UCI
Universidad para la Cooperación Internacional

PIMA
PROGRAMA INTEGRAL DE MERCADEO AGROPECUARIO

Gestión y Operación de la Central Mayorista CENADA Costa Rica, herramienta de inserción a circuitos comerciales

MSc. Miguel Monterrey
Junio 2016

I. Antecedentes:

- El Centro Nacional de Abastecimiento y Distribución de Alimentos, CENADA, es la central mayorista de destino o distribución, de frutas, hortalizas e hidrobiológicos en Costa Rica. Es uno de los principales proyectos del Programa Integral de Mercadeo Agropecuario, PIMA, institución del estado creada en 1977 y encargada de introducir mejoras en los sistemas de mercadeo y comercialización en el país.

- El CENADA arranca sus actividades comerciales a inicios de la década de los ochentas, aquí se concentra producto de todo el país para luego distribuirse a todo el país y en algunos casos fuera de Costa Rica. Para el año anterior, se comercializaron alrededor de 170.000 toneladas de hortofrutícolas, con un valor aproximado a los 140 millones de dólares, sin incluir los productos hidrobiológicos. Aquí se manejan y distribuyen más de 150 productos.

- Entre algunos de los servicios que el PIMA-CENADA brinda al país en procura de mejorar los sistemas de mercadeo, se encuentran:

El sistema de Información de Mercados Mayorista, SIMM.

- Prácticamente junto con el inicio de operación del CENADA se inició la operación del Sistema de Información de Mercados Mayoristas – SIMM- el cual recoge, procesa y difunde información primaria sobre la comercialización de 140 productos en el CENADA, convirtiéndose en la única base de datos sobre el comercio mayorista de productos frescos y en el precio de referencia para la mayoría de transacciones de este tipo del país.

Administración de la Red Frigorífica Nacional.

- A partir de la Ley 8375 de septiembre del 2003, el PIMA administra los almacenes frigoríficos instalados en CENADA, Golfito y Zarcero. La actividad ordinaria de REFRINA es la concesión de servicios en almacenamiento a bajas temperaturas con el firme compromiso de satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios, los requisitos legales y fomentar la cultura de frío. Así mismo, se dispone de servicios de mantenimiento y congelamiento en frío con una capacidad de 18.000 m3 con certificación ISO 9001 2008.

Mercado de Hidrobiológicos.

- A partir de 1995 la Institución promovió y consolidó el traslado del comercio mayorista de estos productos que se realizada en las calles de San José sin condiciones de salubridad. En 1999 se les adecuó una de las bodegas y ahí opera desde entonces el comercio de este importante producto.

Operación de la Central.

- La Central se encuentra en operación los siete días de la semana en sus diferentes horarios. A la misma pueden ingresar sin requisitos, todas aquellas personas físicas o jurídicas con perfil mayoristas distribuidor. Básicamente se debe respetar la sectorización interna que persigue un ordenamiento y transparencia de mercado. En igual condición, no existe perfil establecido para el comprador, siendo que en a actualidad se puede adquirir productos tanto al mayoreo como el minoreo.

- Existen dos tipos de usuarios; el usuario permanente que es aquel que tiene una relación contractual con la Administración; y el usuario ocasional que es aquel que ingresa por medio tiquetes cuando el sistema de ingreso está habilitado.

- En su primera fase, la comercialización mayorista inicia con el ingreso de abastecedores que se van acomodando según producto (s), estos pueden ser productores que entregaran a mayoristas o copiadores transportistas que a su vez se convertirán en mayoristas.

- Horas después, se da el ingreso de compradores, los cuales pueden ser fuera del área metropolitana (camionero grandes) o dentro del área metropolitana (pick ups de menor tamaño) y consumidor directo.

II. Circuitos comerciales:

- El circuito productivo es el ciclo completo que se da desde que tomamos los recursos naturales hasta que se vende el producto elaborado.

- Las fases del circuito son: Actividad Primaria (producción del recurso natural), Secundaria (transformarlo y transportarlo) y Terciaria (comercializarlo).

- Circuito productivo: donde se produce la materia prima. En esta fase tienen mucha importancia las condiciones naturales del área de producción: la calidad de los suelos, el relieve, las condiciones climáticas (temperaturas, lluvias, etc.).

- Circuito agroindustrial: donde se desarrollan las actividades que transforman las materias primas.

- Circuito comercial: que incluye las distintas instancias en las que se compra, vende, transporta y distribuye la producción hasta llegar a los consumidores.

- En los circuitos comerciales, se pretende que los productores u organizaciones cuenten con una serie de herramientas (capacitación, información de mercados, diferenciación de productos, mercadeo, etc.), que les permita una efectiva inserción en la fase comercial logrando captar el margen de comercialización que le brinde seguridad económica y permanencia en su actividad actual y futura.

- En este punto, el CENADA es un buen referente de circuito comercial para la inserción y crecimiento comercial tanto de productores como de organizaciones, ya que permite no sólo aumentar el margen de comercialización, sino también ampliar y diversificar la oferta comercial ya que en la central se dan la mas diversa gama de posibilidades comerciales para aquella empresa que tenga la capacidad de percibir las oportunidades.

- La comercialización en “circuitos de proximidad” de alimentos frescos, producidos a nivel local y de manera sostenible, se ha convertido en un factor clave para fortalecer la competitividad de pequeños productores agrícolas alrededor del mundo, al tiempo que los consumidores se benefician con alimentos más saludables y próximos a su localidad.

- Pueden denominarse bioferias, mercados ecológicos, de proximidad, orgánicos o simplemente ferias… Según el país su nombre puede cambiar, pero lo cierto es que estos circuitos comerciales cortos marcan la diferencia: reducen al mínimo la intermediación y conectan la oferta local con la demanda de alimentos.

- De acuerdo con informes, en América Latina, Europa y otras partes del mundo existe una demanda creciente de transparencia en la cadena alimentaria para tener mayor conocimiento sobre el origen y el impacto social y ambiental de los procesos productivos.

Condiciones de inserción de las organizaciones en CENADA.

- Previo a la de inserción al circuito comercial, la organización deberá pasar una serie de fases preclusivas que le vayan disminuyendo el riesgo de experiencias negativas una vez dentro de la actividad.
- Perfil de la organización.
- Madurez de la organización.
- Estructura interna organizativa
- Estrategia de ingreso (inocuidad), posicionamiento y crecimiento.

Muchas gracias!