

I. RESULTADOS

#	Objetivo Estratégico	Indicador	Situación IV AG 2015	Meta 2020	Avance V AG (Mayo 2016)	% Avance Hacia Meta 2020
1	Incrementar el volumen de ventas SPP en mercados locales y globales					
1		Organizaciones de Pequeños Productores certificadas América Latina, África y Asia	62	106	82	45%
2		Cantidad de Compradores Finales Registrados (con incremento en promedio de compras SPP)	9	25	14	31%
3		Volúmenes de ventas internacionales SPP (25% anual)	6,500,000 usd	25,000,000 usd	9,136,000 usd	15%
4		Volumen de ventas en mercados domésticos con producto terminado	1,000,000 usd	3,000,000 usd	1,500,000 usd	25%
5		Porcentaje de OPP certificadas que venden bajo el SPP	70%	90%	75%	25%
6		Promedio de % ventas SPP para cada OPP (promedio)	15%	25%	17%	20%
7		Valor de las Ventas de los Productos SPP	100%	120%	103%	15%
8		Número de tipos de productos de origen	11	16	15	80%
9		Programas activas de estrategias, herramientas y actividades de vinculación financiera y comercial	0.25	2	1	57%
2	Garantizar la calidad, funcionalidad, accesibilidad, los valores y la credibilidad interna y externa del sistema de certificación SPP					
1		Niveles de accesibilidad del sistema SPP por parte de OPP y compradores	75%	90%	75%	0%
2		Congruencia de los criterios y precios del SPP en términos de aceptación interna de la coherencia con la Declaración de Principios y Valores	75%	90%	75%	0%
3		Continuidad en la calidad de los procesos de renovación de certificados y registros	80%	95%	85%	33%
4		Cumplimiento de parte de los Organismos de Certificación con respecto a procedimientos	60%	95%	70%	43%
5		Simplificación y optimización de la transparencia y utilidad de la información de normatividad y certificación	10%	95%	40%	35%
6		Nivel de aceptación por sistemas civiles de reconocimiento externo de sistemas de certificación de comercio justo que compartan los principales principios del SPP	85%	95%	88%	25%
7		Acreditación gubernamental oficial en países o regiones donde existe una obligación o necesidad fuerte de hacerlo	0%	90%	0%	0%
8		Desarrollo eventual de criterios y sobrepagos opcionales para participación en Programas de Aportes Globales SPP	0%	100%	0%	0%
9		Monitoreo de resultados e impactos cuantitativos del trabajo de los actores del SPP para su visibilización interna y externa	50%	100%	65%	20%
3	Posicionar local y globalmente los valores agregados e impactos del trabajo de las OPP y sus aliados del SPP en las realidades sociales, económicas, culturales y ecológicas en lo local y lo global					

I. RESULTADOS

#	Objetivo Estratégico	Indicador	Situación IV AG 2015	Meta 2020	Avance V AG (Mayo 2016)	% Avance Hacia Meta 2020
1		Comunicación integral del trabajo de cada las diferentes OPP y de los Compradores Finales del SPP	15%	100%	35%	18%
2		Promoción del valor agregado del trabajo de las OPP del SPP mediante programas de Aportes Globales SPP (opcionales) como herramienta central de promoción del trabajo 'delante del SPP'	0%	100%	20%	20%
3		Comunicación oportuna de noticias e información del SPP y asuntos relevantes a los diferentes actores mediante boletines, página y redes sociales	90%	100%	92%	2%
4		Información institucional y del sistema SPP sistemática y actualizada (página, cursos, etc.)	50%	100%	65%	40%
5		Posicionamiento del SPP en los movimientos de comercio justo y movimientos afines a los principios y valores SPP	25%	75%	45%	40%
6		Incidencia permanente SPP en los países de origen y destino en gobiernos nacionales y organismos multilaterales	10%	80%	20%	14%
4	El funcionamiento óptimo de la estructura organizativa y de participación de las Organizaciones de Pequeños Productores y sus aliados en toma de decisiones de FUNDEPPO y de las plataformas regionales del SPP en construcción					
1		Evaluación, Monitoreo y Planeación Participativa	50%	100%	80%	60%
2		Funcionamiento Institucional y Organizativo	85%	95%	88%	25%
3		Establecimiento y Consolidación de Plataformas Regionales SPP	1	8	4	43%
4		Convenios y Alianzas Estratégicas	1	4	2	33%
5	Efectividad y Eficiencia Administrativa, Financieras y Legal de FUNDEPPO y plataformas SPP regionales					
1		Administración adecuada y transparente de los recursos	90%	100%	95%	50%
2		Capacidad operativa adecuada del equipo operativo en Certificación y Calidad; Comunicación y Difusión; Desarrollo de Mercados; Administración y Finanzas; Tecnología de la Información y Comunicación; Relaciones Públicas y Desarrollo Organizacional y Gerencia.	80%	95%	82%	13%
3		Cobertura Internacional de la marca del SPP	50%	80%	52%	7%
4		Autofinanciamiento y Sustentabilidad Financiera	70%	90%	87%	90%

II. ACTIVIDADES

#	Línea	Acciones Estratégicas 2015- 2020 Propuestas	Actividades y Avance V AG (Mayo 2016)	Progreso
1		Posicionar el Símbolo de Pequeños Productores como algo más que sello. Es también una alianza entre pequeños productores y con actores solidarios		
	a	Posicionar como más que un sello; una alianza entre productores y entre productores y compradores y consumidores	En el 2015 se formuló un Posicionamiento General y un documento de Preguntas Frecuentes y otro de 'Preguntas y Respuestas Cortas'.	Alto
	b	Posicionar como un sello respaldado por una declaración de principios y valores y un sistema de certificación confiable.	En toda la documentación se enfatiza el hecho que sea una iniciativa con certificación de tercera parte, bajo criterios ISO 65.	Alto
	c	Diferenciarse como sello con alta legitimidad por ser gobernado por los pequeños productores	El posicionamiento como sello de los propios pequeños productores ha sido promovido a través de la voz de los propios productores y ha sido retomado por prensa y actores del movimiento. La participación de representantes de los productores en diferentes actividades y conferencias de prensa en Alemania (Foro GEPA, BIOFACH) Francia (SEMINARIO, GIRA con SPP-Franci) y Estados Unidos (SCAA) han oportado fuertemente. Se ha limitado la participación preponderante del personal operativo en actividades públicas.	Alto
	d	Promover los valores agregados del trabajo de las OPP, bajo el concepto de Aportes SPP	Ver línea estratégica 2.	N/A
	e	Posicionarse como sello para la sustentabilidad ecológica	El Posicionamiento General del SPP en todo momento enfatiza la sustentabilidad ecológica. Ha sido un tema tocado en los talleres de revisión del Plan Estratégico, para que tenga mayor énfasis en su versión final. Compradores y Productores coinciden en la necesidad de posicionarse como un sello sustentable. Algunos compradores sugieren convertirse en un sello 100% orgánico, pero varias de las OPP consideran que no debemos de excluir a OPP que no logran ser orgánicos. Actualmente el 90% de los productores son orgánicos y la mayoría de los clientes prefieren productos orgánicos.	Medio
	f	Construir 4 Componentes o Áreas de Trabajo: 1. Certificación; 2.Comunicación General y Aportes; 3. Acceso a Mercados y Financiamiento; 4. Incidencia y Solidaridad	Se ha rediseñado el organigrama operativo de FUNDEPPO y se han incluido a los programas de Aportes SPP en el área de Comunicación y Difusión. Se diseño una plaza para Desarrollo de Mercados, pero la falta de ingresos seguros no han permitido la contratación por FUNDEPPO, por lo cual se ha tenido que aumentar la cobertura del Área de Comunicación y Difusión con funciones de facilitación comercial, restando capacidad en términos de comunicación; se redujo la publicación del Boletín Noti-SPP de mensual a bimensual.	Medio
			Las acciones de Incidencia y Solidaridad, éstas han sido cubiertas desde el Consejo Directivo y la Dirección Ejecutiva de FUNDEPPO. Aún no se crea un área operativa específica para Incidencia y Solidaridad a falta de recurso y por no habers concluido la planeación estratégica respect	
2		Promover los valores agregados de las Organizaciones de Pequeños Productores mediante el programa promoción de los 'Aportes SPP'		
	a	Desarrollar Estrategia y Concepto de Aportes, con los siguientes elementos;	Se diseño el perfil del primer programa de Aportes: Alto al Cambio Climático, Juntos con Pequeños Productores. Posteriormente se replicó con el programa de Mujeres Pequeñas Productoras en Acción. Se cuenta con una metodología general, con logotipos para estos dos programas, un espacio virtual en la página de Internet.	Medio
		Debe estar bajo autogestión desde las OPP	Se mantiene la lógica de que el contenido de los proyectos y acciones de los diferentes programas de Aportes SPP se defina desde las organizaciones en conjunto con sus aliados. Sin embargo, los participantes finalmente prefirieron no instucionalizar Comités de Trabajo para guiar cada programa de Aportes, por el exceso de formalidad y carga de trabajo que eso generaría.	

II. ACTIVIDADES

#	Línea	Acciones Estratégicas 2015- 2020 Propuestas	Actividades y Avance V AG (Mayo 2016)	Progreso
		Es complementario al sistema de certificación SPP	Se mantiene la lógica como estrategia complementaria al sistema de certificación 'básica' del SPP. Tanto productores como compradores han expresado que ahí radica justamente el valor agregado de los programas de Aportes SPP	
		Son programas de participación voluntaria	La participación es voluntaria, lo cual exige mayor trabajo de promoción desde FUNDEPPOO y/o desde las Plataformas SPP para animar esta participación. No se genera por si sola. Hasta ahora FUNDEPPO no ha tenido una capacidad operativa suficiente para jugar oportunamente este papel.	Medio
		Se generan Grupos de Trabajo por programa	Los participantes han rechazado la formación de Grupos de Trabajo. Es un estrategia que podría ser necesaria cuando haya un crecimiento amplio de estos programas.	
		FUNDEPPO apoya Grupo de Trabajo y promueve las acciones	<i>Ver arriba</i>	N/A
	b	Aplicar la estrategia de Aportes SPP a los siguientes campos:	Se generaron las herramientas básicas de promoción, como son logotipos y espacios específicos en la página de Internet para dos de los cinco programas. No se han promovido los otros programas por falta de capacidad para avanzar en la implementación de los primeros dos.	Medio
			Se realizó un Foro de Mujeres y Cambio Climático en la Biofach, proyectando por primera vez la imagen de ambas campañas de Aportes. En el SCAA se difundieron volantes de los dos programas, que tuvieron amplia aceptación. En el encuentro de Café de SPP en el marco del SCAA el programa de Aportes generó más entusiasmo en los compradores, más que los demás aspectos del Plan Estratégico del SPP	
		Combate y mitigación del cambio climático y rescate de la capacidad productiva	<i>Ver arriba</i>	N/A
		El trabajo y la participación de las mujeres (género)	<i>Ver arriba</i>	N/A
		Calidad especializada de los productos	<i>Pendiente</i>	N/A
		Freno a la migración mediante el fortalecimiento de economías locales	<i>Pendiente</i>	N/A
		Formación de productores y consumidores jóvenes	<i>Pendiente</i>	N/A
3	Fomento del crecimiento y consolidación del mercado para productos de las Organizaciones de Pequeños Productores SPP			
	a	Los productores deben llevar la voz del SPP	Realizado mediante diversas participaciones y actividades en Europa, Norteamérica, Asia y Latinoamérica. Por primera vez un productor directivo de FUNDEPPO, presidente del Comité de Apoyo y Promoción fue a la India a llevar la voz de las OPP del SPP. La Presidenta del Consejo Directivo realizó diferentes actos de representación internacional, tanto en la Biofach como en la Quincena de Comercio Justo en Francia. Otros representantes de Organizaciones de Pequeños Productores han realizado labores de apoyo, aún sin tener cargo en los órganos del SPP, por iniciativa propia o por invitación, como en el caso de la participación de Tomy Matthew de Kerala, India en la Quincena de Comercio Justo en Francia a invitación de SPP-Francia.	Alto
	b	Respetar Declaración de Principios y Valores	Las actividades y los posicionamientos se hicieron respetando el marco de la Declaración de Principios y Valores.	Alto
	c	Activación de Comisión de Apoyo y Promoción	Desde el Consejo Directivo se desarrollaron los Términos de Referencia del Comité de Apoyo y Promoción del SPP (CAP) y se hicieron los primeros nombramientos. El CAP celebró una reunión y aprobó un documento de Preguntas Frecuentes. El Presidente del Comité ha sido activo en el desarrollo de diferentes actividades de promoción, generando una Conferencia de Prensa de la Vice Presidenta de Perú en Alemania, a favor del SPP, entre otras actividades.	Alto
	d	Impulsar la estrategia de Aportes SPP	<i>Ver arriba</i>	N/A

II. ACTIVIDADES

#	Línea	Acciones Estratégicas 2015- 2020 Propuestas	Actividades y Avance V AG (Mayo 2016)	Progreso
	e	Involucramiento Micro y Pequeña Empresa	Se intentó de promover la participación de la micro y pequeña empresa, impulsando el procedimiento del 'Registro Compartido de Pequeños Compradores', sin embargo, no ha sido aún exitosa la estrategia.	Bajo
	f	Involucramiento Consumidor@s y Promotor@s Sociales	El involucramiento de Consumidor@s y Promotor@s sociales ha sido asumido por varios de los compradores a través de sus medios y herramientas de comunicación. Varias de estas empresas han hecho promoción activa al SPP y lo que significa. También ha sido una actividad desempeñada por las plataformas SPP, sobre todo en el caso de SPP-Francia, que generó múltiples actividades de promoción, como es un seminario sobre el comercio justo y una gira por Francia, interactuando justamente con consumidores, activistas, académicos y periodistas.	Alto
	g	Seguimiento a Empresas Comprometidas	Tanto los miembros del Consejo Directivo, el Comité de Apoyo y Promoción y la estructura operativa ha dado seguimiento al (potencial) interés de empresas comprometidas con las organizaciones de pequeños productores y el comercio justo. En particular se han logrado avances con la empresa GEPA (Alemania), que ya inició su proceso de registro. Otras empresas con las cuales se han hecho este tipo de labores son los miembros de la red EFTA; EZA (Austria), Oxfam Bélgica y Oxfam Intermón (España) y con la red de tiendas orgánicas francesa BIOCOOP. En este último caso se preparó y realizó una gira a las cooperativas de azúcar de Paraguay. Se han desarrado algunas herramientas sencillas para el seguimiento a este tipo de clientes potenciales. Aún así existen capacidades limitadas de seguimiento aún, a falta de recursos.	Medio
	h	Impulso Mercado doméstico	Algunas de las plataformas SPP Nacionales, aún en proceso de consolidación, han promovido los productos del SPP en sus actividades, tales como participaciones en eventos de comercio justo, de producción orgánica y productos campesinos y en mercados o ferias especializados. Aún no existe un inventario completo de los productos del SPP que se venden en los mercados internos.	Bajo
	i	Promoción interacción comercial directa entre productores y compradores	FUNDEPPO ha hecho labores incidentales de facilitación comercial, tratando de juntar la oferta con la demanda. En el marco de la participación del SPP con un stand en la feria de cafés especiales SCAA en los estados unidos de Norteamérica, se organizaron mesas de negocios en el stand mismo. Además se organizó el encuentro anual de productores y compradores de café del SPP, con una amplia asistencia.	Medio
	j	Facilitación Comercial y Financiera	Si bien se diseño el puesto para el Área de Desarrollo de Mercados, no ha habido condiciones financieras para que FUNDEPPO pudiera contrar una persona específica, por lo cual se incorporó la función en el Área de Comunicación y Difusión de manera provisional. Desde esta área y desde la Dirección Ejecutiva se han hecho labores ocasionales de facilitación comercial y también financiera. La vinculación con la plataforma Financiera FAST ha fungido como referencia para demandas de financiamiento por parte de OPP.	Medio
	k	Creación de Área Operativa de Desarrollo Mercados		Bajo
4	Construcción de plataformas SPP locales en países de origen y destino			
	a	Promover la creación de plataformas SPP en origen y Destino	Desde el Consejo Directivo y desde la Dirección Ejecutiva se ha dado un seguimiento directa a esta estrategia. En el caso de SPP-Francia se contó con un amplio apoyo del principal comprador SPP de ese país, Ethiquable. Con SPP Francia además se llegó a un acuerdo de un mecanismo financiero del aporte del 25% de la cuota que pagan las empresas a FUNDEPPO, lo cual ha potencializado las capacidades de ejecución de SPP-Francia. En Canadá existe un interés para avanzar en la creación de una representación local inicial del SPP, pero a falta de financiamiento y capacidades locales de seguimiento limitadas los procesos se han desarrollado de manera lenta, aunque no están del todo estancados, ya que la empresa Just Us! está buscando tener un practicante que apoye a las actividades de comunicación del SPP en Canadá, para lo cual se han desarrollado lineamientos en colaboración con FUNDEPPO.	Alto

II. ACTIVIDADES

#	Línea	Acciones Estratégicas 2015- 2020 Propuestas	Actividades y Avance V AG (Mayo 2016)	Progreso
	b	En el sur afianzar la relación con las Coordinadoras Nacionales	Se han realizado visitas por parte de la Dirección Ejecutiva a las coordinadoras de México, Guatemala, Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia. Salvo Bolivia, las otras coordinadoras son las que ingresaron en FUNDEPPO en la Asamblea General de 2015. En estas visitas se ha promovido la firma de convenios para la creación de plataformas SPP Nacionales. Incluso en algunos casos se ha dialogado sobre el contenido del mismo convenio.	Alto
	c	Firmar convenios de marco común con las plataformas SPP Nacionales	En los casos de Ecuador, Perú y Guatemala se logró la firma de los convenios con las Coordinadoras Nacionales de Pequeños Productores de Comercio Justo para la creación de las plataformas SPP Nacionales. En todos los casos está en proceso la operativización. Los mecanismos de financiamiento son una condición clave para poder avanzar. Sobre todo si consideramos al falta de éxito en la gestión de recursos de la cooperación para financiar el apoyo a estas coordinadoras para impulsar las plataformas SPP nacionales.	Alto
	d	Generación de Mecanismos Financieros financiamiento plataformas SPP	Se desarrollaron varios modelos y escenarios para financiar las plataformas nacionales al nivel de ingresos tipo 'semilla'. El intento de subir las cuotas de uso de parte de los compradores fracasó. Posteriormente se generó un nuevo modelo financiero que involucra a los productores para generar mayores recursos para el sistema SPP, pero particularmente para las plataformas SPP nacionales. La propuesta fue discutida en diferentes regiones y se incorporó, con ajustes, al Borrador Final del Plan Estratégico a revisar y aprobar en la Quinta Asamblea General del SPP.	Medio
5	Optimización del sistema de normatividad y certificación			
	a	Asegurar accesibilidad y funcionamiento adecuado certificación	Se ha dado seguimiento a las necesidades de nuevos criterios, precios o procedimientos para diferentes productos y países. Constantemente se revisan, con participación del equipo operativo, Comité de Normas y Procedimientos y el Consejo Directivo, los diferentes criterios y procedimientos para promover una mayor accesibilidad económica, cuidando los filtros para definir la elegibilidad de las empresas y organizaciones de productores (Procedimiento de Objeción). El tema también ha sido objeto de la discusión del Plan Estratégico final en los diferentes espacios de discusión y en el Borrador Final de este plan se considera la necesidad de una revisión integral del sistema de Certificación.	Medio
	b	Mantenimiento y desarrollo normativos		Medio
	c	Mejoramiento calidad servicio certificadoras externas	Se han diseñado e impulsado ajustes al sistema de Autorización de Organismos de Certificación, desde la operación, bajo supervisión del Comité de Normas y Procedimientos. Como parte de los ajustes se desarrolló un sistema de evaluación anual que contempla una evaluación básica obligatoria y un sistema de evaluación de riesgos para realizar eventualmente evaluaciones in situ.	Medio
	d	Digitalización en línea	Ver línea estratégica 6.	N/A
6	La digitalización de la información en plataformas digitales para la certificación, la promoción y la comercialización			
	a	Creación Plataforma D-SPP	La plataforma D-SPP está funcionando y puede recibir de manera directa solicitudes de parte de productores y compradores, en español e inglés.	Alto
	b	Sistema Interactivo de información	Se lanzó una nueva página de Internet en el dominio normal de www.spp.coop, más dinámica.	Medio
	c	Creación espacio digital de facilitación comercial	Se ha generado un sistema de expedientes electrónicos compartidos para el seguimiento a compradores y productores. Hasta el momento es un sistema interno, a usarse solamente por el colaboradores de FUNDEPPO o de las Plataformas SPP	Medio
	d	Fortalecer sistemas de comunicación interna operativa y organizativa	Se ha mejorado el funcionamiento y la participación en medios digitales para la realización de reuniones y capacitaciones. El problema de la mala conexión para algunos directivos sólo parece poderse resolver mediante el desplazamiento a otros lugares, con mejor conexión, para lo cual el Consejo Directivo ha autorizado el ofrecimiento de apoyos económicos.	Medio
	e	Fomento integración con sistemas de control interno de las OPP	Se ha avanzado en la colaboración con Organic Services (Alemania) para pilotear la integración a un sistema de Control Interno para OPP que incorpora decenas de normas orgánicas, sostenibles y justas.	Medio

II. ACTIVIDADES

#	Línea	Acciones Estratégicas 2015- 2020 Propuestas	Actividades y Avance V AG (Mayo 2016)	Progreso
f		Creación de puesto de Tecnología de Información y Comunicación	Ante las limitaciones presupuestales se le ha dado una baja prioridad la creación de este puesto. Mientras tanto se seguirá trabajando con servicios externos.	Nulo
7 El fortalecimiento financiero y comercial de las Organizaciones de Pequeños Productores y de FUNDEPPO				
a		Incorporar función de facilitación financiera y comercial a FUNDEPPO y Plataformas SPP	Ver línea estratégica 3.	N/A
b		Crear Alianzas Estratégicas con organismos financieros	Se ha concretado la membresía de FUNDEPPO a la plataforma de agencias financieras FAST y se está participando en el seguimiento al desarrollo de su plataforma digital para el acceso a créditos	Medio
c		Gestión de proyectos de financiamiento externo	A finales del 2015 se tomó la decisión entre el Consejo Directivo y la Dirección Ejecutiva de suprimir el puesto de Gestión de Recursos y sustituirlo por el de Desarrollo de Mercados. Esto ante la falta de resultados obtenidos por el área en cuestión y por considerar prioridad la generación de mecanismos de financiamiento interno, es decir, la generación de ingresos por una mayor participación en el mercado. De esta manera se invierte directamente en perseguir la misión de FUNDEPPO y se evita la burocracia que genera la gestión de proyectos de cooperación. Esta decisión se consideró de carácter temporal, ya que conforme crezcan las capacidades operativas de FUNDEPPO es un área de trabajo que será retomado, conforme Plan Estratégico	Bajo
8 Incidencia activa en políticas públicas y movimientos afines y solidaridad con organizaciones de pequeños productores en riesgo				
a		Incidencia en movimientos de comercio justo y afines a través de FUNDEPPO y, sobre todo, Plataformas SPP Nacionales	1) Se ha logrado figurar como sello importante y altamente calificado en guías de sellos de comercio justo y sustentables, como son las de la Plataforma Francesa de Comercio Justo y de Fair World Project (EEUU). 2) Se incidió de manera importante en el movimiento de comercio justo de francia mediante el Seminario de Comercio Justo que organizó SPP-Francia con la participación de dos representantes del Consejo Directivo de FUNDEPPO. 3) Mediante la participación de dos representantes del Consejo Directivo de FUNDEPPO en el Foro Anual de Comercio Justo organizado por GEPA en Alemania, completado con una visita a la alcaldía de Wuppertal. 4) Mediante la organización de una conferencia de prensa con la Vicepresidenta de Perú, Marisol Espinozas durante la Biofach (Alemania) 5) Participación con SPP-Francias en actividades de la Plataforma Francesa de Comercio Justo, 6) Se gestionó la aprobación del SPP como sello reconocido por la Plataforma Canadiense de Comercio Justo; 7) Se participó a través de la Presidencia y SPP Ecuador en diferentes actividades de fomento del Comercio Justo en Ecuador;	Alto
			8) El Tesorero de FUNDEPPO y personas ligadas a SPP Perú han hecho presentaciones del SPP en actividades diversas de movimientos sociales en Perú.; 9) FUNDEPPO se ha afiliado a las campañas de Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo y Ciudades y Pueblos Latinoamericanos de Comercio Justo, en colaboración con la CLAC y WFTO América Latina. 10) FUNDEPPO participa en la Conferencia Mundial de Municipios de Comercio Justo los días 2 y 3 de julio en Líbano, en colaboración con SPP-Francia; 11) Se ha colaborado con diferentes investigaciones académicas sobre el comercio justo, de universidades de Canadá, EEU, Inglaterra, México, etc.	
b		Vinculación con otros movimientos: cooperativistas, ecologistas, de la pequeña y mediana empresa, de mujeres, estudiantiles, académicos, juveniles, campesinos y artesanales	1) La Secretaria del CD de FUNDEPPO participó en un foro sobre movimientos sociales ligados a la tierra;2) FUNDEPPO tendrá participación en el Foro Social Mundial a celebrarse en Montréal (CA) en agosto 2016 y también en la Cumbre Global de Cooperativas, a celebrarse en Quebec (CA). A través de las redes sociales el SPP se ha vinculado con diversos tipos de movimientos, de la producción orgánica, el movimiento campesino, mujeres pequeñas productoras, etc.	Alto

II. ACTIVIDADES

#	Línea	Acciones Estratégicas 2015- 2020 Propuestas	Actividades y Avance V AG (Mayo 2016)	Progreso
	c	Establecimiento de alianzas estratégicas locales y/o internacionales enfocadas al fortalecimiento integral de las organizaciones de pequeños	Se estableció una Alianza con Organic Services Alemania (ver línea estratégica 6e. Recientemente se está colaborando con TERO (Francia) y Progreso (Holanda) para la realización de estudios de mercado para beneficiar el acceso al mercado para organizaciones de pequeños productores	Medio
	d	Desarrollar y promover acciones de apoyo y solidaridad con Organizaciones de Pequeños Productores en serio riesgo su supervivencia	1) Desde el Consejo Directivo se ha revisado el caso de la decertificación de Norandino de parte de FLO-Cert y se determinó elaborar una carta de solidaridad; 2) Se facilitó la campaña de recaudación de fondos para apoyar a las organizaciones SPP afectadas por el terremoto en la zona costera de Ecuador; 3) Se organizó un pequeño encuentro de COCLA con OPP y Compradores SPP para compartir su experiencia y situación actual, durante el SCAA 2016	Medio
9 Optimización del funcionamiento institucional y la toma de decisiones participativa				
	a	Formulación de Términos de Referencia de los diferentes órganos del SPP-FUNDEPPO	Se desarrollaron y aprobaron los Términos de Referencia para el Consejo Directivo, el Comité de Normas y Procedimientos, el Comité de Vigilancia y el Comité de Apoyo y Promoción, a partir de los estatutos y el Reglamento Interno de FUNDEPPO:	Alto
	b	Funcionamiento adecuado de los diferentes órganos de FUNDEPPO	El Consejo Directivo ha tenido por lo menos una reunión virtual de dos a tres horas cada mes en promedio, independientemente de algunas consultas electrónicas; El Comité de Normas y Procedimientos celebró 7 eventos diferentes, entre reuniones y consultas. El Comité de Vigilancia tuvo una participación constante como observadores en el Consejo Directivo y celebró su Reunión de Evaluación de la Gestión Anual 2016.	Alto
	c	Proceso Participativo de Planeación Estratégica	Los diferentes borradores del Plan Estratégico fueron elaborados bajo la supervisión del Consejo Directivo y por la propia Asamblea General. El Segundo Borrador del Plan Estratégico, elaborado a partir de la retroalimentación de la IV Asamblea General de FUNDEPPO fue difundido ampliamente entre los miembros, actores y aliados del SPP, en español e inglés. Para la elaboración del Borrador Final se realizaron 8 reuniones y talleres para el análisis y la revisión del Segundo Borrador. La sistematización de los resultados de estos talleres fueron incorporados al Borrador Final, bajo supervisión del Consejo Directivo.	Alto
	d	Administración legal y fiscal adecuada, oportuna y transparente	Desde la operación de FUNDEPPO se realizó una adaptación al nuevo sistema de contabilidad en línea obligatorio del estado mexicano; se realizó una revisión de los estatutos para poder solicitar el estatus de organización donataria (y poder expedir recibos deducibles de impuestos); Se presentaron los informes fiscales obligatorios mensuales y anual oportunamente; se realizó en tiempo y forma una auditoría externa; El Consejo Directivo es informado sobre el estado financiero que guarda FUNDEPPO durante todas las reuniones mensuales.	Alto
	e	Mantenimiento y desarrollo de protección Propiedad Industrial	Se ha dado seguimiento a los expedientes de marcas de algunos países. A falta de recursos no se terminó el proceso de inscripción de la sesión de marcas firmada por la CLAC en beneficio de FUNDEPPO.	Medio