

CLAC



FAIRTRADE

PLAN ESTRATÉGICO DE CLAC

2022 - 2024

*Diálogo estratégico
Junio 30, 2023*

**PLAN ESTRATÉGICO
CLAC**





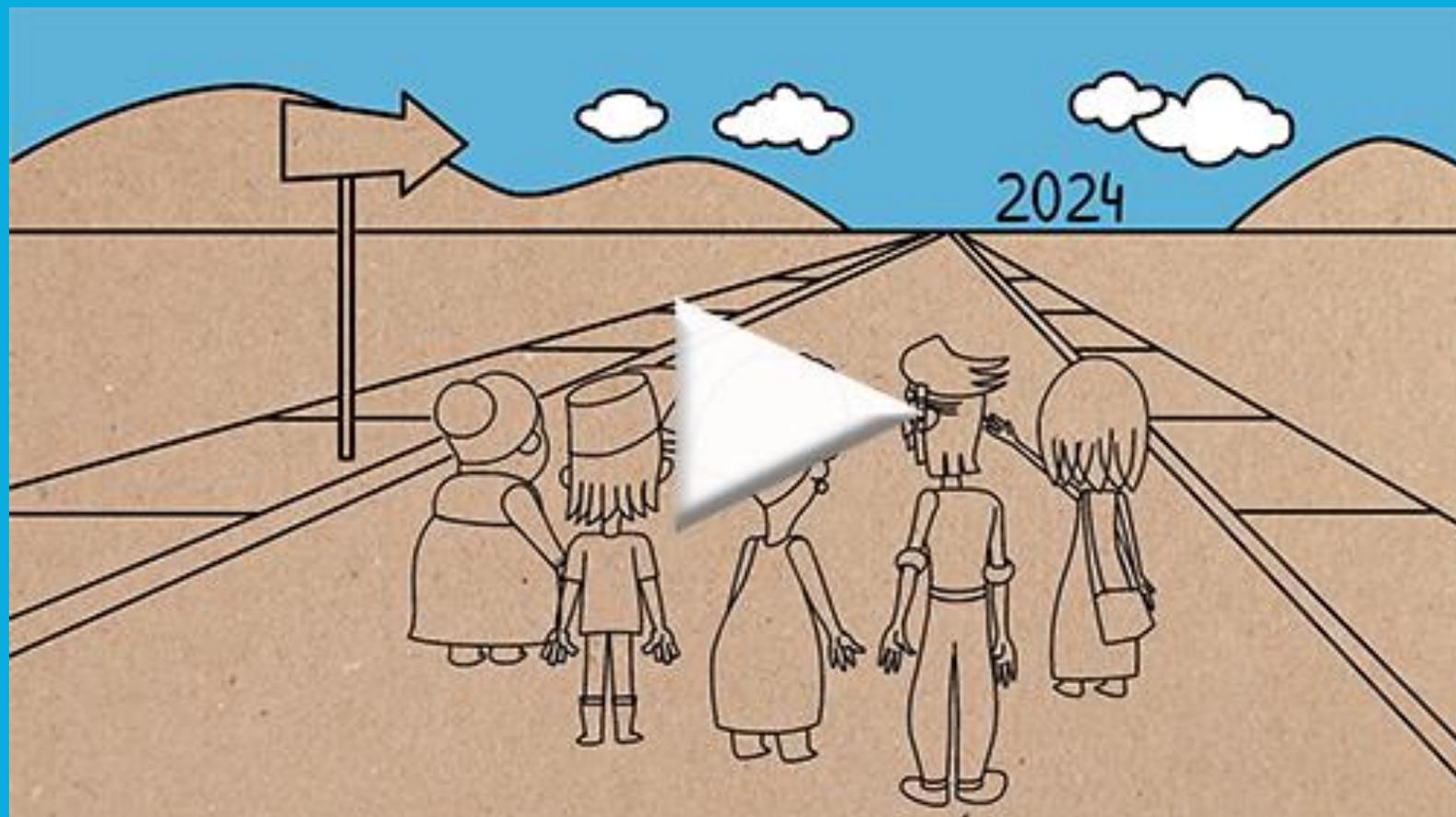
Objetivos de la Sesión

1. Socializar los avances del plan estratégico de CLAC 2022-2024
2. Recolectar insumos de la membresía de CLAC para el año 3 del Plan Estratégico



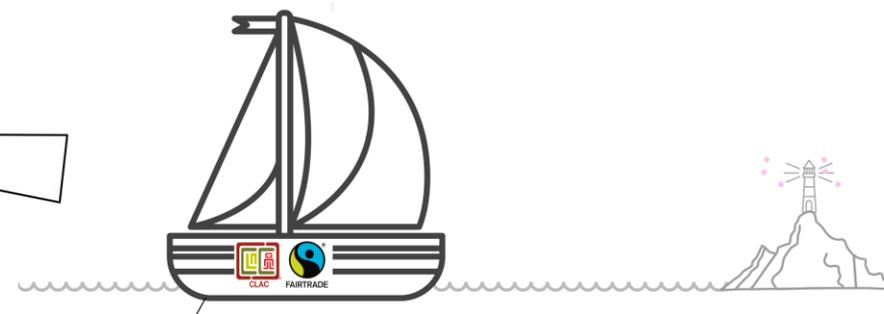
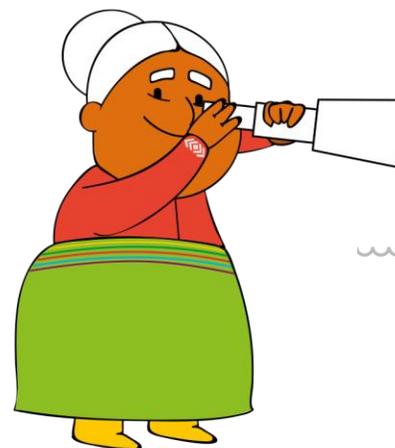
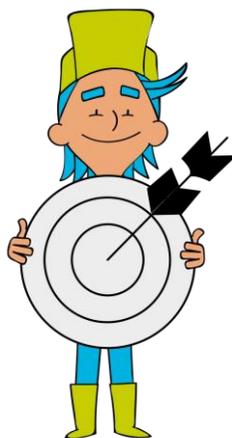
RECORDEMOS

EL PLAN ESTRATÉGICO
CLAC 2022 - 2024



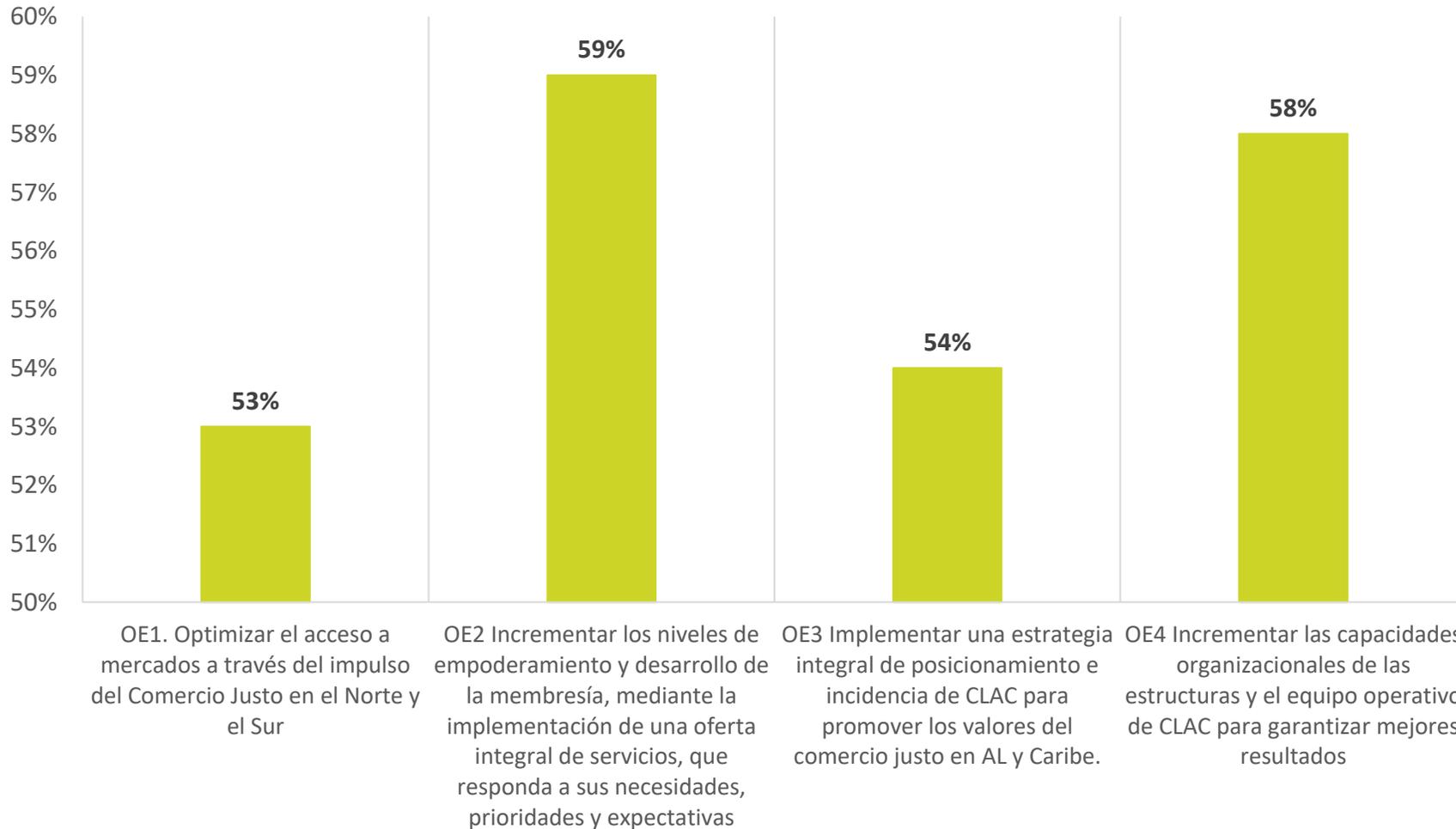
Plan Estratégico de CLAC 2022-2024

¿Dónde estamos y hacia dónde vamos juntos(as)?



Avance promedio por Objetivo estratégico

(Promedio 2022 y 2023 –semestre 1)



Desde 2022 a la fecha, se tiene un 56% de avance promedio del Plan Estratégico de CLAC vigente



Objetivo Estratégico 1

¿En qué hemos avanzado?

Optimizar el acceso a mercados a través del impulse del Comercio Justo en el Norte y en el Sur

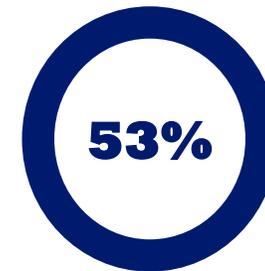
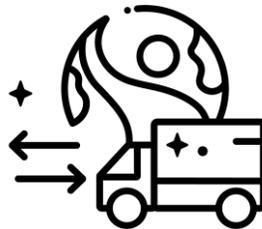
Objetivo Táctico 1.1

Implementar un modelo en mercados sur-sur que permita impulsar el consumo de productos de comercio justo en América Latina y el Caribe

- Implementar el modelo de mercado Sur
 - Aprovechar plataformas de comercio electrónico existentes



2022



2023

2024

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.

- Estrategia global del Sistema Fairtrade para cacao, café, azúcar y banano y otros productos implementada



Objetivo Estratégico 1

¿En qué hemos avanzado?

Optimizar el acceso a mercados a través del impulse del Comercio Justo en el Norte y en el Sur

Objetivo Táctico 1.1

- Estudio de mercado, estudio legal, y propuesta de gobernanza para el piloto de Brasil.
- Lanzamiento del Sello Fairtrade en la semana internacional de café para Brasil.
- Campaña “El Futuro es Justo” para el mercado de Brasil.
- Publicaciones en distintos medios con mayor alcance en Brasil.
- Catálogo de productos en línea.
- Resolución aprobada para permitir a las Redes otorgar licencias y liderar mercado en nuestros países de Latinoamérica.

Objetivo Táctico 1.2

- Contribución a la implementación de las estrategias globales de producto: café, banano, cacao y azúcar.
- Participación en 14 diferentes ferias, ejemplo: BIOFACH, Fruit Attraction, Fruit Logistica, Apimondia, SCA, World of Coffee, SCAJ.
- Realización de 10 Golden Cup (Brasil, Perú/Bolivia, Colombia, Honduras, Costa Rica, El Salvador, Nicaragua, Guatemala, México)
- Realización de foros de cacao y banano de Comercio Justo en República Dominicana.
- Catálogo de vinos, campaña Latina Honey, y participación en otras ferias locales.
- Oferta a Negocios (mapeo de riesgos en DDHH, pilotos en ingreso digno, validación de salario digno para banano)



Dinámica

de **Responder**
Preguntas
en línea

¿Este objetivo estratégico sigue siendo relevante para su organización?

¿cuáles son sus principales retos para acceso a mercado?



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

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.

- Establecer lineamientos para las consultas a la membresía

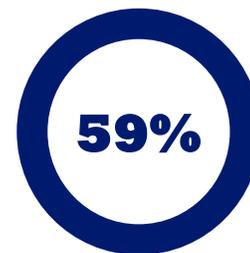


2022

Objetivo Táctico 2.2

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

- Elaborar e implementar un catálogo de servicios a la membresía
- Atender a la membresía de acuerdo a sus necesidades (869 organizaciones atendidas en 2022, 799 organizaciones atendidas en 2023 - semestre 1)
- Aplicar índices de desarrollo a las OPPs y OTs



2023

2024



Objetivo Estratégico 2

¿En qué hemos avanzado?

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

Objetivo Táctico 2.1

- Diagnóstico sobre mecanismos de consultas realizado.
- Socializado a nivel de equipo operativo e insumo para el catálogo de servicios.
- Consultas para la estrategia de fortalecimiento de estructuras, para medir la satisfacción de la membresía y recibir necesidades, consultas para estrategia de jóvenes, género, incidencia, soberanía alimentaria y de estándares.
- Se ha iniciado la realización de webinars para devolver los resultados de las consultas de estándares.

Objetivo Táctico 2.2

- Se ha atendido al 89% de las Organizaciones miembros de CLAC.
- Implementación de índices de desarrollo en las organizaciones miembros y estructuras de CLAC.
- Desarrollo del primer catálogo de servicios.
- 18 proyectos implementados, incluyendo el Fondo de Valor Agregado.
- Capacitación para lograr mayor uso de Fairinsight (60% de la membresía ha completado el ciclo completo de informe de un primer periodo).
- Desarrollo del programa de banano sostenible, café y cacao.
- Implementación de Fondos de eventualidades climáticas y eventos catastróficos y Planes de Adaptación.
- Desarrollo, capacitación y pilotaje en el ciclo completo de debida diligencia en derechos humanos.
- Seguimiento a la regulación en Deforestación para cacao y café.



Dinámica
de **Responder**
Preguntas
en línea

¿Este objetivo estratégico sigue siendo relevante para su organización?

¿cuáles serían las 3 temáticas más relevantes para el empoderamiento de su organización?



Objetivo Estratégico 3

Implementar una estrategia integral de posicionamiento e incidencia de CLAC para promover los valores del comercio justo en AL y Caribe.

Objetivo Táctico 3.1 Articular los esfuerzos existentes de comunicación de los resultados e impactos del comercio justo para sensibilizar a diferentes audiencias (consumidor, membresía y aliados) 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.

- ❑ Estrategia de comunicación externa: alianzas con NFOs, celebraciones del Día Internacional del Comercio Justo, productos comunicacionales para difundir el impacto
- ❑ Estrategia de Incidencia a nivel de CLAC alineada a la estrategia global del Sistema: Ciudades y Universidades por el Comercio Justo, Consultas de estándares implementadas.
- ❑ Implementar plataforma FairInsight para gestión de información de uso de prima Fairtrade



2022



2023

2024



Objetivo Estratégico 3

¿En qué hemos avanzado?

Implementar una estrategia integral de posicionamiento e incidencia de CLAC para promover los valores del comercio justo en AL y Caribe.

Objetivo Táctico 3.1

- Campaña Tree Challenge: 310,000 árboles sembrados en 2022.
- Campaña “Con Comercio Justo tú eliges un futuro mejor” en 2023.
- Se han elaborado 5 programas de radio “Hablemos de Comercio Justo” con entrevistas sobre diferentes temas de relevancia para la membresía.
- Desarrollo de la estrategia de comunicación externa.
- 240 organizaciones han participado en monitoreo de datos relevantes para perfiles comerciales y de promoción en ferias comerciales.

Objetivo Táctico 3.2

- Materiales comunicacionales que incluyen historias de impacto, fotografías y videos en diferentes formatos para los productos: banano, café, azúcar, vino, quinoa y flores.
- Seguimiento a perfiles comerciales y su inclusión en FairInsight
- Satisfacción de las NFOs es de un 85% en cuanto a los servicios brindados desde CLAC. Información de utilidad para las NFOs son: los perfiles comerciales actualizados, el uso de la prima y ejemplos del impacto.



Objetivo Estratégico 3

¿En qué hemos avanzado?

Implementar una estrategia integral de posicionamiento e incidencia de CLAC para promover los valores del comercio justo en AL y Caribe.

Objetivo Táctico 3.3

- Actualización, aprobación e implementación de la estrategia de incidencia.
- 14 celebraciones del Día del Comercio Justo en 2022 y 14 en el 2023 por las Coordinadoras Nacionales. Seis universidades y 7 ciudades también se sumaron a las celebraciones en 2023.
- Conferencia internacional de Ciudades por el Comercio Justo.
- 15 Ciudades y 21 Universidades del Comercio Justo
- Campañas de las Ciudades y Universidades de Comercio Justo con nueva imagen visual.



Dinámica
de **Responder**
Preguntas
en línea

¿Este objetivo estratégico sigue siendo relevante para su organización?

¿Cuáles temas o prioridades consideran más importantes para la incidencia?



Objetivo Estratégico 4

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

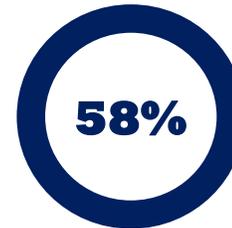
Objetivo Táctico 4.1
Implementar una estrategia integral de fortalecimiento de capacidades de las estructuras de CLAC

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.

- Implementar plan de fortalecimiento de las Coordinadoras Nacionales, Redes de Productos, Red de Trabajadores(as)
- Implementar una oficina global (CLAC – FT África – NAPP)
- Operativizar la plataforma Claase
- Implementar un sistema de evaluación y de reconocimiento de las mejores prácticas de las Organizaciones de Productores(as) y de Trabajadores(as) y de las Estructuras Operativas de CLAC



2022

2023

2024



Objetivo Estratégico 4

¿En qué hemos avanzado?

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

Objetivo Táctico 4.1

- Formulación de un Plan de Fortalecimiento de Estructuras Operativas de CLAC.
- Socializado el Plan de Fortalecimiento de estructuras con las Coordinadoras Nacionales, y en proceso con las Redes de Producto.
- Primer Encuentro de Coordinadoras Nacionales, incluyendo un Plan de Acción para su seguimiento.
- Se ha iniciado la implementación del plan de acción de fortalecimiento para las Coordinadoras Nacionales.
- Avances en la estructuración de CAN y equipos globales.

Objetivo Táctico 4.2

- Relanzamiento de Clase para la membresía, incluye 3 componentes: formaciones para las organizaciones y el personal en las temáticas transversales de CLAC, biblioteca y comunidades de aprendizaje.
- Implementación del Código Organizacional. Ejemplo: Políticas de prevención de acoso, intimidación y discriminación (protección de recursos humanos de la organización). Políticas de valor del dinero, reservas y conflicto de intereses (protección de la reputación de la organización) Políticas antifraude, anticorrupción y prevención de lavado de dinero y otros activos (protección de recursos financieros de la organización).
- Reunión de Equipo 2023, post pandemia, 120 colaboradores (as) en 20 países.



Objetivo Estratégico 4

¿En qué hemos avanzado?

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

Objetivo Táctico 4.3

- Obtención Certificación ISO 9001-2015, énfasis en la satisfacción de los miembros.
- Un equipo interno de auditores orientados en la mejora continua y el sistema de gestión de calidad.
- Sitio web con información que fomenta la rendición de cuentas y transparencia.
- Reporte del código organizacional presentado y aprobado por el Consejo de Directores y reportado al Sistema Fairtrade.

Objetivo Táctico 4.4

- Diseño de los Premios Esperanza CLAC, que se lanzarán a finales del 2023 y la entrega se realizará en la Asamblea General.
- Talleres para fortalecer las capacidades de comunicación y marketing de las OPPs y CNs.
- CLAC, FT África y NAPP patrocinando los Premios Globales Fairtrade para socios comerciales, iniciando en el 2023.
- Participación en los diferentes espacios del Sistema Fairtrade: grupos de trabajo, junta directiva, junta supervisora FLO Cert, Comité de Estándares, Centros de Excelencia.



Dinámica

de **Responder Preguntas en línea**

¿Este objetivo estratégico sigue siendo relevante para su organización?

De los 4 Objetivos Tácticos, ¿a cuáles dos les daría un mayor peso de importancia?

4.1 Fortalecimiento de estructuras Operativas

4.2 Fortalecer equipo operativo para mejorar servicios a la membresía.

4.3 Gestión de conocimiento, rendición de cuentas y mejora continua.

4.4. Articulación entre membresía, estructuras operativas y equipo operativo

Muchas gracias





¡ MUCHAS GRACIAS !
www.clac-comerciojusto.org



@CLACComercioJusto



@CLACComercioJusto



@CLACFairtrade

