

2019

Memoria Anual CLAC.

Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo



El Comercio Justo es un modelo comercial que pone al centro los seres humanos y la sostenibilidad social, económica y ambiental de las sociedades; dignificando el trabajo, respetando el medio ambiente y fomentando una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales.

La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC), es la red latinoamericana co-dueña del sistema Fairtrade International. La misión de CLAC la de representar y promover los intereses, el empoderamiento y el desarrollo de sus miembros y sus comunidades.



CONTENIDO

GLOSARIO

01

EDITORIAL

02

Miguel Ángel Munguía
Presidente
consejo directivo CLAC

INTRODUCCIÓN

04

Xiomara J. Paredes
Directora ejecutiva de CLAC

OBJETIVO ESTRATÉGICO 1

06

Fortalecimiento organizacional
y operativo de CLAC

OBJETIVO ESTRATÉGICO 2

14

Promoción del Comercio Justo, sus
valores y principios

OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

19

Fortalecimiento y Desarrollo de
nuestras organizaciones miembro

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4

35

Incrementar acceso a mercados
existentes y nuevos

OBJETIVO ESTRATÉGICO 5

43

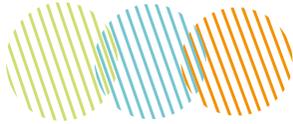
Incidir por una producción, comercio
y consumo responsable para
impulsar un desarrollo sostenible

OBJETIVO ESTRATÉGICO 6

46

Contribuir a los objetivos de
desarrollo sostenible (ODS) a través
de la inclusión, la adopción de buenas
prácticas sociales y ambientales en
nuestra membresía

GLOSARIO



APIMONDIA	Congreso Internacional de Apicultura
BIOFACH	La feria más grande de productos orgánicos en Europa. Se realiza en Alemania.
CECLAC	Comisión de Estándares de CLAC
CLAC	Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores y Trabajadores(as) de Comercio Justo
CC	Cambio Climático
CNCJ	Coordinadora Nacional de Comercio Justo
COP25	Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático
KPI	Indicadores Claves de Rendimiento (Key Performance Indicators, por sus siglas en inglés)
NATEXPO	Feria internacional de productos orgánicos en Francia
NAPP	Red de productores de Comercio Justo de Asia y el Pacífico (Network of Asia and Pacific Producers, por sus siglas en inglés)
NFO	Organizaciones Nacionales de Fairtrade (National Fairtrade Organization, por sus siglas en inglés)
ECOSUR	El Colegio de la Frontera Sur (México)
FT Africa	Red de productores de Comercio Justo de África
FI	Fairtrade International
FLOCERT	Organismo certificador independiente que audita y certifica a todos los actores de las cadenas de suministro Fairtrade
INTA PROAPI	Instituto Nacional de Tecnología Agraria (Argentina)
MEL	Unidad de Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
OPP	Organización de pequeños(as) productores(as)
OPs	Organizaciones de Productores
PIP	Programa de incremento de productividad del banano
REWE	Cadena de supermercados en Alemania
SCA	Exposición de Cafés Especiales (Specialty -Coffee Expo, por sus siglas en inglés)
SCAJ	Specialty Coffee Association of Japan
WFTO	Organización Mundial del Comercio Justo (World Fair Trade Organization, por sus siglas en inglés)

EL COMERCIO JUSTO: UN MODELO A FAVOR DE LOS(AS) PEQUEÑOS(AS) PRODUCTORES(AS) ORGANIZADOS(AS)

Miguel Ángel Munguía, presidente del Consejo Directivo de CLAC

“La esencia del Comercio Justo es promover relaciones más directas y éticas entre productores(as) y consumidores(as), que permitan generar mejores condiciones de vida para los(as) productores(as) y trabajadores(as) organizados(as).”



Desde su fundación, la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) por el Comercio Justo (CLAC) ha sido un referente en términos de procesos organizativos, luchas y trabajo colectivo en beneficios de las organizaciones miembro.

La esencia del Comercio Justo es promover relaciones más directas y éticas entre productores(as) y consumidores(as), que permitan generar mejores condiciones de vida para los(as) productores(as) y trabajadores(as) organizados(as). Precisamente en la unión radica la fuerza de las más de 900 organizaciones de 24 países que son parte de CLAC.

El 2019 fue un año de crecimiento, que permitió que CLAC llevara sus servicios al 86% de las organizaciones miembro, un 10% más que el año anterior. Este logro también muestra la expansión que está teniendo nuestra organización de pequeños(as) productores(as), que pasó de 65 a 85 colaboradores.

Es importante destacar el inicio de la implementación del Plan Estratégico 2019 – 2021, que guía todas las acciones del Consejo Directivo, el equipo operativo, las Coordinadoras Nacionales, las redes de productos y la red de trabajadores.

Para cumplir la misión de ser una instancia de representación de organizaciones de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) democráticamente organizados, dirigida al fortalecimiento y desarrollo de las organizaciones de base, CLAC enfocó buena parte de sus recursos al fortalecimiento de las organizaciones, coordinadoras nacionales, redes de productos y trabajadores, y el equipo operativo en distintas temáticas como la normativa de la certificación Fairtrade, capacidades gerenciales, liderazgo, mejorar la productividad, la gestión del conocimiento, entre otras.

CLAC también facilita la asistencia a las organizaciones asociadas, promueve sus productos y valores e incide en instancias sociales, políticas y económicas.

En ese sentido, en 2019 se fortalecieron las relaciones con otros actores del sistema Fairtrade y con posibles compradores para incrementar el acceso a mercados existentes y potenciar nuevos mercados.

Participamos en la Junta Directiva de Fairtrade Internacional, en donde damos aportes desde la visión de los(as) pequeños(as) productores(as) en el debate global de la dirección estratégica del sistema Fairtrade, tomando en cuenta la relevancia de apoyar los procesos organizativos, para fortalecer la oferta y la calidad de productos sin desvincular a los mercados. → La participación en las diferentes comisiones que revisan los estándares dio como resultado la aceptación por parte de Fairtrade International del 81% de las propuestas presentadas por CLAC.

A nivel internacional, se han mantenido alianzas con otros actores y movimientos, así como con instancias de financiamiento y también de incidencia, para potenciar el movimiento de Comercio Justo. Estas alianzas han permitido que CLAC y Fairtrade International hagan incidencia para promover el Comercio Justo como un modelo comercial alternativo que abona a la concreción de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles entre ellos combatir el hambre, la pobreza y la desigualdad, garantizar ingresos dignos, promover la equidad de género, establecer una producción y consumo responsable y preservar el medio ambiente.

Continuamos con las campañas de Ciudades y Universidades por el Comercio Justo, que tuvieron importantes logros, como la declaratoria de la Ciudad de Tibasosa en Colombia y la adhesión de la ciudad de Chanchamayo en Perú. Además, se realizó el primer encuentro de Universidades por el Comercio Justo en México.

En 2019, los(as) pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo enfrentamos grandes desafíos en relación con la volatilidad de los precios de nuestros productos, lo cual fue un tema muy sensible en el caso del café; la existencia de malas prácticas comerciales, como la miel adulterada; problemas por sobre oferta, que requieren que continuemos mejorando nuestras capacidades de procesamiento.

El rápido crecimiento de CLAC nos ha llevado a la reflexión sobre la importancia de reorganizarnos y por ello iniciamos una reingeniería organizacional, que busca que la organización pueda responder mejor a las necesidades de la membresía, así como implementar procesos de mejora continua.

El cambio climático se ha convertido en un importante desafío para la producción. Por ello, desde CLAC se han impulsado importantes iniciativas para fortalecer la resiliencia de las organizaciones de pequeños(as) productores(as) y para promover el respeto al medio ambiente.

Además, a través de los ejes transversales se han trabajado en otros temas de relevancia como la inclusión de los jóvenes, el empoderamiento de las mujeres, la protección infantil, las buenas prácticas laborales con un enfoque de respeto a los derechos humanos, y la soberanía alimentaria.

Aunque enfrentamos bastantes retos en un mundo cada vez más cambiante, el Comercio Justo sigue siendo un modelo alternativo que permite construir relaciones más equitativas entre productores(as) y consumidores(as), poniendo al centro a los seres humanos.

Desde CLAC seguiremos esforzándonos para ser la red líder en representación, acompañamiento y fortalecimiento de organizaciones de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo en América Latina y El Caribe, impulsando el desarrollo sostenible y promoviendo el empoderamiento, la autogestión y los derechos humanos para alcanzar medios de vida dignos de productores(as), trabajadores(as) y sus comunidades.

Además, en todas nuestras acciones continuaremos promoviendo los valores del Comercio Justo: Democracia y Participación, Solidaridad, Equidad, Respeto, Transparencia, y compromiso con el Medio Ambiente, para construir un mundo mejor.

Miguel Ángel Munguía
Presidente de CLAC

UN AÑO CUMPLIENDO LAS METAS DEL PLAN ESTRATÉGICO 2019-2021

Xiomara J. Paredes, directora ejecutiva de CLAC

“...estamos convencidos(as) de que el Comercio Justo es una herramienta muy valiosa para acortar la brecha de la inequidad y avanzar en los Objetivos de Desarrollo Sostenibles.”



El 2019 fue un año de éxitos para CLAC porque logramos superar la meta de organizaciones atendidas, se incrementaron de manera sostenida los recursos disponibles para atender a la membresía, se ganó un mayor reconocimiento y posicionamiento en el sistema Fairtrade, y también más incidencia con diferentes instancias a nivel global.

Además, fue el primer año de la ejecución del Plan Estratégico 2019-2021, aprobado por el Consejo de Directores de CLAC luego de la Asamblea General celebrada en 2018 en Lima, Perú. Por ello, la memoria de labores de 2019 se enfoca en los avances en el cumplimiento de las metas del Plan Estratégico, el cual tiene seis objetivos estratégicos, 27 objetivos específicos y 88 indicadores.

Los objetivos estratégicos de CLAC para 2019-2021 son:

- 1. Fortalecer la sostenibilidad organizacional de CLAC**
- 2. Promover el Comercio Justo, sus principios y valores**
- 3. Fortalecimiento y Desarrollo de nuestra membresía**

4. Incrementar acceso a mercados existentes y nuevos

5. Incidir por una producción, comercio y consumo responsable para impulsar un desarrollo sostenible

6. Contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a través de la inclusión, la adopción de buenas prácticas sociales y ambientales en nuestra membresía

El primer objetivo está enfocado en el desarrollo del equipo operativo, las Coordinadoras Nacionales y las Redes de productos y trabajadores(as), porque al fortalecerlos promovemos la sostenibilidad de la organización, que ha experimentado una rápida expansión en los últimos años. Entre los objetivos específicos destaca comunicar de una manera efectiva el impacto que el Comercio Justo tiene en la vida de los(as) productores(as) a los públicos internos y externos, una labor fundamental para CLAC.

En el segundo objetivo, la generación de información sobre el impacto del Comercio Justo, sus desafíos y beneficios, liderada por la unidad de Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje (MEL) ha sido muy relevante, pues los numerosos estudios realizados buscan mostrar con evidencia sólida ese cambio positivo que el Comercio Justo lleva a la vida de los(as) productores(as) y trabajadores(as).

Promover el Comercio Justo, sus principios y valores va más allá de promover una marca, es una filosofía de vida que nos acompaña en todo momento, es una fuerza de cambio que busca el bien común. Para esto, las Universidades y Ciudades por el Comercio Justo son importantes aliadas que nos permiten difundir más lo que hacemos.

Pero nuestra labor en CLAC se centra el objetivo 3 que es el fortalecimiento y desarrollo de las organizaciones miembro, que actualmente son 82% organizaciones de pequeños(as) productores(as) y 18% organizaciones de trabajadores(as) en plantaciones. Para ello brindamos una serie de servicios para que conozcan mejor los estándares Fairtrade, mejoren su producción y se desarrollen en distintas áreas como el manejo gerencial y finanzas, entre otros.

Para contribuir al fortalecimiento a nuestras organizaciones contamos con un portafolio de programas y proyectos en distintas temáticas. Además, implementamos herramientas de

gestión de conocimiento e innovación para incentivar el aprendizaje y deriven en un beneficio común.

Una de las principales necesidades de las organizaciones está plasmada en el objetivo cuatro, que busca potenciar el incremento al acceso a mercados existentes y nuevos, por eso buscamos fortalecer las alianzas con las Asociaciones Nacionales Fairtrade (NFOs) y con clientes y potenciales clientes en diferentes países, generando información de oferta de los productos y potenciando la participación de organizaciones en ferias y giras de negocios, entre otros.

El objetivo estratégico cinco, relacionado con incidencia, busca a través de las Coordinadoras Nacionales y el Consejo de Directores promover políticas públicas a favor de la membresía y de CLAC en los distintos países y también en la región completa.

Finalmente, el objetivo estratégico 6 incluye el trabajo en los ejes transversales, donde se destacan las áreas de género, inclusión juvenil, cumplimiento social, cambio climático y soberanía alimentaria.

El Plan Estratégico 2019-2021 es el primero que se estructura de esta forma y nos traza una hoja de ruta para el trabajo del equipo operativo y de los diferentes organismos de gobernanza de CLAC. Al hacer el monitoreo anual, se han registrado avances importantes en relación con el cumplimiento de las metas establecidas.

Al hacer el monitoreo anual, se han registrado avances importantes en relación con el cumplimiento de las metas establecidas.

En los próximos años seguiremos trabajando por avanzar en nuestro Plan Estratégico, enfrentando al mismo tiempo los nuevos desafíos que se presenten, porque estamos convencidos de que el Comercio Justo es una herramienta muy valiosa para acortar la brecha de la inequidad y avanzar en los Objetivos de Desarrollo Sostenibles. El Comercio Justo se basa en relaciones comerciales en las que hay

FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL Y OPERATIVO DE CLAC

1.1 Contribuir a que las Coordinadoras Nacionales, Redes de Producto y Trabajadores(as) sean funcionales, activas y fortalecidas organizacionalmente para implementar estrategias de incidencia, comunicación y ejecutar funciones estratégicas y técnicas.

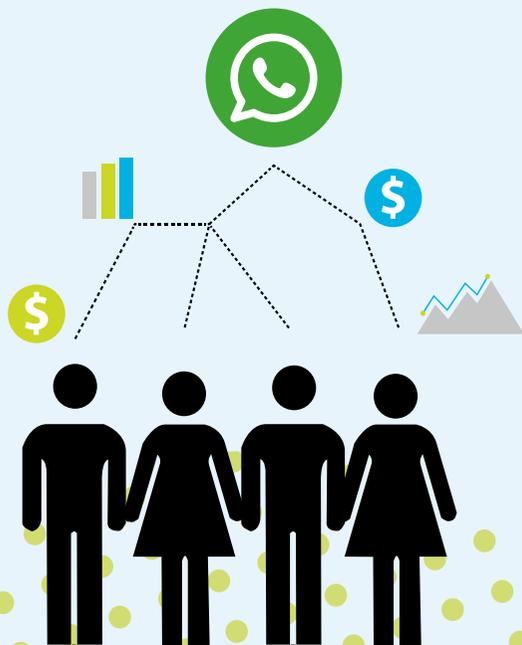
En 2019, CLAC trabajó para fortalecer a las Coordinadoras Nacionales, a las Redes de Producto y de trabajadores(as) en toda la región.

Las Coordinadoras Nacionales de Comercio Justo son muy importantes dentro de CLAC, pues impulsan procesos de diálogo, análisis, discusión y consulta; además, apoyan y dan seguimiento a los servicios a que CLAC proporciona a sus miembros. En 2019, se buscó fortalecer las capacidades de las coordinadoras apoyándolas en México, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica en la implementación de sus planes operativos. También asistimos a las Coordinadoras Nacionales de Colombia, Bolivia, Ecuador y Perú en la realización de eventos puntuales y en la organización de sus asambleas. Además, dimos asesoría para el proceso de legalización de la Coordinadora Nacional en República Dominicana y apoyamos en la formulación de estatutos, reglamentos internos y planeación estratégica a las coordinadoras en Brasil, Paraguay y Argentina.

En relación con la red de trabajadores y trabajadoras de Comercio Justo, en 2019 se llevó a cabo una reunión del comité técnico en Panamá, se realizó una consulta participativa sobre el reglamento interno y la gobernanza de la Red. También se realizaron diferentes encuentros de los(as) trabajadores(as) que pertenecen a la red en Ecuador, Colombia y México. En República Dominicana se llevó a cabo el III Encuentro Nacional de Trabajadores(as), en el que participaron más de 300 representantes de todas las plantaciones certificadas Comercio Justo. En este encuentro se compartió información sobre los diferentes proyectos de inversión de la prima Fairtrade, y se realizaron actividades culturales y deportivas que fortalecen la Red como un espacio de representación en el sistema de Comercio Justo.

En 2019, también se reunieron las redes de producto de Cacao, Azúcar, Banano, Café, Miel y Jugos y Frutas, fortaleciendo y dinamizando los canales de comunicación de cada red, por medio de reuniones físicas y virtuales en cada red y promoviendo la

de sus representantes en distintas ferias, foros y eventos relevantes para el mercado de Comercio Justo. La Red Cacao realizó una reunión en Panamá y también asistió a [NATEXPO](#) y el salón del Chocolate. La Red Azúcar se reunió en Perú en septiembre, mientras la Red Banano realizó un encuentro en Panamá y el [Foro de Banano](#) en Ecuador. La Red Café sostuvo una reunión en El Salvador, otra en el marco de la feria [SCA](#) en Boston, Estados Unidos y la última en el marco de la feria SCAE en Berlín, Alemania. Por su parte, la Red Miel sostuvo un encuentro durante el Congreso Mundial de Apicultores [APIMONDIA](#), realizado en septiembre en Canadá y además se fortaleció a través de la implementación del proyecto [Miel para el Futuro](#) en Guatemala. Mientras que la Red de Jugos y Frutas sostuvo un encuentro en Costa Rica en el que se identificaron los puntos más importantes de la estrategia para el desarrollo de esta red. La comunicación entre productores(as) se mejoró a través de la creación de grupos de WhatsApp de cada red, en donde se comparte información de relevancia en temas relacionados a mercados.



1. FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL Y OPERATIVO DE CLAC

1.2 Asegurar una estructura operativa que sea capaz de ejecutar el Plan Estratégico de CLAC de manera eficaz, construyendo capacidades en los diferentes productos y países.



Una estructura operativa fuerte contribuye a una gestión más ágil y eficaz para alcanzar los objetivos del Plan Estratégico de CLAC.

Para poder brindar los servicios que requieren las organizaciones miembros de CLAC, se contrató a cinco gestores para la región Andina para la Unidad de Fortalecimiento y Desarrollo, y a tres personas para la Unidad de Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje (MEL). También se hicieron contrataciones para fortalecer al equipo operativo en áreas relevantes para la ejecución de las metas planteadas en el Plan Estratégico, por lo que CLAC pasó de tener 65 colaboradores en 2018 a 85 en 2019.

En términos de capacitaciones, se destaca que 41 personas de la organización completaron el curso PMD Pro1 en el que desarrollaron capacidades sobre Gestión de Proyectos para el Desarrollo.

Se comenzó la elaboración de la Estrategia de Servicios de CLAC, con el objetivo de definir cómo CLAC puede contribuir al desarrollo de organizaciones empoderadas y autogestionadas.

Para el desarrollo de esta estrategia se hicieron cinco consultas a las organizaciones de base de CLAC en cinco países, para obtener la mejor información de primera mano acerca de las necesidades principales en materia de fortalecimiento y desarrollo.

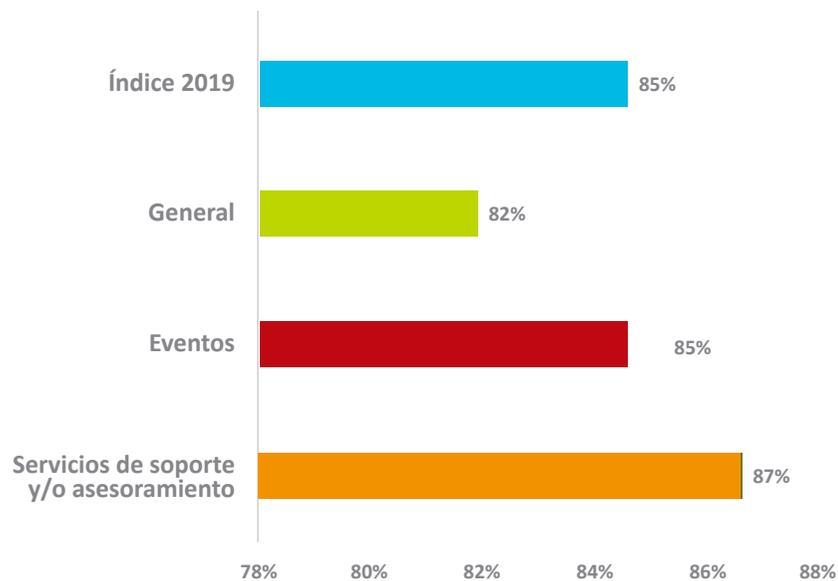
Conscientes de la importancia de obtener información de calidad sobre el impacto del Comercio Justo en las organizaciones certificadas y en la vida de los(as) pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as), CLAC fortaleció la Unidad MEL con la contratación de un oficial de Gestión del Conocimiento, una analista y un oficial para la Unidad de Programas y Proyectos.

El Monitoreo de Organizaciones es un componente del sistema que la unidad MEL está desarrollando que tiene como objetivos gestionar información que permita valorizar el desempeño de las organizaciones productivas con respecto a los objetivos plasmados en la Teoría de Cambio Fairtrade y el Plan Estratégico de CLAC, así como también generar información oportuna que habilite procesos de aprendizaje de CLAC para la mejora continua.

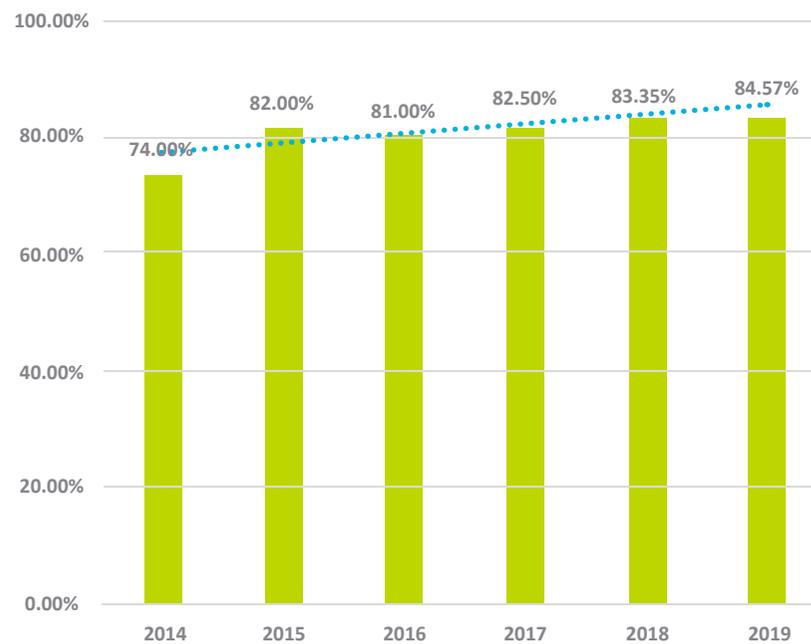
A través de la Unidad MEL, en 2019, se realizó el primer monitoreo del cumplimiento del Plan Operativo Anual 2019 y del Plan Estratégico de CLAC, el cual registra un importante avance en las metas establecidas en cada objetivo estratégico. Además, se llevó a cabo la encuesta de satisfacción de la membresía, en la que se registra que el 85% de las organizaciones están satisfechas con los servicios, asesoría y comunicación que reciben de parte de CLAC. Cabe destacar que en los últimos cuatro años los datos de satisfacción de la membresía registran una tendencia a ir mejorando cada año como se muestra en la gráfica.



Índice Satisfacción



Índice Satisfacción Tendencia



1.3 Adoptar una cultura de mejora continua para la operación de la organización



El enfoque de mejora continua permite a CLAC optimizar la calidad de sus servicios y su gestión para mantener satisfecha a su membresía.

La política de calidad fue aprobada el 19 de noviembre de 2019, estableciendo que: en CLAC estamos comprometidos con representar y fortalecer a las organizaciones de pequeños (as) productores (as) y trabajadores (as) de Comercio Justo en América Latina y el Caribe, impulsando el desarrollo sostenible y promoviendo su empoderamiento, su autogestión y los derechos humanos para alcanzar medios de vida dignos. Todo esto a través de la participación democrática y efectiva de sus miembros, el acompañamiento técnico y la incidencia en políticas públicas, en el marco del cumplimiento de requisitos aplicables y bajo el enfoque de mejora continua del sistema de gestión de calidad, para el desarrollo de actividades que aseguren la satisfacción de nuestra membresía.

Se inició con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de calidad con una introducción para el equipo sobre el Sistema de Gestión de Calidad y la norma ISO 9001:2015, se revisaron,

estructuraron y estandarizaron algunos procesos operativos internos y se inició con la formación del personal en gestión del cambio en la organización. Además, se inició el proceso de reingeniería organizacional.

Para mejorar los servicios que CLAC brinda, también se sostuvieron reuniones con FLOCERT para esclarecer dudas y llegar a acuerdos relacionados a la certificación. Además, se estableció un procedimiento para establecer puntos básicos sobre la relación de la unidad de Fortalecimiento y Desarrollo con las Coordinadoras Nacionales.



1. FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL Y OPERATIVO DE CLAC

1.4 Implementar una estrategia de comunicaciones interna que logre un mayor acercamiento a nuestros miembros



Una comunicación fluida con la membresía de CLAC es fundamental para lograr mayores niveles de acercamiento y participación en las actividades que se desarrollan para implementar el Plan Estratégico.

En 2019, CLAC presentó su Estrategia de Comunicaciones para el trienio 2019 – 2021, denominada **“Sembrando cultura de impacto y aporte del comercio justo a la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible”**. Esta estrategia busca lograr una comunicación efectiva y eficaz, visibilizando el impacto del comercio justo y la eficiencia de CLAC en todas sus acciones. Además, la unidad de comunicaciones mantiene la responsabilidad de seguir visibilizando el aporte del Comercio Justo al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

A nivel interno, la estrategia de comunicaciones busca lograr un mayor acercamiento a nuestros miembros. En ese sentido, CLAC desarrolló una serie herramientas para difundir su trabajo de cara a la membresía, entre éstas el envío

de informativos en español y portugués una vez por semana, boletines bimensuales para públicos específicos, así como la publicación de las revistas Manguaré. Además, en 2019 se fortaleció el uso de WhatsApp como herramienta para una comunicación interna más eficaz con el equipo operativo. CLAC también elaboró boletines de producto y material informativo sobre ferias para brindar orientación y apoyar la participación de las organizaciones miembro.



Diversos actores del movimiento del Comercio Justo se han dado cita del 16 al 19 de septiembre en Lima (Perú) en el marco de la décimo quinta Conferencia Internacional del movimiento de Comercio Justo, llamada "Innovaciones para un Futuro Justo", organizada por la WFTO (World Fair Trade Organization). El evento contó con la asistencia de productores, exportadores, importadores, mayoristas y minoristas que están involucrados en el movimiento del Comercio Justo.

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA COMUNICACIÓN DE CLAC



Para visibilizar el aporte que el Comercio Justo hace a la concreción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, desde la Unidad de Comunicaciones se diseñaron diferentes materiales que fueron utilizados para las celebraciones del Día del Comercio Justo. Como parte de la estrategia, a lo largo del año se publicaron notas sobre el impacto del comercio justo en la generación de un ingreso digno, la equidad de género, la inclusión de los y las jóvenes, el fortalecimiento de capacidades para tener organizaciones más resilientes al cambio climático y una producción que respete el medio ambiente, entre otros.



1. FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL Y OPERATIVO DE CLAC

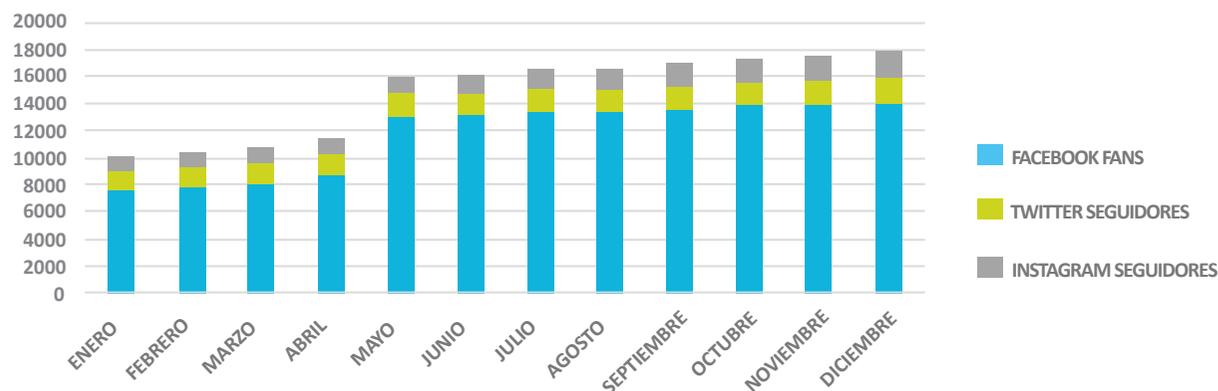
1.5. Implementar una estrategia de comunicaciones externa, que contribuya a un mayor reconocimiento de CLAC



Una comunicación fluida, constante y oportuna con actores externos es estratégica para lograr un mayor posicionamiento y reconocimiento de CLAC.

La red social que tuvo mayor desarrollo para CLAC fue Facebook, en la que casi se duplicó el número de seguidores (comenzando el año con 7,670 y terminando con 14,250). También se registró un aumento leve en el número de seguidores en Instagram y Twitter.

FANS Y SEGUIDORES EN REDES SOCIALES EN 2019



Page Fans By Location



1.6 Alcanzar sostenibilidad financiera a través de la implementación de una estrategia que le permita a CLAC tener mayor autonomía y solidez, así como apoyar a nuestra membresía con recursos adicionales



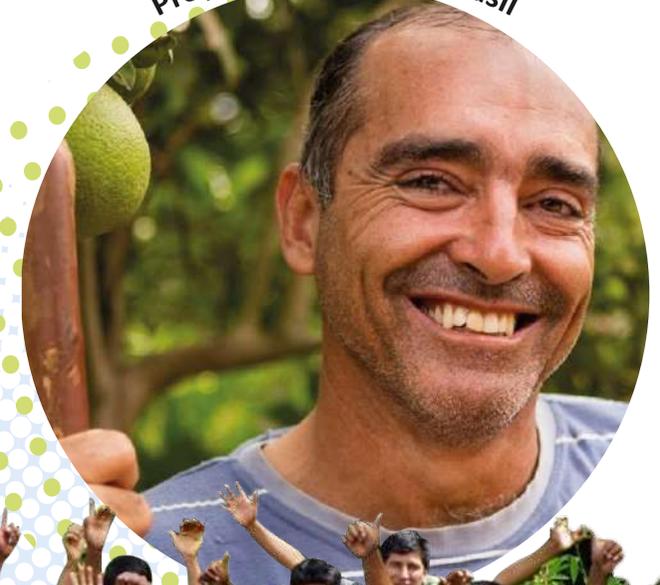
La sostenibilidad y autonomía financieras permiten apoyar de forma más eficaz y eficiente a las organizaciones miembro de CLAC.

Para buscar la sostenibilidad financiera se están impulsando estrategias para obtener recursos de otras fuentes además de Fairtrade International, a través de la Unidad de Gestión de Programas y Proyectos, que ha formulado iniciativas para obtener fondos de cooperación para brindar mayor apoyo a nuestra membresía en temas específicos. En ese sentido, parte de la estrategia ha sido estrechar alianzas con las oficinas nacionales de Comercio Justo (NFO's por sus siglas en inglés) y a través de ellas, y de sus relaciones con otros actores, como gobiernos centrales o locales en diferentes países y entidades privadas, obtener fondos para financiar proyectos de cooperación.

La Unidad de Gestión de Programas y Proyectos se fortaleció y cerró 2019 con un portafolio de 13 proyectos en 12 países, que benefician a productores(as) de miel, azúcar, cacao, café, banano, flores, vino, frutas frescas y jugos, es decir del 80% de los productos, y trabajan en los seis ejes

transversales de CLAC: cambio climático, inclusión de jóvenes, género, derechos laborales, soberanía alimentaria y protección infantil. En estos proyectos participan 49 organizaciones y tienen un presupuesto anual total de \$1,179,499.34 USD.

Proyecto Intercitrus, Brasil



Proyecto Jóvenes Liderando la Adaptación al Cambio Climático, Bolivia

PROMOCIÓN DEL COMERCIO JUSTO, SUS VALORES Y PRINCIPIOS

Para CLAC es de suma relevancia promover el Comercio Justo, sus valores y principios tanto con su membresía, como con actores externos y potenciales aliados. Esta labor se realiza a través de todas las unidades de CLAC, quienes realizan talleres y charlas sobre los valores y principios de Comercio Justo, generan información sobre su impacto, beneficios y desafíos. Además, a través de las Campañas de Universidades y Ciudades por el Comercio Justo, la participación en ferias y por medio de la difusión de información a diferentes públicos y por diferentes canales se promueve el Comercio Justo.

2.1 Mostrar el impacto, beneficios y desafíos del comercio justo a través de información de calidad



Contar con información de calidad sobre el impacto, beneficios y los desafíos que enfrenta es fundamental para promover el Comercio Justo, sus valores y principios.

El año 2019 marcó el inicio de un gran número de estudios y evaluaciones comisionados por diferentes actores en el sistema Fairtrade para medir el impacto del Comercio Justo en las organizaciones de América Latina y el Caribe. En CLAC se comenzaron cuatro estudios y se brindó apoyo a 10 estudios comisionados por la unidad de Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje (MEL) de Fairtrade International.

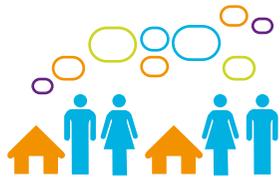
Además, desde la Unidad MEL de CLAC se apoyó el establecimiento de líneas de base y líneas finales de varios proyectos implementados por la membresía de CLAC.

CLAC reporta regularmente información sobre los Indicadores Claves de Rendimiento (KPI por sus siglas en inglés) de las organizaciones miembro en América



2. PROMOCIÓN DEL COMERCIO JUSTO, SUS VALORES Y PRINCIPIOS

2.2 Incrementar la adopción de prácticas que reflejan el compromiso con los principios y valores del comercio justo dentro de la operación de su membresía y sus estructuras



Organizaciones comprometidas con los principios y valores del comercio justo son importantes actores para promoverlo dentro de su membresía y con actores externos.

Para promover los principios y valores del Comercio Justo, en 2019 se realizaron 33 actividades con organizaciones de pequeños(as) productores(as) en 13 países, que incluyeron talleres de capacitación, reuniones de trabajo, asistencia a ferias o giras de negocios, entre otros.

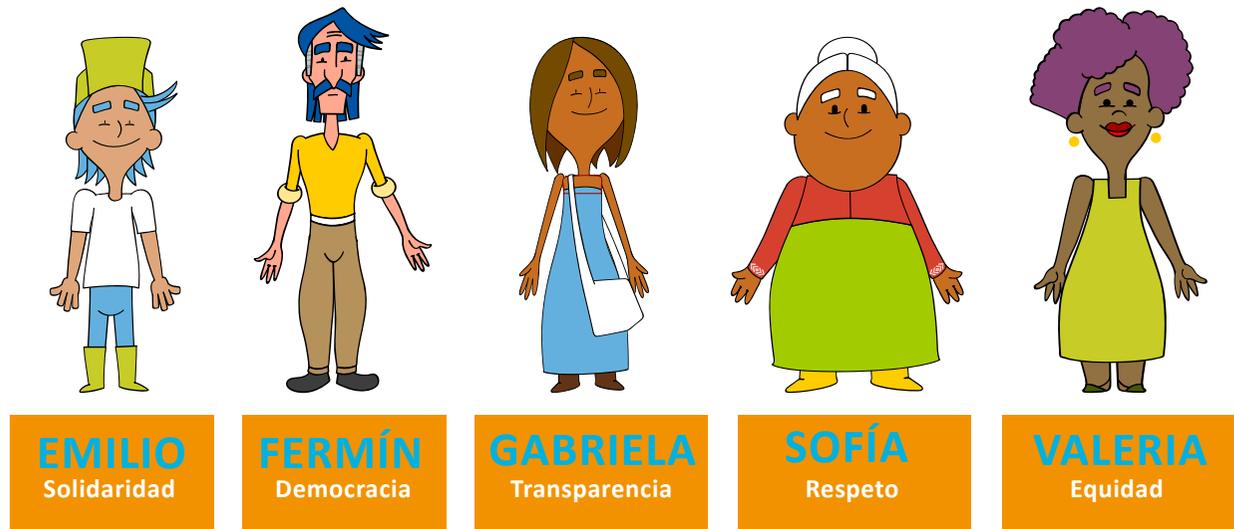
CLAC desarrolló un grupo de personajes que representan a los valores del Comercio Justo como una forma de compartirlos y promoverlos de manera sencilla y fácil de entender para las organizaciones que forman parte de la membresía.

Los personajes son: Valeria, que representa a la Equidad; Emilio, quien es la Solidaridad; Sofía, que representa el Respeto; Gabriela, que es la Transparencia; y Fermín, quien representa a la Democracia.

Estos personajes interactúan entre sí en videos y materiales radiales para difundir los diferentes mensajes, los cuales forman parte del maletín educativo sobre los valores y enfoques del Comercio Justo.



LOS 8 ENFOQUES DEL COMERCIO JUSTO



CINCO VALORES DEL COMERCIO JUSTO

2. PROMOCIÓN DEL COMERCIO JUSTO, SUS VALORES Y PRINCIPIOS

2.3 Posicionar el comercio justo a través de campañas de Universidades y Pueblos por el comercio justo, celebraciones del día internacional del comercio justo y participación en otros espacios globales dirigidos a la sostenibilidad y consumo responsable.



Las Universidades, los gobiernos locales y la sociedad civil son actores claves para promover el Comercio Justo, la sostenibilidad y el consumo responsable en toda la región.

En el 2019 la ciudad de Tibasosa en Colombia recibió la declaratoria como la primera Ciudad Colombiana por el Comercio Justo en un evento que contó con una alta participación de actores locales y autoridades, así como de miembros de organizaciones de pequeños(as) artesanos(as) y productores(as).

La Ciudad de Chanchamayo en Perú también se unió a la campaña en el 2019, con la conformación del comité local y la firma de la declaratoria por parte del municipio, comenzando con el trabajo a nivel de promoción del Comercio Justo a nivel local. Al concluir el año, se contaba con ocho ciudades miembros de la campaña: Arroyos y Esteros (Paraguay), Tibasosa (Colombia), Marcala (Honduras), Grecia (Costa Rica), Quito y Riobamba (Ecuador), Boa Esperanza (Brasil) y Mao (República Dominicana).

Además, se desarrolló el primer concurso de Ciudades por el Comercio Justo que premió las mejores prácticas en las categorías de Mercados, Alianzas y Educación para evidenciar y promover como los criterios de las campañas están contribuyendo a que los consumidores y actores locales aumenten sus conocimientos y sensibilización hacia el Comercio Justo. Los comités ganadores fueron Boa Esperanza (Brasil), en la categoría de Mercados; Riobamba (Ecuador) en la categoría de Alianzas; y Marcala (Honduras) en la categoría de Educación.

A través de alianzas, se logró gestionar la participación de una delegación de América Latina por segundo año consecutivo en el encuentro internacional de las Ciudades y Pueblos por el Comercio Justo, realizado en Gales, Reino Unido. En el marco de la 13ava. Conferencia Internacional de Ciudades por el Comercio Justo, representantes de las ciudades de América Latina desarrollaron el primer taller regional de Ciudades Latinoamericanas por el Comercio Justo, en el cual se diagnosticaron los principales retos que enfrenta la campaña y se desarrolló un intercambio de buenas prácticas.





En 2019, se llevó a cabo el **primer encuentro de Universidades por el Comercio Justo** que tuvo lugar en México en el mes de noviembre en la Universidad Autónoma de Chapingo. Además, la campaña de Universidades por el Comercio Justo desarrolló un proceso de revisión y mejora de los criterios.

En alianza con la Universidad Federal de Lavras (UFLA), de Brasil, se lanzó la convocatoria para la primera revista científica edición especial sobre Comercio Justo como aporte a la promoción del impacto del Comercio Justo en la región. La revista será publicada en el 2020 y contará con la participación de académicos de diferentes países de América Latina.

En 2019, se llevaron a cabo actividades para celebrar el Día del Comercio Justo en 13 países, que contaron con presentaciones artísticas y espacios para intercambiar experiencias en el marco del respeto y la solidaridad.

Como parte de las iniciativas para promover el Comercio Justo también se diseñó un libro de recetas con productos certificados Fairtrade.



I Encuentro de Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo

“En el Comercio Justo se desarrollan criterios éticos de transparencia, promoviendo la equidad, y buscando un comercio directo entre nosotros, como pequeños productores, y los consumidores. Las y los universitarios de América Latina asumen un rol importante en términos de vinculación, articulación, promoción y asistencia técnica. Por ello, hemos promovido estos acuerdos con las universidades, creemos que es vital que los estudiantes vayan incorporando elementos de Comercio Justo, que los jóvenes se formen y vuelvan al campo a emprender con la familia”, dijo el presidente de CLAC, Miguel Ángel Munguía, durante su participación en el Primer Encuentro de Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo.

Representantes de universidades de Brasil, Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, República Dominicana y México participaron en el Encuentro realizado del 26 al 28 de noviembre en las instalaciones de la Universidad Autónoma de Chapingo en México.

Por su parte, el rector de la entidad educativa, Dr. José Solís Ramírez, afirmó que “con el Comercio justo abonamos a una justicia, abonamos a una cultura de paz, abonamos a la seguridad alimentaria, sobre todo en las comunidades y en los pueblos originarios, pero también hablamos de que la justicia se puede lograr únicamente cuando se paga lo justo precisamente por un producto y además se produce con justicia”.



En el marco del encuentro se realizó el conversatorio “Hablemos de Comercio Justo, inicios, desarrollo y futuro”, en el que participó el presidente de CLAC; Marike de Peña, presidenta de la Red Banano de CLAC; y el Padre Frans VanderHoff, fundador del movimiento de Comercio Justo con sello, quien relató que en la década de los 80, al hacer un análisis de costos con los productores de café en México se dieron cuenta de que el sistema neoliberal no funcionaba a favor de los pequeños(as) productores(as), pues las ganancias les quedaban a los intermediarios.

En ese sentido, Marike de Peña destacó que “el Comercio Justo es un movimiento de cambio, no solo buscando mayor justicia en la distribución de valor, pero un movimiento de cambio que realmente cree en la persona, un movimiento que se basa en el empoderamiento, no solamente en la cadena comercial, pero también en el empoderamiento que ve al pequeño productor como actor de cambio y como clave para el desarrollo de sus comunidades”.

El encuentro fue organizado por CLAC, la Coordinadora Mexicana de Pequeños(as) Productores(as) de Comercio Justo; y el Departamento de Agroecología de la Universidad Autónoma Chapingo y contó con el co-financiamiento de la Unión Europea

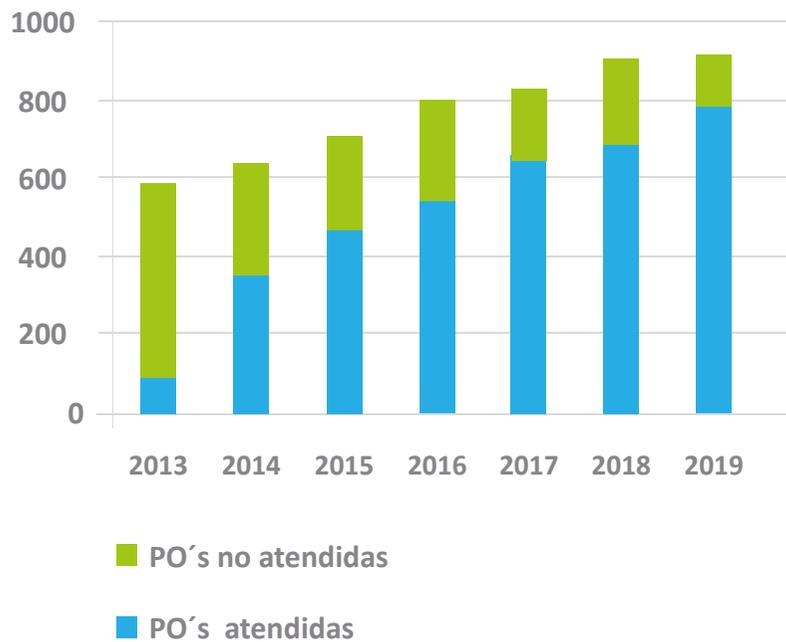


OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

FORTALECIMIENTO Y DESARROLLO DE NUESTRAS ORGANIZACIONES MIEMBRO

El desarrollo de las organizaciones de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo en la región es una prioridad para CLAC, pues a medida que las organizaciones mejoran sus capacidades en distintas áreas mejoran sus ventas y sus ingresos y también garantizan el cumplimiento de los estándares del Comercio Justo, promoviendo el bienestar de sus miembros.

En 2019, CLAC atendió al 86% de sus organizaciones, incrementando en un 10% el porcentaje de organizaciones atendidas en comparación con 2018.



3.1 Mejorar la capacidad organizacional de las Organizaciones de Pequeños (as) Productores (as) a través de la implementación de la estrategia de fortalecimiento y desarrollo.



Una organización saludable es aquella que tiene una buena estructura de gobernanza, democrática, transparente, y que tiene claros los roles de cada miembro. Aquella en la que existen mecanismos de monitoreo y donde se respeten los acuerdos internos o externos; que promueve el desarrollo del liderazgo, y que elabora planes para su organización y la comunidad. Una organización saludable debe ser incluyente para que también sea una opción para los(as) hijos(as) de los asociados(as) y personas jóvenes de la comunidad, con una visión de desarrollo sostenible y local. También debe tener buenas prácticas con relación al cumplimiento de estándares y una buena formación de las bases, que garantice que el conocimiento no solo queda en los directivos y que realice una buena gestión del premio Fairtrade. Por ello, para CLAC es fundamental el fortalecimiento de las organizaciones miembro del sistema de Comercio Justo.

Formación en la nueva norma Fairtrade para OPPs - En abril de 2019, Fairtrade International actualizó su norma para Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as). La participación de CLAC en el proceso de la elaboración de esa nueva norma fue muy intensiva y relevante para el resultado final. A partir de abril, el trabajo del equipo de la Unidad de Fortalecimiento y Desarrollo se enfocó en capacitar a las organizaciones en esa nueva normativa vigente a partir de junio de 2019. Para ello se realizaron un total de 52 talleres regionales, alcanzando la participación aproximada de 414 organizaciones.

El objetivo de las capacitaciones fue socializar los cambios principales en la normativa, los cuales las organizaciones de ahora en adelante tienen que cumplir. Para lograr una buena alineación en la interpretación de la normativa, el equipo de gestores y gestoras ha sido capacitado previamente en la normativa por la unidad de estándares de Fairtrade International y con una metodología estandarizada se llevaron a cabo todos los talleres regionales.

Preauditorias – Uno de los servicios que más solicitan las organizaciones al equipo de gestores y gestoras de Fortalecimiento de CLAC es un apoyo en los preparativos para una auditoría de FLOCERT. En el 2019, el equipo operativo inició un proceso de armonización y formación en la metodología de trabajo para ejercicios de pre-auditoría con las organizaciones base, con el objetivo de mantener un buen nivel de servicio con personal capacitado y actualizado en todos los requisitos que tienen que ver con la certificación de Comercio Justo. Este año la mitad del equipo operativo ha sido formado y se planea terminar el proceso de formación en el 2020. Durante el año, 41 organizaciones recibieron apoyo en un ejercicio de pre-auditoría, mientras que 679 recibieron asesoría sobre cumplimiento de estándares.



3.2. Mejorar la capacidad organizacional de trabajadores(as) organizados(as) a través de la implementación de la estrategia de fortalecimiento y desarrollo para organizaciones de trabajadores(as)



Trabajadores(as) empoderados(as) son aquellas personas que se identifican con los valores, principios y enfoques de Comercio Justo y los aplican en su trabajo, en sus entornos familiares y comunitarios, al tiempo que fortalecen sus capacidades de gestión de proyectos para poner en práctica esos valores.

En 2019, CLAC brindó servicios a 130 organizaciones de trabajadores(as), que representan el 86% de todas las organizaciones de trabajadores certificadas. En total, fueron capacitadas en diferentes temas 728 trabajadores(as) en diez países. El trabajo de CLAC con respecto a mejorar la capacidad organizacional de trabajadores y trabajadoras organizadas se enfoca en las siguientes áreas de trabajo:

1. Empoderamiento y participación: Contribuir a que los(as) trabajadores(as) lleguen a apropiarse de su organización como entidades con autonomía y lograr mecanismos y procesos participativos contruidos de abajo

hacia arriba, en donde el trabajo conjunto con las gerencias signifique una oportunidad de sumar esfuerzos y conocimientos para el bienestar de la mano de obra contratada.

En este contexto destaca el trabajo realizado dentro del proyecto “Trabajadores(as) de Comercio Justo construyendo sinergias”, financiado con recursos del gobierno de Finlandia. Ese proyecto se concentra en fortalecer la Red de Trabajadores(as) CLAC a nivel regional y a nivel nacional en los diferentes países. En el 2019, dentro del marco de ese proyecto, se lograron las siguientes actividades:

- Dos encuentros anuales del Comité Técnico de la Red de Trabajadores realizados (en mayo y noviembre de 2019) para la formación y el fortalecimiento de la Red.
- Talleres de formación a comités nacionales de trabajadores(as) y mandos medios en República Dominicana sobre derechos laborales, y en Brasil y Argentina sobre gestión de proyectos.
- Una estrategia de comunicación diseñada para la Red de Trabajadores, con los primeros pasos para su implementación.

- Se realizaron dos estudios de campo sobre condiciones laborales de trabajadores(as), pertenecientes a poblaciones vulnerables (mujeres y migrantes) realizados y a partir de los hallazgos se definieron las de estrategias de trabajo con dichas poblaciones.

Además, a través del proyecto de la Unión Europea, se fortaleció el conocimiento y las capacidades de los miembros y representantes de trabajadores(as) de plantaciones de Comercio Justo en Ecuador, Colombia, República Dominicana, Argentina, Brasil y Chile, sobre las estructuras y mecanismos de gobernanza y toma de decisiones de CLAC.

2. Conocimiento: Fortalecimiento de capacidades gerenciales y administrativas.

En esa área de trabajo en el 2019 se realizaron talleres en diferentes países con organizaciones de trabajadores(as) sobre finanzas personales, en los cuales los participantes se familiarizaron con herramientas y conceptos que les permiten administrar de mejor manera sus finanzas y así buscar una mayor calidad de vida.



En los días 12 y 13 de septiembre se realizó en la ciudad de Mendoza, Argentina, un taller de capacitación de la Red de trabajadores CLAC sobre “Finanzas personales y herramientas para la administración de proyectos”, en el que participaron 25 personas, incluyendo al equipo operativo de CLAC y representantes de trabajadores(as) de comités de prima de plantaciones certificadas de Argentina, Chile y Brasil.



Foto: Taller sobre Finanzas personales y herramientas para la administración de proyectos, realizado en Argentina.

Otros temas tratados en las sesiones de formación han sido la normativa, los valores y principios del Comercio Justo, los Objetivos de Desarrollo Sostenible, derechos laborales, entre otros.

3. Gestión de proyectos: Contribuir a generar la capacidad en gestión de proyectos entre trabajadores(as).

En este contexto se han realizado talleres en República Dominicana, Brasil, Chile y Argentina, Ecuador, México y Colombia para la elaboración y gestión de proyectos con recursos de la Prima Fairtrade.

También, en la **ciudad de Ica (Perú)**, se realizó el **Primer Encuentro de plantaciones certificadas Fairtrade** en América Latina, en el cual participaron 19 personas entre oficiales Fairtrade, directivos de los comités de prima y trabajadores(as) de cuatro plantaciones. El encuentro buscaba fortalecer a los(as) trabajadores(as) en temas relacionados con la normatividad del Comercio Justo, y de este modo, que puedan contar con información que les permita hacer una adecuada planificación y gestión de la prima.



3.3 Implementar herramientas de gestión de conocimiento para incentivar la innovación y el aprendizaje que resulte en un beneficio común.



Una adecuada gestión del conocimiento puede incentivar la innovación y el aprendizaje para fortalecer a las organizaciones y personas en favor del bien común.

En el 2019 se inició la elaboración de la Agenda de Aprendizaje de CLAC, la cual identifica un conjunto de preguntas en áreas o temáticas prioritarias para organizar y generar evidencia para informar y eficientizar las intervenciones de CLAC, incluyendo estrategias, diseño de proyectos y capacitaciones. A través de investigaciones, evaluaciones y otros métodos que respondan a las preguntas de la Agenda de Aprendizaje se generarán conclusiones y recomendaciones para mejorar las teorías que guían las intervenciones de CLAC buscando impulsar el desarrollo sostenible y promover el empoderamiento, la autogestión y los derechos humanos para alcanzar medios de vida dignos de productores(as), trabajadores(as) y sus comunidades.

Siguiendo un proceso participativo, consultando al equipo operativo y la membresía de CLAC, se identificaron temáticas interesantes para incluir en la Agenda de Aprendizaje.

Finalmente, a través de un proceso de análisis y priorización se identificaron dos preguntas amplias y 12 subconjuntos de preguntas para los siguientes tres años. Las dos preguntas amplias son:

1. ¿Cuáles son las intervenciones más efectivas para fortalecer capacidades y generar condiciones económicas, sociales y ambientales favorables para la membresía de CLAC?
2. ¿En qué medida el cumplimiento del estándar contribuye a cambios sociales y ambientales positivos a lo largo de la cadena de suministro? ¿Cuáles son las áreas de oportunidad y complementariedad para CLAC en apoyo a las organizaciones?

En este mismo periodo, CLAC inició una línea base para establecer una estrategia de aprendizaje, que busca organizar, canalizar y desarrollar lo que sabemos para mejorar lo que hacemos. La combinación de una agenda de aprendizaje propia y una estrategia de aprendizaje nos permite de una manera muy consciente y dirigida enfocar nuestros esfuerzos de gestión de conocimiento en una misma dirección. Y, a través del uso de las herramientas virtuales, socializar esos conocimientos con la membresía de CLAC.

En 2019, se aprovecharon recursos económicos del proyecto de la Unión Europea para hacer una revisión profunda de la plataforma educativa de CLAC, llamada Cla@se, y a la comunidad interactiva de Comercio Justo, Progreso Network. Ambas plataformas de intercambio de información y conocimientos son gestionadas desde CLAC, pero son dos plataformas diferentes, por lo que, al renovar las herramientas de gestión de conocimientos, se busca integrarlos en una sola plataforma de fácil uso para los usuarios. Para llegar a un diseño adecuado, primero se realizó el diagnóstico de las herramientas actuales y posteriormente se desarrolló una propuesta nueva que contiene un rediseño completo de la plataforma, nuevos recursos para el aprendizaje popular sobre diferentes temas de interés establecidos por nuestra membresía. Los nuevos recursos incluyen materiales audiovisuales, radiales, juegos lúdicos, hasta cursos virtuales completos, que buscan facilitar el intercambio y procesos de aprendizaje en campo.

Muestra de algunos de los juegos que se han desarrollado con los personajes de los valores del comercio justo.

3. FORTALECIMIENTO Y DESARROLLO DE NUESTRAS ORGANIZACIONES MIEMBRO

3.4 Contribuir al fortalecimiento y desarrollo de las organizaciones a través de un portafolio de programas y proyectos y/o alianzas.



Las organizaciones fuertes tienen la capacidad de adaptarse y consolidar el desarrollo de sus miembros y sus comunidades en distintos rubros. La gestión de programas, proyectos y alianzas son una herramienta importante para fortalecer las capacidades de las organizaciones en distintos aspectos y avanzar en la concreción de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles.

Para el año 2019, el índice de diversidad de portafolio es de 0.33 (1 es el máximo), lo que indica que los proyectos se siguen concentrando en ciertos temas, productos y regiones, lo cual es parte de un proceso natural, ya que la Unidad de Programas y Proyectos es una de las unidades más nuevas dentro de la estructura operativa de CLAC. Sin embargo, nuestra meta es cada año mejorar el índice y buscar el aumento de complejidad de manejar un portafolio más diverso.

#	NOMBRE DEL PROYECTO	OBJETIVOS	PAÍSES EN LOS QUE SE EJECUTA
1.	Jóvenes liderando la adaptación al cambio climático	Renovar las plantaciones de café de los(as) productores(as) bolivianos(as) e implementar mejores prácticas agrícolas, aumentando la productividad y la calidad	Caranavi, Bolivia
2.	Hacia un desarrollo incluyente: mujeres, hombres y jóvenes desde sus organizaciones de base hacen realidad el desarrollo económico, impulsando procesos regionales y sostenibles	Contribuir al fortalecimiento de la cadena de valor del café de comercio justo en el Salvador, con un enfoque de inclusión generacional y de género.	Departamento de Sonsonate, El Salvador

#	NOMBRE DEL PROYECTO	OBJETIVOS	PAÍSES EN LOS QUE SE EJECUTA
3.	Fuerzas unidas de Tchibo	Contribuir a mejorar las condiciones socioeconómicas de pequeños(as) productores(a) de comercio justo hondureños(as).	Ocotepeque y Copán, Honduras
4.	Incahuasi +	Fortalecer el suministro sostenible de café de especialidad de Incahuasi, y mejorar las prácticas organizativas, agrícolas y sociales en Incahuasi + organizaciones de pequeños(as) productores(as) de café certificadas Fairtrade en Perú.	Valle de Incahuasi, Perú
5.	Implementando un sistema de riego por aspersión para la producción de caña de azúcar para incrementar los ingresos de los(as) productores(as), contribuir a la resiliencia al cambio climático y fortalecer la gestión de la cooperativa El Sunza	Mitigar los efectos de las variaciones en los ciclos de lluvias y aumentar las cosechas.	Departamento de Sonsonate, El Salvador



#	NOMBRE DEL PROYECTO	OBJETIVOS	PAÍSES EN LOS QUE SE EJECUTA
6.	Asegurando la producción sostenible de naranja para jugo de los(as) pequeños(as) agricultores en Brasil.	Contribuir al mantenimiento de las formas de vida sostenibles de los(as) pequeños(as) productores(as) de naranja para jugo en Brasil, fortaleciendo sus capacidades para aumentar la productividad y mejorar sus habilidades de gestión	Ocotepeque y Copán, Honduras
7.	Liberando el poder de los productores(as) y trabajadores(as) para impulsar un Comercio y Desarrollo Inclusivos a Través del Comercio Justo.	1) Pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) agrícolas gozan de medios de vida seguros y sostenibles, alcanzan su potencial y deciden sobre su futuro. 2) Avances en los ODS en particular 2 y 8.	América Latina y el Caribe (regional)
8.	Miel para el futuro – Programa Finlandia	Contribuir a mejorar la calidad de vida de los(as) apicultores guatemaltecos(as) de Comercio Justo y de la Red miel LAC afectados por el	Departamentos de San Marcos, Quetzaltenango, Huehuetenango, Quiché y El Petén, Guatemala



#	NOMBRE DEL PROYECTO	OBJETIVOS	PAÍSES EN LOS QUE SE EJECUTA
9.	Trabajadores(as) de comercio justo construyendo sinergias – Programa Finlandia	Contribuir a mejorar los medios de vida de los(as) trabajadores(as) de plantaciones certificadas en Comercio Justo en Latinoamérica y el Caribe.	República Dominicana, Ecuador, Argentina,
10.	INTERCAMBIO: proyecto regional de incidencia y liderazgo en cambio climático – Programa Finlandia	Contribuir a disminuir la vulnerabilidad al cambio climático de los(as) pequeños(as) productores(as) de Bolivia, Ecuador, El Salvador, Guatemala y Nicaragua para mejorar sus modos de vida.	Bolivia, Ecuador, El Salvador, Guatemala y Nicaragua
11.	Programa Cambio Climático	Contribuir al desarrollo organizativo de 60 OPPs a través del fortalecimiento de sus capacidades para apoyar a sus membresías a adaptarse a los efectos del cambio climático, ser más resilientes y mitigar sus impactos.	América latina y el Caribe

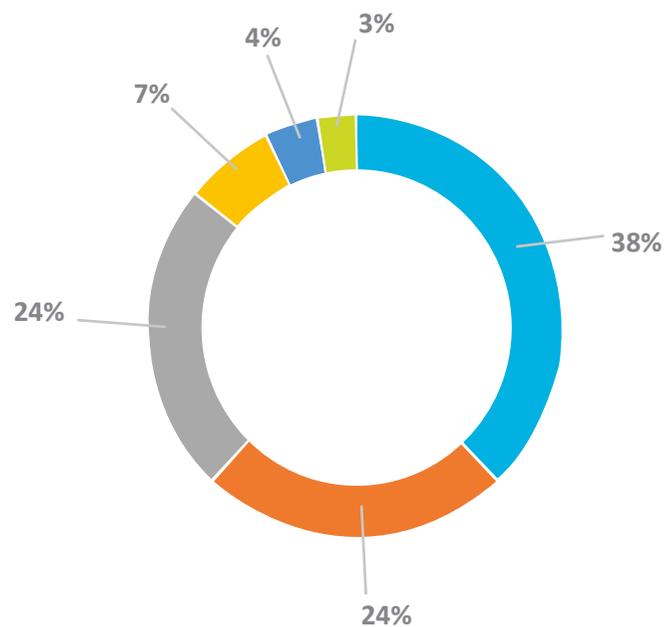


#	NOMBRE DEL PROYECTO	OBJETIVOS	PAÍSES EN LOS QUE SE EJECUTA
12.	Produciendo cacao de comercio justo con un enfoque orgánico y resiliente al cambio climático en República Dominicana y Haití.	Contribuir a la mejora de las condiciones socioeconómicas de los(as) pequeños productores(as) de cacao de comercio justo en República Dominicana y Haití.	República Dominicana, Ecuador, Argentina,
13.	INTERCAMBIO: proyecto Mejorar las perspectivas económicas de las y los jóvenes de las zonas rurales de El Salvador	Contribuir a la sostenibilidad de dos organizaciones de pequeños(as) productores(as) (OPPs) de comercio justo en El Salvador.	El Salvador

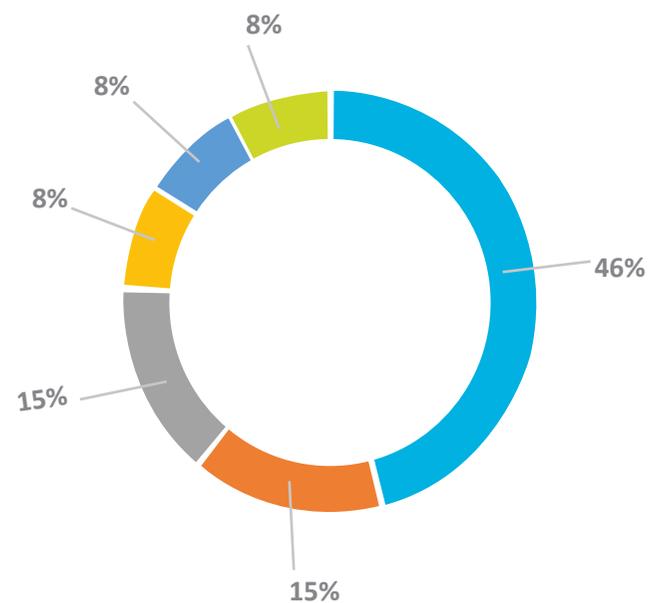


La mayoría de proyectos que CLAC se encontraba ejecutando en 2019 estaban relacionados a tres temáticas principales: inclusión de género y jóvenes (GyJ), cambio climático (CC) y productos y mercados (PyM). La gran mayoría se ejecutaron con organizaciones productoras de café (46%), azúcar (15%) y miel (15%).

TEMAS DE LOS PROYECTOS



PROYECTOS POR PRODUCTO



3.5 Fortalecer el desarrollo productivo de las organizaciones miembro



La vida y sostenibilidad de una organización depende de las personas que forman parte de ella y de los productos que producen en armonía con el medio ambiente. Cada vez más se siente la necesidad de adaptarse al cambio climático debido a los patrones climáticos diferentes y sus consecuencias. Y los mercados se interesan por productos saludables, que hayan sido cultivados en un contexto de respeto al medio ambiente.

En coordinación con las Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as), CLAC invierte muchos esfuerzos en el intercambio sobre procesos de productividad y de producción para obtener materias primas y alimentos de calidad, respetando el medio ambiente y buscando maneras de eficientizar esos procesos para obtener mayores beneficios económicos. Abajo presentamos algunas experiencias por producto que se destacan para el año 2019:

En 2019 se identifica la oportunidad de explorar un recurso de apoyo tecnológico para dotar de equipos de monitoreo y control agrícola aéreo (Drones) a 11 Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as) de caña de azúcar en 4 países: Belice, Costa Rica, Salvador y Paraguay.

Esta tecnología se relaciona con una necesidad sentida y expresada por las propias organizaciones al desconocer con precisión datos para generar respuestas de manejo de sus plantaciones de una manera más eficiente y efectiva, generándoles así ahorros y economías de escala que deriven en mayor productividad y por tanto en un mejor perfil de competitividad.

Con el proyecto piloto, que está pensado para desarrollarse en 2 años y medio, se busca abrir y potenciar capacidades en los procesos de control de la caña durante el ciclo productivo completo con las organizaciones, así como establecer un camino para modernizar los métodos de trabajo y manejo del cultivo de caña. Esto permitirá al productor contar con información del parque cañero, reducir riesgos, costos por plagas y enfermedades, y controlar el desarrollo de la planta y la cosecha.

AZÚCAR

En el año 2019 se desarrolló la propuesta del piloto y se levantó la línea base en 11 organizaciones previo al arranque de actividades. Los equipos técnicos de las organizaciones participantes fueron capacitados en el uso de los drones y juntos hemos desarrollado los mecanismos de seguimiento al proceso de registro y procesamiento de información y se ha acordado un plan de monitoreo a lo largo del piloto. Durante todo el 2020 se implementarán las actividades previstas con los drones y en el 2021 se estarán evaluando los cambios generados y sus impactos.





BANANO

El programa de incremento de productividad (PIP) en banano es un programa que ya lleva varios años en ejecución en CLAC. Sus objetivos principales son: incrementar la productividad y la producción bajo prácticas de producción orgánica, disminuyendo el uso de agroquímicos en las fincas convencionales en al menos un 50%, lo que permitirá recuperar la salud de suelo. Tomando como base el año 2017, a pesar de que el programa de asistencia técnica ha crecido sólo un 12.5% en número de visitas, creció en un 29 % en número de Organizaciones de Pequeños (as) Productores (as) participando y en un 270% en beneficiarios al cierre el 2019, con un total de 31 Organizaciones y 490 beneficiarios.

1. Socioeconómico: La media de los pequeños(as) productores(as) de Fairtrade de la región es la baja productividad y eficiencia en sus procesos de producción, lo cual les resta competitividad con respecto a otros actores, como las empresas transnacionales y grandes plantaciones, que tienen economías de escala y pueden desplazarles fácilmente.

En este sentido con el PIP se espera seguir impactando a las Organizaciones y sus miembros que participen en el programa, con:

- Un incremento promedio de su productividad.
- Un incremento en el ingreso de los productores(as).
- Una reducción de costos de producción.

2. Ambiental: Los sistemas intensivos de producción de banano, con deficientes manejos de sus programas de fertilidad, no han permitido recuperar la fertilidad de los suelos para darle sostenibilidad a la actividad. Por tanto, con la incorporación de los programas de Salud de Suelos del PIP, se busca impactar los sistemas de producción llevándolos a un balance adecuado desde el punto de vista ambiental, devolviendo a los suelos su condición microbiológica benéfica natural, con los niveles adecuados de materia orgánica, convirtiéndolos en suelos saludables con capacidad supresora, con niveles altos de resistencia natural a los patógenos que permita la reducción en el uso de agroquímicos en sus procesos productivos y un uso racional en los recursos hídricos.

Esto permitirá una producción más amigable con el medio ambiente y una reducción importante en los costos externos, con respecto a la producción tradicional No Fairtrade.

3. Sostenibilidad: Las ventas Fairtrade tuvieron un adecuado incremento hasta niveles sobre el 15% anual hace más de 5 años, situación que venido en deterioro a niveles actuales de un crecimiento por debajo del 10% anual, creciendo principalmente en banano orgánico con respecto al convencional, influenciado principalmente por la fuerte competencia de otros actores en el mercado.

Con el impacto en el ingreso de los(as) productores(as) y la reducción de costos, producto del incremento en la producción, sumado a la diferenciación de ofrecer una fruta más sana por la reducción de agroquímicos y consecuentemente la reducción de costos externos, con una adecuada comunicación de este impacto al mercado, se espera mejorar los porcentajes de ventas Fairtrade, que permita a familias productoras la sostenibilidad de su operación y condición socioeconómica.





CACAO

Ecuador (convertido en el más grande productor de cacao de América Latina) presenta pérdidas por incidencia de Moniliasis en la producción de cacao de no menos de un 40%, según datos recientes, y algo similar sucede en otros países de la región. La monilla es una enfermedad causada por un hongo parásito que ataca solamente a las mazorcas del cacao. Esta situación ha llevado a miles de productores(as) a abandonar la producción, enfatizándose más esta condición en la producción a pequeña escala.

Por este motivo, CLAC ha querido catalizar un cambio de esta realidad a través de la implementación de acciones sostenibles que ayuden a aliviar estas pérdidas. Se está llevando a cabo el método con la construcción de bioles ya probados, con propiedades fungicidas, de fabricación artesanal que controlan, literalmente, la moniliasis del cacao.

A partir del 2019 se inició con la formación teórica y la elaboración práctica de estos bioles, compuesto por tres módulos donde ya se ha desarrollado el primero durante el último trimestre de 2019. La actividad contó con participación de al menos dos representantes de 9 organizaciones de pequeños(as) productores(as).

Pretendemos poner en manos de las familias asociadas un método probado (que puede ser utilizado en la producción orgánica y también en la convencional) que ha funcionado al 100% y que apoyará el incremento de la productividad actual al menos en un 30%, sólo por combatir esta peligrosa enfermedad.



JUGOS Y FRUTAS

Por medio del proyecto Intercitrus Fairtrade, financiado con recursos de Fairtrade Alemania y REWE, 40 productores de naranja de 4 Organizaciones participantes en Brasil implementan una estrategia para reducir costos de producción y para el manejo de factores que reducen su productividad incluyendo: manejo de plagas y enfermedades; y manejo de suelos.





El Plan Estratégico de la Red Café tiene como objetivos específicos fortalecer el desarrollo productivo de las organizaciones miembro e implementar herramientas de gestión de conocimiento para incentivar la innovación y el aprendizaje, ya que se otorga gran importancia a propiciar el desarrollo económico, social y ambiental de las familias asociadas a las organizaciones del sistema CLAC- Fairtrade, a través de capacitaciones en aspectos de producción y calidad para técnicos y caficultores con el fin de aumentar su productividad. El objetivo final es mejorar los ingresos mediante el uso sostenible de los recursos disponibles en los predios cafeteros.

En el 2019, representantes 80 Organizaciones de productores(as) en 6 países (Honduras, Nicaragua, Guatemala, Perú, Colombia, México) fueron entrenadas en mejoramiento de producción y calidad de café.

Además, 40 Organizaciones de café de Perú, 20 de Colombia y 5 de Honduras fueron entrenadas en Sistemas Internos de Control (SIC). Productores(as) de café de Bolivia fueron capacitados(as) en gerencia de fincas cafeteras. Y en Colombia productores y productoras fueron entrenadas en la construcción de plantas de tratamiento con vertimiento 0. La transferencia de conocimiento se ha buscado, ya sea en grupos o individualmente, a través de:

• **Los métodos de extensión rural, ya sea en diferentes días de campo, reuniones, demostraciones de método, giras, demostración de resultados o escuelas de campo**

• **Soporte a los entrenamientos, entregando manuales, videos educativos de formación,**

• **Comunicación a distancia para dar soporte técnico por medio grupos de WhatsApp. En el 2019, se tuvo una cobertura de 203 organizaciones en 7 países caficultores en la Región Andina y Centroamérica, contando con la presencia de 536 técnicos que posteriormente han sido los multiplicadores de la información, encargados de replicar los talleres y el aprendizaje.**

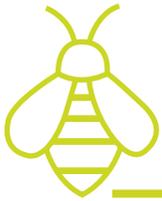
Cabe destacar que después de realizar los talleres de aprendizaje, muchas organizaciones han logrado alcanzar puntajes superiores en cafés especiales. Este es el caso de varias organizaciones en México, que producen café natural y variedad miel.

Con financiamiento del supermercado REWE de Alemania, se ha desarrollado un proyecto con las Organizaciones Incahuasi, San Fernando y COCLA en la región de Incahuasi, en Perú. El proyecto busca fortalecer el suministro sostenible de café especial y mejorar las prácticas organizativas, agrícolas y sociales en las cooperativas de café de pequeños(as) productores(as).

Con respecto al componente productivo se ha logrado:

- La construcción de 7 composteras, las cuales serán útiles para la preparación de abonos orgánicos como el compost.
- La implementación de un sistema de tratamiento de aguas mieles y 13 germinadores centralizados de café.
- La instalación de un vivero centralizado de árboles nativos en donde se producirán 33,000 árboles.
- El desarrollo de 18 escuelas de campo para agricultores.
- El resultado de 400 muestras de suelo.
- El desarrollo de un programa de fertilización.

En general, 30 mujeres y 35 jóvenes participan en los programas de capacitación del proyecto. Como parte de las iniciativas para fomentar una mejora continua en la calidad del café de las organizaciones de Comercio Justo se comenzó a organizar el evento Taza Dorada Fairtrade Colombia a partir del mes de octubre del 2019, realizando convocatorias a poco más de 90 Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as) certificadas Fairtrade.



MIEL

En colaboración con el Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR) de México y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA-PROAPI) de Argentina, la red Miel de CLAC elaboró un “Manual de Buenas Prácticas en la Apicultura en el contexto del cambio climático”, para mejorar la calidad de miel. El manual está disponible en formato digital e impreso y ya se han realizado dos talleres de difusión en Argentina para socializar sus contenidos. Además del Manual, se ha elaborado un reporte sobre los impactos y efectos del Cambio Climático en la producción de miel, el cual también está disponible para ser consultado por las organizaciones de apicultores miembros de CLAC.

Por su parte, el proyecto “Miel para el futuro” del Programa Finlandia ha tenido logros importantes en el área de la productividad, entre otros:

- La reforestación de 23 hectáreas con especies nativas (70,000 plantas) para fomentar la floración e incrementar la producción de miel.
- Múltiples talleres a 537 productores(as), técnicos y gerentes sobre temas como medidas de adaptación al cambio climático, planes de negocios, procesos para dar valor agregado a la miel, entre otros.

- Un intercambio de experiencias y conocimientos para compartir buenas prácticas de manejo con otras organizaciones de productores(as).
- El fomento de la producción de miel por parte de las 42 mujeres de las organizaciones participantes, para aumentar sus conocimientos de manejo y costos de producción.
- Se apoyó a una organización (COPIASURO) para lograr la certificación orgánica, a través de la formación en la adopción y cumplimiento de estándares por parte de los técnicos y productores(as) y también se asesoró en el proceso de obtención del certificado.
- Se apoyó a la Red Miel de Guatemala en la incidencia y negociación para la reclasificación de la producción apícola como una de registro ante el gobierno nacional y se brindó asistencia a las siete organizaciones que participan en el Proyecto para la regularizar su actividad productiva ante el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales (MARN).



INCREMENTAR ACCESO A MERCADOS EXISTENTES Y NUEVOS

El Comercio Justo es un modelo alternativo que busca mejorar las condiciones de vida de los(as) pequeños(as) productores(as) a través de mejores condiciones de acceso a mercados, con precios mínimos que garanticen a los productores cubrir los costos de producción. Por ello, mejorar las condiciones de acceso a mercado, incrementando las ventas en los mercados existentes y abriendo nuevas posibilidades de mercado para los(as) productores(as) de Comercio Justo es prioritario para CLAC.

4.1 Generar información de oferta y demanda de los productos de la membresía.



Contar con información de calidad sobre la oferta y demanda de los productos de las organizaciones miembro de CLAC es fundamental para incrementar el acceso a los mercados existentes y emergentes.

En 2019, CLAC realizó esfuerzos para generar información de calidad sobre la oferta y demanda de los productos de las más de 900 organizaciones miembro y también para fortalecer el trabajo conjunto de las Redes de Productos. En ese sentido, se logró obtener más información y de mayor calidad sobre la oferta de productos disponible para café, cacao, banano, azúcar, miel, jugos, frutas, haciendo uso de un formulario para la obtención de datos de cosecha y de ventas.

Los miembros de los Comités electos en el marco de la Asamblea General de CLAC en 2018 llevaron a cabo en 2019 las reuniones anuales de las Redes de Productos, con el fin de desarrollar y discutir sus planes estratégicos y de manera unánime identificar las oportunidades que se presentan, mismas que permiten afianzar relaciones entre los miembros de dichas Redes.

Es así que, en diferentes meses del año, la Red de Café, Cacao, Azúcar, Miel, Frutas y Banano sostuvieron encuentros en diferentes ciudades para intercambiar experiencias entre productores, asumir nuevos retos y puntos de partida para la mejora de la gobernanza y para contribuir a la consolidación de mercados existentes y a la apertura de nuevos mercados.

Para alcanzar las metas propuestas, CLAC junto con las Redes de Productos, se han planteado, entre otras prioridades, el fortalecimiento de la estructura para cada red, fomentando el monitoreo de las estrategias que existen por producto, las cuales se ejecutarán hasta finales del 2021.

En 2019 se logró un mayor intercambio de información con las NFO's sobre oferta y demanda de productos, sobre todo en café, cacao y banano.

Además, se establecieron dos nuevas posiciones como enlaces comerciales para café y banano dentro de CLAC con las funciones de contribuir a la apertura y consolidación de mercados Fairtrade para las organizaciones de productores miembros de CLAC, en colaboración con las diferentes entidades del Sistema Fairtrade. Estos enlaces comerciales lideran el desarrollo y la implementación de las estrategias comerciales de café y banano, comunicar la información de oferta y demanda del producto, apoyar a las Organizaciones Nacionales Fairtrade (NFO's) y Fairtrade Internacional (FI) en la apertura y consolidación de mercados, coordinar y participar en eventos comerciales e institucionales y apoyar a las redes de producto de café y banano.

4. INCREMENTAR ACCESO A MERCADOS EXISTENTES Y NUEVOS

4.2. Contribuir a mantener y hacer crecer la demanda de mercados existentes y nuevos en el Norte



Los principales mercados para los productos certificados en Comercio Justo están en los países del Norte, por ello es fundamental mantener una estrecha comunicación con los representantes de esos mercados (NFOs y posibles compradores) para mantener e incrementar las ventas a favor de las organizaciones miembro de CLAC.

En 2019, CLAC coordinó 26 visitas de miembros de las Organizaciones Nacionales de Comercio Justo (NFO, por su sigla en inglés) y posibles compradores a diferentes organizaciones certificadas en América Latina y el Caribe. El equipo operativo de CLAC apoya la logística y acompaña estas visitas a las organizaciones de pequeños(as) productores(as).

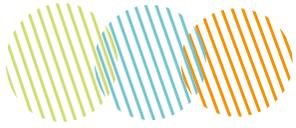
Durante 2019, se recibieron visitas de representantes de las NFOs y de potenciales compradores en las diferentes regiones, lo que contribuyó a visibilizar el trabajo de los(as) pequeños(as) productores(as) y a incrementar el acceso a mercados.

Amatavo de Corea del Sur estuvo en México, así como un equipo de Fairtrade Original que explora el desarrollo de un nuevo negocio de “salsas mexicanas”.

Miembros de Equifruit, importador de Fairtrade Canadá, visitaron México y Costa Rica para conocer mejor la producción de cítricos y aguacates. Delegaciones de Reino Unido, Francia y Estados Unidos, incluyendo Fairtrade América, también visitaron Costa Rica; mientras que representantes de Fairtrade Canadá, el supermercado Aldi y Fairtrade Alemania estuvieron en Honduras.

Por su parte, Max Havelaar Holanda y la cadena de suministros de Superuni visitaron Ecuador. Fairtrade Australia – Nueva Zelanda visitaron tres organizaciones productoras de café en la región de San Martín, en Perú. Varios potenciales compradores visitaron organizaciones productoras de azúcar y vino en Paraguay y Chile.

Además, se organizaron foros regionales para fortalecer las redes de productos y contribuir a ampliar la demanda en mercados existentes y a identificar a potenciales nuevos compradores. Otro aspecto relevante fue la participación de productores(as), acompañados de personal técnico de CLAC, en eventos internacionales que congregan a representantes de cadenas de suministro globales y potenciales compradores de productos Fairtrade.



RED BANANO

Para potenciar el desarrollo de mercados, se realizó el II Foro de Banano Fairtrade en la ciudad de Guayaquil, en junio de 2019. En el encuentro, en el que participaron 250 personas de toda la cadena de suministro de diferentes países, se abordaron los desafíos y tendencias en la producción y comercialización del banano. Durante el evento internacional, organizado por CLAC, se contó con la cobertura en los principales medios de comunicación ecuatorianos y también se realizó un día de visita de campo.

II Foro de Banano Fairtrade se llevó a cabo en Ecuador

El Segundo Foro de Banano Fairtrade se realizó en la ciudad de Guayaquil, en Ecuador, un espacio en el que los diferentes actores de la cadena de valor intercambiaron ideas sobre los desafíos, tendencias y el impacto del Comercio Justo en la producción y comercialización de banano.

Marike de Peña, presidenta de la Red Banano de CLAC destacó que el foro tenía como objetivo analizar los logros y también los desafíos “y buscar las oportunidades para que se beneficien más pequeños productores y trabajadores de Comercio Justo, en su producción, en sus ventas y en su vida.”

Más de 250 personas participaron en el evento, realizado el 4 de junio. Productores y trabajadores de Ecuador, Colombia, Perú, República Dominicana y Panamá; representantes de empresas importadoras y distribuidores de banano de Alemania, Reino Unido, Holanda, Francia, Canadá y Estados Unidos, varias Organizaciones Nacionales Fairtrade, Fairtrade Internacional y FLO-Cert estuvieron en el encuentro.

Roberto Herrera, de la corporación San Miguel de Brasil, destacó el intercambio realizado en el encuentro. “Es sumamente importante el foro internacional, ya que reúne realmente a los actores de la cadena de comercialización de Fairtrade. Se llevan una buena imagen de ver cómo se están desarrollando las organizaciones de Comercio Justo”, afirmó.

En el Foro, que contó con la presencia del ministro de agricultura de Ecuador, se analizaron las tendencias, desafíos y oportunidades en el mercado global de banano y en el mercado Fairtrade. Los participantes realizaron una visita a dos organizaciones de productores(as) Fairtrade en la provincia de El Oro: la Asociación de Pequeños Productores Bananeros El Guabo (ASOGUABO) y la Corporación San Miguel de Brasil. En las organizaciones pudieron observar el impacto del Comercio Justo en el desarrollo económico, social y ambiental de las organizaciones y sus comunidades.





RED MIEL



En septiembre de 2019, CLAC estuvo presente en el Congreso Mundial de Apicultores APIMONDIA, en la ciudad de Montreal, Canadá, con un stand propio en el que se pudo representar a las 27 organizaciones certificadas Fairtrade productoras de miel y a los(as) apicultores(as) de la región de Latinoamérica y el Caribe. Representantes de 7 organizaciones de la Red Miel de diferentes países estuvieron presentes en el Congreso.

En este evento se tuvo la oportunidad de poder negociar con grandes actores de la industria, así como también conocer las tendencias que se tiene en el mercado de la Miel. Después de haber participado en este encuentro comercial mundial de apicultores, CLAC está analizando la participación en un siguiente encuentro de esta talla, donde existe una gran oportunidad de acceso a mercados nuevos, por ejemplo, en el Sur.



RED CACAO

En el mes de octubre, y con el apoyo de Max Havelaar France (MHF), delegados de la Red Cacao pudieron estar presentes en el Salón del Chocolate, en París, representando a todos los productores de cacao certificados Fairtrade.

La presencia de delegados en el stand de Max Havelaar Francia dentro de la muestra comercial, dio cabida a una mayor visibilidad sobre el impacto positivo que genera la comercialización de cacao certificado Fairtrade, ya que muchos de los fabricantes de chocolate en Francia adquieren el cacao de Latinoamérica y el Caribe, para después comercializarlo en las típicas barras que forman un alimento diario en la dieta de los franceses. A raíz de la presencia de CLAC en el Salón del Chocolate en París, se abrieron oportunidades para que en el año 2020 se tenga la posibilidad de participar en el Salón del Chocolate en Lima (versión Latinoamericana de la muestra francesa), donde se ven oportunidades de desarrollo del mercado Sur.

La Red Cacao también participó en BIOFACH, la feria más grande de productos orgánicos en Europa, la cual se realiza en Alemania.





RED CAFÉ

La Red Café participó en la feria de cafés especiales más importante del mundo, Specialty Coffee Expo (SCA), que se llevó a cabo en Boston, Estados Unidos. CLAC facilitó y apoyó la participación de 168 personas de varias organizaciones, además de varias personas de las otras redes de productores (NAPP y FT Africa) en esta importante feria. Además de brindar asistencia logística para las inscripciones, el equipo de CLAC también apoyó la gestión de reuniones con posibles clientes, las cataciones, y el acercamiento de los representantes de las organizaciones con las NFOs y potenciales clientes en el marco de esta feria.

Además, se promovió la participación de 41 personas en la feria World of Coffee en Berlín, Alemania; de 10 personas en la feria SCAJ en Japón y de 14 personas en el Café Show en Corea del Sur, promoviendo la participación directa de los representantes de las organizaciones. Como resultado de esta participación en estas ferias se reportaron ventas de cerca de \$4 millones de dólares en los mercados de Japón, Corea del Sur y Canadá.

Miembros de la Red Café y del Consejo Directivo de CLAC participaron en el Foro Mundial de Productores de Café en Brasil para presentar las experiencias y la visión del Comercio Justo – Fairtrade en las discusiones sobre el desarrollo de la caficultura a nivel global.





II Foro Mundial de Productores(as) de Café se realiza en Brasil

El Segundo Foro Mundial de Productores de Café, se desarrolló el 10 y 11 de julio en Campinas, Brasil. El evento fue organizado por la Asociación Brasileña de Cafés Especiales, en asociación con la cooperativa Minasul y el Consejo Nacional Brasileño del Café, y contó con el patrocinio de CLAC-Fairtrade.

Once personas de la Red Café de CLAC participaron en este encuentro. La vicepresidenta del Consejo Directivo de CLAC, Merling Preza, quien es además la gerente general de PRODECOOP, cooperativa que aglutina a más de 2,300 pequeños(as) productores(as) de café en Nicaragua, fue una de las participantes.

La crisis de los bajos precios del café y la necesidad de que la cadena de valor sea corresponsable de asegurar la sostenibilidad económica de los(as) caficultores(as) fueron temas que dominaron la agenda del foro.

“El Comercio Justo es una de las salidas importantes, porque proporciona la base para que los productores sean transparentes y pongan en práctica métodos de trazabilidad para cumplir con mucho de lo que pide la industria. Y en el Comercio Justo, al menos, hay un precio mínimo, que es mínimo y puede ser mejor. Entonces, creo que el Comercio Justo es también una de las salidas”, afirmó Preza en una entrevista con un medio de comunicación brasileño.

El evento logró reunir a productores(as) de café de América Latina, África para discutir intereses comunes, como los precios del café, el bienestar de los(as) productores(as), los problemas ambientales y la sostenibilidad.

En el encuentro, el Profesor Jeffrey D. Sachs, presentó el estudio “Análisis económico y de políticas para mejorar los ingresos de los(as) pequeños(as) productores(as) de café”. El foro también contó con la participación del director ejecutivo de la Organización Internacional del Café (OIC), José Dauster Sette, directivos de importantes compañías de la industria, académicos, comercializadores y representantes de organizaciones no gubernamentales.



4. INCREMENTAR ACCESO A MERCADOS EXISTENTES Y NUEVOS

4.3. Contribuir a la integridad del Comercio Justo etiquetado promoviendo la transparencia dentro de la cadena y fomentando buenas prácticas.



La transparencia dentro de la cadena de suministros y la promoción de buenas prácticas son fundamentales para mantener la integridad de los estándares del sistema de Comercio Justo – Fairtrade.

En un esfuerzo para mejorar la comunicación y las relaciones entre productores y procesadores, se desarrollaron reuniones y talleres para fomentar el intercambio y los acuerdos.

En Bogotá, Colombia, se realizaron dos talleres sobre buenas prácticas comerciales para Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as) y exportadores facilitado por el experto en comercialización de café, Jos Algra. Participaron representantes de 30 organizaciones y 9 empresas exportadoras, lo cual constituye un hito, pues marca la importancia de juntar a ambas partes de la cadena comercial para llegar a acuerdos conjuntos y definir pasos a seguir. Este tipo de encuentros permite definir la consolidación costos exportación – deducciones FOB, en un acuerdo entre organizaciones y los exportadores.

En Paraguay se desarrolló una reunión para la firma de contratos entre 6 organizaciones y la compañía Azucarera Paraguaya, S. A. (AZPA), el mayor ingenio del país. En común acuerdo, se decidieron prácticas que favorecen la transparencia en la cadena, como los procedimientos de entrega de caña de azúcar, el manejo de listas únicas de proveedores y canales de comunicación formales. Estas reuniones también tuvieron un componente de aprendizaje sobre la norma de pequeños(as) productores(as) y la norma comercial. El encuentro se aprovechó para repasar los criterios del sistema Fairtrade y resolver dudas. Por su parte, en Brasil la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Brasil (BRFAIR) y el equipo CLAC desarrollaron el tercer foro de Comercio Justo (III Forum Fairtrade do Brasil), titulado “En tiempos de crisis, experiencias de éxito”, enfocado en destacar buenas experiencias que permiten superar obstáculos en tiempos de crisis.

Al evento asistieron especialistas en diversos temas, cuyas exposiciones fueron complementadas por organizaciones destacadas, que compartieron su propia experiencia y aportaron ideas sobre alternativas para enfrentar las crisis.

Entre los temas discutidos estuvieron: oportunidades del inter-cooperativismo, ventajas y retos de la exportación directa, experiencias de inclusión de jóvenes y perspectivas del desarrollo del mercado interno para el Comercio Justo.



4. INCREMENTAR ACCESO A MERCADOS EXISTENTES Y NUEVOS

4.4. Contribuir a desarrollar y fortalecer mercados nuevos en el sur.



El Comercio Justo es un modelo de desarrollo alternativo, que también debe implementarse en los mercados emergentes del sur, los cuales representan nuevas oportunidades para las organizaciones miembro de CLAC.

Con la visión de expandir y hacer más sostenible al Comercio Justo, CLAC está impulsando el desarrollo de mercados nuevos en el sur, por ello durante 2019 se desarrollaron varios estudios para conocer potenciales mercados para los productos Fairtrade en algunos países de América Latina y el Caribe:

Se desarrolló un estudio de mercado sur-sur en Costa Rica, estudios de mercados locales para miel en Guatemala y Argentina. También se desarrollaron alianzas y dos proyectos piloto con aliados nacionales en México.

CLAC también identificó el mercado brasileño como un potencial mercado para los productos de Comercio Justo, por lo que en 2020 impulsará un proyecto piloto en Brasil.



OBJETIVO ESTRATÉGICO 5

INCIDIR POR UNA PRODUCCIÓN, COMERCIO Y CONSUMO RESPONSABLE PARA IMPULSAR UN DESARROLLO SOSTENIBLE

Para promover una producción, comercio y consumo responsable, es importante realizar labores de incidencia a nivel nacional, para que los(as) productores(as) de Comercio Justo se conviertan en actores relevantes en las discusiones sobre políticas nacionales relacionadas a la producción agrícola.

5.1. Mejorar la capacidad de CLAC y sus estructuras para incidir a favor de un comercio sostenible a través de la implementación de la estrategia de incidencia



Las organizaciones de Comercio Justo pueden incidir en los gobiernos para lograr políticas públicas a favor de los pequeños(as) productores(as), pero para ello deben fortalecer sus capacidades y desarrollar estrategias de incidencia.

En 2019, a través del proyecto de la Unión Europea se desarrollaron entrenamientos y talleres de incidencia para que las Coordinadoras Nacionales, como aporte y contribución a las acciones de incidencia que desarrollar a nivel de país.

Las Coordinadoras Nacionales de México, Perú, Colombia y El Salvador elaboraron sus estrategias de incidencia. Además, con el apoyo del proyecto “Intercambio” se realizaron cinco talleres para analizar y actualizar los planes de incidencia de las coordinadoras de Honduras, Ecuador, Guatemala, Bolivia y Paraguay, las cuales priorizaron incidir para modificar los marcos normativos en sus países, en especial aquellos que apuntan a promover las políticas públicas orientadas a la agricultura familiar y los(as) pequeños(as) productores(as).

5.2. Promover políticas en pro de la membresía de CLAC a través de alianzas y participación en instancias que generan políticas de desarrollo sociales, económicas y de comercio.



Las alianzas son estratégicas para poder incidir en la toma de decisiones, pero además los(as) pequeños(as) productores(as) deben participar en las instancias nacionales e internacionales para que su voz sea escuchada.

En el 2019 se puso en marcha la agenda de Incidencia en Cambio Climático a partir de un grupo de trabajo interno de CLAC en el que colaboran diferentes unidades. La agenda de incidencia en cambio climático articuló esfuerzos enfocados a aumentar la visibilidad de los(as) pequeños(as) productores(as) en la temática para lograr impactar en la agenda y el discurso a nivel internacional, para ello se articularon varios esfuerzos internos y se puso a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP25) como evento principal. En el marco de la COP25, realizada en Madrid, España, productores y personal técnico de CLAC participaron en varias ponencias y espacios de discusión poniendo a los(as) pequeños(as) productores(as) y la necesidad de visibilizar los impactos del Cambio Climático en el centro del debate.

Para fortalecer las labores de incidencia también se establecieron y consolidaron alianzas nacionales estratégicas con diferentes actores en varios países. Entre ellas destacan la firma de un acuerdo entre la Coordinadora Dominicana de Comercio Justo (COORDOM) y la Universidad Nacional Evangélica (UNEV), que tiene como finalidad fortalecer las relaciones de cooperación y acción conjunta en las áreas de docencia, investigación, innovación para el desarrollo, incidencia en alianza público/privada, cooperación técnica, capacitación y extensión sobre temas relevantes al desarrollo de la agricultura sostenible, la economía solidaria y el emprendimiento social, focalizada en el Comercio Justo, los recursos naturales y el bienestar rural.

Dentro de este acuerdo algunas de sus actividades relevantes fueron el desarrollo del primer Diplomado de “Responsabilidad Social, Comercio Justo y Desarrollo Sostenible”, así como conferencias magistrales como: “El Comercio Justo: Estrategia de comercio alternativo, responsable e inclusivo” y “el Comercio Justo como herramienta para el fomento de la economía circular”.

A través del proyecto “Liberando el poder de los productores(as) y trabajadores(as) para impulsar un Comercio y Desarrollo Inclusivos a Través del Comercio Justo”, financiado por la Unión Europea se diseñó un currículo de Liderazgo a nivel regional, con un componente virtual y presencial, que será implementado en los próximos años. Además, se establecieron dos alianzas para avanzar en prioridades y objetivos estratégicos de la organización con la organización “Brave for the World” y el Ministerio de Comercio de Ecuador.

En 2019, también fueron publicados y socializados dos posicionamientos de CLAC sobre la crisis de los precios del café y los avances que las organizaciones miembros han tenido en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

5.3. Propiciar dentro la cadena de suministro y del sistema Fairtrade mejoras en estrategias, normas y prácticas comerciales a favor de la sostenibilidad de la membresía.



Para asegurar la sostenibilidad del sistema Fairtrade, las organizaciones de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) deben participar activamente en todas las consultas y procesos para mejorar las normas y las prácticas comerciales.

En 2019, CLAC, a través de su equipo operativo y sus órganos de gobernanza participó en diferentes discusiones sobre los estándares del sistema Fairtrade y sus modificaciones, llevando la voz y compartiendo las sugerencias e inquietudes de los(as) pequeños(as) productores(as) de América Latina y el Caribe con las diferentes instancias del sistema Fairtrade. Para ello se elaboraron diferentes consultas a organizaciones productoras de café, banano, jugo de naranja, cacao y oro sobre diferentes aspectos como el monitoreo de precios y costos de producción, entre otros.

La Comisión de Estándares de CLAC (CECLAC) mantuvo un buen flujo de trabajo. Se realizaron 18 reuniones virtuales y 2 reuniones presenciales y sus miembros participaron en 17 equipos globales de proyectos de revisión de estándares y precios. En 2019, nueve proyectos fueron finalizados.

PROCESOS DE REVISIÓN DE ESTÁNDARES FINALIZADOS EN 2019

1. **Revisión del estándar de OPP**
2. **Revisión de precios y esquema de precios para jugo de naranja**
3. **Guía de deducciones al precio FOB café-Brasil**
4. **Revisión de precios de productos semielaborados de cacao**
5. **Diálogo sobre esquema de precios en café**
6. **Revisión de precios de mango**
7. **Revisión precios banano por ajuste de indicadores**
8. **Elaboración de herramientas de registro de fincas**
9. **Metodología para estimaciones y brechas de salario digno**

El resultado en el nivel de incidencia en el área de estándares, lo demuestra la aceptación por parte de Fairtrade International del 81% de las propuestas enviadas por CLAC (26 de las 32 propuestas enviadas). En algunos proyectos como: precios y modelo de precios para mango, jugo de naranja, estándar de OPP, productos semielaborados de cacao, perfil del proyecto de revisión del estándar de café, el porcentaje fue mayor llegando al 100% en algunos casos. En ese mismo orden, CLAC ha logrado reabrir la discusión sobre temas aprobados y luego que las propuestas sean aceptadas (indicadores para definir productor(a) a pequeña escala en productos específicos, % de producto de pequeño(a) productor(a) vendido como Fairtrade).

Las propuestas enviadas corresponden tanto al perfil del proyecto de revisión, como a la metodología, al documento de consulta y al contenido mismo del documento final de estándar. En el estándar de OPP, aportamos incluso a la definición de los criterios de cumplimiento.

Además, desde la coordinación de Estándares se atendió a 5 requerimientos de varias regiones y se capacitó al equipo operativo de CLAC sobre los nuevos estándares del sistema Fairtrade, que comenzaron a implementarse en el segundo semestre de 2019.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 6

CONTRIBUIR A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A TRAVÉS DE LA INCLUSIÓN Y LA ADOPCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS SOCIALES Y AMBIENTALES EN NUESTRA MEMBRESÍA

El Comercio Justo ha sido reconocido como un importante aliado para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y desde CLAC se trabaja en la equidad de género, la inclusión de los jóvenes, la erradicación del trabajo infantil, la promoción de los derechos laborales, la resiliencia al cambio climático y la soberanía alimentaria a través de los llamados ejes transversales.

6.1. Lograr un mayor empoderamiento de las mujeres en la membresía, fomentando su participación activa en ésta y en las estructuras de CLAC



La participación de las mujeres productoras en las diferentes instancias de las organizaciones de Comercio Justo es fundamental para promover la equidad. Debemos recordar que no puede haber desarrollo sostenible sin la participación de todos y todas.

CLAC ha promovido la institucionalización del enfoque de género, realizando acciones estratégicas a nivel interno y hacia las organizaciones que conforman nuestra membresía.

Se está avanzando en la transversalización del enfoque de género en sus ámbitos de trabajo, desde una comunicación inclusiva, visibilizando las buenas prácticas de inclusión, hasta la gestión e implementación de propuestas de proyectos

enfocadas en el empoderamiento de las mujeres. Se ha coordinado el levantamiento de información sobre la participación de mujeres en las organizaciones, así como en la generación de metodología para levantamiento de líneas de base de género.

Además, se avanzó en implementar la estrategia de transversalización de género a través de la realización de talleres y asesorías para la aplicación de la caja de herramientas, la implementación de escuelas de liderazgo y empoderamiento de las mujeres, aportando a los procesos desarrollados en 17 países, donde participaron de manera directa 7,455 personas, el 34% mujeres. Los talleres contaron con el compromiso de las Coordinadoras Nacionales, las Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as).

y las organizaciones de trabajadores(as) y con la participación de productores(as) de café, cacao, azúcar, quinua, y banano, entre otros.

El empoderamiento de las mujeres también se ha trabajado a través de varios proyectos impulsados por CLAC, entre los cuales podemos destacar el proyecto Fuerzas Unidas de Tchibo a través del cual se ha empoderado a 13 mujeres en las primeras fases de la Escuela de Liderazgo para Mujeres en Honduras. Además, se llevó a cabo un intercambio de experiencias en materia de empoderamiento de las mujeres por COCREBISTOL en el marco del Día Internacional de la Mujer Rural. También se han realizado talleres de sensibilización sobre la inclusión de mujeres y jóvenes con 18 personas de las juntas directivas y los comités de Género y Jóvenes de las tres organizaciones participantes.

Por su parte, a través del proyecto de la Unión Europea se ha impulsado la transversalización de género en las Coordinadoras Nacionales, realizando 12 talleres de socialización de la Política de Género de CLAC y avanzando en las agendas de inclusión por país.

6. CONTRIBUIR A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE A TRAVÉS DE LA INCLUSIÓN, LA ADOPCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS SOCIALES Y AMBIENTALES EN NUESTRA MEMBRESÍA

6.2. Promover un mayor involucramiento de la juventud en la agricultura familiar, fomentando su participación activa en las estructuras de CLAC y en su membresía.



Para garantizar la sostenibilidad de la agricultura familiar es necesario que las y los jóvenes se involucren. Para ello, es fundamental que la juventud conozca los beneficios y el impacto del Comercio Justo, para que puedan ver la producción agrícola como una opción para el futuro.

En 2019, CLAC realizó asesorías y coordinó esfuerzos para generar espacios de formación e intercambios de experiencias que fortalezcan los liderazgos y conocimientos de la juventud en áreas como empresarialidad, cambio climático, Comercio Justo, entre otros. También se trabajaron metodologías sobre inclusión generacional y liderazgo empresarial.

La estrategia para la inclusión de la juventud se ha divulgado en distintos espacios, motivando a las organizaciones a promover la participación de las personas jóvenes en el desarrollo de sus cooperativas, identificando oportunidades en la agricultura familiar.

Además, se realizó un encuentro a nivel regional denominado “Jóvenes, el presente y futuro del Comercio Justo en Latinoamérica y el Caribe”, en el que participaron representantes de 19 países de la región. En el encuentro, que fue cofinanciado por el proyecto de la Unión Europea, también se presentó el fondo de crédito rotativo para jóvenes, que tiene como objetivo brindar una alternativa de financiamiento para proyectos productivos a grupos de personas jóvenes de las organizaciones de pequeños(as) productores(as) pertenecientes a CLAC.

Por otra parte, se realizaron talleres de formación sobre liderazgo, empresarialidad y cambio climático en Colombia, Bolivia y El Salvador, país en el que también se diseñó e implementó el manual de empresarialidad para jóvenes, en el marco de procesos estratégicos conjuntos de jóvenes con TRIAS.

En 2019, se inició el levantamiento de información sobre participación de jóvenes y mujeres en las organizaciones, dato que se irá completando en los siguientes años.



III Encuentro Latinoamericano y del Caribe de Jóvenes en Comercio Justo

La ciudad de Panajachel, en Guatemala, fue el lugar de encuentro de 28 hombres y mujeres jóvenes que participaron en el III Encuentro Latinoamericano y del Caribe de Jóvenes en Comercio Justo, titulado: “Jóvenes, el Presente y Futuro del Comercio Justo en Latinoamérica y el Caribe”.

“Participar en este encuentro ha significado mucho crecimiento, aprender de jóvenes que están haciendo cosas diferentes, impulsando, sobre todo, el tema del desarrollo económico local, social, ambiental y económico. Esto nos permite como organizaciones y como jóvenes no solo llegar a un pequeño grupo de productores, sino a una gran cantidad y enmarcarnos en los principios del Comercio Justo”, dijo Edwin Pérez, director de café de la Asociación de emprendedores Lenca de la Sierra de Marcala, Honduras.

“Para mí CLAC y Fairtrade son un símbolo de esperanza para los(as) pequeños(as) productores(as), sabiendo el nivel de competitividad que hay a nivel global y sobre todo los precios bajos [en el café] que hay en el mercado”, destacó el joven hondureño.

Durante tres días, del 29 al 31 de agosto, los y las jóvenes de 20 países tuvieron la oportunidad de conocer más sobre el sistema Fairtrade y compartir sus experiencias.

“Este encuentro significó para mí una gran oportunidad para conocer otros países, otras personas, otras experiencias, crecer y llevar también oportunidades de crecimiento para otras personas en Brasil”, dijo Fernanda de Souza, coordinadora del grupo de jóvenes de la Cooperativa COOPFAM de Pozo Fundo, Brasil.



6.3 Contribuir a la protección infantil y personas adultas vulnerables de la membresía de CLAC y sus estructuras, con un enfoque basado en los derechos humanos.



El Comercio Justo promueve la protección de los derechos de la niñez y la erradicación del trabajo infantil. Al respecto, CLAC reconoce que la participación de los niños, niñas y adolescentes en la economía familiar es de vital importancia para que las nuevas generaciones puedan adquirir el conocimiento, conocer las prácticas ancestrales y cultivar el amor por el campo. Esta participación, sin embargo, debe consistir en tareas ligeras, no peligrosas, supervisadas por familiares adultos, que no perjudiquen el desarrollo y bienestar y que no interfieran con la educación, los tiempos de estudio, el ocio y el descanso de la niñez y la adolescencia.

En base a nuestra política de protección infantil y de personas adultas vulnerables, seguimos abordando tanto el nivel preventivo como de remediación a casos. A nivel remediación se dio seguimiento y se implementaron medidas de respuesta a casos reportados en 2018 y otros 11 casos reportados durante el 2019.

A nivel preventivo, se siguieron fortaleciendo los conocimientos y capacidades internas de CLAC a través de las inducciones sobre la política de protección que se imparten a todos(as) los(as) colaboradores(as) de CLAC, así como a las personas que realizan consultorías y personas externas, a través de webinars dirigidos al equipo operativo y orientaciones y material de apoyo brindados a los(as) gestores(as) que abordan estas temáticas con las organizaciones en campo.

En cuanto al fortalecimiento de las capacidades de nuestra membresía, en 2019 se realizaron 25 capacitaciones virtuales y presenciales para al menos 70 Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as) y comités de trabajadores(as) en la temática del trabajo infantil en todos los países de Centroamérica y México y algunos de la región andina. También se hizo un mayor énfasis en fortalecer los conocimientos sobre trabajo forzoso y prácticas laborales para trabajadores(as) en Belice, República Dominicana, Perú, Colombia y Brasil.

Se brindó asistencia técnica a planes de trabajo, proyectos o acciones priorizados por las organizaciones para que éstas desarrollaran sus propias campañas de sensibilización o diagnósticos situacionales sobre trabajo infantil en Belice, Colombia, Guatemala y Honduras; e impulsaran sus propias acciones para promover el bienestar infantil y prevenir el trabajo infantil, por ejemplo estableciendo espacios de cuidado para hijos(as) de trabajadores(as), becas y acceso a la formación en Costa Rica y Honduras. Además, se apoyó la elaboración de planes de acción sobre buenas prácticas laborales y prevención del trabajo forzoso con organizaciones productoras de jugos en Brasil y se brindó asesoría para desarrollar las políticas de protección en Nicaragua, Costa Rica, Guatemala, Belice y Colombia.

También se socializaron las guías didácticas y los materiales sobre protección infantil, capacitando a formadores en metodologías para sensibilizar a familias productoras y desarrollando material comunicacional amigable que ha sido puesto a disposición de gestores(as) y de las organizaciones, como cápsulas, una serie radial y videos animados.

Como un importante avance, ocho organizaciones de Comercio Justo en Costa Rica se adhirieron de forma voluntaria a la Red Nacional de Empresas contra el Trabajo infantil.

Como resultado del proyecto Fuerzas Unidas de Tchibo en Honduras, se ha aumentado en 25% el porcentaje de niños y niñas menores de 10 años, hijos(as) de cortadores(as), que acuden a las guarderías a través de sensibilización a sus padres, incentivos y la actualización de las políticas de protección infantil de las tres organizaciones participantes.

Además, dentro del mismo proyecto se conformaron y dinamizaron los Comités de Protección Infantil, que realizaron talleres con los(as) asociados(as) de las organizaciones, llegando a una población de 251 personas. También se realizó un taller de sensibilización en materia de protección infantil, en el que participaron las tres organizaciones que forman parte del proyecto Tchibo y otras organizaciones de Comercio Justo integrantes de la Coordinadora Hondureña de Pequeños Productores, en el que participaron 37 personas.

6.4. Fomentar buenas prácticas laborales con un enfoque de derechos humanos.



El Comercio Justo promueve el respeto de los derechos laborales y la organización de los(as) trabajadores(as) en las cadenas de producción agrícola. CLAC, a través de la red de trabajadores(as) promueve buenas prácticas laborales con un enfoque de derechos humanos.

En 2019, a través del proyecto “Red de trabajadores construyendo sinergias” del programa Finlandia, se diseñó una estrategia de comunicación para conocer e intercambiar experiencias, fortalecer capacidades, identificar/enlazar las relaciones y responsabilidades de comunicación entre todos(as) los actores (actrices) involucrados(as) y vincular al trabajador(a) de las plantaciones certificadas con sus comunidades.

Para conocer mejor las condiciones laborales de trabajadores(as) pertenecientes a grupos vulnerables, se realizaron dos estudios de campo y se definieron estrategias de trabajo con dichas poblaciones.

Se realizó un estudio sobre la situación de las mujeres trabajadoras para identificar los retos

y potencialidades para impulsar la igualdad de género dentro del contexto laboral y social dentro de las plantaciones certificadas en Comercio Justo, a través del análisis de situaciones cotidianas de las personas trabajadoras, particularmente de las mujeres. El levantamiento de la información se realizó en República Dominicana, Brasil y Ecuador, donde se tuvo un acercamiento con hombres y mujeres afrodescendientes, personas indígenas y migrantes.

En los tres países, la mayoría de los(as) trabajadores(as) afirmó que existe un buen trato y que nunca han sentido agresiones hacia ellas y ellos, y la actitud que tienen hacia el trabajo es positiva, principalmente entre las mujeres. Sin embargo, en temas de discriminación, en República Dominicana y Ecuador, el 35% y 26% de los hombres respectivamente, manifiestan haberse sentido rechazados por su color de piel y el 15% y 11% manifestaron sentir rechazo por el sexo al que pertenecen. Además, se identificó que promover liderazgos al interior del entorno laboral puede convertirse en una herramienta activa para empoderar a las mujeres y que también se deben realizar talleres de sensibilización de género y nuevas masculinidades, incluyendo a trabajadores y encargados de la contratación y en el mejor de los casos a los(as) propietarios(as) de las plantaciones.

En República Dominicana se realizó el estudio “Buenas prácticas de políticas laborales de regularización de trabajadores(as) migrantes del sector agrícola”, a través del cual se registró que más del 80% de la mano de obra en las plantaciones de banano es procedente del país vecino, Haití. Se registró que existen varias problemáticas relacionadas a este hecho, debido a que muchas personas haitianas no cuentan con la documentación en regla y por su condición irregular no tienen las mismas condiciones laborales que trabajadores(as) dominicanos(as).

El estudio sistematizó 23 buenas prácticas de otros contextos de América y África como aporte e insumo para diseñar estrategias viables a ser implementadas en los procesos de regularización de población migrante haitiana, incluyendo marcos jurídicos normativos y/o iniciativas motivadas por la sociedad civil. Aunque el estudio se realizó en República Dominicana, éste ofrece alternativas para la formulación de estrategias en otros países de la región que enfrentan los mismos retos en términos de migración.

Por su parte, en Perú se ha dado continuidad al proyecto de Mesas de Diálogo para Organizaciones de pequeños(as) productores(as) de banano y los(as) trabajadores(as) y sus organizaciones de representación. Dentro de ese contexto, personal de Talento Humano de las organizaciones bananeras en la zona de Piura finalizaron sus capacitaciones para manejar mejor la coordinación y acompañamiento de trabajadores y trabajadoras de las fincas y así crear un ambiente laboral de mejor calidad. Como resultado se ha logrado crear un ambiente estable para un diálogo constante, en el que todas las partes pueden expresar sus preocupaciones e intereses laborales para buscar acuerdos.

6. CONTRIBUIR A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE A TRAVÉS DE LA INCLUSIÓN, LA ADOPCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS SOCIALES Y AMBIENTALES EN NUESTRA MEMBRESÍA

6.5. Contribuir a la resiliencia de nuestra membresía y sus familias para enfrentar el Cambio Climático, implementando prácticas sostenibles ambientales.



El cambio climático es uno de los principales desafíos que enfrentan los(as) pequeños(as) productores(as), por ello CLAC trabaja para contribuir a la resiliencia de nuestras organizaciones miembro y de las familias productoras para enfrentarlo a través de prácticas ambientales sostenibles.

En 2019, el Programa de Cambio Climático de CLAC impulsó 42 acciones sobre cambio climático y sostenibilidad ambiental, que incluyen la elaboración de material para capacitaciones, la realización de talleres, seminarios, la elaboración de videos y notas de prensa, fortalecer la red de contactos, entre otras.

También se comenzó a realizar el diagnóstico de escenarios climáticos para los productos miel, café y cacao, y la estrategia de cambio climático para el producto café. Además, se elaboró una guía para realizar planes de adaptación y capacitaciones; y se sistematizaron cuatro buenas prácticas agrícolas para diferentes productos.

En 2019 también concluyó el proyecto “Jóvenes liderando la adaptación al cambio climático en café de Comercio Justo en Bolivia, el cual tuvo resultados positivos de evaluación final y permitió la elaboración de una guía para la escuela de liderazgo de jóvenes en café.

A través del proyecto “Intercambio” 30 jóvenes bolivianos fueron capacitados en liderazgo, incidencia y cambio climático. También se desarrolló un taller con jóvenes en Guatemala y se elaboró una estrategia de comunicación en temas de Cambio Climático establecida para cinco coordinadoras nacionales de Comercio Justo.



6. CONTRIBUIR A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
A TRAVÉS DE LA INCLUSIÓN, LA ADOPCIÓN
DE BUENAS PRÁCTICAS SOCIALES
Y AMBIENTALES EN NUESTRA MEMBRESÍA

6.6. Contribuir a la Soberanía Alimentaria en la membresía, promoviendo la diversificación y la producción sostenible de alimentos sanos.



Para los(as) pequeños(as) productores(as) producir sus propios alimentos garantiza tener una alimentación adecuada para sus familias, por ello CLAC impulsa la soberanía alimentaria a través de la diversificación de los cultivos y de la producción sostenible de alimentos sanos.

En 2019, se realizaron 15 acciones relacionadas a la soberanía alimentaria, entre las que cuales destaca la difusión de material didáctico sobre la soberanía alimentaria en el contexto del Comercio Justo, con dos actividades piloto, una en México con la organización Unión Majomut, con la que se llevó a cabo el proceso de formación en selección y cuidado de semillas y la otra en Argentina con el desarrollo del “Laboratorio del Gusto” realizada junto a la Universidad Nacional de Chilecito, El Colegio Agrotécnico “Julio C. Martínez” y la Cooperativa La Riojana. La actividad fue conducida por el proyecto educativo “Kale Azul”, grupo de profesionales especializados en educación alimentaria con foco en el concepto de soberanía alimentaria.

A través del proyecto “Seguridad Alimentaria y Empoderamiento de las Mujeres en Cooperativas de café”, 30 familias cafetaleras de la organización Bosques del Inca fueron capacitadas en Manejo de Biohuertos y crianza de animales menores y gestión de calidad de café. Además, 15 familias cuentan ahora con secadores solare y 10 familias tienen despulpadoras de café; y participaron en la feria regional de Yauris.



Ejecución Presupuestaria 2019

INGRESOS	MONTO	PORCENTAJE
- Fondos FI	\$4,804,328.39	74%
- Proyecto Trias VZW	\$163,780.85	3%
- Proyecto Iniciativa para el desarrollo-PDI/ Fondos Ben & Jerry's	\$10,000.00	0%
- Proyecto Tchibo Honduras/Tchibo GMBH y Fairtrade Alemania	\$33,592.10	1%
- Proyecto Oro Perú/ Fondos Max Haavelar Suiza	\$60,000.00	1%
- Programa Fairtrade Finlandia	\$474,631.17	7%
- Proyecto Fairsorce for Fairtrade / Fairtrade Foundation	\$14,980.00	0%
- Proyecto Jugos en Brasil / Fondos REWE - Transfair	\$166,627.75	3%
- Proyecto Café Incahuasi en Perú / Fondos Rewe - Transfair	\$176,969.25	3%
- Diseño de proyecto banano en Dominicana y Perú/Fondos Max Havelaar Francia	\$5,710.00	0%
- Proyecto Ingreso Digno / Fondos Fairtrade International	\$67,470.20	1%
- Proyecto eficiencia salarios en productores bananeros en República Dominicana / Fondos COOP	\$14,885.00	0%
- Foro Mundial de Café/Fondo Heifer Internacional	\$7,000.00	0%
- Proyecto posicion MEL-UGP/ Fondos Transfair	\$54,900.97	1%
- Proyecto Fairtrade International-Unión Europea	\$334,886.47	5%
- Proyecto Cacao Haiti-República Dominicana/Fondos Transfair e.v.	\$22,341.42	0%
- Proyecto Estudio de Huella Hídrica en las fincas bananeras en Colombia/Fairtrade Alemania	\$40,000.00	1%
- Proyecto Producción de Materiales de Comunicaciones / Fondos Fairtrade Alemania	\$21,617.00	0%
- Proyecto Mejorar las perspectivas economicas de los/las jóvenes de las zonas rurales de El Salvador / Fondos BMZ y Fairtrade Alemania	\$7,954.98	0%
- Fondos Consulta Salario Digno/Fairtrade Internacional	\$8,300.00	0%
- Fondos Consulta Cacao/Fairtrade Internacional	\$7,583.10	0%
- Fondos varios	\$16,331.40	0%
- Intereses devengados	\$6,166.00	0%
TOTAL INGRESOS	\$6,520,056.05	100%

Ejecución Presupuestaria 2019

EGRESOS	MONTO	PORCENTAJE
- Personal de campo, gastos de viaje y actividades de campo (talleres, entrenamientos, intercambios de experiencias, participación en ferias, acompañamiento técnico, etc)	\$4,250,146.39	65%
- Incidencia	\$99,809.71	2%
- Actividades MEL	\$206,953.95	3%
- Comunicaciones y promoción del Comercio Justo	\$314,767.92	5%
- Gobernanza (participación en consultas de estándares, reuniones del Consejo de Directores y otros comités, reuniones dentro del sistema FI)	\$200,704.97	3%
- Gastos administrativos y personal administrativo	\$853,550.61	13%
- Fortalecimiento y operatividad de Coordinadoras Nacionales	\$563,490.97	9%
Sub Total Ejecutado	\$6,489,424.52	
Fondos pendientes de ejecutar	\$ 30,631.53	
TOTAL EGRESOS	\$6,520,056.05	100%



**Coordinadora Latinoamericana y del Caribe
de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as)
de Comercio Justo, CLAC**

www.clac-comerciojusto.org
info@clac-comerciojusto.org

