



**Ruta de Aprendizaje
Acceso de Territorios Rurales Pobres a Mercados Dinámicos**

FORMATO PLAN DE INNOVACION FINAL

1) IDENTIFICACIÓN DEL RUTERO/A Y ORGANIZACIÓN DE ORIGEN	
Nombre Participante de Ruta: Sergio Lazo Garcia-Zabaleta	
Nombre de Ruta: Acceso de Territorios Rurales Pobres a Mercados Dinámicos Ecuador y Perú	
Nombre institución, organización, proyecto o empresa: Asociación de cafetaleros Fruto de Selva & Mundo Rural Sustentable	
Localidad y país: Moyobamba – San Martín – Perú.	
Nombre y cargo de la autoridad máxima en la organización: Aquiles Claudio Soto – Gerente	
E mail organización: Asociacionfrutodeselva_coffe@yahoo.es	
Teléfono Organización: (042) 56 4276	
Dirección Postal Organización:	
Página Web de la Organización:	

2) IDENTIFICACIÓN RESPONSABLE DEL PLAN DE INNOVACIÓN	
Nombre y cargo del responsable del Plan: Sergio Lazo García-Zabaleta / Gerente General de Mundo Rural Sustentable	
E mail responsable: mrs_sanmartin@yahoo.es	
Teléfono de contacto (celular, laboral y/o particular): Cel: (042) 966 2883 / 0051-42-564276	
Nombre del Plan de Innovación: Construyendo Confianza en Nuevas Alternativas de Mercado en la Asociación de Cafetaleros Frutos de Selva.	
Monto solicitado a PROCASUR (en USD): \$ 3000.00	Monto aportado por la Organización (en USD): \$ 3310.00
Duración del Plan: 06 meses	
Personas que elaboraron Plan y cargo en la organización: Sergio D. Lazo García-Zabaleta (Gerente General) Obdulio Barrera Rengifo (Coordinador de actividades agrícolas)	

4) Presupuesto:

N°	DESCRIPCIÓN	Cant.	Unid.	Costo	Total	CONCURSO	FRUTO DE SELVA -
				Unitario		MONETARIO	MUNDO RURAL
				\$	\$		SUSTENTABLE
							NO MONETARIO
Resultado I							
1	Georeferenciar	200	Unid.	5,00	1000,00	1000,00	
2	Tomar muestras y contra muestras de café	200	Unid.	5,00	1000,00		1000,00
3	Envío de muestras de café	100	Unid.	2,00	200,00	200,00	
4	Taseo de Muestras de café	100	Unid.	8,00	800,00	800,00	
5	Generar base de datos	200	Unid.	4,00	800,00		800,00
6	Fotografías	50	Unid.	1,00	50,00		50,00
7	Video	10	Unid.	6,00	60,00		60,00
8	Sistematizar testimonio	10	Unid.	10,00	100,00		100,00
9	Construcción y diagramación de pagina web	1	Unid.	200,00	200,00	200,00	
Resultado II							
10	Consultoría para articulación a fuentes financieras	1	Unid.	250,00	250,00	250,00	
11	Consultoría para facilitar el cierre de negocio con compradores	1	Unid.	250,00	250,00	250,00	
Resultado III							
12	Sistematizar resultados de entrevistas	10	Unid.	25,00	250,00		250,00
13	Envío de muestras a compradores nacionales e internacionales	10	Unid.	30,00	300,00	300,00	
14	Ruedas de negocios	3	Unid.	100,00	300,00		300,00
15	Reuniones para el cierre de negocio	3	Unid.	100,00	300,00		300,00
16	Diagramación de Brochures	1	Unid.	150,00	150,00		150,00
17	Impresión de Brochures	0,5	Millar	300,00	150,00		150,00
18	Invitaciones a tostadores, compradores, etc	10	Unid.	15,00	150,00		150,00
					6310,00	3000,00	3310,00

**Comunidad de Aprendizaje Virtual
Ruta de Aprendizaje
Acceso de Territorios Rurales Pobres a Mercados Dinámicos
Ecuador y Perú**



**CONSTRUYENDO CONFIANZA EN NUEVAS ALTERNATIVAS DE MERCADO
EN LA ASOCIACIÓN DE CAFETALEROS FRUTOS DE SELVA**



DICIEMBRE 2007

IDENTIFICACIÓN:	
Nombre:	Sergio Lazo García-Zabaleta
Nombre institución, organización, proyecto o empresa:	Mundo Rural Sustentable SAC
País :	PERU

PAUTA PLAN DE INNOVACIÓN FINAL:	
Nombre Elaborador/a del Plan: Sergio Lazo García-Zabaleta / Aquiles Claudio Soto.	
Nombre del Plan de Innovación:	Construyendo confianza en nuevas alternativas de mercado en la asociación de cafetaleros FRUTOS DE SELVA
<p>1. Indique cuál es el área (técnica, comercial o de gestión) en que se focaliza su Plan de Innovación.</p> <p>Nuestro plan de innovación se focaliza en el área técnica, comercial y de gestión:</p> <p>Área técnica: Pondremos en práctica herramientas tecnológicas como es un sistema de información georeferencial articulado a una red de telefonía celular para generar un constante flujo de información de mercados al alcance de los compradores de cafés especiales y de la gerencia general y comercial de la asociación de productores cafetaleros.</p> <p>Área comercial y de gestión: Mediante el desarrollo de conocimiento y experticia de nuestros líderes para el apalancamiento de financiamiento para el acopio y la sensibilización de la identidad comercial de los asociados de Fruto de Selva.</p> <p>2. Describa las necesidades específicas o problemas que dicha área usted y su organización evalúan que requiere mejoramiento e innovación. Señale los datos básicos que determinan el problema (Ejemplo: Baja rentabilidad en la comercialización de los productos agroindustriales del proyecto en relación a la calculada y prometida: rentabilidad del 5% y calculada del 15%)</p> <p>Área técnica: Existe una <i>débil difusión de la potencialidad de producción y calidad de cafés especiales</i> (Promedio 1200msnm) con certificación UTZ Kapeh, NOP, REU 2092/91 y JAS de la Asociación de cafetaleros FRUTO DE SELVA; lo que nos lleva a tener una <i>baja rentabilidad que en un corto tiempo podría generar desinterés de querer seguir participando de los procesos de certificación que demandan mucho esfuerzo técnico para nuestros productores</i>. Normalmente mediante la comercialización de cafés convencionales a compradores locales se puede llegar a obtener diferenciales de \$10 por quintal; con cafés certificados comercializados organizadamente a los grandes compradores locales se puede tener diferenciales de hasta \$30 por quintal; pero podríamos llegar a comercializar organizadamente a los grandes compradores locales cafés certificados sumado a ello la característica de especiales (por la altura) que nos da la identificación de las fincas debidamente georeferenciada y taseada; los diferenciales pueden llegar hasta US\$50 por quintal.</p> <p>Área comercial y de gestión: Existe una <i>débil consolidación comercial de Fruto de Selva por pocas capacidades en gestión de capital de trabajo para acopio del café especial</i>, lo que ocasiona que el 75% (aprox.400) de nuestros socios hagan sus ventas a comercializadores locales que distorsionan precios aprovechándose de las necesidades de los asociados de Fruto de Selva; esta consecuencia de causas nos puede llevar a que en las siguientes campañas no contemos con el capital para la recertificación y perderíamos todos los pequeños espacios ganados hasta la actualidad.</p>	

3. Formule de manera precisa la innovación a implementar en su organización.

Innovación Tecnológica:

Se georeferenciará a 200 socios de Fruto de Selva elegidos al azar, para elaborar luego el mapeo en un software de GIS; tomaremos muestras de café de los socios que se encuentren en alturas mayores a los 1000msnm para su catación por expertos de renombre internacional; generando así una base de datos con los puntajes obtenidos en la catación y el número de quintales que produce cada cafetalero; luego se realizara la edición de testimonios de vida de caficultores líderes y de los que obtuvieron los mejores puntajes en tasa; toda esta información, es decir, la base de datos y los testimonios se colgara en la pagina web de Fruto de Selva a la que invitaremos a visitar a los tostadores internacionales y algunos compradores nacionales e internacionales con opción a registrarse en la web para establecer contacto directamente con los productores debidamente asesorados por el Gerente General y Comercial. La página Web tendrá algunos links de indicadores económicos del café en los principales mercados bursátiles.

Esta innovación se complementa con la formación de promotores comerciales dispersos en los 10 sectores de Fruto de Selva para el manejo de una Red de telefonía celular para generar una cultura de información oportuna y de identidad de mercado con su asociación que permita manejar tiempos de entrega, volúmenes y precios apropiados.

Innovación comercial y de gestión:

Fruto de Selva tiene como fortalezas: 1. Tres centros de acopio, ubicados en los Centro Poblados Menores de Jerillo, Jorge Chávez y Carrizal y tiene un Centro de Acopio otorgado en cesión de uso en la Provincia de Moyobamba; estos cuatro centros corresponden a una red de acopio de los 10 comités de cada sector; la valorización de estos centros es aproximadamente S/. 360,000 (US\$125,000). 2. Aproximadamente 533 asociados con cuatro certificaciones en: Reglamento europeo 2092/91, USNOP, Utz Kapeh y JAS, todo este proceso por un trabajo de 28 meses con el convenio del Fondo de Cooperación para el desarrollo social (FONCODES) y el Banco interamericano de desarrollo (BID), valorizado en S/.1500,000 nuevos soles; 3. Aproximadamente podremos entregar 30 contenedores de café certificado y especial. Con todo este potencial necesitamos desarrollo de capacidades de nuestros líderes y gerentes para la búsqueda de financiamiento nacional, de la cooperación internacional, tostadores y compradores nacionales que tienen diferentes métodos para apoyar a las organizaciones a consolidarse con un capital de trabajo para el acopio y generar con ello una identidad para la entrega de café especial certificado, generando con ello un capital base, producto de las ventas para continuar los procesos de certificación y comercialización en los años venideros. Es por eso que lo que busca esta innovación es desarrollar capacidades de líderes y gerentes para contactarse con las fuentes de financiamiento, desarrollar un plan de trabajo mediante el lobby con las diferentes fuentes en donde se propondrán diferentes tipos de negociación desde warrants hasta hipotecas de los centros de acopio, luego de ello se hará un plan de sensibilización a las bases para generar identidad con Fruto de Selva; se preparara brochures, ruedas de negocio con los compradores, se enviara muestras de café, etc.

4. Describa brevemente cómo resuelve o incide en modificar positivamente la situación diagnosticada.

La innovación tecnológica permitirá la articulación de los cafetaleros de Fruto de Selva directamente con compradores internacionales de cafés especiales mejorando con ello la rentabilidad del productor; los promotores con red de telefonía celular permitirá que los cafetaleros bajen con su café con los volúmenes apropiados y cuando se den los mejores precios en el mercado, situación que le permitirá a la gerencia de Fruto de Selva cumplir con los pedidos para el mercado nacional e internacional. Con esto evitaremos que los cafetaleros bajen con su café en cualquier momento y al ver que Fruto de Selva no consigue los mejores precios, buscan otros compradores que se aprovechan de su producto pagando precios más bajos y sin reconocerle el valor agregado de certificación y calidad; además esta situación hace que se siga perdiendo la identidad con su asociación.

La innovación comercial y de gestión, permitirá buscar un capital para el acopio del café

de Fruto de Selva, mejorar los precios de compra por los lobby realizados, generar un fondo para los futuros procesos de certificación; en resumen esto ayudara a que el productor se identifique con su asociación y valore la diferenciación de certificación y calidad.

5. Señale el Objetivo General de su innovación (cambio principal a lograr mediante la implementación del Plan)

Articular a mercados dinámicos nacionales e internacionales de cafés certificados y de calidad a la asociación de cafetaleros Fruto de Selva

6. Indique los Objetivos Específicos de la innovación propuesta: (cambios concretos o resultados que se desprenden del objetivo general, y que se quieren lograr con la implementación del Plan)

- a. Generar identidad en los asociados de Fruto de selva
Productores se identifican con su asociación entregando su café certificado y especial para la comercialización a mercados nacionales e internacionales.
- b. Articular a Fruto de Selva al financiamiento para la comercialización de cafés certificados y de calidad.
Lideres y gerentes participan de la búsqueda y se articulan a fuentes de financiamiento para la comercialización.
- c. Desarrollar estrategia comercial de fruto de selva en base a la diferenciación de cafés certificados y de calidad
Fruto de Selva tiene una estrategia con un horizonte claro para la comercialización de su café a los mercados nacionales e internacionales.

7. Detalle los Indicadores que permitirán verificar si se obtuvieron los resultados/objetivos definidos.

- a. Generar identidad en los asociados de fruto de selva.
Al menos 250 socios de Frutos de Selva entregan cafés certificados y de calidad en la campaña 2008, se incrementa 10% por campaña en los años venideros.
Al menos 20 socios de Fruto de Selva realizan ventas de cafés certificados y especiales directamente a compradores internacionales.
- b. Articular a Fruto de Selva al financiamiento para la comercialización de cafés certificados y de calidad.
Fruto de Selva tiene al menos 2 fuentes de financiamiento para la comercialización de cafés para la campaña 2008.
- c. Desarrollar estrategia comercial de fruto de selva en base a la diferenciación de cafés certificados y de calidad
Frutos de Selva tiene al menos 3 contratos de entrega de cafés a compradores nacionales o internacionales para la campaña 2008.

8. Describa las Actividades a realizar para lograr que se incorpore la innovación propuesta.
Indicar duración aproximada de las actividades: horas, días, semanas.

Para el Resultado I. (Innovación Tecnológica)

- 1.1. Georeferenciar a los productores que se encuentran en mejores alturas (encima de 1000msnm) para ofertar su café especial con certificados directamente a tostadores norteamericanos y europeos.
- 1.2. Desarrollar el mapeo del café de altura con base de datos y diagramar en Art view.

- 1.3. Tomar muestras y contra-muestras de café para su taseo Junta Nacional del Café o la Cámara Peruana de Café.
- 1.4. Tomar fotografías y testimonios de cómo la actividad cafetalera es la actividad económica principal de vida.
- 1.5. Elaboración de pagina web y colgar el mapeo y algunos testimonios.

Para el Resultado II (Innovación comercial y de gestión)

- 2.1. Consultoría para facilitar la articulación con las fuentes financieras nacionales y de la cooperación internacional para el financiamiento del acopio.
- 2.2. Consultoría para facilitar el cierre de negocio con compradores nacionales de manera que se genere un capital previo para el acopio: Warranteo, pago de venta a futuro, etc.

Para el Resultado III (Innovación comercial y de gestión)

- 3.1. Facilitar entrevistas con compradores nacionales e internacionales de cafés especiales con certificación.
- 3.2. Envío de muestras a compradores nacionales e internacionales de los cafés especiales.
- 3.3. Facilitar ruedas de negocios con los compradores nacionales, calidades, propuestas y condiciones de pago.
- 3.4. Cierre de negocio para campaña de Fruto de selva. (contratos de compra, podrían servir también para el palanqueo de capital para el acopio, fijar tiempos y cantidades).
- 3.5. Elaborar estrategias para la difusión de la actividad cafetalera de Fruto de Selva (Brochures para promocionar a FRUTO DE SELVA, Invitaciones a tostadores y compradores).

9. Indique los Recursos necesarios para la implementación de la innovación: (recursos humanos y económicos que implica llevar a cabo el plan) **Señale** aquellas contribuciones que aportará la organización (dinero, aportes en especies y/o valoración de las horas de trabajo) y los aportes que necesitan financiamiento a través del Concurso de Planes de Innovación.

Nº	DESCRIPCIÓN	Cant.	Unid.	Costo Unitario	Total	CONCURSO	FRUTO DE SELVA - MUNDO RURAL SUSTENTABLE
				\$	\$	MONETARIO	NO MONETARIO
Resultado I							
1	Georeferenciar	200	Unid.	5,00	1000,00	1000,00	
2	Tomar muestras y contra muestras de café	200	Unid.	5,00	1000,00		1000,00
3	Envío de muestras de café	100	Unid.	2,00	200,00	200,00	
4	Taseo de Muestras de café	100	Unid.	8,00	800,00	800,00	
5	Generar base de datos	200	Unid.	4,00	800,00		800,00
6	Fotografías	50	Unid.	1,00	50,00		50,00
7	Video	10	Unid.	6,00	60,00		60,00
8	Sistematizar testimonio	10	Unid.	10,00	100,00		100,00
9	Construcción y diagramación de pagina web	1	Unid.	200,00	200,00	200,00	
Resultado II							
10	Consultoría para articulación a fuentes financieras	1	Unid.	250,00	250,00	250,00	
11	Consultoría para facilitar el cierre de negocio con compradores	1	Unid.	250,00	250,00	250,00	
Resultado III							
12	Sistematizar resultados de entrevistas	10	Unid.	25,00	250,00		250,00
13	Envío de muestras a compradores nacionales e internacionales	10	Unid.	30,00	300,00	300,00	
14	Ruedas de negocios	3	Unid.	100,00	300,00		300,00
15	Reuniones para el cierre de	3	Unid.	100,00	300,00		300,00

	negocio						
16	Diagramación de Brochures	1	Unid.	150,00	150,00		150,00
17	Impresión de Brochures	0,5	Millar	300,00	150,00		150,00
18	Invitaciones a tostadores, compradores, etc	10	Unid.	15,00	150,00		150,00
					6310,00	3000,00	3310,00

CRONOGRAMA:

		1	2	3	4	5	6
N°	Resultado I	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
1	Georeferenciar	X					
2	Tomar muestras y contramuestras de café	X					
3	Envío de muestras de café		X				
4	Taseo de Muestras de café		X	X			
5	Generar base de datos			X			
6	Fotografías						
7	Video				X		
8	Sistematizar testimonio				X		
9	Construcción y diagramación de pagina web	X		X			
	Resultado II						
10	Consultoría para articulación a fuentes financieras	X	X				
11	Consultoría para facilitar el cierre de negocio con compradores			X	X		
	Resultado III						
12	Sistematizar resultados de entrevistas		X	X	X		
13	Envío de muestras a compradores nacionales e internacionales				X	X	X
14	Ruedas de negocios				X	X	X
15	Reuniones para el cierre de negocio				X	X	X
16	Diagramación de Brochures	X	X				
17	Impresión de Brochures		X				
18	Invitaciones a tostadores, compradores, etc.	X	X	X	X	X	X