

# MANGUARÉ

Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) por un Comercio Justo

Edición 18 - diciembre 2020



## EL CONSUMO RESPONSABLE

El consumo responsable es una forma de consumir bienes y servicios teniendo en cuenta el precio, la calidad, las características sociales y laborales de producción y las consecuencias medioambientales.



---

# CONTENIDO

- **Editorial**  
Miguel Ángel Munguía  
Presidente consejo directivo CLAC - 3
- Programa de Cooperación  
para el Desarrollo - 5
- Jóvenes en Comercio Justo - 7
- Jóvenes aprenden sobre  
adaptación al Cambio Climático - 8
- Qué es el consumo responsable - 11
- **Opinión externa**  
Lic. Obeimar Balante  
Universidad ECOSUR, México - 13
- Fondo de Crédito Rotativo - 14
- Huellas de mujer - 15
- Avanzando hacia la igualdad de género - 16
- CLAC apoya a productores(as) a  
enfrentar el Cambio Climático - 17
- CLAC llevó la voz de los pequeños(as)  
productores(as) a la Cumbre  
Mundial del Clima en Madrid - 18
- **Organización de éxito**  
Progressive, Belice- 20
- Apicultura genuina y sostenible  
es vital para el planeta- 22
- Taza Dorada en Colombia- 24



## ¿Qué es el Manguaré?

Los manguaré son tambores amazónicos que representan al hombre y a la mujer, que son utilizados para los rituales de las comunidades indígenas que lo tienen. También, sirven como medio de comunicación entre los vecinos, porque su sonido se escucha a 30 o 40 kilómetros a la redonda.

Por contener elementos musicales, de comunicación, de arraigo territorial y la sonoridad de su nombre, esta revista lleva el nombre de Manguaré.

### Edición:

Xiomara J. Paredes  
Adriana Valle

### Diseño y Diagramación:

Comunicaciones CLAC

2020

Una publicación de



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



## EDITORIAL

Miguel Ángel Munguía

Presidente del consejo directivo de CLAC

La dinámica de trabajo para este 2020 ha sido bastante intensa y desafiante, pues hemos tenido que enfrentar la pandemia mundial del COVID-19 y adaptarnos a nuevas dinámicas de trabajo. Además, se llevó a cabo un amplio proceso de planeación estratégica de todo el sistema Fairtrade International donde estuvimos involucradas las redes de productores(as) y trabajadores(as) de los tres continentes FTA (África), NAAP (Asia) y nuestra propia red CLAC para América Latina y el Caribe, así como todas las oficinas nacionales de Fairtrade (NFOs). En este proceso hemos participado las presidencias, directivos y parte del personal operativo de esas diversas instancias con el apoyo de consultores especializados. Tenemos mucho entusiasmo en que los resultados finales permitan contar con directrices claras para bien de los(as) pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo.

Uno de los grandes retos es lograr el equilibrio entre la oferta y la demanda de nuestros productos, hoy día, se requiere una mayor estrategia de crecimiento del mercado antes del registro de nuevas organizaciones y plantaciones en el sistema.

Por otro lado, es necesario seguir trabajando en la revisión de los estándares a fin de mantener el sello Fairtrade International (FTI) con altos niveles de credibilidad.

Los retos de las organizaciones de pequeños(as) productores(as) son grandes: la caída de precios internacionales en la mayoría de los productos, el cambio climático, la deforestación, la amenaza de los megaproyectos, el incremento de los costos, y ahora también el impacto de la pandemia del COVID-19, entre otros, exigen a las organizaciones el desarrollo de estrategias sólidas y claras de sostenibilidad. Creemos que las redes de productos dentro de CLAC juegan un rol importantísimo en el análisis y discernimiento de la realidad específica de cada producto y en la construcción de opciones. Así, por ejemplo, la red café viene alzando la voz sobre el porcentaje tan pequeño del precio final de una taza de café que recibe un(a) pequeño(a) productor(a). Por su parte, la red miel también ha gritado a los cuatro vientos que la existencia de mieles adulteradas en el mercado mundial ha generado una sobreoferta, llevando los precios generales a la baja y metiendo presión a los precios mínimos dentro del sistema Fairtrade.

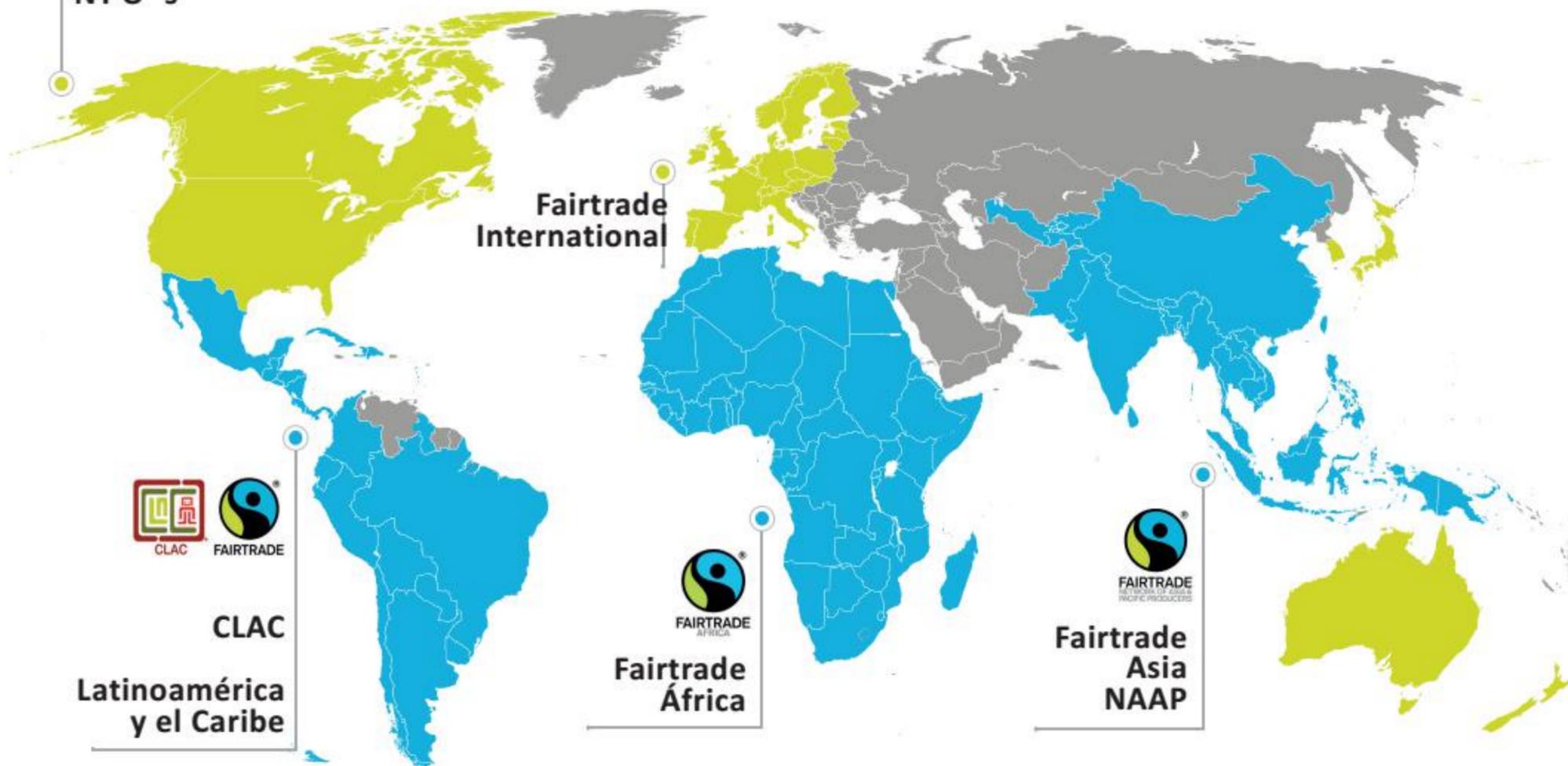
La ética en el comercio ha sido un componente clave dentro del sistema Fairtrade y, de alguna manera, ha contribuido al bienestar de muchas familias campesinas. Empero, no estamos exentos de mejorar los procesos. Un desafío grande es medir y comunicar mejor el impacto del Comercio Justo - Fairtrade. Sabemos que existe, pero debemos evaluarlo con indicadores claves y difundirlo. En este proceso, el manejo de la prima Fairtrade, tanto en las organizaciones como en la red de trabajadores(as), arroja insumos interesantes para ir comunicando el impacto del Comercio Justo. Sin duda, el proceso de construcción de nuevo software ayudará en este proceso.

A nivel interno, desde el equipo operativo de CLAC, estamos en un proceso de reingeniería organizacional que nos permitirá optimizar más las capacidades de cada uno de nuestros colaboradores y colaboradoras en toda América Latina y el Caribe. Nuestro rápido crecimiento exige definir responsabilidades claras, áreas de control, articulación con otras áreas, tiempos de resultados, entre otros. Con este proceso se busca proteger al personal y redistribuir las cargas de trabajo.

Desde el punto de vista del Consejo Directivo, nuestra organización en comisiones nos permite implementar con mayor participación y corresponsabilidad el mandato de la Asamblea General en términos del cumplimiento del plan estratégico CLAC 2019-2021. Evidentemente, nuestro involucramiento en el plan estratégico de Fairtrade International, está inspirado en dicho plan, aunque sabemos que todo es perfectible.



### Oficinas Nacionales de Fairtrade NFO's



# PROGRAMA DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO APOYA A PRODUCTORES(AS) Y TRABAJADORES(AS) EN 9 PAÍSES



## Programa Cooperación para el **Desarrollo**

**E**l Programa de Cooperación al Desarrollo de Finlandia es ejecutado por CLAC en coordinación con Fairtrade Finlandia y es financiado por el Ministerio de Asuntos Exteriores de Finlandia y otras Oficinas Nacionales de Comercio Justo (National Fairtrade Offices -NFOs). La visión del Programa es que las organizaciones de pequeños(as) productores(as) (OPPs) y trabajadores(as) de Comercio Justo intensifiquen sus acciones colectivas para mejorar sus medios de vida. El programa se ejecuta en 9 países de Latinoamérica y el Caribe: Guatemala, El Salvador, Nicaragua, República Dominicana, Brasil, Argentina, Ecuador, Bolivia y Colombia, de la mano de socios locales como las Coordinadoras Nacionales y otros actores a través de alianzas.

Este proceso de cambio se logra a través de fortalecer la capacidad de representación y participación de la Red de trabajadores(as) de América Latina y el Caribe; contribuir a disminuir la vulnerabilidad al cambio climático de pequeños(as) productores(as) de Ecuador, Bolivia, Nicaragua, El Salvador, Haití y Guatemala; y lograr que los(as) pequeños(as) productores(as) y las coordinadoras nacionales de estos 6 países sean actores influyentes

a nivel nacional y regional, con la capacidad y el reconocimiento para impulsar acciones de incidencia en Cambio Climático.

El programa inició su ejecución en 2018 y ha logrado avances en el marco de tres proyectos: Miel para el Futuro, INTERCAMBIO y Red de trabajadores construyendo sinergias.



# Miel para el futuro



A través de este proyecto se ha logrado la vinculación de 21 mujeres de 3 organizaciones a la producción apícola, a través del pase en cadena de colmenas para la producción de miel en Guatemala. Esta iniciativa ha permitido el acceso a recursos y capacitación productiva a estas mujeres, quienes al momento producen miel como un ingreso adicional a sus familias y aplican buenas prácticas apícolas que les permiten adaptarse al cambio climático.

También, se ha promovido el uso de tecnología para la mejora de la producción apícola de 7 organizaciones en Guatemala, a través de la elaboración de mapas de geoposicionamiento, los cuales proveen información sobre la ubicación de los apiarios, y permiten a los apicultores(as) conocer las condiciones ambientales (climatológicas y sobre floraciones) para tomar decisiones productivas que permitan mantener o aumentar la producción de miel.

## INTERCAMBIO: Proyecto regional de Incidencia y Liderazgo en Cambio Climático



En el marco del proyecto se realizó una escuela de incidencia en cambio climático, en coordinación con la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Bolivia. Esta iniciativa ha facilitado la formación de 28 pequeños(as) productores(as) jóvenes para fortalecer sus capacidades de liderazgo e incidencia para promover cambios que disminuyan la vulnerabilidad de sus organizaciones al cambio climático.

Como parte del proceso, los y las jóvenes aplicaron sus conocimientos en proyectos tales como planes de adaptación de sus organizaciones, propuestas de negocios climáticamente inteligentes, entre otros.

También se han generado diferentes estudios sobre efectos de cambio climáticos, escenarios climáticos en la producción de miel en Guatemala y planes de adaptación, información que será difundida y socializada a la membresía para que los(as) pequeños(as) productores(as) cuenten con información para la toma de decisiones productivas para mejorar su capacidad de adaptación y mitigación al cambio climático.

## Proyecto de la Red de Trabajadores construyendo sinergias



A través de esta intervención se ha fortalecido la Red de Trabajadores por medio de la facilitación de espacios de diálogo y formación al comité técnico y comités nacionales. Además, se diseñó y se inició la implementación de la estrategia de comunicación que permite incrementar el reconocimiento de la Red ante sus miembros y otros actores de la cadena de valor. También se ha generado información relevante a través de estudios de campo sobre poblaciones vulnerables como las mujeres y migrantes trabajadores de plantaciones. Esta información de contexto nos permite diseñar estrategias de apoyo a dichas poblaciones para mejorar su capacidad de gestión y liderazgo.

El Programa Finlandia continúa su ejecución hasta el 2021, e inicia este año nuevas intervenciones en Honduras y Haití que buscan mejorar los medios de vida de productores(as) de organizaciones de Comercio Justo en un contexto de cambio climático.

# JÓVENES EN COMERCIO JUSTO



**Mi nombre es Juanvys Burgos  
República Dominicana  
COOPROAGRO**

**S**oy hijo de un productor de cacao en la República Dominicana. En la institución no he tenido ningún cargo, pero sí he participado en muchas jornadas de educación con socios(as). Hemos recibido a muchas delegaciones de diferentes partes del mundo. En el 2010 representé a la organización en Hamburgo, Alemania y visité la compañía Fairtrade GEPA.

También, hemos desarrollado proyectos de desarrollo en la comunidad. (eléctricos, acueductos, arreglos de caminos, puentes y muchos más). Con mi familia tenemos más de 20 años de ser miembros de la organización COOPROAGRO. El pasado año 2019 en el mes de junio fuimos reconocidos por la GEPA en Alemania por producir uno de los mejores cacaos y en la caja del sabroso chocolate donde está la foto nuestra.

También en ese mismo año 2019 por segunda vez represente a la cooperativa y al país en el III Encuentro latinoamericano de jóvenes del comercio justo, realizado por CLAC en Panajachel, Guatemala.

Me siento orgulloso de tantos logros adquiridos, he aprendido a defender la vida de los animales y recursos naturales y el medio ambiente, salvando los ríos, arroyos y cañadas.

Vuelvo y repito. Nos sentimos orgullosos de nuestra organización, gracias a Fairtrade, CLAC y el comercio justo.





## JÓVENES APRENDEN SOBRE LA ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO

Los 330 participantes en el proyecto “**Jóvenes Liderando la Adaptación al Cambio Climático**”, desarrollado en Bolivia, lograron fortalecer sus capacidades de adaptación al cambio climático en beneficio de ocho organizaciones de café en Comercio Justo.

Este proyecto, implementado participativamente en base a los principios del Comercio Justo, se ejecutó en coordinación con la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Bolivia (CNCJ-Bolivia) y significó una inversión de 200 mil euros en un período de dos años.

Con los participantes, 300 productores(as) y 30 promotores(as), se plantearon tres resultados para el proyecto: mejorar los sistemas de producción a través de prácticas agrícolas climáticamente inteligentes, mejorar las capacidades en jóvenes de 8 OPPs en liderazgo y adaptación al cambio climático, y difundir y replicar las buenas prácticas y lecciones aprendidas del proyecto.

Para mejorar los sistemas de producción se establecieron ocho parcelas demostrativas, una en cada organización, que sirvió de modelo y de práctica para el desarrollo de escuelas de campo con promotores(as) y productores(as), dotación de insumos y asistencia técnica para el establecimiento de viveros familiares, y la renovación de cafetales en áreas de café viejo.

Además, se desarrolló una Escuela de Liderazgo y Gestión Empresarial en la que las personas jóvenes participantes se formaron como promotores/as que replicaron sus conocimientos a 10 productores/as que tenían a cargo. También se elaboró un manual que podrá ser utilizado por otros grupos.

El proyecto también desarrolló videos educativos sobre buenas prácticas agrícolas, siendo los promotores/as los principales encargados de realizar estos videos que ayudan a difundir la información a más personas.





Como parte de las actividades del proyecto se hicieron evaluaciones y se contrató los servicios del Instituto Agrario para la evaluación final. Esta evaluación externa destacó que el proyecto ha sido de alta relevancia porque atendió tres temáticas muy importantes: cambio climático, juventud y sistemas de producción, atendiendo de forma integral necesidades de organizaciones y pequeños productores.

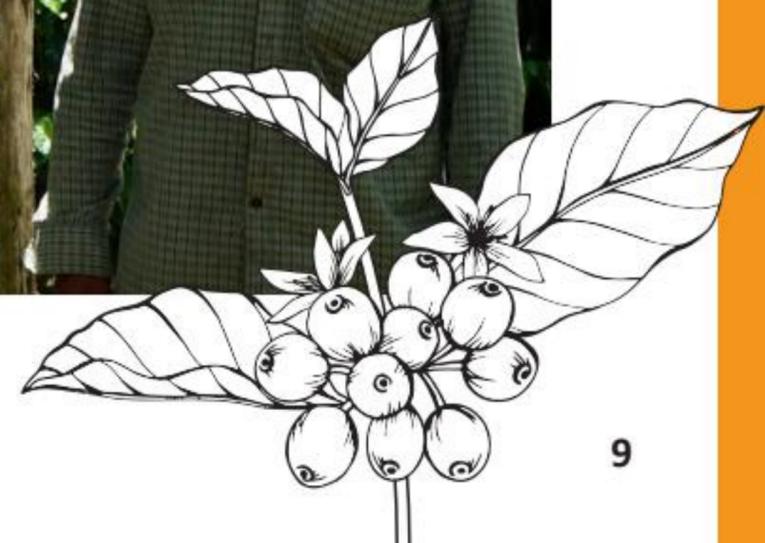
Además, el proyecto se caracterizó por la eficacia, que se midió en base al cumplimiento de resultados e indicadores, y se planteó bajo cuatro aspectos: sensibilización sobre cambio climático y desarrollo de capacidades en jóvenes líderes, actividades de renovación, establecimiento de parcelas demostrativas y escuelas de campo para agricultores. Todos los aspectos se realizaron con una eficacia buena a alta.

La evaluación externa también explicó que todo el proceso se realizó con un uso razonable y eficiente de los recursos, destinándose el 75 por ciento a actividades y dotaciones a los participantes del proyecto.

Al medir el impacto, éste fue de bueno a alto porque cumplió con las actividades, resultados y productos esperados, pero principalmente porque existe una amplia satisfacción por los tres niveles de participación.

En relación a la sostenibilidad, la evaluación asignó un valor de 2.8, regular, debido al corto tiempo del proyecto que dejará productores con plantaciones de un año, y no tendrán asistencia o apoyo hasta la cosecha. Esta es una lección aprendida que se tomará en cuenta a futuro, pues la corta duración de los proyectos puede afectar para alcanzar resultados sostenibles.

El establecimiento de las parcelas demostrativas el primer año y trabajar sobre ellas con talleres bajo la metodología de escuelas de campo, (conocimiento técnico y prácticas de manejo) motivó a los(as) productores(as) a renovar sus cafetales. El sistema de producción propuesto por el proyecto bajo un enfoque de adaptación al cambio climático contribuyó al incremento de rendimiento por hectárea pasando de 6 quintales/ha a 40 quintales/ha (dato calculado en base a estimación de cosecha en parcelas de 2.500 m<sup>2</sup>), resultado que da esperanza a productores(as) para mantenerse en el rubro de la producción de café y mejorar su calidad de vida en cuanto a acceso a salud, educación, alimentación y vivienda.





Esto se complementó con el fortalecimiento de las capacidades de los promotores(as) en riesgos comerciales, normas y procedimientos de certificación y exportación. Los cambios alcanzados fueron más allá de lo planificado inicialmente, ya que, actualmente, varios promotores(as) brindan servicios a sus organizaciones como técnicos del Programa Nacional de Café, financiado por el estado. Otras personas que formaron parte de la escuela ahora son parte del directorio dentro de sus organizaciones como comercializadores, y representantes de las diferentes organizaciones en la RED CAFÉ dentro de la CNCJ-Bolivia y CLAC.

Esto se complementó con el fortalecimiento de las capacidades de los promotores(as) en riesgos comerciales, normas y procedimientos de certificación y exportación. Los cambios alcanzados fueron más allá de lo planificado inicialmente, ya que, actualmente, varios promotores(as) brindan servicios a sus organizaciones como técnicos del Programa Nacional de Café, financiado por el estado.

Otras personas que formaron parte de la escuela ahora son parte del directorio dentro de sus organizaciones como comercializadores, y representantes de las diferentes organizaciones en la RED CAFÉ dentro de la CNCJ-Bolivia y CLAC.

El proyecto también generó una dinamización positiva entre las 8 organizaciones participantes, la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Bolivia y CLAC. La conformación de los comités operativo, estratégico y asesor generó empoderamiento en directivos y promotores(as). La presentación de informes por parte de la CNCJ-Bolivia en sus Asambleas, presentación de presupuesto y la consulta en la toma de decisiones con directivos y promotores(as) generó confianza y demostró transparencia a los participantes, haciendo que todos y todas se sintieran dueños del proyecto.

Este fue un proyecto piloto para probar una metodología participativa de gestión desarrollada por CLAC, para asegurar que los proyectos generen empoderamiento y fortalezcan las capacidades de nuestra membresía. Esta metodología está siendo replicada con éxito en todos los proyectos de la organización y es un ejemplo dentro del sistema Fairtrade.





## QUÉ ES EL CONSUMO RESPONSABLE

El consumo responsable es una forma de consumir bienes y servicios teniendo en cuenta el precio, la calidad, las características sociales y laborales de producción y las consecuencias medioambientales. Es un consumo que considera el impacto ambiental desde el ciclo de vida del producto, valorando los procesos de producción, transporte, distribución, consumo y residuos que deja el producto. Determina la huella ecológica producida por el estilo de vida del consumidor y qué empresas, productos y servicios respetan el medio ambiente y los derechos humanos. Es útil entender que existen diferentes formas de consumir que hacen al consumo responsable.

Primero, el consumo ético que introduce valores a la hora de consumir o de optar por un producto. Se trata de discernir entre las necesidades reales y las creadas por la publicidad. Segundo, el consumo ecológico que es un circuito básico de producción a partir de la reducción, la reutilización y el reciclado de los distintos productos sociales y formas de producción que no deterioren las condiciones del medio ambiente. Tercero, el consumo social o solidario es el que tiene en cuenta las relaciones sociales y condiciones laborales en las que se ha elaborado un producto o brindado un servicio.

En ese sentido, se puede incluir al comercio justo, donde se quiere pagar lo justo por el trabajo realizado y potenciar alternativas sociales de producción e integración, promoviendo un desarrollo equitativo y sostenible.

## Economía circular y consumo responsable

Vivimos en una sociedad preocupada, pero no tan ocupada por el cambio climático; y que sin embargo está atrapada por la fiebre consumista, incapaz de modificar de forma coherente hábitos de consumo y reutilizar los recursos que existen. En este contexto la economía circular – como alternativa – hace referencia a un sistema económico de producción y consumo que tiene como finalidad reducir los materiales necesarios para fabricar los productos, además de la cantidad de desechos que se generan, garantizando la sostenibilidad y la reutilización de todos ellos.

Esta idea se inspira en los propios ciclos de madurez de la naturaleza, donde nada se desperdicia y todo se transforma. La gestión de residuos es uno de los factores que más caracterizan este tipo de estrategia económica, junto con las energías renovables y el reciclaje.

La economía circular produce beneficios medioambientales, como la reducción de gases de efectos invernadero, la disminución de costos para las empresas y el incremento del empleo y del ahorro de los consumidores, además de fomentar la creación de nuevos modelos de negocio. En consecuencia, en esta forma económica se han de involucrar tanto las empresas y organizaciones como las administraciones públicas y los individuos, que a título personal deben tomar sus decisiones siendo conscientes de sus necesidades reales.

En este contexto, los consumidores mismos, sin necesidad de la intermediación de otros actores de la cadena de valor -distribuidores o productores-, se encargan de multiplicar el valor de los bienes que ya están en sus manos a través del arreglo, reuso y redistribución de productos y servicios. El consumidor se convierte en real co-creador de valor, o prosumidor, es decir, en un actor real de la creación de valor en el ciclo económico.

La actividad más reconocida de consumo circular es la denominada ciclismo gratis, donde los consumidores utilizan canales propios - redes sociales - para ofrecer gratis a otras personas, productos que todavía tienen un valor de uso. No es un mercado de segunda, es un espacio donde las personas ofrecen y solicitan bienes que a través de simples reparaciones y creatividad multiplican su generación de valor sin que esté de por medio necesariamente un precio. En los modelos estándar de reciclaje, el proveedor no tiene la relevancia como consumidor y la circularidad sigue en manos de la producción, éste no es el caso de la economía circular.



## Comercio Justo, consumo justo y circularidad

---

En el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el número 8 busca promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos. Al mismo tiempo, desde 2002, la Organización de las Naciones Unidas ha señalado que una de las principales causas del deterioro del medio ambiente son las modalidades insostenibles de consumo y producción.

Es así como el Comercio Justo desde una mirada de Consumo Responsable hace referencia a la elección de productos y servicios en función de su impacto ambiental y social y a los comportamientos de las empresas que los elaboran o distribuyen, no sólo tomando en cuenta la calidad y el precio de estos. El principal reto del Comercio Justo, el reconocimiento por parte de los consumidores de un precio superior al del mercado, el cual se invierte para que los productores (as) tengan un ingreso digno; por eso es imprescindible que existan consumidores comprometidos y responsables para que este sistema comercial alternativo sea sostenible.

Cada vez que compra un producto, el consumidor hace valer su opinión, sus criterios y sus valores, y este poder de decisión implica también una responsabilidad en sus hábitos de compra. Involucrarse en el Consumo Responsable es apoyar o penalizar a los modelos empresariales y de producción desequilibrados, y en suma apoyar a las personas y sus valores.

## Hay muchas cosas que podemos hacer:



## OPINIÓN EXTERNA

**Dr. Obeimar Balente Herrera**  
**Universidad ECOSUR, México**

La Alianza entre CLAC y ECOSUR es de sinergia porque en México compartimos la zona de trabajo en los estados de la frontera sur, la colaboración con varias organizaciones productivas, líneas estratégicas, redes y productos.

Así, para el trabajo conjunto entre CLAC y ECOSUR ya estaban sentadas las bases y el acercamiento para formalizar la alianza en 2017 a través de la Coordinadora Mexicana por el Comercio Justo. Los trabajos del grupo ABEJAS-ECOSUR con organizaciones de apicultores en Latinoamérica han tenido buenos frutos, del mismo modo ha sido desde el GIEZCA (Grupo de Investigación en Zonas Cafetaleras) y hay varias áreas por trabajar de manera conjunta.

La colaboración ECOSUR-CLAC ha tenido la fortuna de ser parte de Universidades por el Comercio Justo, la cual ya ha tenido intercambios de experiencias, de información e intereses a través de reuniones virtuales y una primera presencial en noviembre 2019. Lo cual ha cultivado el sentido de pertenencia y fortalece saber que somos varios académicos desde varios entes universitarios con quienes CLAC colabora.

El futuro de la alianza es retador pues las familias de las organizaciones con quienes colaboramos están enfrentando problemas enormes y cambiantes: adaptación al cambio climático, comercio justo local, inclusión social, para los que no hay solución completa o “no hay camino, se hace camino al andar”, citando al poeta Antonio Machado. **Pero si hay rumbo que podemos recorrer mejor en alianza para encontrar los caminos más pertinentes que permitan el avance de las familias de pequeños productores y trabajadores de comercio justo hacia una vida digna, citando al sacerdote Francisco VanderHoff, fundador del comercio justo.**



## FONDO DE CRÉDITO ROTATIVO

La juventud es uno de los grupos más afectados por el desempleo a nivel mundial, de acuerdo con las Naciones Unidas. Además, un estudio del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) indica que, en varios países de América Latina, la población joven en el área rural ha decrecido considerablemente debido, entre otros factores, a la falta de oportunidades económicas. Asimismo, pese a los avances en la inclusión financiera, la juventud aún enfrenta retos para acceder a alternativas de fondos que les permitan invertir en proyectos productivos. Con la idea de contribuir a mejorar este panorama es que el Consejo Directivo de CLAC decidió aprobar un fondo rotativo para jóvenes en el Comercio Justo.

Este fondo está dirigido principalmente a grupos de personas jóvenes de las organizaciones de pequeños(as) productores(as) pertenecientes a CLAC, interesados(as) en invertir en una actividad productiva agrícola que esté vinculada a la cadena de valor del producto(s) de su organización. Dichos grupos, pueden optar por un crédito de hasta 5 mil dólares por un plazo máximo de 33 meses.

A través de reuniones periódicas, el Comité de Créditos del Fondo Rotativo, conformado por dos miembros del Consejo Directivo de CLAC, Merling Preza y Raquel Jara; y Francisco Ramírez, del

equipo operativo CLAC, se encarga de analizar cada aplicación y de aprobarlas en caso de que éstas sean técnica y financieramente viables.

El fondo rotativo cuenta con cien mil dólares. Para permitir que todos los países donde existe membresía de CLAC puedan participar, los créditos otorgados por país no pueden exceder el 10 por ciento del total del fondo, salvo en casos donde exista un alto número de organizaciones, en los que podrá llegar hasta 15 por ciento, es decir, 15 mil dólares.

La frecuencia de repago del crédito dependerá de los flujos de efectivo proyectados por el grupo de jóvenes, así como de la naturaleza del proyecto. Con el fin de garantizar la sostenibilidad del fondo en el tiempo, se colocó una tasa de interés de 0.5 por ciento anual, que se considera baja, y, por tanto, no representa un egreso oneroso si se contrasta con las tasas de mercado a nivel regional.

Para descargar los documentos para la aplicación del crédito, pueden acceder a este enlace. Para comunicar sus preguntas o dudas sobre el proceso de aplicación pueden contactarse al correo [comite.fondos@clac-comerciojusto.org](mailto:comite.fondos@clac-comerciojusto.org).





# HUELLAS DE MUJER



## Marisol Medina Camero

Cooperativa CADEFIHUILA,  
Colombia

Llegué a la organización en el 2010, a través de una familiar de mi esposo. He tenido la oportunidad de participar en muchas actividades como encuentros en Colombia, ferias nacionales e internacionales, capacitaciones en liderazgo, gestión de proyectos. Soy parte de la junta directiva como vicepresidenta y una súper faceta fue participar en política con una experiencia súper positiva.

Comercio Justo para el caficultor(a) significa oportunidades de negocios, desarrollo, capacitaciones y negociación, que es lo que se busca en una actividad que muchas veces es tan poco remunerada, aún más si somos mujeres.

Cada día es un aprendizaje y cada capacitación es el complemento de una línea que nos hemos trazado durante 10 años. La mejor manera en que vemos inclusión es la participación de la mujer en los diferentes puestos administrativos de muchas cooperativas, siendo tanto o mucho más competentes. Damos demasiado, somos responsables y amamos lo que hacemos.

A pesar de lo que hemos avanzado sabemos que la lucha por ser mujer siempre será un poco más difícil, soy una mujer de retos y de acciones al igual que las 287 mujeres pertenecientes a la asociación CADEFIHUILA. Aún tenemos mucho por ganar y es por eso que no podemos parar, la política es súper dura para las mujeres, hay mujeres en cargos institucionales, pero aún falta mucho por hacer. Hay que cambiar la idea de que las mujeres somos de la casa y cocina, tenemos muchas cosas por aportar en cualquier cargo a desempeñar.

Primero, lo más importante de todo: somos mujeres, valientes, imparables, luchadoras, madres, esposas, amigas, emprendedoras y, sobre todo, luchadoras. El camino es lento, pero cuando aprendemos a dar pasos firmes nada es imposible.



## AVANZANDO HACIA LA IGUALDAD DE GÉNERO

Trabajar a favor de la igualdad es una realidad en CLAC, organización en la que contamos con un objetivo estratégico que busca “Contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través de la inclusión, la adopción de buenas prácticas sociales y ambientales en nuestra membresía”. Y más específicamente busca “lograr un mayor empoderamiento de las mujeres en la membresía, fomentando su participación activa en ésta y en las estructuras de CLAC”.

Se pueden evidenciar aspectos que indican nuestros avances en el camino, por ejemplo, la participación en estructuras de decisión, donde las mujeres representan un 27% en el consejo directivo y la junta de vigilancia, y el 24.38% de las 160 personas delegadas a la Asamblea de 2018, manteniendo una representación proporcional en ambos niveles, además de contar con una comisión de género.

En cuanto a la institucionalización, se llevan acciones estratégicas a nivel interno y hacia las organizaciones que conforman nuestra membresía. Internamente ha sido fundamental la coordinación con distintas unidades, quienes van asumiendo la transversalización de género en sus ámbitos de trabajo, desde una comunicación inclusiva, visibilizando las buenas prácticas de inclusión; la Unidad de gestión de Programas y Proyectos en la gestión e implementación de propuestas enfocados al empoderamiento de las mujeres como las Escuelas de liderazgo con Tchibo-Fairtrade en Honduras, Incahuasi en Perú y El Sunza en El Salvador.

Con Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje, se ha levantado información sobre la participación de mujeres y jóvenes y se ha elaborado metodología para el levantamiento de línea de base de género, entre otros.

Con nuestra membresía se avanzó en sensibilización y generación de conocimientos, aportando a los procesos desarrollados en 17 países, donde participaron de manera directa 7,455 personas, el 34% de ellas mujeres, con el compromiso de las Coordinadoras Nacionales, así como con las organizaciones de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as).

Este año se realizó un estudio de caso del proceso de transversalización de género en CLAC, donde se identificó algunos desafíos, entre ellos: la amplitud de la cobertura deseada, considerando que CLAC representa a casi mil organizaciones de base; la “profundidad” de dicha cobertura y la regularidad de ésta en cuanto a la oferta de talleres y capacitaciones, además de la necesidad de continuar apoyando a las coordinadoras nacionales en temas de género e inclusión, entre otros.

Agradecemos el esfuerzo de cada una de las personas en las organizaciones, así como el compromiso de nuestras alianzas para acompañarnos en este camino, Fairtrade, Trias y la Unión Europea, entre otras.



## CLAC APOYA A PRODUCTORES(AS) A ENFRENTAR EL CAMBIO CLIMÁTICO

Los(as) pequeños(as) productores(as) en América Latina son uno de los sectores más vulnerables al cambio climático, por eso a partir de 2020, CLAC inició un proceso para fortalecer el Programa de Cambio Climático y como primer paso se elabora la estrategia Marco de Cambio Climático, que tiene un horizonte de 3 años, la cual busca orientar y generar sinergias entre las diferentes directrices estratégicas y medidas que debe realizar CLAC para dar respuesta a las necesidades de su membresía ante este fenómeno.

El Programa de Cambio Climático tiene como objetivo contribuir al desarrollo de organizaciones de pequeños(as) productores(as) 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.

Para el alcance de este objetivo, el Programa de Cambio Climático ha elaborado la Estrategia Marco de Cambio Climático, la cual desarrolla en detalle el contenido de las directrices estratégicas, y las transforma en medidas y acciones concretas dentro del marco de los ODS.

**ESTRATEGIA 1:** Promover prácticas productivas adaptadas al clima y sistemas inteligentes de información climática y de mercados, que permitan mejorar la resiliencia al cambio climático y el acceso a mercados de los(as) pequeños(as) productores(as) de CLAC.

**ESTRATEGIA 2:** Ayudar a los(as) pequeños(as) productores(as) de CLAC a tomar mejores decisiones y una adecuada implementación de buenas prácticas productivas, mediante servicios inteligentes de capacitación, asistencia, alertas tempranas y redes de seguridad productiva que reduzcan diversos riesgos en los medios de vida rural.

**ESTRATEGIA 3:** Promover una agenda de investigación aplicada que facilite la construcción de soluciones productivas, ambientales y socioeconómicas que necesitan los(as) pequeños(as) productores (as) de CLAC de forma sostenible.

**ESTRATEGIA 4:** Promover un mayor acceso y mejor distribución de oportunidades a financiación climática para jóvenes y mujeres de CLAC, que les permita contar con medios de vida rural atractivos, inclusivos y diversificados.

**ESTRATEGIA 5:** Promover la salud del suelo mediante una profundización de una agricultura regenerativa y orgánica bajo el enfoque ASAC de CLAC y limitar la expansión de tierra agrícola en lugares con alto contenido de carbono cuando se pueda.

**ESTRATEGIA 6:** Promover la incidencia en Cambio Climático a distintos niveles (i.e. discurso, capacitación, socialización, consumidor final y políticas públicas) con relación a los efectos de la variabilidad y cambio climático sobre la vida los(as) pequeños(as) productores(as) de CLAC, así como las medidas de adaptación y mitigación requeridas.

Durante el 2020, CLAC apoyó a 7 organizaciones de pequeños(as) productores(as) de Guatemala en la elaboración de sus planes de adaptación para la producción de miel, los cuales contaron con la participación de 1,289 apicultores(as).



## CLAC LLEVÓ LA VOZ DE LOS PEQUEÑOS(AS) PRODUCTORES(AS) A LA CUMBRE MUNDIAL DEL CLIMA EN MADRID

*“Como productores tenemos muchos desafíos debido a que estamos altamente expuestos, somos muy sensibles y tenemos poco ingreso para adaptarnos a estos eventos (relacionados al cambio climático), concretamente estamos muy expuestos a las inundaciones y otros eventos que reducen nuestra producción y productividad y esto nos da menores ingresos, que es el principal problema y debido a estos bajos ingresos tenemos poca capacidad de adaptarnos”,* afirmó Luis Mendoza en un panel organizado por Fairtrade en el que se analizó la propuesta de establecer seguros de riesgo climático a productores(as) vulnerables.

Luis Mendoza Aguilar, productor de cacao peruano miembro de la cooperativa NORANDINO, certificada en Comercio Justo, y gerente de la Asociación Peruana de Productores de Cacao, participó en la Cumbre Mundial del Clima COP25 en representación de los(as) pequeños(as) productores(as) y de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC).

Existen diferentes tipos de pequeños productores y diferentes formas de mejorar sus condiciones de vida, aseguró Javier Aliaga, coordinador del programa de Cambio Climático de CLAC, durante su participación en el panel *“Aumentando la intervención de acción climática en Latinoamérica a través de la transformación de sistemas alimentarios”*, una de las actividades complementarias de la COP25.

Es necesario promover prácticas y tecnologías productivas adaptadas al clima y sistemas inteligentes de información climática y de mercados que permitan mejorar la resiliencia al cambio climático y el acceso a mercados de los pequeños productores y productoras, agregó el experto.

*“En materia de adaptación yo destacaría el trabajo en buenas prácticas agrícolas, que se están mapeando y tratando de introducir en las organizaciones de pequeños productores, así como los planes de adaptación que se están realizando para identificar y priorizar medidas de adaptación”,* dijo Aliaga.

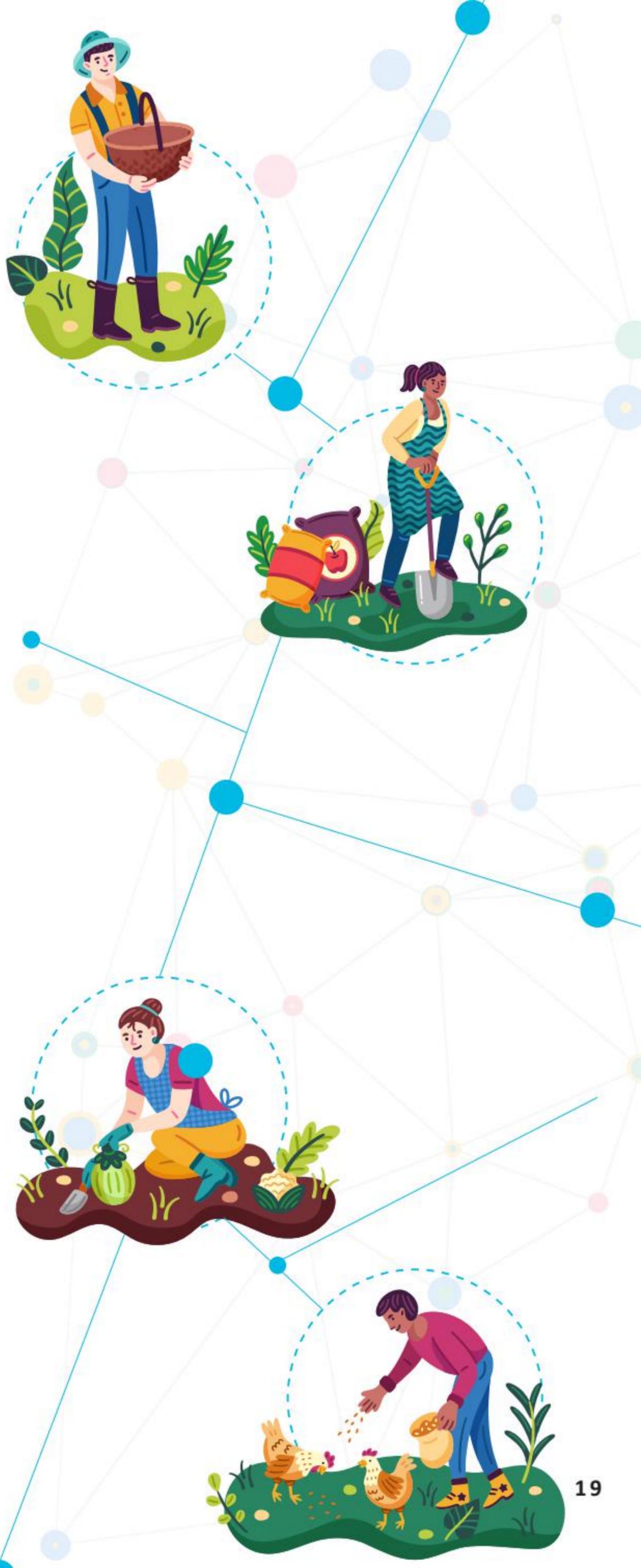
# Plataforma de Acción Climática de Latinoamérica y el Caribe

Durante la Cumbre Mundial del Clima en Madrid, CLAC también participó como observador del lanzamiento de la Plataforma de Acción Climática en Agricultura de Latinoamérica y el Caribe (PLACA). En este evento se expresó la necesidad de impulsar medidas que tengan en cuenta principalmente las condiciones locales de comunidades y grupos afectados.

La PLACA tiene como objetivo mejorar la coordinación y la transferencia del conocimiento entre los países de una misma región, y promover en particular la seguridad alimentaria y su desarrollo económico y social, a través de una perspectiva sostenible en América Latina y el Caribe. Además, servirá para coordinar las acciones entre redes internacionales. Este evento sirvió para que CLAC pueda integrarse a futuro al trabajo de PLACA.

Esta plataforma es una oportunidad de avanzar en el conocimiento para poder adaptar los sectores agrícolas, ganaderos y silvícolas, y protegerlos ante el futuro escenario de cambio climático. Además, favorece el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, vinculados a la seguridad alimentaria y a la erradicación de la pobreza.

En este acto también se lanzó la iniciativa del Decenio de las Naciones Unidas para la Agricultura Familiar y se enfatizó la necesidad de trabajar para promover explotaciones que sean productivas, competitivas y sostenibles, haciendo un especial esfuerzo para favorecer el relevo generacional, incrementado los apoyos para la incorporación de jóvenes agricultores. También se destacó la importancia de lograr la igualdad de género en el acceso a los recursos, la tecnología y la participación en la toma de decisiones.



# ORGANIZACIÓN DE ÉXITO

## Belice



## Asociación Progresiva de Productores de Caña de Azúcar (PSCPA, por sus siglas en inglés)

### PSCPA promueve ferias de salud

Los(as) pequeños(as) productores(as) de PSCPA creen que tener una buena salud es central para la felicidad de los seres humanos, por lo que tener una salud óptima es un aspecto importante de la vida. Por ello, han realizado ferias de salud para tener más asistencia médica. Las ferias fueron eventos educativos e interactivos diseñados para brindar medicina preventiva y chequeos médicos para las personas de la comunidad como un medio de intervención pública en salud.

Las ferias se realizaron como un proyecto de colaboración con el departamento de salud de Orange Walk y bajo la categoría de salud y seguridad de PSCPA. Se invitó a la comunidad completa a participar en esta ocasión. El equipo se fortaleció con la experticia de dos doctores generales, un farmacista, un nutricionista, un asistente de dentista y un representante de la Asociación de Vida Familiar de Belice. Los participantes pudieron acceder a asesoramiento médico gratuito a través de consultas individuales en las áreas de salud y dieta, educación sexual, información sobre drogas, consejos dentales y atención médica en general.



Las ferias de salud se implementaron en las cinco zonas de PSCPA, en las villas de Guinea Grass, San José, San Estevan, San Luis y San Román. Teniendo un alto nivel de participación, las ferias de salud beneficiaron a 262 personas, 170 mujeres y 92 hombres.

Las ferias de salud mostraron ser un éxito con resultados gratificantes. Los miembros de la asociación que participaron recibieron la asistencia médica que buscaban. Además, ellos recibieron información para mantener a la mano en caso de que surjan inquietudes o dudas. Las ferias de salud han probado ser una excelente forma de brindar atención médica a los miembros con dificultades financieras o con escasos medios de transporte.





## APICULTURA GENUINA Y SOSTENIBLE ES VITAL PARA EL PLANETA

Las Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as) de Comercio Justo, articuladas en la “Red de Miel de CLAC”, buscan soluciones en conjunto para hacer frente a los desafíos que se les presentan en la actualidad.

El consumo internacional de miel ha venido mostrando una tendencia creciente, sin embargo, las ventas han caído en los principales mercados y se evidencia una baja sostenida de los precios en los últimos años.

**El principal problema y responsable de esta situación es la adulteración de miel.** Desde hace algunos años se han introducido al mercado mieles adulteradas a un precio muy bajo haciendo caer el precio internacional de la miel genuina. Es así como la adulteración de la miel se transforma en una amenaza para la miel producida por las organizaciones de pequeños(as) productores(as) dentro del movimiento Comercio Justo.

En relación con las mieles orgánicas también se evidencian fuertes bajas de precios como consecuencia de una sobreoferta de miel comercializada como “orgánica”, pero que en realidad no lo es. Los denominados “lavadores de miel convencional a orgánica” representan una forma más de prácticas comerciales deshonestas que desincentivan la producción de alimentos más saludables y que engañan a los consumidores.

**Este escenario claramente lleva a una situación desventajosa para la miel genuina y más aún para la miel certificada Comercio Justo – Fairtrade, producida bajo los altos estándares de calidad y del Comercio Justo.**

La problemática actual de precios, la falta de acceso a mercados globales y locales, y la competencia desleal que representa la miel adulterada en los mercados ha generado la reflexión de las organizaciones y la decisión que de manera conjunta desde la Red Miel se trabaje en una Estrategia de Comunicación que logre revalorizar a la miel como un producto natural, noble, sano y con altísimo valor ambiental.





La labor de las abejas es de gran importancia para la sobrevivencia del planeta y de los seres vivos; ya que, adicionalmente a la producción de miel, las abejas llevan a cabo la polinización de cultivos, frutales y distintas especies forestales, creando las condiciones necesarias para la producción del 85 por ciento de nuestros alimentos.

La apicultura tiene un rol protagónico en términos de promover el arraigo territorial y la soberanía alimentaria de las comunidades. Además, un precio justo permite desarrollar la actividad apícola en el campo, evitando la migración campesina.

A su vez, los mercados en el Sur representan una gran oportunidad para la miel. Estos son mercados emergentes donde la población poco a poco está cambiando de hábitos, optando por alimentos más saludables, conociendo sus orígenes, que cuenten una historia y que sean de producción local.

La estrategia de la Red Miel busca aumentar las ventas de miel de Comercio Justo, mejorar de ingresos de los apicultores, recolectar diferentes historias y materiales que permitan comunicar y visibilizar los principales beneficios e impactos del Comercio Justo; generar conciencia sobre la importancia del consumo responsable, mejorar la calidad de vida y sostenibilidad de los apicultores de Comercio Justo, favorecer los ecosistemas y la biodiversidad.

La Red Miel de CLAC, presente desde los mismos orígenes del movimiento en Latinoamérica, hoy integrada por organizaciones de productores(as) en siete países (México, Guatemala, Nicaragua, Brasil, Chile, Uruguay y Argentina) invita a sus socios, aliados, actores públicos y privados, y a los medios de comunicación a compartir estas reflexiones para seguir sensibilizando sobre los beneficios de la apicultura genuina y sustentable.

**La Red Miel trabaja para generar conciencia sobre la importancia del consumo responsable, mejorar la calidad de vida y sostenibilidad de los apicultores de Comercio Justo, favorecer los ecosistemas y la biodiversidad.**





## CONCURSO TAZA DORADA FAIRTRADE SE REALIZÓ EN COLOMBIA

Por primera vez se realizó en Colombia el concurso Taza Dorada Fairtrade con la participación de 31 organizaciones de pequeños(as) productores(as) de Comercio Justo en el certamen.

Del 20 al 24 de enero se realizó la eliminatoria en la ciudad de Cartago, en el Valle del Cauca, en el laboratorio de calidad y entrenamiento en café de CAFÉ NORTE, y en Santa Marta, Minca, en el laboratorio de calidad y tostaduría de CAFICOSTA. Ambas organizaciones otorgaron el acceso gratuito a sus instalaciones para llevar a cabo este proceso en el que se evaluaron en total 79 muestras de las 31 organizaciones participantes.

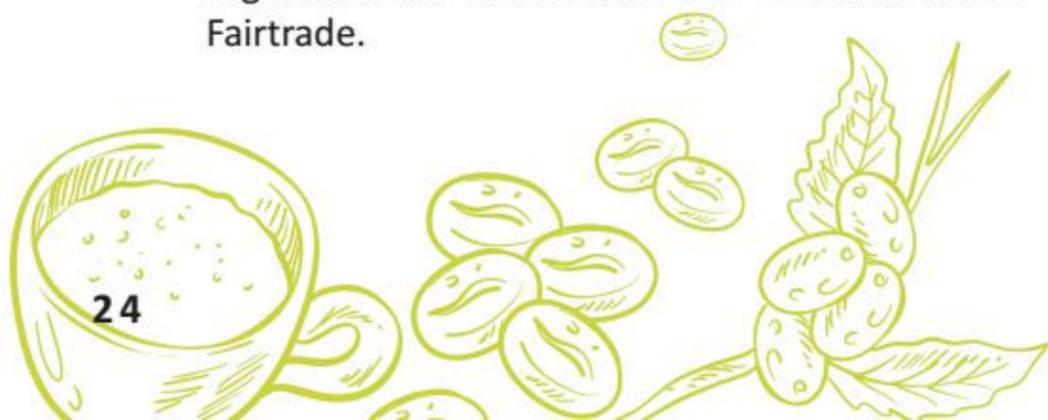
Las muestras de café eran de las regiones: Antioquia, Caldas, Risaralda, Quindío, Valle, Tolima, Huila, Cauca, Santander, Guajira, Cesar y Magdalena. Para la fase de eliminatoria se contó con ocho catadores Q graders, entre ellos dos mujeres, y catadores nacionales pertenecientes a diferentes organizaciones certificadas en Comercio Justo – Fairtrade.

### FINAL DEL CONCURSO

Los 17 lotes que dieron puntajes mayores a 86 puntos pasaron a la gran final del concurso, que se llevó a cabo en las instalaciones de TECNICAFÉ – Parque Tecnológico de Innovación del Café, ubicado en la ciudad de Popayán del 17 al 21 de febrero.

El principal objetivo del evento fue promover la apertura a nuevos mercados de calidad para los cafés certificados y posicionar el café Comercio Justo - Fairtrade dentro de los mercados de alta calidad a nivel mundial.

En la ceremonia de premiación se dieron a conocer los lotes más sobresalientes, los cuales también se expusieron en la plataforma BEYCO: Beyond Coffee, plataforma global de conexión y comercialización de café basada en la tecnología blockchain. Beyco facilita el comercio y crea transparencia en la cadena mundial de suministro de café y es de uso gratuito. Los tostadores y comerciantes pueden registrarse como compradores, mientras que las organizaciones de productores, cooperativas, asociaciones y empresas de agricultores pueden registrarse como vendedores.





El evento contó con la presencia de 9 jueces internacionales, provenientes de Japón, Corea, Alemania, Canadá, España, Costa Rica y Brasil y 8 jueces colombianos. La experiencia adquirida por los catadores colombianos al estar cerca del jurado internacional, y conocer de primera mano los gustos y exigencias de sus propios clientes dio valor agregado al evento, en beneficio de las organizaciones participantes.

La fase final del evento consistió en 3 días de sesiones de catación y de análisis por parte de los jueces, quienes, sin conocer los cafés, ni su procedencia, valoraron la calidad de las muestras en los laboratorios de TECNICAFFÉ para elegir a los mejores cafés del concurso, quedando las mejores posiciones de la siguiente forma:

**1° Lugar -**  
Federación Campesina del Cauca (FCC)

**2° Lugar -**  
Empate entre la Cooperativa Central de Caficultores del Huila (COOCENTRAL) y la Cooperativa Regional de Cafés Especiales "Global Cafés"

**3° Lugar -**  
Federación Campesina del Cauca (FCC)

**4° Lugar -**  
Cooperativa de Caficultores de Salgar

## TAZAS DORADAS FAIRTRADE EN CENTROAMÉRICA Y MÉXICO

Concursos taza dorada Fairtrade también se realizaron en Nicaragua, Costa Rica, El Salvador, Guatemala y México, destacando la calidad de las muestras de café producidas por cooperativas y organizaciones certificadas Comercio Justo. Además, se tiene previsto realizar un concurso regional denominado la Taza Dorada Mesoamericana, en el que participarán los ganadores de los certámenes nacionales de seis países.



