

MARCA TERRITORIAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL FRIJOL

Agrocadena:	Frijol
Categoría de la tecnología:	Agroindustria
País (es):	Costa Rica
Recopilado por:	Consultoría para marca regional; para línea base y para sondeo de puntos de ventas y volúmenes de ventas. El INFOCOOP para establecimiento y desarrollo de la cooperativa; IICA, coordinación de acciones con otras instituciones.
Fuente:	INVENTARIO DE TECNOLOGÍAS FRIJOL REGIÓN BRUNCA, COSTA RICA. MARCO DEL PROYECTO REGIONAL PRESICA

DESCRIPCIÓN Y APLICACIÓN DE LA TECNOLOGÍA:

El proceso para desarrollar una marca territorial para la comercialización de frijol inició con la participación de seis organizaciones de productores de la región Brunca, las cuales son: Asopro Guagaral, Asopro Concepción de Pilas, Asopro Veracruz, Ceproma el Progreso, Centro Agrícola Cantonal de Buenos Aires y Asoproincocha de Chánguena; ellas firmaron un acuerdo inicial de conformar una figura jurídica para operar como organización.

Estas organizaciones firmaron un reglamento para la operación del grupo mientras se conformaba la figura jurídica. Una vez revisadas las opciones jurídicas, se escogió la figura de la cooperativa y bajo la denominación de Consorcio para la Oferta de Productos Agropecuarios de Origen de la Región Brunca, R. L., que se abreviará con las siglas legales de Consorcio Brunca, R. L. Se constituye un organismo auxiliar cooperativo de responsabilidad limitada, que se regirá por un estatuto y por la legislación vigente en la materia.

Paralelo a este proceso se contrató una consultoría que orientó la creación de un portafolio de signos externos complementario a la marca (banner; camisetas; portafolio; cartas, hojas membretadas) y se desarrolló una página web, para difundir las características de la zona y las organizaciones. Además, se está en la contracción de bolsas plásticas para el empaque de frijol con la marca definida. Esto para cumplir con la meta de empacar 1000 quintales de frijol a través de esta marca regional. El frijol empacado significa una denominación de origen para la organización.

Esta marca regional es un beneficio para estos territorios, en donde se logra crear una organización de segundo piso, la inscripción de la marca y con ello poder comercializar bajo esta marca para apoyar a los productores de esta región Brunca.

BENEFICIOS CON LA UTILIZACIÓN:

Venta de frijol empacado con un valor agregado de 25 %, con respecto al frijol en saco. La posibilidad no solo de vender frijol, sino de otros productos de la región bajo esta marca regional. Frijol sembrado con mínima labranza, de poco impacto al ambiente. Participan alrededor de 1000 productores de la región Brunca. Involucrar a otras organizaciones que tienen un menor desarrollo organizativo.