



**CHILE LO
HACEMOS
TODOS**



CÓDIGO
(uso interno)

FORMULARIO POSTULACIÓN

**GIRAS PARA LA INNOVACIÓN
CONVOCATORIA NACIONAL 2019**

CONTENIDO

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA	3
1. NOMBRE DE LA GIRA PARA LA INNOVACION	3
2. RESUMEN DE LA GIRA PARA LA INNOVACION	3
SECCIÓN II: DESCRIPCION DE LA GIRA PARA LA INNOVACION.....	4
3. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA Y/U OPORTUNIDAD	4
4. SOLUCIÓN INNOVADORA	5
5. OBJETIVO DE LA GIRA PARA LA INNOVACION.....	9
6. POTENCIAL DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS SOLUCIONES INNOVADORAS .	9
7. ITINERARIO PROPUESTO.....	10
8. ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN	11
SECCIÓN III: ANEXOS.....	10

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA

1. NOMBRE DE LA GIRA PARA LA INNOVACION

Comercio justo y cooperativismo: Modelo de comercialización y circuitos cortos en alimentos y artesanía

2. RESUMEN DE LA GIRA PARA LA INNOVACION

(Máximo 1.000 caracteres, con espacios incluidos)

La gira comenzará en Módena donde está la sede de la cooperativa Chico Mendes Modena, allí visitaremos su sede central, planta de procesamiento y podremos estudiar su modelo de cooperativa de trabajo. Luego nos moveremos a Verona y Bolzano donde visitaremos una de las centrales más importantes del comercio justo en Europa, la “Cooperativa Altromercato”, con la cual tendremos reuniones, referente a la experiencia, gestión y administración de este tipo de organizaciones, además de asesorías y apoyo en el desarrollo de productos para la comercialización. Posteriormente visitaremos Bélgica, Bruselas, donde nos reuniremos con Les Masins du Monde–OXFAM, donde conoceremos como se gestiona una central de distribución de productos de artesanía y decoración de talleres de comercio justo. Terminaremos la gira visitando en la ciudad de Gent, la organización OXFAM Fair Trade, dedicada al fortalecimiento y comercialización de productos alimenticios certificados de pequeños productores agrícolas.

SECCIÓN II: DESCRIPCIÓN DE LA GIRA PARA LA INNOVACIÓN

3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA Y/O OPORTUNIDAD

Se debe describir claramente el problema y/u oportunidad que da origen a la gira de innovación e indicar cuál es la relevancia para el sector agrario, agroalimentario y forestal, y para el grupo y/o tema en el cual se enmarca la gira.

(Máximo 2.500 caracteres, con espacios incluidos)

Los sistemas convencionales de comercialización se caracterizan porque la cadena de distribución y venta involucra un gran número de intermediarios que no necesariamente agregan valor al producto, haciendo que el precio final se incremente, sin embargo, sin verse reflejado en beneficio de los productores, especialmente en los pequeños, relacionados con agricultura familiar campesina. Esto produce un efecto de inequidad y una sensación de injusticia que se intensifica mientras más pequeñas sean las empresas. El efecto de todo ello es una disminución en las posibilidades de accesos a las tecnologías, innovación, mercados, entre otros.

Existen cientos de productores en Chile y Latinoamérica que viven una situación de vulnerabilidad y que están excluidos de los mercados de mayor valor añadido, o sólo acceden a estos a través de largas e ineficientes cadenas comerciales. Del mismo modo, existen productores que son explotados y que viven con salarios indignos y condiciones laborales desfavorables. El Comercio Justo apoya a los productores, aumentando los beneficios sociales y de sus comunidades, a través de la promoción de valores no reconocidos en mercados convencionales y permite a los consumidores, optar por productores que de otra manera serían excluidos de esos mercados. Uno de los objetivos del Comercio Justo es acortar las cadenas comerciales para que los productores reciban un mejor precio por sus productos, transparentar los costos de las cadenas de distribución, tratando de no maximizar la utilidad a costa de los productores, sino que logrando una utilidad razonable que permita la sostenibilidad de los negocios, pero con las debidas consideraciones éticas y de respeto y dignificación al trabajo. Las relaciones de comercio justo son la base para la conexión de los productores con los consumidores y para informar y entregar a estos, productos de calidad, económica y medioambientalmente sostenibles.

La gira a Italia y Bélgica tiene como objetivo el conocer modelos exitosos de negocios de comercio justo y replicarlos, para fundar la cooperativa en base a negocios solidarios y de alto impacto asociativo. El verificar ejemplos, de años de funcionamiento bajo esta modalidad, permitirá adecuar nuestra actual actividad comercial a una estructura comercial innovadora desde el Comercio Justo, donde es el productor es quien tiene la relevancia dentro de la cadena de valor económico.

4. SOLUCIÓN INNOVADORA

4.1. Identificar y describir claramente la(s) solución(es) innovadora(s) que se pretende(n) conocer a través de la gira y su contribución para abordar o resolver el problema y/u oportunidad identificado.

(Máximo 2.500 caracteres, con espacios incluidos)

El Comercio Justo se caracteriza por propiciar ventas de productores de pequeña escala, que se encuentran organizados de manera asociativa, procurando evitar la especulación de los intermediarios, instaurando la conciencia por el medioambiente y devolviendo el valor real del trabajo a los productores, trabajadores y el entorno que rodea la producción.

El comercio Justo, también busca corregir distorsiones en el mercado, promoviendo un consumo responsable entre la población. En este sentido, disponer de una certificación pretende facilitar a los productores más pequeños el acceso a los mercados, de manera que puedan beneficiarse al comercializar sus productos en nichos de mercado compuestos por consumidores socialmente sensibles. Aquellas organizaciones y empresas que participan del Comercio Justo buscan también desarrollar las capacidades de los productores para que se vuelvan competitivos y que afronten las adversidades que presenta el actual modelo comercial. Por consiguiente, se busca mejorar las condiciones de vida de los productores y trabajadores no sólo mediante la creación de una red de comercio alternativo, sino a través de la participación empoderada de los mismos. Frente a este escenario, es que se busca estructurar un modelo asociativo a disposición de los actores involucrados en el proceso comercial. Ajustando los aprendizajes en una base de referencia para que el modelo sea innovador y aborde oportunamente la problemática existente en el mercado local, antes descrita.

Nuestro objetivo es ofrecer alternativas responsables, sostenibles y de calidad de productos certificados con estándares de comercio justo, en especial: vinos, miel, productos gourmet, deshidratados, conservas, mermeladas, especias y artesanías, también incluyendo productores latinoamericanos como café, cacao, chocolates y artesanías. Por estas razones es que el Comercio Justo es el pilar más importante de nuestra cooperativa, combinando la justicia social, el respeto al medio ambiente y la sostenibilidad económica de sus proveedores. Para lo anterior, el objetivo final, es desarrollar una central de comercialización y procesamiento de productos certificados de comercio justo, donde las personas, tiendas, supermercados, y las instituciones públicas puedan adquirir productos que se vendan bajo los estándares de justicia hacia los pequeños productores, determinados por las certificaciones internacionales de comercio justo (WFTO y FLO).

4.2. Identifique las entidades a visitar para conocer la(s) solución(es) innovadora(s) señalada(s) anteriormente (repita el cuadro en función del número de entidades a visitar). Se debe adjuntar cartas de compromiso de cada entidad a visitar en Anexo 6.	
Nombre entidad 1:	Cooperativa Chico Mendes Modena
Región:	Modena- Italia
Descripción:	Cooperativa de comercialización, con base en Modena Italia. Cumpliendo 20 años de trabajo en comercialización mediante comercio justo.
Página web:	
Correo electrónico de contacto	
Describir el por qué la entidad a visitar es la más apropiada para conocer y contribuir a implementar la(s) solución(es) innovador(as).	
Cooperativa de comercialización que se funda en el 2000 para cerrar un círculo que pudiera unir a los productores del sur del mundo con sus productos específicos de excelente calidad, certificados como orgánicos y solidarios, con el mercado de comercio justo italiano y europeo, que tiene un gran potencial, pero a menudo inaccesible para los productores en el hemisferio sur.	
Nombre entidad 2:	Altromercato Impresa sociale - Soc. Coop.
Región:	Verona - Bolzano
Descripción:	Son la principal realidad del comercio justo en Italia. Una empresa social formada por 105 socios y 225 tiendas, que gestiona las relaciones con 155 organizaciones de productores en más de 45 países, en el sur y en el norte del mundo.
Página web:	
Correo electrónico de contacto	
Describir el por qué la entidad a visitar es la más apropiada para conocer y contribuir a implementar la(s) solución(es) innovador(as).	

CTM es la principal entidad de comercio justo en Italia. Una empresa social formada por 105 socios y 225 tiendas, que gestiona las relaciones con 155 organizaciones de productores en más de 45 países, en el sur y en el norte del mundo. Miles de artesanos y agricultores, cuyo trabajo se respeta y se paga de manera justa, porque se basa en una cadena transparente y rastreable, que protege a los productores, el medio ambiente y garantiza la calidad de los productos.

Una red de organizaciones que participan en iniciativas económicas y culturales que innovan las relaciones comerciales y benefician a un número creciente de personas.

Nombre entidad 3:	OXFAM – Les Magasins du Monde
Región:	Wavre - Bruselas
Descripción:	Oxfam-Magasins du monde es una de las organizaciones más importantes de comercialización de artesanías de comercio justo en Europa
Página web:	
Correo electrónico de contacto	
Describir el por qué la entidad a visitar es la más apropiada para conocer y contribuir a implementar la(s) solución(es) innovador(as).	
<p>Oxfam-Magasins du monde es una de las organizaciones más importantes de comercialización de artesanías de comercio justo en Europa y además es un movimiento de ciudadanos que quiere construir justicia socioeconómica luchando contra las desigualdades e injusticias de manera estructural y global, tanto a nivel local con nuestro movimiento, como a nivel nacional e internacional gracias a nuestros enlaces. dentro de Oxfam Internacional.</p> <p>Entre los objetivos de OXFAM es concretamente denunciar prácticas injustas para hacer que el sistema de producción, distribución y consumo sea más justo para las poblaciones del Norte y del Sur; ofrecer alternativas equitativas y unidas: en Oxfam World Shops, vendiendo productos de artesanía y decoración de comercio justo; capacitar a ciudadanos críticos y responsables que sean capaces de comprender los principales problemas mundiales y la solidaridad internacional.</p> <p>Oxfam-Magasins du monde es miembro de la WFTO (Organización Mundial de Comercio Justo).</p>	
Nombre entidad 4:	OXFAM – FAIR TRADE
Región:	GENT
Descripción:	Oxfam Fair Trade, trabaja por el comercio justo y es la entidad más reconocida de trabajo en el tema desde los años 80, siendo la herramienta principal en el desarrollo de sus gestiones. Los productos que comercializa cumplen con severos criterios de producción y comercialización. Oxfam creó su propio sistema de

	verificación, antes de que las entidades de certificación de comercio justo existieran.
Página web:	
Correo electrónico de contacto	
Describir el por qué la entidad a visitar es la más apropiada para conocer y contribuir a implementar la(s) solución(es) innovador(as).	
<p>La experiencia comercial en alimentos de Oxfam, resulta fundamental, principalmente porque considera a Fair Trade como una herramienta para el desarrollo estructural en el Sur. Oxfam Fair Trade garantiza a las cooperativas una cooperación a largo plazo. Entregan apoyo y asesoramiento en cuestiones técnicas, financieras y organizativas. Finalmente, apuntan a una sólida posición de mercado para los productores en el Sur. Además de esto, sensibilizan a los consumidores, las empresas y los servicios públicos para el Comercio Justo. Oxfam Fair Trade abarca la producción orgánica y la sostenibilidad. La agricultura orgánica es la respuesta de los pequeños productores en el Sur a un modelo agrícola dominante que desperdicia energía y agua. Por lo tanto, la mitad de la gama de productos de Oxfam Fairtrade se cultiva orgánicamente.</p>	

5. OBJETIVO DE LA GIRA PARA LA INNOVACION

Conocer y contrastar soluciones innovadoras de comercialización de productos agroalimentarios y artesanías mediante modelo de comercio justo a través de estructuras cooperativas.

6. POTENCIAL DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS SOLUCIONES INNOVADORAS

Describir las posibilidades de implementar la(s) solución(es) que se conocerán en la gira en el corto y mediano plazo. Considere aspectos técnicos, de gestión, recursos humanos, organizacionales, financieros, entre otros.

La estrategia metodológica del proyecto es su componente más valioso y está focalizada en activar dinámicas culturales innovativas al interior de las empresas y productores que son parte de esta gira. La estrategia metodológica consiste en la integración de perspectivas muy diferentes que son propias del ámbito comercial, productivo y que se implementaran a través de los criterios de comercio justo. En este camino, gran parte del trabajo conjunto se basa en la confianza, y el intercambio. La estrategia metodológica para el desarrollo del proyecto tiene tres componentes: Innovación de valor-significado de productos, Competencias de Innovación y emprendimiento.

Aplicar Innovación de valor-significado de productos: La agregación de valor de los productos de comercio justo involucradas en el proyecto se realiza a través de innovación "blanda" o "no tecnológica".

La estrategia de innovación diseñada para el proyecto se organiza de acuerdo a los procesos de innovación de significado, que es intensiva en Diseño y Sustentabilidad, se desarrollan nuevas propuestas de valor, o modifican las existentes, frente al consumidor.

El "Sistema de Innovación Basado en Red de Valor", es un modelo de innovación, el cual organiza los contenidos de las estrategias orientadas al mejoramiento del valor del producto mediante la agregación de significado. La idea, es conocer toda esta metodología desarrollada por más de 30 años por las cooperativas de comercio justo en Europa, específicamente en Italia.

Para la implementación de soluciones, es importante ajustar la estructura de los modelos asociativos observados en cada una de las experiencias y llevarlos a nuestra realidad. Llegando con esto, a definir aquellos aspectos que más sentido y oportunidad de desarrollo tienen con la vinculación de productores en Chile.

En el corto plazo, se posibilita tanto el asesoramiento técnico sobre la cadena productiva, la focalización del equipo de trabajo sobre los hallazgos y aprendizajes dados en la gira, como también, proyectar financieramente el negocio hacia la internacionalización de productos agroalimentarios y artesanales. Teniendo en consideración, que el modelo de desarrollo es el diferenciador.

En el mediano plazo, teniendo cubiertas las bases de acción y definidos los potenciales clientes, se podría comenzar a prospectar comercialmente en el mercado junto a los actores participantes del modelo asociativo comprometido participante.

7. ITINERARIO PROPUESTO

Entidad a visitar	Descripción de las actividades a realizar	Nombre y cargo de la persona con quien se realizará la actividad en la entidad a visitar	Temática a tratar en la actividad	Ciudad, localidad	Fecha (día/mes/año)
Cooperativa Chico Mendes Modena	Visita oficina central cooperativa. Sistema de administración y compras de productos. Visita centros de procesamiento y distribución.	Valeria Bigliuzzi Encargada de Proyectos y relación con productores	Cooperativismo, administración, cooperativa de trabajo y modelo de negocios.	Modena - Italia	27/28- 08- 2019
Altromercato Impresa Sociale Soc. Coop.	Visita oficina central cooperativa. Sistema de administración y compras de productos. Visita centros de procesamiento y distribución.	Rudy Dalvai Presidente Carlotta Turolla- comercialización	Cooperativismo, administración, cooperativa de trabajo y modelo de negocios.	Verona – Bolzano - Italia	26/27-08-2019
OXFAM FAIR TRADE	Visita oficina central sistema de gestión, desarrollo de productos alimenticios, comercialización de productos de comercio justo	Wim Melis Product Manager Wine & Spirits	Gestión de organizaciones de comercio justo y desarrollo de productos.	Gent - Bélgica	29-08-2019
Les Magasins du Monde - OXFAM	Visita oficina central sistema de gestión, desarrollo de productos artesanales, comercialización de productos de comercio justo	Sophie Tack - Directora	Gestión de organizaciones de comercio justo y desarrollo de productos.	Bruselas - Bélgica	30-08-2019

8. ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN

Fecha (día/mes/año)	Lugar de realización	Tipo de actividad (charla, taller de discusión de resultados y/o publicación)	Justificación de la actividad	Tipo de participantes (indicar hacia quien está orientada la actividad)	N° estimado de participantes
13- sept-2019	Santiago	Publicación	Resumen visita y enfoque en experiencias y mejores prácticas a imitar.	consumidores, sociedad civil y productores	1000
27- sept 2019	Temuco	Charla	Conversatorio descentralizado para acercarnos a productores	Universitarios, sociedad civil y productores de la zona	100

ANEXO 4: CARTAS DE COMPROMISO DEL COORDINADOR Y DE CADA UNO DE LOS PARTICIPANTES, Y FOTOCOPIA DE CÉDULA DE IDENTIDAD DE CADA UNO ELLOS

La carta de compromiso se debe ajustar al siguiente formato:

Señores FIA Loreley 1582 <u>La Reina</u> Estimados señores: Yo [Nombre del Participante], manifiesto mi compromiso de participar en las actividades programadas en la propuesta denominada [Título de la propuesta], a realizarse entre el [fecha inicio y término gira], con destino a [Región/Localidad], presentada por [nombre Entidad Postulante] a la Convocatoria de Giras para la Innovación 2019. Asimismo, me comprometo a realizar un aporte de [\$.], para financiar la contraparte de la propuesta, en caso que ésta resulte aprobada. Sin otro particular, le saluda atentamente <p style="text-align: center;">Firma Nombre completo Rut.</p>

ANEXO 5: CURRÍCULUM VITAE (CV) DEL COORDINADOR

Se debe presentar un currículum breve, de **no más de 3 hojas**, del coordinador, la información contenida en dicho currículum, deberá poner énfasis en los temas relacionados a la propuesta y/o a las responsabilidades que tendrá en la ejecución del mismo. De preferencia el CV deberá rescatar la experiencia profesional de los últimos 5 años.

ANEXO 6: CARTAS DE COMPROMISO DE LAS ENTIDADES A VISITAR

La carta debe indicar:

- Nombre de la entidad.
- Breve descripción de su quehacer.
- Datos de contacto (representante, dirección, teléfono, email de contacto y página web).
- Declaración explícita de la recepción de la gira para la innovación (formato carta compromiso adjunta).

Señores FIA Loreley 1582 <u>La Reina</u> Estimados señores: Nosotros como [Nombre entidad] nos comprometemos a recibir al grupo participante de la gira denominada [Título propuesta], entre los días [día/mes/año] y [día/mes/año], en el marco de la postulación a la Convocatoria Giras para la Innovación 2019. El objetivo de la visita es [explicar en qué consistirá la visita y los temas que incluirá] Sin otro particular, le saluda atentamente, <p style="text-align: center;">Firma Nombre completo Rut Cargo</p>

ANEXO 7: COTIZACIONES QUE RESPALDEN LA MEMORIA DE CÁLCULO

ANEXO 8: CARTA DE COMPROMISO DE APORTES DE OTRA PROCEDENCIA

La carta debe indicar el compromiso de aporte de terceros, si los hubiere, y además describir el tipo de aporte comprometido.

Lugar,
Fecha (día, mes, año)

Yo **Nombre Representante Legal**, RUT: **XX.XXX.XXX-X**, vengo a manifestar el compromiso de la entidad **Nombre Entidad**, RUT: **XX.XXX.XXX-X**, a la cual represento, para realizar un aporte total de **monto en pesos** a la gira de innovación denominada "**Nombre de la gira**", presentada a la Convocatoria Nacional Giras para la Innovación 2019, de la Fundación para la Innovación Agraria, valor que se desglosa en **monto en pesos** como aportes pecuniarios y **monto en pesos** como aportes no pecuniarios.

Firma del Representante Legal

Nombre del Representante Legal
Cargo Representante legal
Entidad Postulante
RUT Representante Legal

ANEXO 9: CARTA DE AUTORIZACIÓN DE DIRECTOR DE SERVICIO PÚBLICO

Adjuntar carta autorización para aquellos participantes de instituciones públicas.