

Quinta
Asamblea
General
S P P **VA** **06**
VII
16



Fifth
General
Assembly
S P P **VA** **06**
VII
16

11.
Plan Estratégico
2016-2020

11.
Strategic Plan
2016-2020



- El Segundo Borrador del Plan Estratégico se hizo en base resultados IV AG
 - El “Borrador Final del Plan Estratégico 2015 – 2020 del SPP-FUNDEPPO” se hizo en base a revisión Segundo Borrador en 8 reuniones y talleres en 7 países (BOL, COL, ECU, EEUU, GUA, MEX, PER)
 - El 27/06 se distribuyó el “Borrador Final”
 - *Puntos clave:*
- The Second Draft Strategic Plan was based on results IV AG
 - The "Final Draft Strategic Plan 2015 - 2020 the SPP-FUNDEPPO" was based on review of Second Draft in 8 meetings and workshops in 7 countries (BOL, COL, ECU, USA, GUA, MEX, PER)
 - June 27 the "Final Draft" was distributed
 - Key issues:

1. ANÁLISIS

- El capítulo de análisis se mantuvo igual que en el Segundo Borrador

2.1 NOMBRE ASOCIACIÓN

- Se propone el cambio de nombre de ‘Fundación de Pequeños Productores Organizados’, FUNDEPPO a ‘Símbolo de Pequeños Productores Global’, SPP GLOBAL

1. ANALYSIS

- The analysis-chapter was kept the same as in the Second Draft

2.1 NAME ASSOCIATION

- The document proposes a name-change from *‘Foundation of Organized Small Producers’*, FUNDEPPO, to *‘Small Producers Symbol Global’* SPP GLOBAL

2.2 VISIÓN

- “Las Organizaciones de los Pequeños Productores logran que los mercados y las sociedades locales y globales valoricen y recompensen económicamente las contribuciones que hacen sus productos, organizaciones y aliados a un mundo más justo, solidario y ecológico.”

2.2. VISION

- “ Small Producers’ Organizations achieve that local and global markets and societies appreciate and pay back the contributions that make their products, organizations and allies to a fairer and ecologically sounder and more solidary world.”

2.3 MISIÓN

- “Las Organizaciones de Pequeños Productores construyen un mercado que valoriza su identidad y las aportaciones económicas, sociales, culturales y ecológicas, juntos con consumidores y comercializadores”

2.3. MISSION

- “ Small Producers' Organizations build a market that values its identity and economic, social, cultural and ecological contributions, together with consumers and traders”

2.4 LEMA

- **“Con Pequeños Productores Hoy para un Mañana Mejor”**

2.3. SLOGAN

- **“With Small Producers Today for a Better Tomorrow”**

3. OBJETIVOS GENERALES

3. *GENERAL OBJECTIVES*

1 Consolidar la participación en el mercado local y global de las Organizaciones de Pequeños Productores bajo los principios y valores del SPP, logrando mayor número de compradores y distribuidores de los productos y aumentando la participación de las marcas propias de los productores.

Consolidate participation in the local and global market for Small Producers' Organizations, under the principles and values of the SPP, achieving more buyers and distributors of products and increasing the share of private producers brands.

3. OBJETIVOS GENERALES

3. *GENERAL OBJECTIVES*

2 Garantizar la calidad, funcionalidad y accesibilidad financiera para las organizaciones de pequeños productores y para los compradores, por un lado, y asegurar, por otro, los principios y valores del SPP y la credibilidad interna y externa del sistema de certificación, evitando los abusos del SPP por organizaciones y empresas no comprometidas y buscando conservar equilibrio entre la oferta y demanda de producto SPP.

Ensure quality, functionality and affordability for organizations of small producers and buyers on the one hand, and ensure the other, the principles and values of the SPP and the internal and external credibility of the certification system, avoiding abuses SPP by uncommitted organizations and companies and keep balance between supply and demand for SPP products.

3. OBJETIVOS GENERALES

3. GENERAL OBJECTIVES

3 Aumentar 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, a través de sus acciones que frenan el cambio climático, el trabajo de género, la calidad artesanal, del fortalecimiento de la economía local y el involucramiento de los jóvenes.

Increase locally and globally aggregated values and impacts the work of the OPP and SPP allies in social, economic, cultural and ecological realities in locally and globally, through their actions that slow climate change work gender, quality craftsmanship, strengthening the local economy and youth involvement.

3. OBJETIVOS GENERALES

3. GENERAL OBJECTIVES

4 Consolidar la calidad y sostenibilidad organizativa, productiva, técnica, comercial, financiera, empresarial y social de las organizaciones de pequeños productores y el bienestar de las familias asociadas.

Strengthen the quality and organizational, productive, technical, commercial, financial, business and social sustainability of smallholder organizations and welfare of associated families.

3. OBJETIVOS GENERALES

3. GENERAL OBJECTIVES

5 El funcionamiento óptimo de la estructura organizativa y garantizar la de participación de las Organizaciones de Pequeños Productores en la toma de decisiones de FUNDEPPO y de las plataformas regionales del SPP.

The optimal functioning of the organizational structure and ensure the participation of Small Producers' Organizations in making decisions FUNDEPPO and regional SPP platforms.

3. OBJETIVOS GENERALES

3. *GENERAL OBJECTIVES*

6	Efectividad y Eficiencia Administrativa, Financieras y Legal de FUNDEPPO y plataformas SPP regionales.	Administrative, Financial and Legal Effectiveness and Efficiency FUNDEPPO and regional SPP platforms.
----------	---	--

4. ESTRATEGIAS CENTRALES

4. CENTRAL STRATEGIES

1	<p>Fomento del crecimiento y consolidación del mercado para productos de las Organizaciones de Pequeños Productores SPP</p>	<p>Promoting growth and consolidation of the market for goods SPP Small Producers Organizations</p>
2	<p>El fortalecimiento de capacidades operativas de FUNDEPPO y SPP Nacionales</p>	<p>Strengthening operational capacities of FUNDEPPO and National SPP's</p>
3	<p>Construcción y fortalecimiento de plataformas SPP locales <u>y de producto</u> en países de origen y destino</p>	<p>Building and strengthening local SPP <u>and product</u> platforms in countries of origin and destination</p>

4. ESTRATEGIAS CENTRALES

4. CENTRAL STRATEGIES

<p>4</p>	<p>Promover los valores agregados de las Organizaciones de Pequeños Productores mediante el programa promoción de los 'Aportes SPP'</p>	<p>Promote the added value of the Small Producers' Organizations by promoting 'SPP Contributions ' program</p>
<p>5</p>	<p>Posicionar el Símbolo de Pequeños Productores no sólo como sello. Es también una alianza entre pequeños productores y con otros actores solidarios</p>	<p>Position the Small Producers' Symbol not only as a label. It is also an alliance between small producers and solidary actors.</p>



4. ESTRATEGIAS CENTRALES

4. *CENTRAL STRATEGIES*

6	<p>Optimización y revisión integral del sistema de normatividad y certificación</p>	<p>Optimization and comprehensive review of standards and certification system</p>
7	<p>El fortalecimiento de capacidades para la sustentabilidad de las Organizaciones de Pequeños Productores</p>	<p>Capacity building for sustainability of the Small Producers' Organizations</p>
8	<p>Incidencia activa en políticas públicas y movimientos afines</p>	<p>Active impact on public policy and related movements</p>

5. ÁREAS DE TRABAJO

5. DEPARTMENTS

1	Gestión Institucional y Executiva	Institutional and Excecutive Management
2	Certificación y Calidad	Certification and Quality
3	Comunicación y Difusión	Communication and Dissemination
4	Desarrollo de Mercados	Market Development
5	Fortalecimiento de OPP	Strengthening SPO
6	Incidencia	Incidence

6. INDICADORES Y METAS

- Por cada uno de los indicadores de los objetivos estratégicos
- Basados en las proyecciones financieras anuales para los 5 años
- Cuantitativos y cualitativos

5. INDICATORS AND GOALS

- For each of the indicators of the Strategic Objectives
- Based on yearly financial projections for the 5 year period
- Quantitative and qualitative

6. ANEXO FINANCIERO

- **Necesidades:**
 - Ser más atractivo bajando costos para compradores
 - Generar recursos para plataformas SPP nacionales
 - Incorporar ventas SPP por OPP que no son vendidas con sello: = 55% actual
 - Balancear los ingresos de Productores y Compradores

5. *FINANCIAL ATTACHMENT*

- **Needs:**
 - Be more attractive for buyers by lowering costs
 - Generating resources for national SPP platforms
 - Incorporating SPP sales by SPO's not sold with label: =55% actual
 - Income balance Producers and Buyers

6. ANEXO FINANCIERO

- **Características:**

En plazo de 4 años:

- Bajar cuota de uso compradores a 0%
- Aumentar membresía anual compradores a \$ 5,000 usd promedio
- Incrementar cuota de uso productores (parte precio mínimo) al 1%
- Derecho uso SPP todos los contratos

5. *FINANCIAL ATTACHMENT*

- **Characteristics:**

In term of 4 years:

- Lower users fee buyers to 0%
- Increase annual membership buyers to \$ 5.000 usd average
- Introduce producers users fee to 1% (part minimum prices)
- Right use for all SPP contracts

7. ANEXO FINANCIERO

7. FINANCIAL ATTACHMENT

	2016	2017	2018	2019	2020
Cuotas Compradores sobre Ventas SPP Compradores (promedio café-otros):	1.25%	1.00%	0.75%	0.50%	0.00%
Cuota Productores sobre ventas SPP:	0%	0.25%	0.50%	0.75%	1.00%
Membresía Compradores (promedio):	\$ 100	\$ 1,000	\$ 2,000	\$ 3,000	\$ 5,000

7. ANEXO FINANCIERO

7. FINANCIAL ATTACHMENT

INGRESOS	INCOME	2016 (USD)		2020 (USD)	
De parte de OPP	<i>From SPO</i>	22,425.00	11%	320,003.41	52%
Membresías	<i>Membership Fees</i>	22,425	11%	39,221	6%
Cuotas de Uso	<i>Users Fee</i>	-	0%	280,782	46%
De parte de Compradores	<i>From Buyers</i>	48,186.38	69%	244,140.63	40%
Membresías	<i>Membership Fees</i>	2,000	1%	244,140.63	40%
Cuotas de Uso	<i>Users Fee</i>	146,186.38	69%	-	0%

7. ANEXO FINANCIERO

7. FINANCIAL ATTACHMENT

Destinación Recursos	<i>Destination Resources</i>	2016 USD		2020 USD	
Plataformas SPP de Destino	<i>Destiny SPP Platforms</i>	0	0%	112,829	20%
Plataformas SPP de Origen	<i>Origin SPP Platforms</i>	0	0%	112,829	20%
FUNDEPPO	<i>FUNDEPPO</i>	<u>213,361</u>	100%	390,518	60%
<u>TOTAL</u>		<u>213,361</u>	<u>100%</u>	<u>616,176</u>	<u>100%</u>

7. ANEXO FINANCIERO

7. FINANCIAL ATTACHMENT

- **Condiciones de éxito:**
 - Compromiso de pago oportuno respectivas cuotas de todos los actores.
 - No debe generar una revisión inmediata de todos los precios mínimos.
 - El Consejo Directivo y la propia Asamblea General deben monitorear la efectividad del Ajuste Financiero con respecto a los objetivos buscados.

- **Conditions for success:**
 - Commitment respective timely payment by all stakeholders.
 - Should not generate an immediate review of all minimum prices.
 - The Board and the General Assembly itself should monitor the effectiveness of the Financial Adjustment regarding the objectives.

8. COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

- Preferencia hacia sólo relaciones institucionales puntuales y previa revisión
- Alianzas Estratégicas con Coordinadoras Nacionales, Plataformas SPP y Compradores SPP
- Prioridad en promoción virtudes y actividades SPP, posicionamiento propio y denunciar malas prácticas en términos generales

8. COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS

- Preference for only punctual institutional relations and prior review
- Strategic alliances with National Networks, Platforms and SPP Buyers
- Priority promotion SPP own virtues and activities, own positioning and denounce bad practices in general terms.

8. COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

- El SPP debe diferenciarse muy claramente de otros sellos, pero guardando siempre la diplomacia y el respeto, permitiendo la convivencia cordial en espacios y/o actividades compartidos.
- El SPP debe evitar la confrontación con FLO y otros sellos y centrarse en sus propias virtudes.

8. COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS

- The SPP must be distinguished clearly from other labels, but always keeping diplomacy and respect, allowing the conviviality in common spaces and/or activities.
- The SPP should avoid confrontation with FLO and other labels and focus on its own strengths

8. COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

- El SPP debe denunciar las malas prácticas del mercado común y de comercio justo que afectan los principios del SPP y los intereses de sus miembros.
- El SPP sólo debe hacer denuncias específicas e identificables cuando se cuente con datos comprobados y previo acuerdo interno.

8. COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS

- The SPP must denounce malpractices common and fair trade market that affect SPP principles and interests of its members.
- The SPP should only make specific and identifiable complaints when verified data are available and prior internal agreement.

8. COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

- El SPP en principio no es el lugar indicado para que sus miembros dirimen conflictos con terceros.
- En todo momento respaldar al SPP y sus representantes y actuar en congruencia con los valores y políticas del SPP en cualquier espacio de participación o representación pública.

8. COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS

- The SPP in principle is not the place for its members to resolve conflicts with third parties.
- To support at all times the SPP and its representatives and act in keeping with the values and policies of the SPP in any public space for participation or representation.

9. REVISIÓN LOGOTIPO

- Plan de Revisión a un año
- Buscar diferenciar de logo CLAC
- Proteger inversión en registros de marcas:
- Conservar dos figuras humanoides
- Respetar nombre SPP
- Permitir uso con calificativos de origen
- Mantener uso con 'Pequeños Productores'
- Consulta/Sondeo mercado



9. REVIEW LOGO

- Review Plan one year
- Seek differentiation from CLAC-logo
- Protect investment in trademark registrations:
- Keep two humanoid figures
- Respect name SPP
- Allow use with epithets of origin
- Keep open use with 'Small Producers'
- Consultation / Market Survey