



2024

Plan Estratégico 2022-2024

CLAC

Aprobado por la VIII
Asamblea General
27 de enero 2022

2022

?

Actores consultados durante el Proceso



Motivo de consultas

Temas para incluir en la Planeación Estratégica, Diagnóstico organizacional, construcción MEGA, construcción de objetivos estratégicos y tácticos, valores y principios, validación de propósito inspirador.



Estructuras de CLAC y Actores consultados

Consejo Directivo, Organizaciones de Pequeños Productores (as), Organizaciones de Trabajadores, Coordinadoras Nacionales, Redes de Producto, Redes de Productores, Aliados estratégicos y actores del sistema Fairtrade.



Métodos de consulta / organizaciones / personas alcanzadas

Encuestas (309), Grupos Focales (189), Sesiones de Planeación (30 personas), Entrevistas (7), Sitio Web.

DESARROLLO SOSTENIBLE

En CLAC creemos en el equilibrio entre lo económico, lo social y lo ambiental. Por ello, nos adherimos a la definición de la comisión Brundtland de Naciones Unidas, reconociendo la importancia de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas.

Orientadores Estratégicos

INCLUSIÓN Y EQUIDAD

En CLAC creemos que todos y todas merecemos acceder a las mismas oportunidades, es por esto que no dejamos a nadie atrás. Promovemos la participación y la inclusión. Respetamos la diversidad y generamos oportunidades de crecimiento para todos y todas.

EMPODERAMIENTO

En CLAC buscamos que todos/as seamos actores activos de nuestro propio desarrollo, para transformar nuestras realidades y mejorar la calidad de vida.

INNOVACIÓN

En CLAC promovemos la incorporación de mejoras a prácticas, procesos, enfoques y/o metodologías, que brinden a los y las productores herramientas apropiadas para su contexto local y para sus dinámicas de producción y comercialización.

Este enfoque comprende la generación de una cultura al interior de la organización, caracterizada por una nueva combinación de ideas, capacidades, recursos, conocimientos y tecnología.



Desarrollo
sostenible

Inclusión y
equidad

Empoderamiento

Innovación

ESPERANZA CLAC

Nombre	Esperanza CLAC
Edad	30 años
Género	Mujer mestiza
Nacionalidad	Latinoamericana
Profesión	Socióloga, Agrónoma. Ingeniera Ambiental. Esp en Comercio y relaciones Internacionales
Hobbies	Cantos a latinoamerica, filantropía, cuenta historias, baila, lee y viaja.
Personalidad	Racional, Asertiva, Organizada, Apasionada, Compasiva y Creativa.



Competencias y Valores organizacionales



Valores:

- ❖ Responsabilidad social
- ❖ Justicia
- ❖ Equidad de género
- ❖ Transparencia
- ❖ Autonomía
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Voluntad



Competencias:

- ❖ Proactiva
- ❖ Propositiva
- ❖ Empática
- ❖ Empoderada
- ❖ Lenguaje universal e intercultural
- ❖ Analítica
- ❖ Aprende de sus propios errores
- ❖ Coraje



Alineación Estratégica

CLAC





Alineación Estratégica

PROPÓSITO INSPIRADOR

PROPÓSITO INSPIRADOR



En CLAC somos la red de organizaciones de productores/as y trabajadores/as que lidera la promoción de los principios y valores del Comercio Justo en América Latina y el Caribe, y actuamos como agentes de cambio de nuestra propia realidad, contribuyendo a la construcción de un mundo más justo, equitativo y sostenible.



Alineación Estratégica

VISIÓN

VISIÓN



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.



Alineación Estratégica

MEGA

MEGA



En 2024 CLAC se habrá consolidado como la red líder de Comercio Justo con mayor presencia y representatividad en América Latina y el Caribe contando con el reconocimiento y la participación de más del 90% de la membresía, alcanzando un 90% el índice de satisfacción de su membresía y 80% el índice de reconocimiento de aliados. Para ese momento, la membresía y estructuras de CLAC habrán incrementado su índice de desarrollo hasta alcanzar 85%, además el porcentaje de productores(as) y de trabajadores(as) que perciben que sus medios de vida son sostenibles habrá aumentado con respecto a la línea base de 2022.



Alineación Estratégica

METAS ORGANIZACIONALES

METAS ORGANIZACIONALES



INCREMENTAR ACCESO A
MERCADOS EXISTENTES O
NUEVOS

FORTALECIMIENTO Y DESARROLLO
DE LA MEMBRESÍA

PROMOVER EL COMERCIO JUSTO,
LOS PRINCIPIOS Y VALORES

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

SOSTENIBILIDAD
ORGANIZACIONAL DE CLAC

CONTRIBUIR A LOS ODS A TRAVÉS DE
LA INCLUSIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS
SOCIALES Y AMBIENTALES



Alineación Estratégica

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Optimizar el acceso a mercados a través del impulso del Comercio Justo en el Norte y el Sur.

2. Incrementar los niveles de empoderamiento y desarrollo de la membresía, mediante la implementación de una oferta integral de servicios, que responda a sus necesidades, prioridades y expectativas.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



3. Implementar una estrategia integral de posicionamiento e incidencia de CLAC frente a los valores del comercio justo, para promover la producción y el consumo responsable en AL y Caribe.

4. Incrementar las capacidades organizacionales de las estructuras y el equipo operativo de CLAC para garantizar mejores resultados.



Alineación Estratégica

OBJETIVOS TÁCTICOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO

1. Optimizar el acceso a mercados a través del impulso del Comercio Justo en el Norte y el Sur.



OBJETIVOS TÁCTICOS



OBJETIVO TÁCTICO 1.1

Implementar un modelo en mercados sur-sur que permita impulsar el consumo de productos de Comercio Justo en América Latina y el Caribe.



OBJETIVO TÁCTICO 1.2

Optimizar en conjunto con los miembros del Sistema Fairtrade las estrategias de acceso a mercados por producto en países del norte para ampliar su demanda.



Alineación Estratégica

OBJETIVOS TÁCTICOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO

2. Incrementar los niveles de empoderamiento y desarrollo de la membresía, mediante la implementación de una oferta integral de servicios, que responda a sus necesidades, prioridades y expectativas.



OBJETIVOS TÁCTICOS



OBJETIVO TÁCTICO 2.1

Fortalecer los mecanismos de consulta periódica con las estructuras para garantizar la pertinencia de su acompañamiento y robustecer la gestión de información sobre la membresía a nivel regional y nacional.



OBJETIVO TÁCTICO 2.2

Operativizar una estrategia integral de formación, acompañamiento y asistencia técnica ofrecida a la membresía con énfasis en los ODS:





Alineación Estratégica

OBJETIVOS TÁCTICOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO

3. Implementar una estrategia integral de posicionamiento e incidencia de CLAC frente a los valores del comercio justo, para promover la producción y el consumo responsable en AL y Caribe



OBJETIVOS TÁCTICOS



OBJETIVO TÁCTICO 3.1

Articular los esfuerzos existentes de comunicación de los resultados e impactos del comercio justo para sensibilizar a diferentes audiencias frente a su valor.



OBJETIVO TÁCTICO 3.2

Desarrollar proyectos con las NFO para mejorar el flujo de la información en doble vía sobre el Comercio Justo, CLAC y su membresía.



OBJETIVO TÁCTICO 3.3

Organizar las acciones de incidencia desarrolladas por CLAC en una única estrategia en escenarios regionales que habilite un entorno favorable para el Comercio Justo.





Alineación Estratégica

OBJETIVOS TÁCTICOS

OBJETIVO ESTRATÉGICO

4. Incrementar las capacidades organizacionales de las estructuras y el equipo operativo de CLAC para garantizar mejores resultados.



OBJETIVOS TÁCTICOS



OBJETIVO TÁCTICO 4.1

Implementar una estrategia integral de fortalecimiento de capacidades de las estructuras de CLAC.



OBJETIVO TÁCTICO 4.2

Fortalecer la coordinación del equipo operativo para asegurar su eficiencia y agilidad que se refleje en la satisfacción y la activa participación de nuestros miembros.



OBJETIVO TÁCTICO 4.3

Implementar procesos de Gestión del Conocimiento que permitan agregar valor para la toma de decisiones, instalar una cultura de gestión por resultados, rendición de cuentas, evidencia de impacto y mejora continua en CLAC.

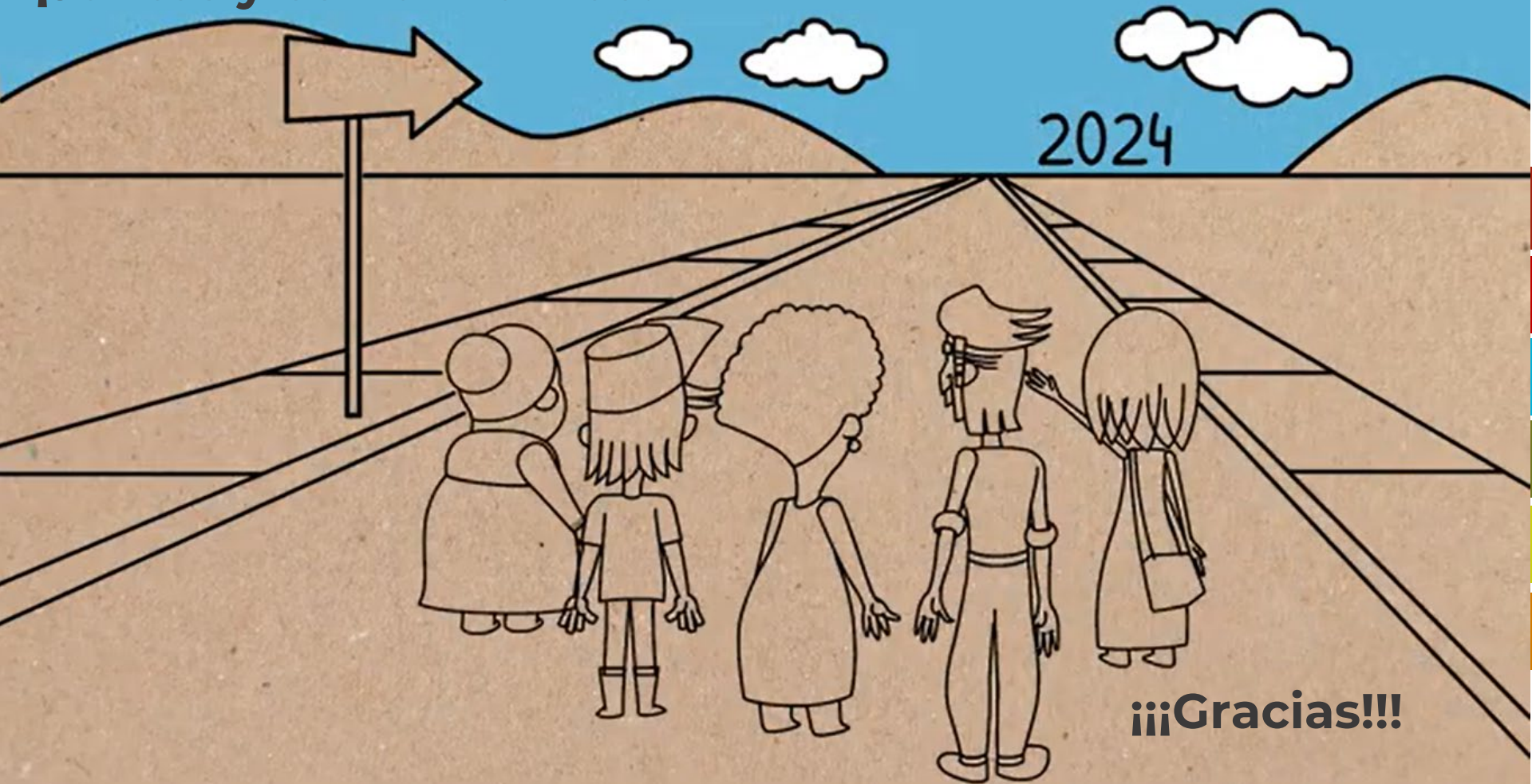


OBJETIVO TÁCTICO 4.4

Implementar un plan de articulación (comunicación, relacionamiento, trabajo conjunto) entre las estructuras, membresía y equipo operativos para fomentar el sentido de pertenencia, apropiación de la ejecución del Plan Estratégico y su participación en el sistema Fairtrade y debates globales.



¡Juntos y con un rumbo!



2024

¡¡¡Gracias!!!