un plan piloto con las condiciones controladas que permite realizar dichas observaciones por parte de todos diferentes actores involucrados.	
<b>Productos entregables</b>	<b>Fecha</b>
Prototipo ejecutado del sistema de trazabilidad y sostenibilidad	Setiembre 2018

**Presupuesto asignado:**

**POR DEFINIR**



# ANEXO No.1

# ANEXO No.2