



CLAC



FAIRTRADE

# 2020 MEMORIA ANUAL

COORDINADORA LATINOAMERICANA Y DEL CARIBE  
DE PEQUEÑOS(AS) PRODUCTORES(AS) Y TRABAJADORES(AS) DE COMERCIO JUSTO - CLAC







# Editorial

*“El 2020 fue un año duro que nos demostró que el Comercio Justo también es un modelo que puede adaptarse para apoyar a productores(as) y trabajadores(as) a superar las crisis sanitarias, económicas y sociales. Este año nos confirma que debemos continuar trabajando por un comercio más justo, solidario y sostenible”.*

---

El 2020 será recordado como el primer año de la pandemia del COVID-19, que afectó al mundo entero y también a los(as) pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo en América Latina y el Caribe.

Durante algunos meses, las cuarentenas obligatorias impuestas en diferentes países nos obligaron a quedarnos en casa, trabajar de forma virtual, disminuir el número de personas en las oficinas, enviar a descansar a las personas más vulnerables para evitar contagios. Y en general, nos obligó a adaptar nuestras formas de trabajo, reduciendo al mínimo las actividades presenciales.

Lamentablemente, algunas de nuestras organizaciones han registrado contagios y también decesos por el COVID-19. Además, la pandemia ha representado un aumento en los costos de producción y menores ingresos.



A pesar de las restricciones y de los nuevos desafíos, los(as) pequeños(as) productores(as) cosecharon sus productos y continuaron sus actividades agrícolas, lo que permitió mantener la cadena de suministros a nivel global.

Esta nueva realidad obligó a la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC) a suspender su trabajo de campo, lo que obligó a modificar la forma de brindar servicios a las organizaciones miembro, pasando de actividades presenciales a actividades virtuales, implementando innovaciones para continuar con los procesos de formación y fortalecimiento de nuestras organizaciones. Aún con muchos desafíos, CLAC logró avanzar en el cumplimiento de las metas del Plan Estratégico 2019-2021.

En estos duros momentos, la solidaridad del Comercio Justo ha sido fundamental para salir adelante. La flexibilización en el uso de la prima, el establecimiento de los Fondos de Alivio y de Recuperación Económica, son algunas de las acciones promovidas desde el sistema Fairtrade y CLAC en apoyo a las organizaciones. Pero cabe destacar también la solidaridad mostrada por los(as) pequeños(as) productores(as) hacia las personas más vulnerables en sus organizaciones y en sus comunidades a lo largo de toda nuestra región.

Según los datos de la encuesta elaborada por CLAC, más del 60% de organizaciones dijeron haber participado en acciones de solidaridad utilizando la prima Fairtrade o recursos propios. Esto es una muestra de que los valores del Comercio Justo están presentes en nuestra membresía en los momentos más difíciles.

El 2020 fue un año duro que nos demostró qué el Comercio Justo también es un modelo que puede adaptarse para apoyar a productores(as) y trabajadores(as) a superar las crisis sanitarias, económicas y sociales. Este año nos confirma que debemos continuar trabajando por un comercio más justo, solidario y sostenible.

**Miguel Ángel Munguía, Presidente Consejo Directivo  
CLAC 2018-2021**



# Un año de consolidación de alianzas

*En 2020, la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC) logró establecer alianzas estratégicas con diferentes actores para sumar esfuerzos para apoyar a las organizaciones certificadas Fairtrade a sobrellevar las crisis derivadas de la pandemia del COVID-19.*



Contar con información precisa sobre los impactos de la pandemia en los(as) pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo, a través del levantamiento de una encuesta periódica, le permitió a CLAC diseñar programas específicos para responder a las necesidades más apremiantes de la membresía.

El establecimiento de los Fondos de Alivio y de Recuperación Económica y su buen manejo permitieron que socios como la Secretaría de Estado de Economía de Suiza (SECO, por su sigla en inglés), el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania (BMZ), INCOFIN, IAF, Equal Exchange y otros miembros del sistema Fairtrade como FLOCERT y varias Organizaciones Nacionales Fairtrade (NFO) sumaran apoyo financiero para las organizaciones de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo.

En medio de las dificultades, CLAC mostró su cercanía con la membresía y también el valor agregado de su gestión y movilización de recursos para que la ayuda pudiera llegar a donde más se necesitaba. Creemos que esta experiencia ganada en medio de las adversidades nos ayudará a continuar gestionando iniciativas y proyectos de beneficio para las más de 900 organizaciones que forman parte de CLAC.

En pandemia, CLAC también puso a prueba sus capacidades de innovación y mejora continua, las cuales permitieron que la organización lograra avanzar en el cumplimiento de las metas del Plan Estratégico. A lo largo de este documento podrán conocer más sobre estas iniciativas de innovación y mejora continua que permitieron que CLAC lograra continuar brindando sus servicios a la gran mayoría de organizaciones miembro.

# CONTENIDO

Toque la categoría  
que desea visitar



---

Volver al menú  
principal



# GLOSARIO

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

# I. El primer año de la pandemia del COVID-19

*2020 fue un año inusual, marcado por la pandemia del COVID-19 y sus fuertes impactos en la economía y el desarrollo de las sociedades. América Latina y el Caribe fue una de las regiones más afectadas por la pandemia.*



A partir de marzo, la mayoría de los países impusieron cuarentenas estrictas y restricciones a la movilidad, en algunos casos inclusive toques de queda, para evitar la propagación del virus. Al finalizar el año, la Organización Panamericana de la Salud informaba que la región registraba más de 15 millones de casos y 500 mil muertes, que representaron cerca del 28% de las muertes por COVID-19 a nivel mundial, pese a que en la región vive solo el 8,4% de la población del planeta.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) proyectaba en marzo de 2020 una contracción de la actividad económica regional del 5,3% ante el impacto de la pandemia que empezó a azotar al mundo entero. Se anunciaba una recesión económica que implicaba para la región un retroceso de al menos 10 años en términos de desarrollo económico. Al finalizar 2020, el PIB real promedio mundial cayó un 3.3%. La pandemia del COVID-19 y la crisis económica tuvo impactos en las organizaciones de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo.

En marzo de 2020, CLAC tomó la decisión de suspender los viajes internacionales y enviar a los colaboradores a sus casas para trabajar de forma remota como medida de prevención ante los contagios. Las restricciones a la movilidad tuvieron un gran impacto en el plan de trabajo

desarrollado en 2020, dado que todos los eventos presenciales programados para marzo y el resto del año se cancelaron y el equipo debió pasar de visitas al campo a apoyo virtual y remoto a las organizaciones de productores(as) y trabajadores(as). También las propias organizaciones suspendieron viajes y visitas a las oficinas y comunidades, implementaron el trabajo remoto y enviaron a sus casas a las personas mayores de edad y con enfermedades crónicas, que fueron identificadas como los grupos más vulnerables al coronavirus. Durante el último trimestre de 2020 el equipo pudo retomar los viajes locales, pero solo bajo estrictas condiciones, cuando fuera necesario y solicitado por las organizaciones de productores(as) y trabajadores(as) y respetando todos los protocolos de bioseguridad.

Durante el primer semestre del año, la mayoría del equipo operativo de CLAC recibió un curso de 20 horas sobre las herramientas y metodologías de facilitación virtuales, para estar mejor preparados para trabajar de forma virtual con las organizaciones de productores(as).

El anuncio del Comité de Estándares de Fairtrade sobre la flexibilización en el uso de la prima Fairtrade en el contexto de la pandemia del COVID-19 fue de mucha importancia para las organizaciones y también generó muchas preguntas por parte de las organizaciones hacia el equipo de CLAC destacado en los diferentes países, los cuales dedicaron tiempo para acompañar a las organizaciones sobre sus consultas en este tema.





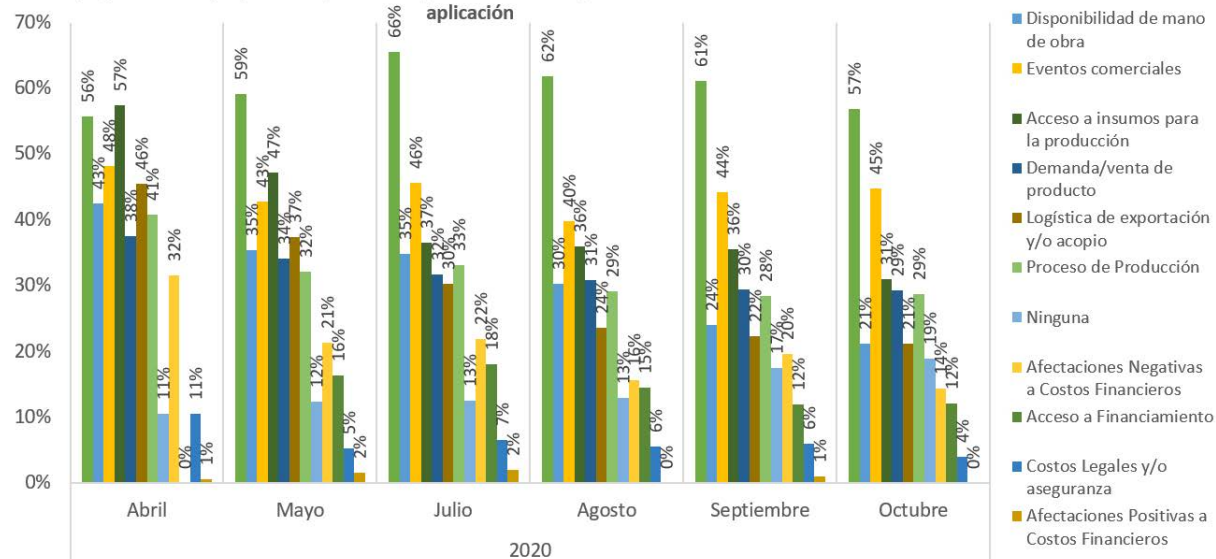
Con la finalidad de profundizar sobre el impacto de la pandemia en las organizaciones de productores(as) y trabajadores(as), CLAC realizó una encuesta cada 5 semanas entre los meses de abril y octubre de 2020. La información recopilada sirvió para desarrollar un plan de respuesta desde CLAC junto a miembros del Sistema Fairtrade International, así como otros aliados estratégicos.

La encuesta registró que las principales afectaciones fueron en relación con un incremento en los costos de producción, la cancelación de eventos comerciales, dificultades de acceso a insumos para la producción, disminución en la demanda de producto y dificultades durante el proceso de producción. Para el caso de los eventos comerciales las afectaciones fueron causadas por la cancelación de eventos públicos y el número de transacciones que se realizan de forma virtual se incrementó durante la contingencia sanitaria. En la gráfica se observa que más del 50% de organizaciones fueron afectadas en los costos de producción.

En el mes de mayo, CLAC y el sistema Fairtrade crearon el Fondo de Alivio para apoyar a los(as) pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) con sus necesidades más inmediatas para poder hacer frente a la pandemia. Posteriormente en octubre, se creó el Fondo de Recuperación Económica para enfrentar la crisis económica a través de iniciativas que permitan a las organizaciones generar ingresos adicionales.

La pandemia obligó a CLAC a incorporar actividades que no estaban planificadas y a modificar la modalidad de las capacitaciones, lo cual tuvo un impacto en la ejecución del plan anual operativo y en la ejecución presupuestaria. Menos recursos fueron necesarios para realizar las actividades de forma virtual. Los recursos remanentes serán reubicados en los Fondos de Alivio y Recuperación Económica y en el plan anual operativo 2021. A pesar del contexto, CLAC logró atender al 81% de su membresía (763 de 943 organizaciones certificadas en la región), en su mayoría a través de actividades virtuales.

Porcentaje de organizaciones con afectaciones en su economía, por mes (abril n=301, mayo n=299, julio n=286, agosto n= 178, sept. n=183, oct. n=175) n=número de organizaciones encuestadas en el mes de aplicación



## II. Fondos de alivio y recuperación

*El Fondo de Alivio se estableció en mayo de 2020 para responder a las necesidades inmediatas de las organizaciones, de acuerdo con lo que expresaron en las encuestas realizadas por CLAC. Posteriormente, se incorporó otra línea para la compra de alimentos básicos, dado que fue una necesidad expresada por la membresía de CLAC. El Fondo de Alivio cuenta con cinco líneas de financiamiento:*

- 1. Costos de Producción aumentados**
- 2. Implementación de protocolos de bioseguridad**
- 3. Contribución al pago de la Certificación Fairtrade**
- 4. Fondo para gastos médicos, hospitalarios y funerarios.**
- 5. Fondo para la compra de alimentos básicos**

Para cada fondo se creó un subcomité que se reúne semanalmente para revisar y aprobar las solicitudes recibidas. Los encargados de cada fondo se comunican con las organizaciones y dan seguimiento a las solicitudes.

Al 31 de diciembre de 2020, se habían aprobado 342 solicitudes para el Fondo de Alivio, por un total de 833,139 EUR. Basados en la información recibida, se estima que el número de beneficiarios es 109,658 personas. En el siguiente cuadro puede ver un resumen de la ejecución del Fondo de Alivio:

FONDO		CANTIDAD	%
Fondo de subsidio para costos de producción aumentados	90	€ 330,559.00	40
Fondo de subsidio para la implementación de protocolos de bioseguridad	97	€ 195,951.00	24
Fondo de subsidio para compra de alimentos básicos	67	€ 163,133.00	20
Fondo de subsidio para pago de certificación	67	€ 101,151.00	12
Fondo de subsidio para gastos médicos, hospitalarios o funerarios	21	€ 42,346.00	5
<b>total</b>	<b>342</b>	<b>€ 833,139.00</b>	<b>100</b>

En el último trimestre, además del Fondo de Alivio, se creó el Fondo de Recuperación Económica, el cual tiene 3 líneas de financiamiento:

1. Fondo de subsidio para soberanía alimentaria y diversificación productiva para el autoconsumo
2. Fondo de subsidio para la producción de insumos orgánicos para la agricultura; y
3. Fondo de subsidio para la diversificación de mercados.

Para este fondo también se crearon subcomités que revisan cada solicitud. Estos fondos permiten una ejecución de las iniciativas de entre 3 y 12 meses.

FONDO		CANTIDAD	%
Fondo de subsidio para soberanía alimentaria y diversificación productiva para el autoconsumo	8	€ 59,612.00	30
Fondo de subsidio para la producción de insumos orgánicos para la agricultura	14	€ 102,647.00	51
Fondo de subsidio para la diversificación de mercado	5	€ 36,956.00	19
<b>total</b>	<b>27</b>	<b>€ 199,215.00</b>	<b>100</b>

Los fondos han permitido apoyar a las organizaciones en el contexto de la emergencia mundial tanto para hacer frente a necesidades inmediatas como para establecer alternativas para recuperarse del efecto negativo de la pandemia en su economía, bajo una lógica de cadena de resultados, ambos fondos se constituyeron en un proyecto nombrado UNIRÉ cuyos efectos y cambios en las organizaciones serán evaluados una vez que todos los fondos sean ejecutados durante el año 2021.

Estos fondos están alineados con los objetivos 3, 4 y 6 del Plan Estratégico de CLAC, ya que buscaban apoyar a las organizaciones para mantenerse resilientes para sobrellevar la crisis, encontrar alternativas para mejorar productividad y diversificar formas de acceso al mercado, involucrando a mujeres y jóvenes

en las propuestas, contribuyendo a la resiliencia ante el cambio climático y a la soberanía alimentaria.

El establecimiento de estos fondos implicó brindar un nuevo tipo de apoyo en cuanto a la distribución de donaciones para Ayuda y Recuperación Económica a las organizaciones. Sin experiencia previa, se tuvo que establecer los procedimientos operativos y administrativos internos para mejorar la distribución de las donaciones recibidas.

De 100 organizaciones que recibieron fondos, el 57% consideró que los fondos fueron suficientes o de mucha utilidad, 41% señalaron que fueron medianamente suficientes y el 2% señalaron que los fondos fueron insuficientes.



“

*Fue muy oportuno y a la vez fácil de gestionar. Fue de gran importancia para mi organización, el comprar los kits de bioseguridad y fue un beneficio que recibieron nuestros(as) socios(as).*

**Raúl Vera,**  
administrador de la Asociación de  
Productores Agrícolas Aromática Los Ríos  
(ASOAROMATIC)

”

ASOAROMATIC, productora de cacao en Ecuador. Entregaron kits de bioseguridad, para prevenir el contagio del coronavirus a 234 asociados(as), comprados con el Fondo de Alivio de CLAC- Fairtrade.



# III. Objetivos Estratégicos



## OBJETIVO 1

### Fortalecimiento Organizacional y Operativo de CLAC

*Contar con Coordinadoras Nacionales, Redes de Producto y de Trabajadores(as) activas y fortalecidas son clave para poder implementar las estrategias de incidencia, comunicación y para lograr las metas del Plan Estratégico de CLAC. Además, es necesario tener una estructura operativa capacitada, con sostenibilidad financiera, y flexible que responda a las necesidades de la membresía y desarrollar estrategias de comunicación internas y externas para mantener una relación cercana con la membresía y lograr un mayor reconocimiento de CLAC.*



### COORDINADORAS ACTIVAS

A pesar de la pandemia, las Coordinadoras Nacionales de Comercio Justo se mantuvieron activas. Algunas optaron por continuar sus reuniones de forma virtual, incluyendo sus asambleas anuales, mientras que otras realizaron reuniones presenciales siguiendo los protocolos de bioseguridad.

---

De las 15 Coordinadoras Nacionales, dos sí lograron realizar su Asamblea General de manera presencial (Paraguay y Nicaragua), a pesar del contexto de la pandemia. En el caso de Argentina, Guatemala, Costa Rica, Perú, Ecuador, Colombia, Bolivia, así como de la Iniciativa Colombiana realizaron sus Asambleas anuales de manera virtual.

La Coordinadora Mexicana de Comercio Justo realizó su reunión anual en diciembre de 2020, en donde revisaron el plan anual operativo y la estrategia de servicios. También se identificaron y analizaron los servicios que la Coordinadora Mexicana de Comercio Justo da a sus socios: comunicación hacia la membresía, identificación de fondos de proyectos, fomentar la corresponsabilidad y la participación, articulación entre OPP y Universidades por el Comercio Justo, actualización de Normas de Comercio Justo, actualización norma orgánica, desarrollo de capacidades, vinculación con mercados locales, promover y sensibilizar en género, y orientación hacia el compromiso social de la juventud.

En la región Caribe, la Coordinadora Nacional de República Dominicana se mantuvo activa pese a todas las medidas restrictivas, utilizando los medios virtuales para realizar las actividades programadas, entre ellas la presentación del “Plan de sensibilización y comunicación de la Coordinadora Nacional” que busca lograr su posicionamiento. Además, se evaluaron los aspectos más relevantes de la coordinadora para motivar a las organizaciones miembro a mantenerse activas utilizando medios virtuales.

En República Dominicana también se realizó la Asamblea de la Red Nacional de Trabajadores(as) de Comercio Justo en la cual eligieron a nuevos dirigentes. Cabe destacar que el equipo directivo de la red fue capaz de mantener la organización nacional operando, venciendo las limitantes de sus miembros para usar la tecnología, colaborándose mutuamente, logrando manejar la plataforma virtual y mantener sus reuniones virtuales de forma periódica, promoviendo prácticas resilientes ante el COVID.

En Perú, la Coordinadora Nacional de Comercio Justo, en alianza con la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo lideró un curso de sostenibilidad portuaria y logística de exportación dirigido a jóvenes de las Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as). Con este curso se logró el fortalecimiento de capacidades en temas de exportaciones a jóvenes, trabajadores y directivos de 50 organizaciones, en donde participaron 150 personas. La Coordinadora Nacional también implementó la campaña “Omapes sin COVID-19” para prevenir los contagios de COVID-19 en las organizaciones mineras de pequeña escala certificadas.



Por su parte, en la región Cono Sur, CLAC brindó apoyo a la Coordinadora Nacional de Brasil (BRFAIR) para realizar el 6º Concurso Taza Dorada en Brasil, que reconoce a los cafés de calidad de Comercio Justo. Al fomentar la apertura de mercados para el café Fairtrade, es posible agregar más valor al producto, así como favorecer la distribución de ingresos a través de la producción y comercialización de cafés de calidad, derivados de procesos productivos sostenibles.

Además, la Coordinadora Paraguaya de Productores de Comercio Justo llevó a cabo un taller sobre la elaboración de Planificación Estratégica con 7 productores jóvenes técnicos de las organizaciones miembro. Con lo aprendido, los participantes elaboraron el Plan Estratégico de la coordinadora 2021-2025.

Con la finalidad de apoyar en los procesos de empoderamiento y autogestión de las Coordinadoras Nacionales, las redes de producto, la red de trabajadores(as) y las organizaciones de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as), se desarrollaron índices de desarrollo adaptado a cada organización, permitiendo un espacio de reflexión conjunto sobre la ambición de cada estructura por sí misma y cómo trazar su ruta para alcanzar esas metas.

## CAMPAÑAS DÍA DEL COMERCIO JUSTO

*“El comercio justo ha representado una oportunidad de seguir comercializando nuestros productos, de mejorar nuestras condiciones de vida, de tener mejores ingresos para nuestras familias. Cada uno de ustedes son como héroes y heroínas porque han estado insertos en la cadena de valor, entregando su producto. Estamos comprometidos los(as) pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) con este sistema de Comercio justo, surtiendo alimentos sanos. Quiero además felicitar la solidaridad con la cual han trabajado cada uno de ustedes, apoyando a sus comunidades, con la entrega de tapabocas, insumos, cada uno de ustedes son héroes y heroínas. El comercio justo siempre es una esperanza para cada uno de nosotros”.*

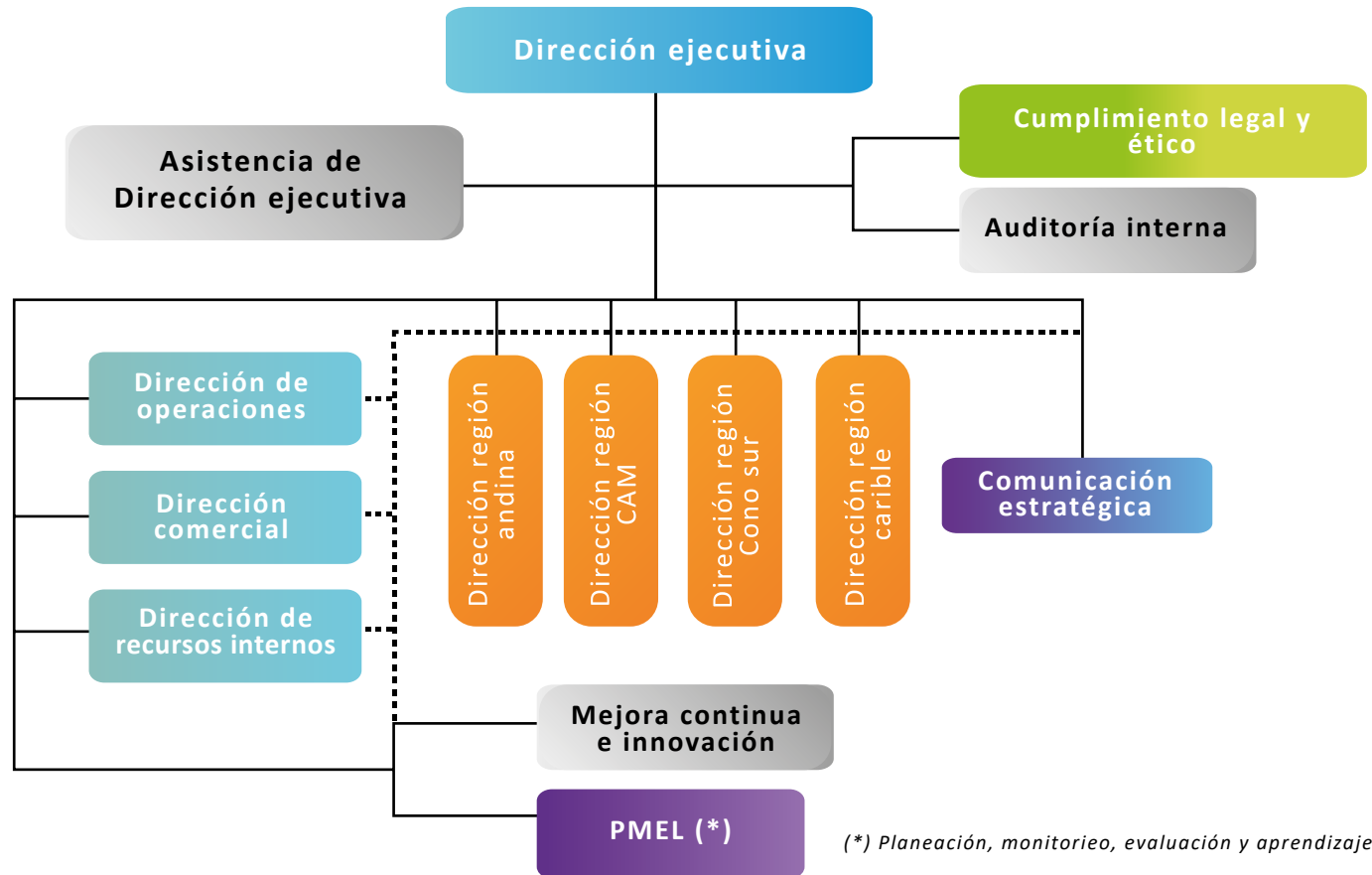
**Miguel Munguía, presidente del Consejo Directivo de CLAC en el marco de la campaña Pequeños(as) Productores(as), Grandes Héroes (Heroínas)**



# REINGENIERÍA Y MEJORA CONTINUA

Brindar cada vez un mejor servicio a la membresía ha sido una prioridad y un compromiso de CLAC a través de una estructura operativa fortalecida ejecutando su plan estratégico. Durante 2020, se determinó el mapa de procesos central de CLAC, se definió una nueva estructura operacional y se definieron las funciones y responsabilidades del personal en esa nueva estructura.

El nuevo organigrama refleja una coordinación más horizontal que busca mayor fluidez, al evitar la centralización y brindar mayor autonomía en la toma de decisiones para asegurar operativizar de forma más eficaz el plan estratégico de la organización.



(\*) Planeación, monitoreo, evaluación y aprendizaje

Se ha buscado que la estructura sea lo suficientemente flexible, adaptable y ágil para responder a los cambios y a las necesidades actuales y futuras de CLAC, teniendo en cuenta su constante crecimiento. Es por ello que el personal de CLAC recibió formación en mejora continua e innovación para fortalecerse y brindar el mejor servicio hacia la membresía.



## INNOVACIÓN Y CUMPLIMIENTO DE LA PLANIFICACIÓN

El año 2020 significó un reto importante para la CLAC, la pandemia del COVID-19 puso en contraste la necesidad de reconfigurar nuevas formas para seguir operando de manera activa y eficiente, lo que derivó en diversas iniciativas que terminaron demostrando la propia capacidad innovadora de la organización, así como un mayor enfoque hacia la mejora continua dentro de sus procesos en diferentes niveles, en los procesos que derivan en la generación de productos y servicios, así como en la toma de decisiones y gestión organizacional. A lo largo de este documento se compartirán ejemplos, tanto de las acciones catalogadas como innovadoras, como aquellas relacionadas con la aplicación de la mejora continua en CLAC.

Por otra parte, a través del proyecto de la Unión Europea, se ha mejorado la capacidad organizativa de CLAC en: sistemas de gestión de calidad, gestión financiera-contable, política de riesgo y cumplimiento y la estructura de Informática y Tecnología.

A pesar de la pandemia, se establecieron tácticas y se ajustaron actividades para lograr los objetivos organizacionales, logrando ejecutar el 85% de la planificación anual operativa para 2020.

Las innovaciones se acompañan del siguiente símbolo



## COMUNICACIONES

La pandemia obligó a transformar actividades presenciales en actividades virtuales y a fortalecer los canales de comunicación tanto para públicos internos como externos. Con la finalidad de mantener informadas a las organizaciones sobre los esfuerzos de CLAC y Fairtrade para apoyarlos durante la pandemia, se realizaron cinco webinars y un taller de aprendizaje con las organizaciones de la membresía sobre diferentes temáticas de relevancia. Cada sesión contó con una importante asistencia y permitió transmitir información importante de forma oportuna.

WEBINARS REALIZADOS CON LA MEMBRECÍA EN 2020		
FECHA	TEMA	No. de inscritos
22 de mayo	El contexto COVID19 y las acciones CLAC/ Fairtrade	399
26 de junio	Segundo Webinar con OPP's "Contexto COVID19 y Tendencias Mercado Norteamericano"	299
31 de julio	III Webinar "Tendencias Mercado Fairtrade en el contexto de la pandemia del COVID-19"	266

## WEBINARS REALIZADOS CON LA MEMBRECÍA EN 2020

FECHA	TEMA	No. de inscritos
4 de agosto	Webinar actualización de resultados - encuestas en las plantaciones de toda LAC	80
9 de octubre	Webinar Lanzamiento Fondo de Recuperación Económica	354
12 de noviembre	Taller de Aprendizaje en Cambio Climático	370



Durante el mes del comercio justo, CLAC lanzó la campaña “Pequeños(as) Productores(as) Grandes Héroes (Heroínas)”, para destacar el esfuerzo de los productores(as) para continuar el aprovisionamiento de alimentos y productos de primera necesidad a las poblaciones durante la pandemia. Esta campaña fue retomada por Fairtrade International, enfocándose en un esfuerzo de los consumidores por agradecer a los(as) productores(as) por su trabajo.

Organizaciones de Chile, Costa Rica, Ecuador, Brasil, República Dominicana, Panamá, Paraguay, Perú, Bolivia y Guatemala realizaron las celebraciones del Día Internacional del Comercio Justo, una celebración marcada por actividades virtuales principalmente. Asimismo, CLAC realizó eventos virtuales para conmemorar el mes del Comercio Justo, los cuales incluyeron un conversatorio con la Happy Family Biocycling, una familia italiana que recorrió América Latina en bicicleta y que pasó más de 100 días en cuarentena en la organización Los Pinos en El Salvador. Los eventos concluyeron con un concierto del dúo Shaka y Dres.

Otras campañas y posicionamientos realizados fueron:

- La campaña [“Los valores empiezan por casa”](#), que buscaba promover una sana convivencia en los hogares en contextos de encierro, a través de la promoción de los valores del Comercio Justo.

- Una campaña para promocionar la soberanía alimentaria dentro de la membresía de CLAC, un tema que cobró mayor relevancia debido a la pandemia.

- El posicionamiento [Los\(as\) Pequeños\(as\) Productores\(as\) y Trabajadores\(as\) DE COMERCIO JUSTO ante la crisis del COVID-19 y el CAMBIO CLIMÁTICO](#), en el que se aboga por planes de recuperación que incluyan acciones de mitigación y adaptación al cambio climático, el cual también se presentó en conferencia de prensa.

- El posicionamiento [“Organizaciones de Comercio Justo promueven la Soberanía Alimentaria para enfrentar la crisis actual”](#), el cual fue dado a conocer a través de una conferencia de prensa.

**PEQUEÑOS  
PRODUCTORES,  
GRANDES  
HÉROES**

Como parte del Programa Finlandia se diseñó la campaña “Pequeños(as) productores(as) de comercio justo frente al cambio climático” y se prepararon los materiales y los planes para difundirla en medios radiales y digitales de los cinco países en los que se ejecuta el proyecto Intercambio (Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Ecuador, Bolivia). Se desarrollaron entre otros dos videos testimoniales de pequeños(as) productores(as) de café y miel, un video animado del posicionamiento de pequeños(as) productores(as) ante el Cambio Climático y cinco podcasts de mujeres que comparten su testimonio sobre la adaptación al Cambio Climático para visibilizar su rol activo en esta temática.



En 2020, se logró un mayor posicionamiento de CLAC ante medios de comunicación y públicos externos, logrando la publicación de más de 15 noticias sobre CLAC y el comercio justo en los países de la región. Ante el contexto de pandemia, para mantener informadas a diferentes audiencias, se publicaron reportes sobre la situación en América Latina y el Caribe que se enviaron periódicamente al sistema Fairtrade. Del mismo modo, se informó sobre el impacto de los huracanes Iota y Eta por Centroamérica. Estos informes sirvieron para la gestión de recursos adicionales para apoyar a las organizaciones a enfrentar la emergencia.

En cuanto a la comunicación interna con las organizaciones de la membresía se potenció el uso de WhatsApp. Además, se realizaron videos sobre las medidas de prevención que deben implementarse para evitar el contagio del COVID-19, los cuales lograron una importante audiencia en YouTube.

Todas estas acciones han tenido un efecto importante en el crecimiento de audiencias en las redes sociales de CLAC como se observa en la siguiente figura. El posicionamiento ante audiencias creció 5 veces más con relación al 2019.

Los(as) Pequeños(as) Productores(as)  
y Trabajadores(as)  
**DE COMERCIO JUSTO**  
ante la crisis del **COVID-19**  
y el **CAMBIO CLIMÁTICO**

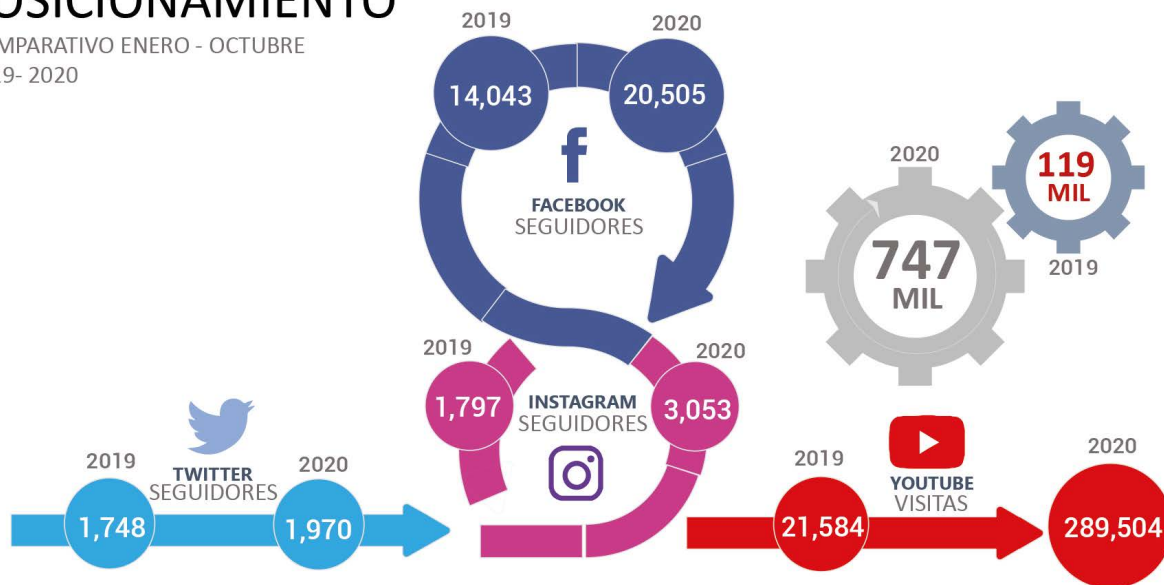


**PROTOCOLO DE PREVENCIÓN  
FRENTE AL CORONAVIRUS  
COVID-19**



# POSICIONAMIENTO

COMPARATIVO ENERO - OCTUBRE  
2019- 2020



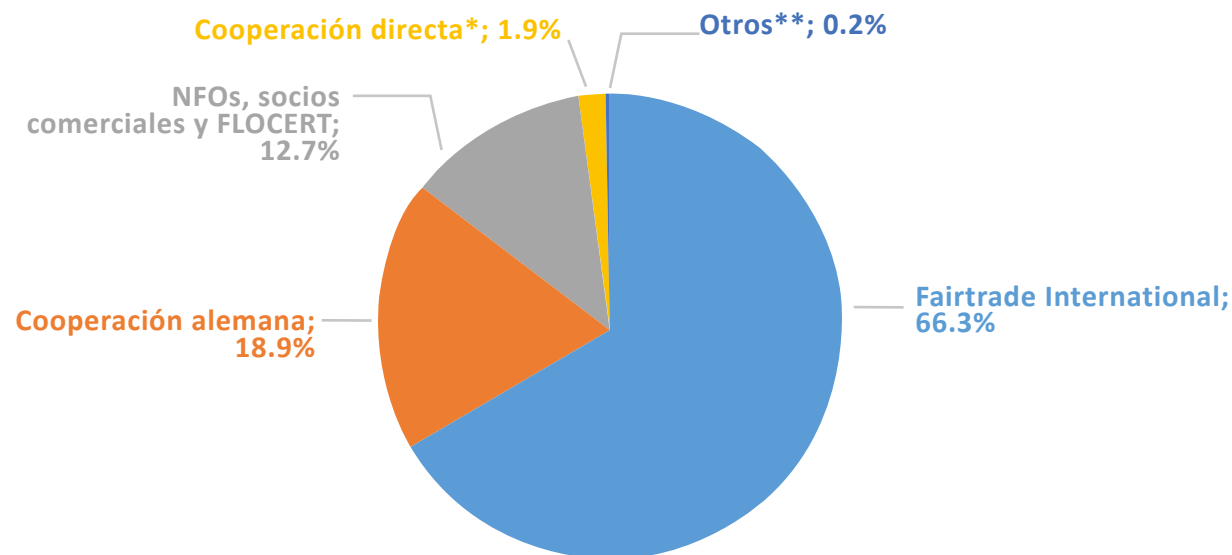
## ALIANZAS ESTRATÉGICAS

CLAC fortaleció las alianzas con socios estratégicos como TRIAS Bélgica, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Centro de Comercio Internacional (ITC), entre otras instituciones. También se establecieron nuevas relaciones a través de proyectos con el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) de Alemania, Equal Exchange, FLOCERT y varias Organizaciones Nacionales de Fairtrade para apoyar a las organizaciones de pequeños(as) productores(as) en América Latina y el Caribe.

Como resultado de estos esfuerzos, en el 2020, el 66.3% de los ingresos de CLAC provino de Fairtrade Internacional, y 33.5% fueron contribuciones de diferentes donantes, como socios comerciales a través de las NFOs. De estas ayudas, el 18% fueron fondos de la Cooperación Alemana para apoyo a emergencia, y alrededor de un 2% provino de cooperación directa de socios como ITC y TRIAS, entre otros.

Además, CLAC analizó 15 convocatorias concursables de cooperación internacional, diseñó 8 proyectos y logró obtener el financiamiento para 4 de ellos, que serán ejecutados a partir de 2021. Para CLAC es importante tener una óptima relación con sus aliados, para ello la fluidez de en la comunicación, la transparencia y la confianza son evaluadas a través de un índice de satisfacción de donantes, cuyos resultados muestran un nivel de 81% en 2020.

### FUENTES DE INGRESO CLAC 2020



\*Cooperación directa: TRIAS VZW, Equal Exchange y el Centro de Comercio Internacional.

\*\*Otros: intereses bancarios devengados, pago de membresías, venta de mobiliario



## OBJETIVO 2

### Promoción del Comercio Justo, sus valores y principios

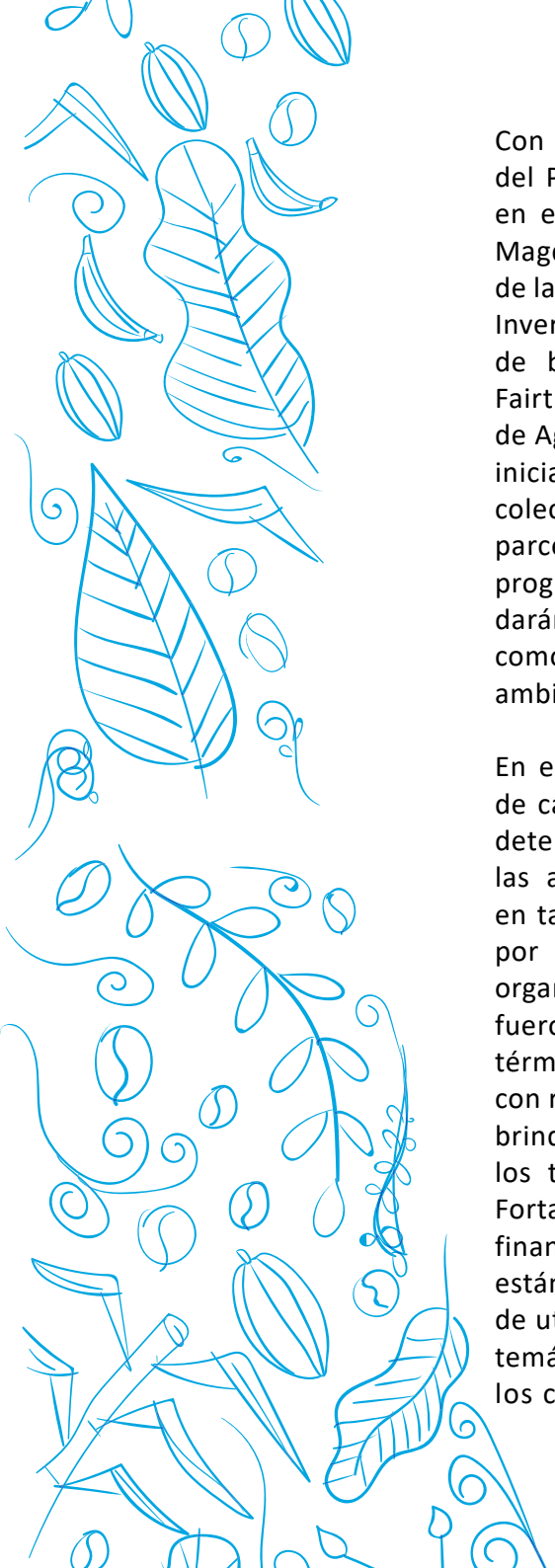
*Para mostrar el impacto, los beneficios y desafíos del comercio justo a través de información de calidad, CLAC ejecuta estudios, investigaciones y evaluaciones que responden a su Agenda de Aprendizaje, la cual conjunta una serie de temáticas priorizadas para generar evidencia, obtener conocimiento y difundir información sobre el impacto del comercio justo.*

---

En el primer semestre de 2020 se obtuvieron los resultados del estudio de [“Impacto de las Organizaciones Productoras certificadas Fairtrade en el Desarrollo Comunitario en la zona fronteriza entre México y Guatemala”](#), en el que participaron cuatro organizaciones (dos por país). El estudio brindó conocimiento sobre las percepciones, las experiencias y los cambios más significativos que han experimentado las comunidades cafecultoras en el tiempo. Los resultados mostraron que a través del desarrollo económico las organizaciones logran incidir en aspectos ambientales y sociales de sus territorios. Las organizaciones con mayor trayectoria en el Comercio Justo logran tener más capacidad y posibilidad de implementar proyectos en sus comunidades, en parte también por el capital social que han desarrollado, logrando así incidir en el desarrollo económico de las comunidades.

El estudio evidenció que se ha contribuido a generar mayor conciencia sobre el Cambio Climático, las prácticas que contribuyen a dañar el medio ambiente, así como la necesidad de un abordaje integral para enfrentar este fenómeno desde las comunidades, de modo tal que las organizaciones han tomado una acción más fuerte en el manejo medioambiental, a partir de evidenciar los efectos del Cambio Climático sobre su entorno y en la producción de café. Además, los(as) pequeños(as) productores(as) ejercen roles de liderazgo comunitario que les permite canalizar esfuerzos en pro de mejorar las condiciones sociales y ambientales de las comunidades. Vea los principales hallazgos de este estudio en [esta infografía](#).





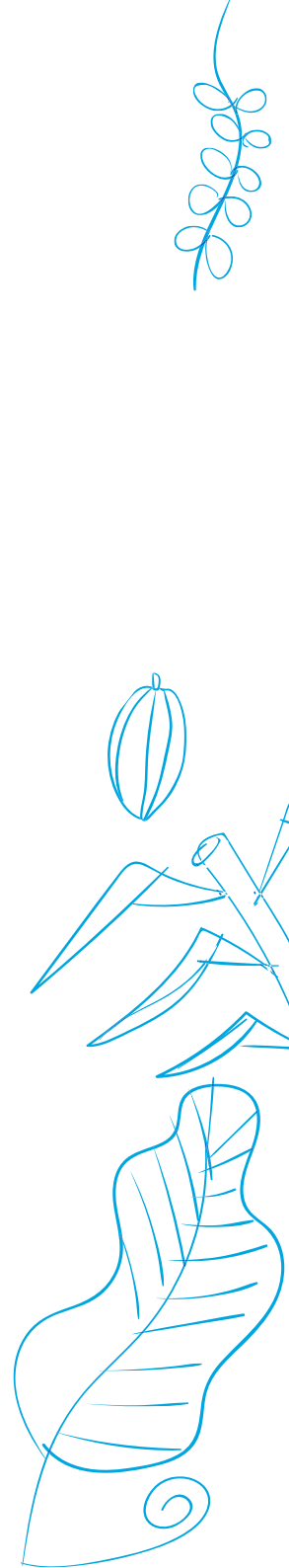
Con el objetivo de evaluar los efectos ambientales del Programa de Incremento de Productividad (PIP) en el cultivo de banano en la zona productora de Magdalena, Colombia, a través de la cuantificación de la huella hídrica y las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en el suelo del sistema de producción de banano de los pequeños(as) productores(as), Fairtrade, en colaboración con el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT) continuó con el estudio iniciado en 2019. En 2020 se desarrolló la fase de colecta sistemática de información en 6 pequeñas parcelas de tres cooperativas participantes en el programa PIP. Los resultados, que se tendrán en 2021, darán luces respecto a los efectos de este programa como estrategia que permita desarrollar sistemas ambientalmente sostenibles.

En el segundo semestre de 2020, se realizó la fase de campo de un estudio de corte longitudinal, para determinar los resultados, efectos e impactos de las actividades de fortalecimiento de capacidades en talleres e intercambio de experiencias facilitados por CLAC entre 2015 y 2019. En el estudio, 166 organizaciones de Perú, Ecuador, Nicaragua y México fueron consultadas. Los resultados se midieron en términos del nivel de satisfacción de las organizaciones con respecto a talleres e intercambio de experiencias brindados por el equipo operativo de CLAC en los temas de: a) producción y productividad, b) Fortalecimiento y desarrollo organizativo, c) Gestión financiera, d) Comercialización y e) Cumplimiento de estándares. Los efectos se midieron con un enfoque de utilidad para las organizaciones de los contenidos temáticos, mientras que los impactos se asociaron a los cambios que las organizaciones manifestaron

haber experimentado para mejorar sus ingresos, acceder a servicios financieros, fortalecer sus capacidades de ahorro, acceder a nuevos mercados, participación y equidad, prácticas de transparencia, reconocimiento social, protección infantil, defensa de los derechos, participación en espacios públicos y mitigación al cambio climático. Los resultados del estudio se tendrán en el primer semestre de 2021 y será un insumo para mejorar el proceso de empoderamiento y autogestión de las organizaciones de CLAC.

A partir del segundo semestre de 2020, en colaboración con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), se inició el estudio “Cerrando brechas de género en el comercio justo: el caso de pequeñas(os) productoras(es) de América Latina”, para revisar la implementación de la estrategia de género de CLAC y la sistematización de la experiencia de tres organizaciones que desarrollaron estrategias de equidad de género y empoderamiento de las mujeres. Los resultados del estudio se tendrán en el primer semestre de 2021 y permitirán la identificación de actividades exitosas y factores críticos que limitan y/o potencian la implementación de estrategias y acciones en la temática de género en las organizaciones.

CLAC llevó a cabo por segundo año consecutivo el proceso de monitoreo de organizaciones de pequeños(as) productores(as), proceso que busca resaltar a las mismas como principales actores en el desarrollo de información de interés para la medición de su desempeño, y recopilar información relevante para incrementar la efectividad de las intervenciones de CLAC con las organizaciones.



En el proceso participaron 172 organizaciones de 11 países de Latinoamérica y el Caribe (Belice, Argentina, Costa Rica, México, El Salvador, Nicaragua, Guatemala, Chile, República Dominicana, Paraguay, Honduras, Ecuador y Colombia). El proceso puso en el centro el fortalecimiento de la capacidad de las organizaciones para consolidar y compartir datos como evidencia del impacto de las actividades que realizan en relación con la protección infantil y de adultos vulnerables, inclusión, adaptación y mitigación al cambio climático, entre otros. Durante el proceso, las organizaciones participaron activamente e identificaron las áreas donde presentan fortalezas y oportunidades para mejorar su desempeño dentro del sistema de Comercio Justo.

Para CLAC es importante incrementar la adopción de prácticas que reflejan el compromiso con los valores y enfoques del Comercio Justo dentro de la operación de su membresía y sus estructuras. Para ello, se desarrollaron 71 acciones, entre capacitaciones, webinars y reuniones de trabajo o de coordinación con organizaciones o coordinadoras nacionales, asistencias remotas, todas las acciones trataron el tema de los valores de Comercio Justo y en ellas participaron 111 organizaciones.







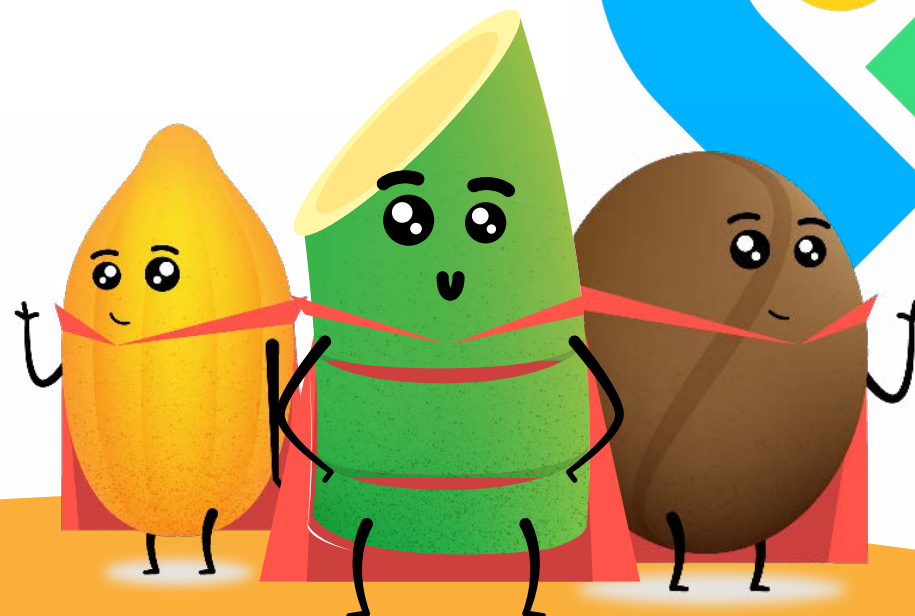
## CIUDADES Y UNIVERSIDADES POR EL COMERCIO JUSTO

Para posicionar el comercio justo, CLAC desarrolló la campaña [“#Localízanos”](#) en conjunto con los comités locales de ocho ciudades que forman parte de la iniciativa [“Ciudades y Pueblos por el Comercio Justo – Latinoamérica y el Caribe”](#) y la organización mundial de Comercio Justo (WFTO por su sigla en inglés). La campaña buscó promover los mercados locales y el consumo responsable a favor de los(as) pequeños(as) productores(as) de Comercio Justo.

El sector de turismo de la municipalidad de Boa Esperanza comenzó la promoción de la ciudad como “el municipio del Ecoturismo y el Comercio Justo”, así mismo, implementó la Ruta del Café de Comercio Justo y su posicionamiento en las redes sociales. A través de esta ruta, el turista conoce la historia de la ciudad, sus bellezas naturales y cómo se realiza la producción sostenible del café Fairtrade. Los miembros del comité explican a los visitantes qué significa el Comercio Justo y la visita termina en la Cafetería Xicara da Silva de la Cooperativa Dos Costas.

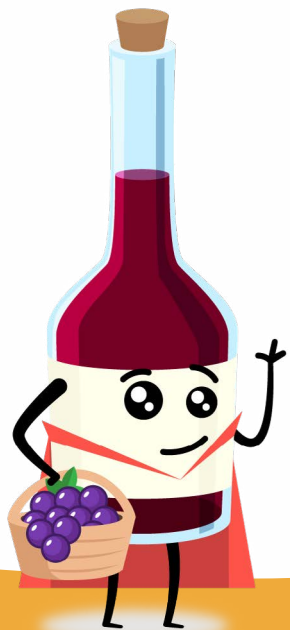
Esta ruta ha tenido muy buena aceptación y se ha logrado un cambio grande de mentalidad en relación con el apoyo a la economía y al fortalecimiento del mercado local.

En la región del Cono Sur, CLAC participó activamente en conjunto con otras instancias en tres seminarios de Emprendedoras del Comercio Justo con el objetivo de promover el comercio local y visibilizar oportunidades comerciales para mujeres emprendedoras. Se contó con la participación de expositores internacionales del ámbito productivo, comercial, certificación e incidencia. Los seminarios en modo virtual tuvieron la participación de hasta 600 asistentes cada uno.



Por su parte, en la campaña de Universidades por el Comercio Justo se contó con la colaboración de 13 universidades en 7 países. Los representantes de las universidades participaron en grupos de trabajo virtuales en relación con el Comercio Justo, y se trazaron como metas realizar declaratorias favorables al movimiento y establecer alianzas directamente con las organizaciones de pequeños(as) productores(as).

Los días 10 y 11 de junio, CLAC y las Universidades participaron en conjunto con el sistema Fairtrade en el Simposio Internacional de Comercio Justo, realizado de forma virtual, como un espacio de reflexión en torno a los impactos a largo plazo de la crisis del COVID-19 en el Comercio Justo y la resiliencia en las cadenas de suministro. Este ejercicio tuvo como objetivo habilitar la cooperación futura entre investigadores(as) y el movimiento de Comercio Justo.



## CAMPAÑA DE CIUDADES

*Los mercados locales son un espacio importante, naturalmente de encuentros con la comunidad, con los productores, las experiencias comunitarias, por eso el reto de localizar productos e iniciativas nos convierte a todos y todas en dinamizadores locales de la economía y la promoción del Comercio Justo. Tenemos que juntos de forma global salir adelante, pero poner los valores de Comercio Justo en el centro de las políticas locales y como herramientas para los medios de vida dignos en especial de los productores y productoras locales, nuestros héroes y heroínas.*

**Miriam Pérez,**  
Representante de América Latina y el Caribe ante el movimiento global de Ciudades por el Comercio Justo



# OBJETIVO 3

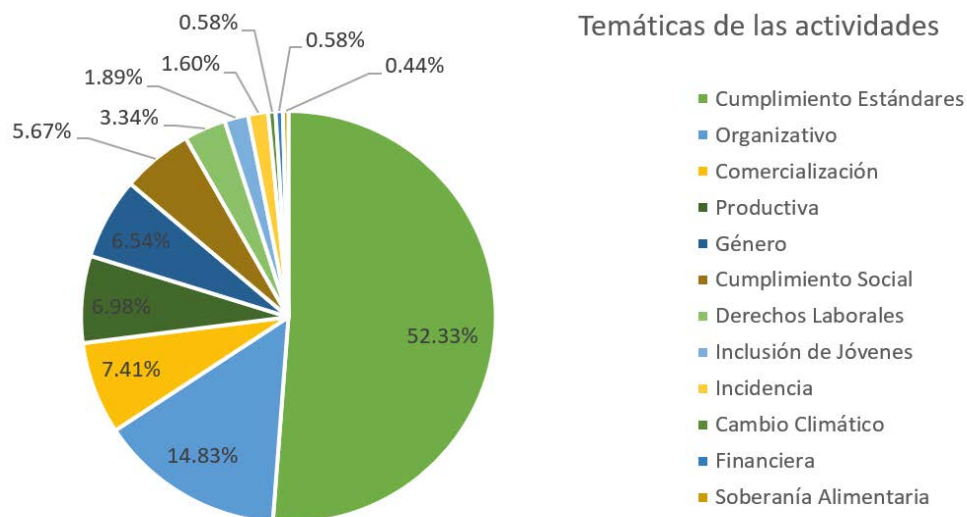
## Fortalecimiento y Desarrollo de nuestras organizaciones miembro



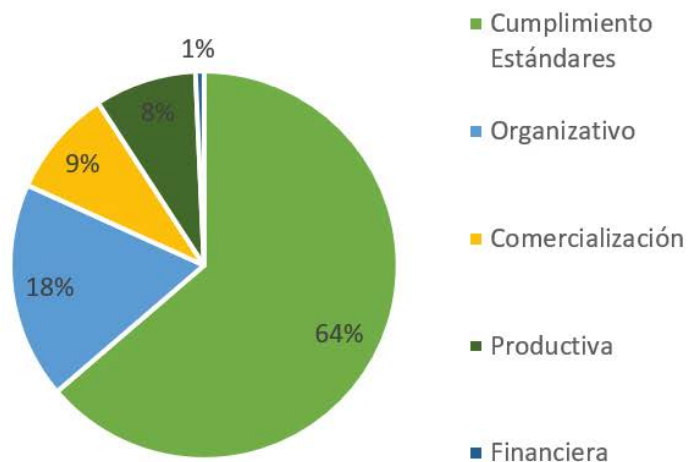
*Para mejorar la capacidad de las Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as) a través de la implementación de la estrategia de fortalecimiento y desarrollo se implementó una herramienta de priorización de atención a las organizaciones según sus necesidades. A lo largo del año, un total de 763 organizaciones recibieron atención en 2020, lo que representó el 81% del total de las organizaciones.*



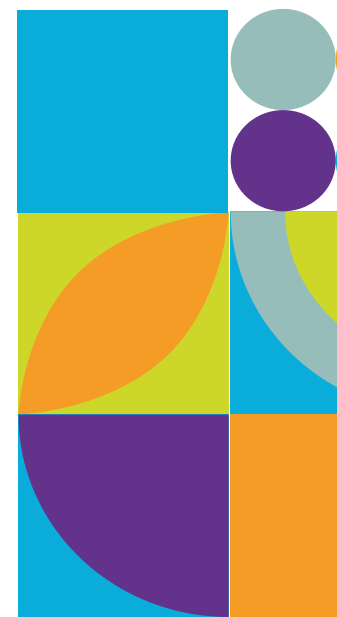
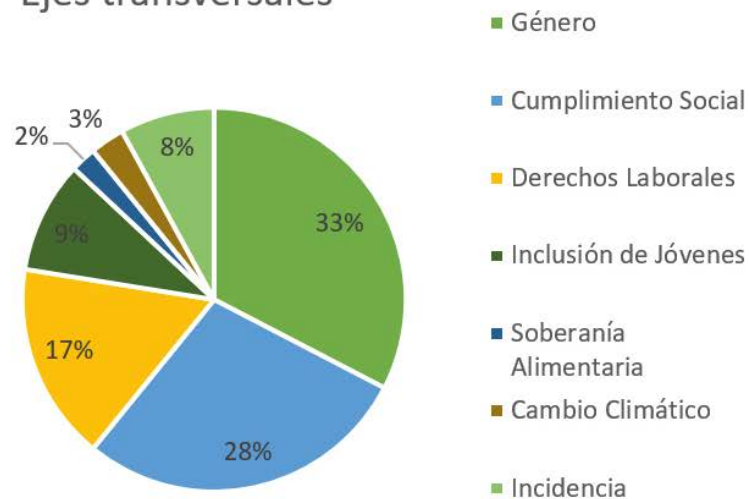
A lo largo del año, se realizaron actividades en modalidad virtual, principalmente, y presencial, cuando fue posible. Las temáticas abordadas fueron: cumplimiento de estándares, fortalecimiento organizativo, comercialización, producción, género y cumplimiento social. Un total de 688 talleres de capacitación, intercambios de experiencias, webinars y visitas técnicas se realizaron con las organizaciones de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as). En las actividades participaron 37% mujeres, de las cuales 21% son mujeres jóvenes, y 63% hombres, de los cuales 26% son jóvenes.



### Temáticas de las actividades



### Ejes transversales



CLAC desarrolló procedimientos internos para dar a conocer las actualizaciones en los estándares Fairtrade. Para ello, en las regiones se realizaron talleres virtuales para dar a conocer los cambios en los estándares, planificar la adopción de prácticas a través de la adecuación de sus políticas y procedimientos para el cumplimiento de la normativa. Particularmente, se socializó y enfatizó la Lista de Materiales Peligrosos y se asistió a las organizaciones en la elaboración e implementación de un plan medioambiental, un plan de gestión integral de residuos y una matriz de riesgos. En toda la región, la temática de cumplimiento de estándares representó el 64% de las actividades de talleres y asistencias técnicas, donde participaron 426 organizaciones.

De forma presencial se realizaron talleres y asesoría sobre los estándares Fairtrade para organizaciones certificadas de Guatemala, en las que se contó con la participación de 86 participantes de 4 organizaciones.

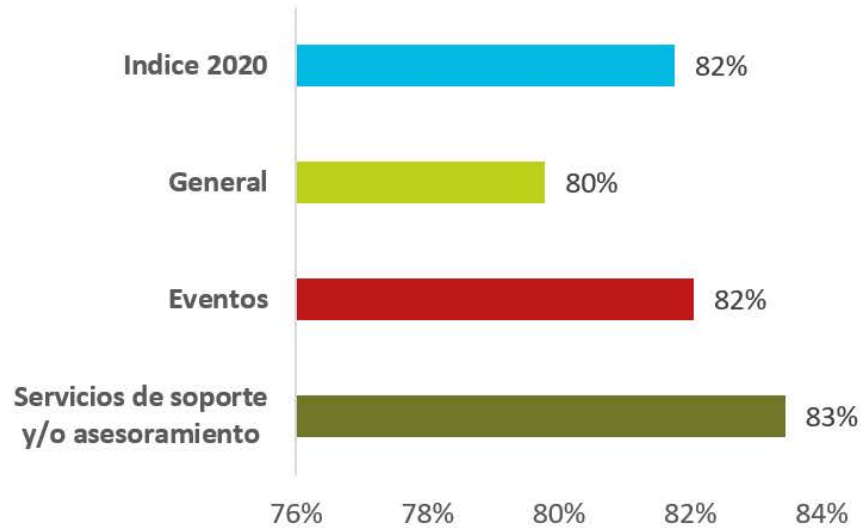
En el mercado europeo, se aprobaron modificaciones para la norma para la producción orgánica, las cuales se comenzarán a implementar en 2022. Desde CLAC se llevaron a cabo talleres para conocer sobre estos posibles cambios en la norma y para promover la incidencia para evitar modificaciones que afecten a los(as) pequeños(as) productores(as). En total, 56 organizaciones de Honduras, Nicaragua, Guatemala, México, República Dominicana y Perú participaron en talleres virtuales sobre los principales cambios en la norma y la transición necesaria para su cumplimiento.

En la región de Centroamérica y México se trabajó un modelo que promueve la creación de pequeñas iniciativas de negocios para fomentar la economía solidaria y sostenible en personas jóvenes y mujeres, mediante la transferencia de recursos financieros a grupos dentro de las organizaciones. Como resultado de este esfuerzo 7 iniciativas de negocios fueron establecidas, 3 iniciativas de mujeres adultas y 4 iniciativas de personas jóvenes en El Salvador.

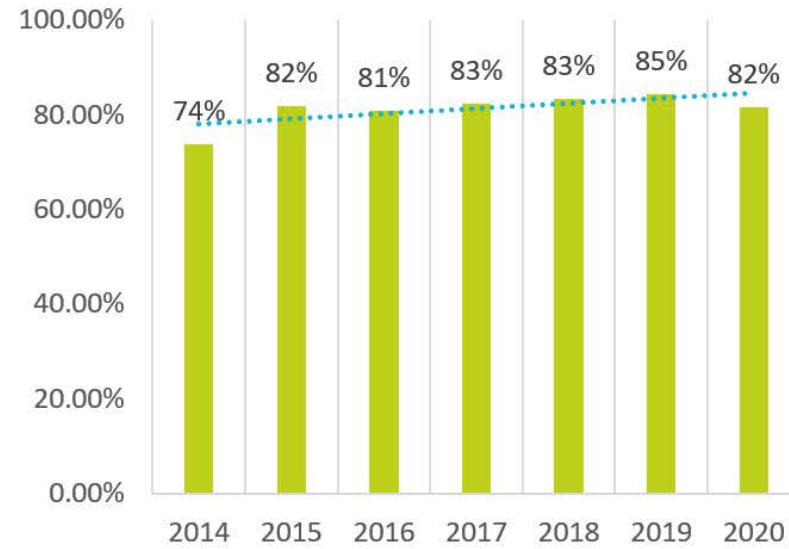
Como cada año, CLAC realizó una consulta a la membresía con respecto a su satisfacción, los datos mostraron que el 82% de las organizaciones están satisfechas con los servicios, asesoría y comunicación que reciben de parte de CLAC. En un año donde las actividades presenciales fueron fuertemente impactadas, la tendencia sobre la satisfacción mostró un ligero retroceso de 3 puntos con respecto al año 2019 como se observa en las gráficas. Cabe destacar que menos organizaciones respondieron a la encuesta y que algunas solicitaron más acompañamiento en los procesos de auditoría, actualización de estándares y en temas comerciales, así como realizar talleres presenciales.



## Índice de Satisfacción



## Índice Satisfacción Tendencia



“

*La entrega de recursos como colmenas, equipo e insumos con el compromiso de compartirlo luego con otras productoras es algo nuevo para nosotras y es una manera de apoyar y dar oportunidad a las compañeras que trabajamos en la actividad apícola.*

**Juana Escobar Hernández,**  
asociada a ACODIHUE y participante  
en el proyecto Miel para el Futuro.

”

Como parte de La estrategia de empoderamiento de género, el proyecto ha acompañado a un grupo de mujeres en el aprendizaje de la actividad apícola, como una alternativa de producción para diversificar los ingresos familiares, fomentar la solidaridad y el intercambio





# TRABAJADORES(AS) ORGANIZADOS(AS)

La red de trabajadores(as) de Comercio Justo se continuó fortaleciendo a través de capacitaciones para conocer el criterio Fairtrade para trabajo contratado, talleres y seminarios sobre diferentes temáticas, y por medio de la ejecución del proyecto “Red de trabajadores(as) construyendo sinergias”, del programa de cooperación para el desarrollo, financiado por la Organización Nacional Fairtrade y el gobierno de Finlandia.

Se realizó un encuentro virtual del Comité técnico de la Red de trabajadores(as), con la participación de representantes de 4 países (República Dominicana, Colombia, Ecuador, Brasil y Argentina), en el que se presentó el informe de gestión por regiones a través de 4 videos pregrabados por parte de los representantes de los comités nacionales. Además, la presidenta del comité técnico de la red presentó su informe de gestión. Para lograr la participación en países como República Dominicana (donde la conexión de los trabajadores no es buena), se facilitó un centro de reunión con conectividad, mientras que en los otros países los trabajadores se conectaron desde diferentes puntos por separado por la pandemia.





A través del proyecto “Red de Trabajadores(as) Construyendo Sinergias” se diseñó y ejecutó una escuela virtual de liderazgo, llamada ACTÚA (Aprende, Colabora, Trabaja, Une y Apropia) para trabajadores(as) con el objetivo de mejorar su capacidad de gestión y liderazgo dentro de la Red. En la escuela participaron 43 trabajadores(as) de seis países (Colombia, Ecuador, República Dominicana, Argentina, Brasil, México), quienes completaron la escuela satisfactoriamente. Los temas centrales de la escuela fueron Comercio Justo, resolución de conflictos, habilidades digitales para comunicación eficaz y creación de contenidos, oportunidades de transformación en el contexto laboral, logrando un incremento de habilidades y conocimiento del 26%. Esta es la primera escuela para trabajadores ofrecida por CLAC, que logró una tasa de retención del 94% y utilizó una metodología innovadora de microlearning (uso de redes sociales, colaboración entre pares y acompañamiento) para lograr llegar a los trabajadores(as), que tienen limitaciones de tiempo y de acceso a internet y tecnologías.

En Colombia, Ecuador, Argentina y República Dominicana se desarrolló un curso virtual para oficiales Fairtrade en banano. Este curso ayudó a mejorar la comprensión sobre los procesos de certificación y la interpretación del estándar Fairtrade en relación con la Norma de Trabajo Contratado. El curso se preparó para reforzar las capacidades de los participantes dentro de las empresas certificadas Fairtrade y estuvo dirigido a oficiales Fairtrade, representantes de los Comités de Prima, trabajadores(as) o personal técnico que participen del proceso de la certificación. El curso se realizó de forma simultánea entre dos países (Colombia y Ecuador), con 20 participantes de 16 organizaciones, lo que generó un ambiente de compañerismo y hermandad. Por su parte, en Brasil se realizaron dos webinars sobre el sistema de certificación para trabajadores de las plantaciones, en los que participaron 13 representantes de 7 plantaciones de Brasil.



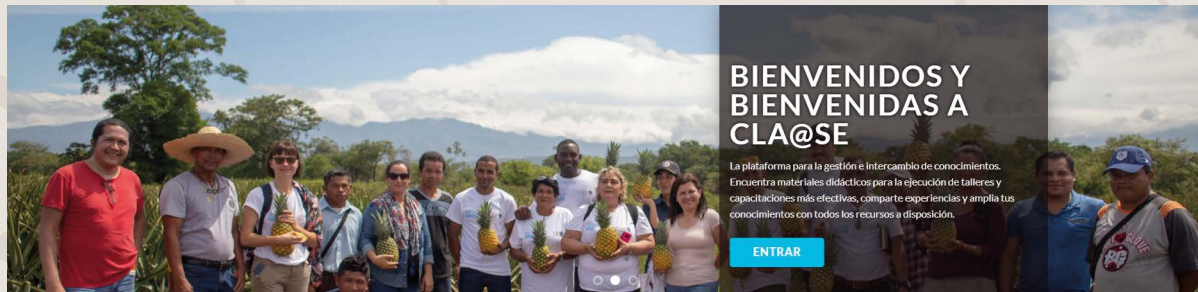
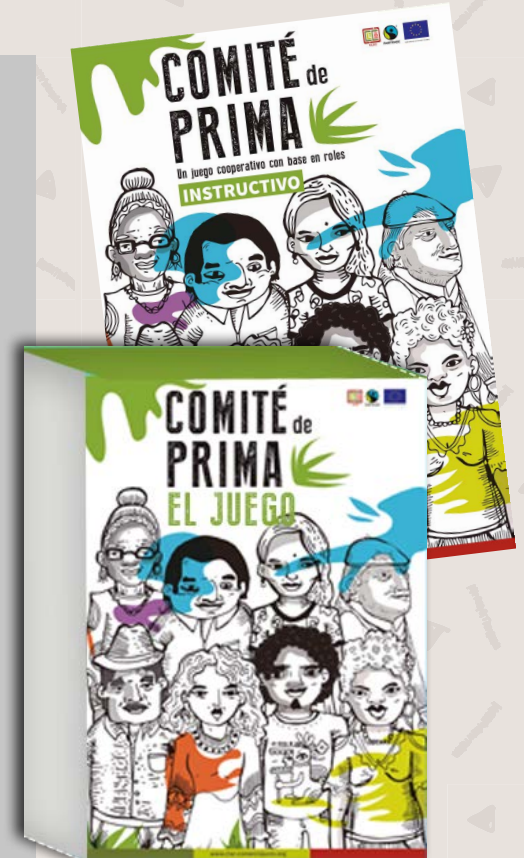
# GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO



La Gestión del Conocimiento en CLAC, principalmente en su relación con las organizaciones, se vio fortalecida a través de la Plataforma CLAASE, la cual pasó por un proceso de integración que ha permitido unificar diferentes elementos que a la vez facilitaron la adaptación en la generación de productos y servicios, principalmente capacitación, durante el período marcado por el inicio de la pandemia del COVID-19. En ese sentido, el 2020 fue de gran crecimiento y aprendizaje para la plataforma CLAASE, la cual se estructura a partir de la integración de 3 componentes: 1) la Biblioteca, la cual funciona como una ventana de acceso al acervo técnico documental generado y compartido desde la gestión de CLAC; 2) la funcionalidad de e-learning, la cual facilitó el desarrollo de múltiples acciones de capacitación virtual; y 3) las Comunidades de Aprendizaje, concebidas como espacios de socialización, intercambio y construcción de conocimientos permanente.



Uno de los ejemplos de cómo la plataforma CLAASE ha sido una herramienta innovadora para la gestión del conocimiento ha sido la adición de los Maletines Educativos, por ejemplo, uno específico para los Comités de Prima, en español y portugués. Cabe destacar que esta es la primera vez que se desarrollan materiales exclusivos para los Comités de Prima de las plantaciones Fairtrade. Este maletín contiene una serie de recursos que ayudan a los comités de prima a conocer cuáles son los roles de sus representantes y el funcionamiento de los comités. También incluye un juego de mesa, que tiene como finalidad que los participantes aprendan sobre la norma Fairtrade, y sobre el sentido cooperativo del trabajo que realizan como directivos y administradores de la prima Fairtrade. .



Se publicaron los materiales generados desde el Proyecto Miel para el Futuro, entre ellos el cuaderno de campo "Plan de Adaptación", el afiche "Abramos la ventana a la adaptación al Cambio Climático" y el calendario, herramientas dirigidas a los(as) apicultores(as) para la aplicación de prácticas de adaptación al cambio climático.



Además, el Diplomado de Agro Emprendedurismo, financiado con fondos de TRIAS y de la Agencia Alemana de Cooperación Internacional (GIZ), fue publicado en CLAASE y aunque su público meta estaba situado en El Salvador, posteriormente se integraron participantes de otras regiones. Por último, se publicó la Formación en el estándar Fairtrade para situaciones de Trabajo Contratado que sirvió para capacitar a oficiales Fairtrade y representantes de los trabajadores de los comités de prima en Argentina, Colombia, Ecuador y República Dominicana.

Durante el segundo semestre del año, se inició el diseño participativo del espacio de Comunidades de Aprendizajes enfocándose en las redes de producto con el fin de identificar los principales temas para incentivar el intercambio de conocimientos y se involucró a la red de cacao para precisar las temáticas de interés de su comunidad. Estas comunidades de aprendizaje buscan integrar diferentes actores, principalmente a las organizaciones parte de la membresía.



## PROGRAMAS Y PROYECTOS

En 2020, CLAC mantuvo 16 proyectos activos en 12 países en los que participaron alrededor de 6,500 personas de 53 organizaciones certificadas Fairtrade, que ayudaron a fortalecer a la membrecía en diferentes aspectos. Con la finalidad de continuar con la implementación de los proyectos en un contexto de pandemia y de incertidumbre y lograr los resultados, se realizaron los ajustes en los planes y el monitoreo de riesgos, así como la gestión con las partes interesadas para lograr acuerdos oportunos. En la gestión de los proyectos se logró 76% del índice de Madurez gerencial (12% más que el 2019).

A través del programa de cooperación al desarrollo se ejecutó la escuela virtual de liderazgo e incidencia en cambio climático en Ecuador y en Nicaragua con la participación de 55 pequeños(as) productores(as), de 23 organizaciones que producen café, cacao, banano, quinua y panela. Además, se realizó una formación virtual para 20 estudiantes de las escuelas que buscó desarrollar sus capacidades de vocerías para representar a las coordinadoras nacionales en los medios de comunicación.

El proyecto Incahuasi capacitó a 557 personas en la Escuela de Campo e implementó un laboratorio de calidad, un laboratorio de bauería basiana, 6 composteras y pozas de sedimentación en instalaciones de secado húmedo de café.

Se realizó el equipamiento de 13 módulos de apicultura y biohuertos y se desarrolló una guía de cultivo de café para pequeños(as) productores(as) con el objetivo de incrementar la producción de café de la Cooperativa Agraria Cafetalera Valle de Incahuasi en Cusco. Junto a la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Perú, el proyecto implementó varios módulos de la escuela de liderazgo femenino en el que participaron 60 mujeres y la escuela de jóvenes, en el que participaron 30 personas jóvenes. A través del proyecto Intercitrus, 20 productores(as) de naranja de las organizaciones participantes implementaron una estrategia para reducir costos de producción y mejorar su productividad a través del manejo de plagas y enfermedades; y manejo de suelos. Además, se realizó una formación virtual en la elaboración de planes estratégicos, cooperativismo y fortalecimiento organizativo, en la que participaron 52 directivos de las organizaciones participantes en el proyecto.

El proyecto Fuerzas Unidas de Tchibo realizó 5 módulos de formación, visitas de campo y reuniones para elaborar borradores de políticas de protección infantil e inclusión, campañas radiales y de mensajes telefónicos (SMS) para formar y sensibilizar en los temas del proyecto durante la pandemia.



Tres de las organizaciones participantes (PROBECA, COPRANIL y COCREBISTOL) han capacitado al menos al 80% de su membresía sobre protección infantil como parte de la implementación de sus Políticas de Protección Infantil, lo que contribuye a que 175 niños y niñas, menores de 10 años, hijos(as) de trabajadores(as) acudan a 4 centros de cuidado infantil.

Durante 2020 también se puso en marcha el proyecto de uso de drones en el Monitoreo de Indicadores Agrícolas en organizaciones de caña de azúcar en Costa Rica, El Salvador, Belice y Paraguay. En el proyecto se trabajó en un formato de capacitación al grupo técnico en clasificación, regulación y operación (teoría) de vehículos aéreos no tripulados (drones), fundamentos de Agricultura de Precisión basado en los Sistemas de referencia y de representación utilizados en la georreferenciación de las zonas agrícolas, introducción a la Toma Sensorial Remota y Aplicaciones de la tecnología en la Percepción Remota en la Agricultura Digital y operación de drones.



Dentro de las iniciativas innovadoras identificadas también resaltó la implementación de un proyecto para medir la huella hídrica y de carbono de la producción bananera en Colombia. Este proyecto se vincula directamente a las actividades que realizan los(as) pequeños(as) productores(as) en sus parcelas de banano, con el objetivo de poder conocer cuál es el impacto que genera esta actividad en el medio ambiente. La iniciativa, que se implementó por primera vez, consistió en definir un grupo de 6 pequeñas parcelas de tres cooperativas diferentes de la región del Magdalena en Colombia. En alianza con el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT) se realizaron capacitaciones, se instalaron los diferentes aparatos de medida en cada una de las parcelas y se realizó un monitoreo de estos durante un año. Con toda la información recogida en este lapso de tiempo, se espera definir cuál es la Huella Hídrica y la Huella de carbono que genera al medio ambiente la actividad bananera, lo cual será un hito importante en la gestión medioambiental de este y otros cultivos asociados al Comercio Justo en la región Latinoamericana.





## REDES DE PRODUCTOS

En 2020 se trabajó en la aplicación de los índices de desarrollo para redes de producto; café, banano, cacao, frutas, azúcar y miel, herramienta que ha brindado un panorama de los puntos de fortaleza y de mejora para cada red.

El equipo operativo de CLAC junto a las redes de productos han identificado la necesidad de mejorar la calidad de los productos que se ofertan y también de mejorar las capacidades de gestión comercial dentro de las organizaciones, para que puedan hacer mejores negociaciones de los productos que se cotizan en la bolsa de valores, por ello en 2020 se realizaron varios talleres y acciones encaminadas a mejorar los conocimientos específicos y técnicos de las organizaciones certificadas en esta área.

### LA RED MIEL

La red miel sostuvo reuniones del comité y una reunión anual virtual con las organizaciones productoras, en la que se realizó un análisis de fortalezas y debilidades, del que surgieron propuestas de mejoras y un plan de acción que contempla una estrategia de comunicación y promoción de miel de Comercio justo, a desarrollarse en 2021, cuyo objetivo es aumentar la demanda del producto miel Fairtrade de Latinoamérica, en especial en mercados definidos como estratégicos.

Además, se brindó apoyo directo a organizaciones para resolver problemas relacionados con calidad, contratos y relaciones con clientes y se trabajó de cerca con Fairtrade Alemania en procesos de mejora de la calidad del producto y para promover buenas prácticas comerciales en beneficio de los licenciarios y los productores. En la región Cono Sur se realizó el webinar “Desafíos en el mercado de la miel y las características deseables de la miel en el mercado” para presentar a las organizaciones de manera individual el escenario actual del mercado de la miel y se realizaron dos webinars con los representantes comerciales de organizaciones productoras de miel en Brasil.



### LA RED CACAO

La red cacao desarrolló asesorías relacionadas a temas de producción y calidad del producto, y también sobre organización, desafíos comerciales y contratos con los clientes con organizaciones en República Dominicana, Ecuador, Perú, Nicaragua, Bolivia, Panamá, Costa Rica y Colombia. Se realizaron reuniones de coordinación con el Comité Técnico, y la reunión anual de la red de forma virtual. Además, se hicieron al menos 3 webinars educativos para todas las organizaciones de la red, con énfasis en temas comerciales.

Desde la red cacao de CLAC también se apoyó la construcción del Global Cocoa Business Plan de Fairtrade, incluyendo las necesidades de los productores de América Latina y el Caribe. También se brindó apoyo y acompañamiento al proyecto de cacao resiliente, que se implementa en dos organizaciones en República Dominicana.



## LA RED CAFÉ

La red café desarrolló una serie de talleres sobre estándares Fairtrade, el uso de glifosato, la producción orgánica y también sobre prácticas comerciales para mejorar las capacidades de las organizaciones en esta área.

Organizaciones en las regiones Andina, Centroamérica y México, y Caribe, recibieron capacitaciones sobre los cambios en las Normativas Europeas respecto a Glifosato y Reglamento Orgánico en las que participaron los encargados del área comercial y productiva. Además, se explicaron los cambios en los Estándares Fairtrade respecto a la Lista de Materiales Peligrosos a responsables del área técnica en las que participaron 119 organizaciones con 288 participantes (incluyendo 78 mujeres), de Honduras, Nicaragua, Guatemala, México, Bolivia y Perú.

En cuanto a la calidad de café en la producción, se realizaron talleres para 78 organizaciones de México, Honduras, Nicaragua, Bolivia y Perú, en los que participaron 188 personas, entre ellas 51 mujeres.

Se llevaron a cabo talleres sobre el tema “Café: Tendencias de mercado y Manejo de Riesgos de Precio” en el que participaron 67 organizaciones de Colombia, Perú, México y Nicaragua que conocieron los principales riesgos que ponen en peligro los resultados del negocio de exportación de café, la oferta y demanda a nivel global, las tendencias de los nichos de mercado de cafés diferenciados y las particularidades del manejo de las ventas en el mercado Fairtrade. Además, para mejorar las habilidades de negociación, se realizó en Perú un taller sobre contratos de café Fairtrade en el que participaron 100 personas de 80 organizaciones.

En la región Cono Sur se llevó a cabo el programa de capacitación en exportación directa para organizaciones de café de Brasil, que fue implementado a través de cuatro sesiones de webinars con el apoyo de la Coordinadora Nacional (BRFAIR), Fairtrade Internacional y el equipo de CLAC en Brasil y la red café. Los objetivos principales fueron fortalecer a las organizaciones y sus socios en el área comercial, facilitar un ambiente virtual de intercambio de experiencias; y contribuir con el desarrollo de las capacidades de las organizaciones para fomentar la exportación directa. Las sesiones se desarrollaron entre julio y octubre de 2020 y contaron con la participación de directivos(as), colaboradores(as) y productores(as) de 33 organizaciones certificadas de café de Brasil.

## LA RED BANANO

La red banano asesoró a las organizaciones en temas de protocolos, medidas de bioseguridad y equipos de protección, realizando transferencia de conocimiento de las mejores gestiones de cara a la pandemia del COVID-19 entre cada uno de los países para su implementación. Se mantuvo un monitoreo de la situación de la producción desde el inicio de la pandemia, con relación a la respuesta del mercado y del impacto económico sobre los costos de producción de las organizaciones y en los países. Se mantuvo una constante comunicación con los miembros de la Red Banano para la actualización de las condiciones del mercado, perspectivas y evolución de los precios y se realizó un foro virtual sobre el mercado, en el que participaron una cantidad importante de organizaciones y actores de la cadena.

En relación con el Fusarium, se realizó una capacitación en línea en coordinación con el Foro Mundial del Banano (WBF, por su sigla en inglés), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por su sigla en inglés) y el Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria (OIRSA). Es importante mencionar desde el punto de vista de incidencia que el tema de salud de suelos ya está en la agenda de todos los organismos internacionales de investigación.





La Red Banano participó activamente en el desarrollo de la estrategia global de banano del sistema Fairtrade, en la cual se identificó la necesidad de desarrollar un programa de banano sostenible. La red también participó en la formulación, diseño y gestión de recursos para el proyecto “Banano de comercio justo en Perú y República Dominicana”, que cuenta con el financiamiento de la Agencia Francesa de Desarrollo (AFD), Carrefour y Max Havelaar Francia, el cual comenzó su ejecución a finales de 2020 y concluirá en 2025. Además, se realizaron gestiones para la elaboración de los estudios de impacto del Programa del Incremento a la Productividad (PIP) en la reducción de costos externos y para la elaboración de una herramienta de medición de impactos en los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS).

## LA RED AZÚCAR

La red azúcar realizó encuentros con procesadores y transmisores en Belice, Costa Rica, Paraguay, Cuba y El Salvador. También avanzó en el diseño y ejecución de hojas de ruta en cada uno de los 10 países que forman parte de la red. Se realizó el estudio de Huella de Carbono e Hídrica en el que participaron 9 organizaciones en Belice, El Salvador y Costa Rica. Se realizaron talleres sobre Normas de Comercio Justo, prácticas de producción, inteligencia financiera, autoevaluación, solución de conflictos, uso de la prima Fairtrade y mercado azucarero con organizaciones en siete países (Guatemala, El Salvador, Cuba, Colombia, Paraguay, Perú, Costa Rica). También se realizaron webinars sobre MPP, azúcar global, análisis del mercado azúcar en pandemia; nuevas políticas orgánicas de la Unión Europea. Además, se sostuvo la reunión anual virtual de la red azúcar con la participación del comité técnico y delegados de 9 países.

## INGRESOS Y SALARIOS DIGNOS EN CAFÉ Y BANANO

El Comercio Justo promueve un modelo comercial alternativo que busca garantizar que los(as) productores(as) y trabajadores(as) obtengan ingresos y salarios dignos que les permitan cubrir las necesidades de sus familias y de esa forma garantizar la sostenibilidad de la producción de café, cacao y otros productos.

Por ello, la fijación de precios sostenibles es un componente de suma relevancia de la Estrategia de Ingresos Dignos del sistema Fairtrade a través del establecimiento de Precios de Referencia de Ingresos Dignos (Living Income Reference Prices, en inglés), que indican el precio que necesita una familia de agricultores típica con un tamaño de granja viable y un nivel de productividad sostenible, con el fin de obtener un ingreso digno por las ventas de su producto.

En ese sentido, es importante monitorear los costos de producción y de vida en los países productores. En 2020, CLAC reforzó el estudio Línea de Base sobre Costos e Ingresos Dignos, a través de la socialización de la Estrategia Fairtrade y bases técnicas para el registro de información de organizaciones en la Región Caribe de Colombia para levantar información para una línea base de ingresos y productividad actuales en la producción de café por medio de la implementación de registros de costos e ingresos. El registro se amplió de 4 organizaciones a 9 organizaciones con 278 muestras. Se entregaron 300 cuadernillos de campo a los(as) caficultores(as) diseñados por Fairtrade con los parámetros a monitorear y se entregaron 15 tabletas marca Samsung a las organizaciones para el llenado de cuadernos de campo (con el financiamiento de GIZ). También se analizaron 278 cuadernos de campo, recibidos de las organizaciones en octubre de 2020. Además, en Perú también se levantó información sobre costos e ingresos de 100 productores(as) de seis organizaciones para calcular el Ingreso Digno.

En relación a los(as) trabajadores(as) de plantaciones certificadas es importante realizar estudios sobre salarios dignos, que permitan establecer cuál debería de ser el salario que permita a los(as) trabajadores(as) satisfacer las necesidades de sus familias. En 2020, CLAC realizó de forma virtual el proceso de consultas sobre salario digno para trabajadores(as) de banano. Este proceso incluyó 15 sesiones virtuales con organizaciones certificadas en seis países (Perú, Ecuador, Colombia, Nicaragua, México y República Dominicana) y a través de sesiones individuales separadas con los dueños y gerente de las plantaciones y con los(as) trabajadores(as).



# OBJETIVO 4

## Incrementar acceso a mercados existentes y nuevos



*Lograr un mayor acceso a los mercados existentes y abrir nuevas oportunidades de ventas en mercados nuevos es parte muy importante de la labor de CLAC, pues mientras más ventas en el mercado de Comercio Justo logren las organizaciones de la membresía, mejores ingresos obtendrán por sus ventas y a través de la prima Fairtrade.*

La pandemia del COVID-19 afectó de diferentes formas a las organizaciones de productores(as) de Comercio Justo, en algunos casos con la reducción de sus ventas, la caída de los precios o la cancelación de contratos. Pero, a pesar de los nuevos desafíos, en la mayoría de los productos los niveles de ventas se mantuvieron similares a 2019 y también se registraron aumentos en algunos productos, como la miel y los productos con la certificación Fairtrade y orgánica, como el cacao orgánico.

Para dar a conocer a las organizaciones certificadas en Comercio Justo ante distintos actores comerciales, se recolectó información para la elaboración y actualización de 433 perfiles comerciales, que fueron socializados con distintos actores del sistema y clientes potenciales.

En 2020, se desarrolló el Manual de Participación en Ferias para promover la planificación oportuna dentro de las organizaciones al participar de actividades de promoción de sus productos en estos espacios.

Durante el año también se elaboraron boletines de producto, con artículos que fueron compartidos por las organizaciones enfocándose en los beneficios de la certificación Comercio Justo y el uso de la Prima Fairtrade en proyectos de desarrollo productivo o comunitario.

Además, se realizó una colecta de datos de las organizaciones productoras de café para contar con información de pronósticos de cosecha que brindarán un estimado de la oferta disponible del producto para mercados existentes y nuevos.

Con la finalidad de promover más la oferta de vino Fairtrade de Argentina y Chile, se elaboró un catálogo de vinos en inglés y español, que contó con la participación activa de representantes de las organizaciones que aparecen en el catálogo.

# DEMANDA EN EL NORTE

Para fortalecer la demanda en mercados existentes y nuevos en el norte, las diferentes redes de producto realizaron acciones para fortalecer el acceso a los mercados de las organizaciones certificadas Fairtrade, entre ellas la participación en ferias, la realización de concursos de calidad en café y acercamientos con aliados comerciales.

La red miel apoyó a las organizaciones en temas comerciales a través de webinars y reuniones virtuales abordando temas de actualidad sobre precios, mercado y las perspectivas frente a la pandemia. En estas actividades participaron 21 organizaciones de México, Guatemala, Argentina, Nicaragua y Chile. Además, la red trabajó en la formulación de una propuesta para el desarrollo del mercado para la miel en Estados Unidos buscando acercamiento con aliados para su financiamiento.

Organizaciones productoras de miel y de cacao, acompañadas por equipo operativo de CLAC, participaron en la feria BIOFACH, la feria más grande de productos orgánicos en el mundo, realizada Nuremberg, Alemania, en el mes de febrero.

La red café llevó a cabo los concursos de calidad de café Taza Dorada con organizaciones en México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Colombia y Brasil. Taza Dorada es un evento de competitividad en América Latina, desarrollado por cada una de las Coordinadoras Nacionales de Comercio Justo de cada país productor de café, en el que participan productores(as) individuales o grupos de productores(as) asociados a las organizaciones de Comercio Justo.

En Brasil se llevó a cabo el concurso Taza Dorada por sexta ocasión con la participación de 15 cooperativas que enviaron 39 muestras (de robusta y arábica). El concurso fue coordinado por CLAC, BRFAIR y Cecília Sanada (Arabica Q-Grader del Coffee Quality Institute de Estados Unidos), y contó con el apoyo de la Asociación Brasileña de Cafés Especiales (BSCA), el Centro de Comercio Internacional - Alianza para la Acción (ITC- Alliance for Action, en inglés) y la Cooperativa de Cafeteros de la Zona Varginha - Minasul. El concurso siguió los protocolos de bioseguridad en el envío de muestras y en el proceso de selección de los cafés.

Debido a la pandemia se cancelaron los principales eventos de promoción del café a nivel internacional, entre ellos SCA (Estados Unidos), WOC (Polonia), SCAJ (Japón). Solamente se dispuso la realización del evento Café Show Corea 2020 en modalidad virtual para productores(as). Desde CLAC se coordinó la participación de los productores(as) ganadores(as) de las tazas doradas de México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Colombia y Brasil, así como de las organizaciones que asistieron a la edición anterior de Café Show Corea 2019.

Fairtrade Korea invitó a los(as) productores(as) de café Fairtrade a participar en el programa de formación remota, compartiendo la información sobre las cooperativas (perfiles comerciales) y su café Fairtrade, además de compartir las muestras de café y medios de contacto. Las reuniones en línea se programaron previamente y se llevaron a cabo en forma de videoconferencias del 4 al 7 de noviembre



a través de Zoom, utilizando servicios de traducción simultánea. Los compradores tuvieron la opción de asistir a las reuniones desde el stand en la feria o desde cualquier otro lugar de su preferencia.

Durante 2020, algunas Organizaciones Nacionales Fairtrade (NFO, por su sigla en inglés) pudieron realizar visitas a las organizaciones productoras en América Latina y el Caribe. Fairtrade Canadá visitó a las organizaciones UCOAAC, Comon Yaj Noptic, Finca Triunfo Verde en el estado de Chiapas (México) para conocer sus actividades en la producción de café y las inversiones realizadas con la prima Fairtrade en el mejoramiento de la calidad de café, cuidado del medio ambiente y desarrollo social. También se realizó un encuentro entre tostadores, comercializadoras, Fairtrade Canadá y Max Havelaar Francia para la promoción de cafés diferenciados (café Metik). Max Havelaar Francia también visitó a la organización CESMACH en Chiapas (México) con la finalidad de conocer la producción bajo el sistema agroforestal, sus ventajas en cuanto a la biodiversidad animal y vegetal, así como el secuestro del carbono en estos sistemas de producción.

En Ecuador, Fairtrade Noruega visitó a 5 organizaciones (4 de banano: San Miguel de Brasil, ASOMUNUE, Asociación Las Guayas, ASOGUABO y 1 de cacao: UNOCACE) para conocer su trayectoria dentro del Comercio Justo, tanto los logros como retos, su estructura y composición, y mostraron los productos que tienen disponibles al mercado.

Max Havelaar Suiza visitó en la Región Andina a organizaciones productoras de banano, jengibre, espárrago, quinoa y aguacate. Los visitantes pudieron conocer el funcionamiento de las organizaciones a través de sus técnicos y directivos. Además, se tuvo un acercamiento entre consumidores(as) finales y productores(as), ya que dos jóvenes ganadores en el certamen de consumidores(as) de productos Fairtrade en Suiza formaron parte de la visita.

En la región andina se realizaron gestiones con la empresa ECOCAFE, parte del grupo CARASSO (CAFIPRO S.A.) para la compra de 200 kilogramos de cáscara de café, producido por la Asociación de Productores de Café (APROCAFE) de Bolivia. Como resultado, la asociación APROCAFÉ firmó un contrato para provisión de cascara de café ecológico por cinco años con la empresa ECOCAFE de Suiza.

En Honduras, Max Havelaar Suiza y representantes del supermercado Migros visitaron organizaciones de café en donde conocieron el proyecto “La Laguna” y se reunieron con los miembros de COMDELICA.

En la región Caribe se realizó un proyecto piloto de contratos para caña de azúcar, realizado por Tate Y Lyle y ASR/BSI, cuyo lanzamiento fue en diciembre de 2020, lo que permitirá en el 2021 iniciar la zafra con el nuevo contrato de cortadores. Hubo una participación en el desarrollo del contrato por parte de 4 organizaciones en Belice, Tate & Lyle, el Ingenio, Fairtrade Internacional, el Seguro Social y el Ministerio de Trabajo de Belice, y CLAC.



## MERCADOS EN EL SUR

Como parte de la estrategia para abrir nuevos mercados para los productos de Comercio Justo, CLAC está promoviendo la apertura de mercados en los países del sur, en la región de América Latina y el Caribe, para que las organizaciones que tienen productos semielaborados y terminados puedan diversificar sus ventas en los mercados locales.

En 2020, el equipo de CLAC y la coordinadora brasileña de Comercio Justo (BRFAIR) comenzaron el diseño del proyecto piloto de apertura de mercado en Brasil, el cual contempla la realización de estudios de mercado, asesoría sobre el uso de la marca Fairtrade y campañas para posicionar los productos de Comercio Justo ante el público brasileño, así como el establecimiento de alianzas con actores locales para promover el Comercio Justo a nivel local. Se espera que con este proyecto piloto comience la venta de productos Fairtrade en Brasil y que este modelo pueda ser replicado en otros países de la región en el futuro.

La campaña #Localízanos que se realizó desde la iniciativa “Ciudades y Pueblos por el Comercio Justo - Latinoamérica y el Caribe”, ayudó a estimular el comercio local a través de ferias y la promoción de los puntos de venta a nivel local.

En Nicaragua se realizó la feria de exposición y venta de productos en la Universidad Nacional de Ingenierías.

Mientras, en la región Andina se fomentaron las ferias locales en las ciudades y universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo, principalmente en la ciudad de Riobamba (Ecuador). Por su parte, la red miel brindó apoyo a la iniciativa de las organizaciones de miel de Argentina para el impulso del mercado sur de comercio justo certificado.

Además, organizaciones productoras de cacao participaron en la feria virtual “Salón del cacao y chocolate Perú 2020”, en conjunto con la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Perú, evento en el que promocionaron productos derivados de cacao de las organizaciones y se presentó un video de mujeres productoras de cacao. En la región Cono Sur se realizó la Feria Mercado Justo en el centro comercial Altos las Condes en Chile, con la participación de organizaciones de productores(as) de pasas y nueces. Esta iniciativa nace de una alianza de CLAC, la Asociación Chilena por el Comercio Justo y CORFO que busca impulsar el producto local y contribuir al desarrollo sostenible del emprendimiento chileno, basándose en los estándares del Comercio Justo y una mirada trisectorial, incluyendo la comercial de Cencosud.



En Chile se desarrolló el catálogo de Comercio Justo con enfoque de género, que promueve productos de Comercio Justo de organizaciones lideradas por mujeres. El catálogo se desarrolló en colaboración con otros sistemas de certificación de Comercio Justo y con la coordinación del gobierno de Chile (CORFO).



“

*Los productores entregaron las muestras muy bien preparadas. Parece que los cafés salieron incluso mejores de lo que probamos en la fase de selección, y estoy muy contenta con el resultado. Pero lo que me sorprendió este año fue precisamente la calidad global del café, y la dulzura que apareció muy claramente – melaza, caña de azúcar – que es una característica que ya esperábamos de Brasil, pero que este año sorprendió por el clima; así como el café Fairtrade, que también produjo mucho buen café, no solo individualmente, sino también en grupos.*

**Cecília Sanada -  
jueza internacional y líderesa del  
concurso Taza Dorada en Brasil**

”



# OBJETIVO 5

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



*La incidencia es fundamental para promover el Comercio Justo y se realiza en diferentes espacios, de forma regional e internacional y con diferentes audiencias.*

Como parte de los esfuerzos de incidencia para que la voz de los pequeños(as) productores(as) sea escuchada, se desarrolló una capacitación en vocerías con 20 participantes de las escuelas de liderazgo en cambio climático del proyecto Intercambio, con la participación de cinco coordinadoras nacionales. La capacitación trató sobre temas de vocerías, el arte de representar a una organización frente a los diferentes grupos de interés para visibilizar y posicionar a las coordinadoras sobre Comercio Justo y Cambio Climático ante los medios de comunicación y la opinión pública, para lograr reconocimiento y liderazgo en estas temáticas.

A través de esfuerzos de incidencia, las organizaciones influyeron en 12 políticas públicas en 2020. Un ejemplo son las normativas sobre impuestos en Guatemala para apicultores(as) y en República Dominicana, las organizaciones de la Coordinadora Nacional Fairtrade han propuesto un plan de trabajo a la mesa de migración, que ha aprobado el trabajo conjunto para influenciar a los gobiernos dominicano y haitiano de forma positiva para la regulación de los trabajadores haitianos en República Dominicana.

Además, la Coordinadora Paraguaya desarrolló el primer Foro de Políticas Públicas con instituciones del gobierno nacional, en la que lograron una mayor visibilidad de la Coordinadora, que también se destacó en medios de prensa, y un acuerdo para aumentar la participación de los(as) pequeños(as) productores(as) en los servicios del Plan Nacional de Caña.

Por su parte, las Coordinadoras de Ecuador, Perú y Colombia han establecido un canal de colaboración con las Delegaciones de la Unión Europea para la aplicación de la cláusula de sostenibilidad del acuerdo comercial de la Unión Europea con la región andina.

La Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Perú también participó en reuniones sobre la ley de cooperativas e informó a las organizaciones de la membresía de CLAC sobre los cambios en la normativa.

Cabe destacar además que el presidente del Consejo Directivo de CLAC, Miguel Ángel Munguía, junto a una delegación de representantes del sistema Fairtrade, sostuvo una reunión con el Papa Francisco en el Vaticano, durante la cual le presentaron el

trabajo que Fairtrade está haciendo alrededor del mundo para promover condiciones de comercio más justas para más de 5 millones de productores(as), trabajadores(as) agrícolas, sus familias y comunidades. La delegación presentó la estrategia global de Fairtrade para los próximos cinco años para mostrar al Papa Francisco lo que el Comercio Justo puede hacer para lograr la justicia social y climática para las poblaciones más vulnerables del mundo.

## CONSULTAS SOBRE ESTÁNDARES

En 2020 se realizaron diferentes consultas sobre los estándares Fairtrade, a pesar de que la pandemia retrasó algunos de los procesos, debido al cambio de procesos de consulta que pasaron de modalidad presencial a virtual.

La Comisión de Estándares de CLAC (CECLAC) realizó 24 reuniones durante el año para dar seguimiento a los proyectos, algunas junto a las Coordinadoras Nacionales y Redes de productos. Se nombró un nuevo Coordinador y se eligió a la representante en el Comité de Estándares de Fairtrade International.

En el año se finalizaron las consultas de 5 proyectos, se iniciaron otras 7, que continuarán en 2021, se pospusieron 2 consultas y se cancelaron otras 2.

En 2020 se realizaron diferentes consultas sobre los estándares Fairtrade, a pesar de que la pandemia retrasó algunos de los procesos, debido al cambio de procesos de consulta que pasaron de modalidad presencial a virtual.

La Comisión de Estándares de CLAC (CECLAC) realizó 24 reuniones durante el año para dar seguimiento a los proyectos, algunas junto a las Coordinadoras Nacionales y Redes de productos. Se nombró un nuevo Coordinador y se eligió a la representante en el Comité de Estándares de Fairtrade International.

En el año se finalizaron las consultas de 5 proyectos, se iniciaron otras 7, que continuarán en 2021, se pospusieron 2 consultas y se cancelaron otras 2.

Las cinco consultas que se finalizaron en 2020 son las relacionadas a los indicadores de pequeños(as) productores(as) de productos específicos (Estándar OPP), la revisión del salario digno, el monitoreo a la Lista de Materiales Peligrosos, el monitoreo al estándar comercial (nuevos requisitos) y la revisión de precios de limón.

Las consultas que se iniciaron en 2020 fueron: la revisión del estándar de cacao, la revisión estándar de oro y otros metales, la revisión del estándar de café, la revisión de los precios de banano, el análisis del diferencial FOB/EXW, las propuestas de nuevos mecanismos económicos y la ruta crítica para migrantes en organizaciones de banano de República Dominicana.

Sobre el estándar de cacao, se realizó la primera fase de investigación para la consulta, la cual implicó organizar, entrenar y facilitar el llenado de un cuestionario con algunas organizaciones. CLAC colaboró en la construcción del Global Cocoa Business Plan, del sistema Fairtrade, compartiendo las necesidades de las organizaciones de América Latina y el Caribe.

Las consultas para la revisión de precios para cacao y las deducciones al precio FOB café fueron pospuestas, y la revisión del estándar de frutas frescas y del prototipo de herramienta online para recolección de costos fueron canceladas.





“

*He logrado perder el miedo de expresarme como mujer a través de estos espacios. Yo me siento muy orgullosa de representar a la red de jóvenes de pequeños(as) productores(as) en Bolivia*

**Irene Huarachi Arcayne,**  
productora de la Asociación Nacional de Productores de Quinua (ANAPQUI) y representante de la juventud en la Red Quinua en Bolivia.

”

Irene participó en los talleres de vocerías y en la campaña “Pequeños productores y productoras de Comercio Justo ante el cambio climático” a través del proyecto Intercambio.



# OBJETIVO 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 Comercio Justo es una importante herramienta para lograr el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS). CLAC realiza un arduo trabajo para aunar a estas metas desde el trabajo en sus ejes transversales.*



### EQUIDAD DE GÉNERO

CLAC busca un mayor empoderamiento de las mujeres, fomentando su participación en sus organizaciones y en las estructuras de CLAC. A través de una muestra de 172 organizaciones, se sabe que el 85% de éstas cuentan con al menos una mujer en la Junta Directiva, y que 2 de cada 10 organizaciones tienen una política de género vigente. Por cada 10 organizaciones, 2 tienen proyectos generadores de ingresos para mujeres, ya sea comercialización del producto certificado, o productos con valor agregado cuyas ventas representan ingresos para mujeres.

A nivel de las estructuras de CLAC, el 76% tiene al menos una mujer en puestos de toma de decisiones; mientras que, de un total de 85 personas en puestos de tomas de decisión de las estructuras, 32 son mujeres.

En 2020, se promovió la institucionalización de la política de género en CLAC, a través de acciones estratégicas a nivel interno y hacia las organizaciones que forman parte de la membresía.

A nivel operativo se avanzó en la transversalización de género en los ámbitos de trabajo, desde una comunicación inclusiva, visibilizando las buenas prácticas de inclusión y también en la gestión e implementación de propuestas enfocadas al empoderamiento de las mujeres a través de Programas y Proyectos.

Se avanzó en implementar la estrategia de transversalización de género a partir de talleres y asesorías para la aplicación de la caja de herramientas,

la implementación de escuelas de liderazgo y empoderamiento de las mujeres utilizando el manual metodológico de escuela de liderazgo, aportando a los procesos desarrollados en 17 países, donde participaron de manera directa 7,455 personas, 34% mujeres. En este esfuerzo se contó con el compromiso de las Coordinadoras Nacionales, así como de las organizaciones de productores(as) y trabajadores(as), en donde participaron representantes de café, cacao, azúcar, quinua, banano, entre otros productos. Así mismo, se realizaron 45 talleres de capacitación, asistencia técnica, en formato virtual ambos, en el tema de género con 70 organizaciones en donde participaron 289 personas, de las cuales el 62% fueron mujeres y 38% hombres.

A través del programa de cooperación para el desarrollo y del proyecto Miel para el Futuro se desarrolló la estrategia de empoderamiento de género en la apicultura, a través de la cual grupos de mujeres reciben equipo, y posteriormente comparten una colmena y pasan sus conocimientos a otro grupo de mujeres. Este esfuerzo inició con 21 mujeres, que hicieron el pase a otro grupo de su organización en 6 organizaciones (ACODIHUE, Copichajulense y Guayab, Copiasuro, CIPAC y FECCEG) en Guatemala beneficiando a 42 mujeres a través de la entrega de 84 colmenas, equipo básico y cera para incentivar su participación en la producción apícola, y diversificar sus ingresos.

El programa de cooperación para el desarrollo, financiado por el gobierno y la Organización Nacional Fairtrade (NFO) de Finlandia también permitió el establecimiento de huertos familiares con 114 productoras en Haití y Honduras, quienes recibieron insumos, semillas y acompañamiento técnico para el establecimiento de huertos familiares que apoyan la diversificación de la producción y alimentación.

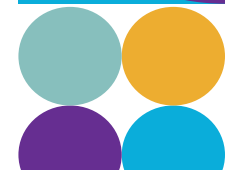
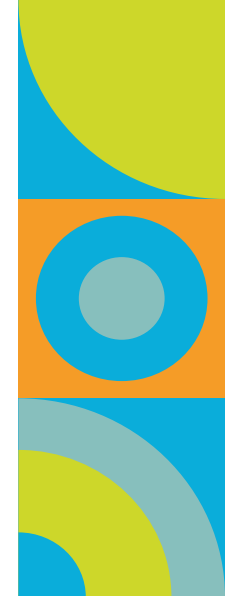
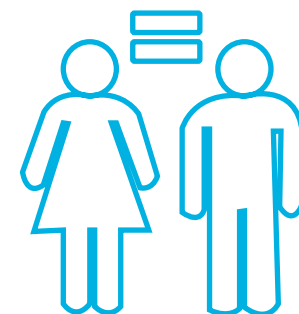
A través del proyecto Fuerzas Unidas de Tchibo se elaboraron de manera participativa con las bases los borradores de tres políticas de inclusión de jóvenes y equidad de género para organizaciones en Honduras.

Además, en la región de Centroamérica y México se realizaron 3 sesiones de trabajo para sensibilizar y entrenar en elaboración de política de género a 15 organizaciones en Guatemala. Se realizó el webinar “¿Cómo elaborar una política de género?” con participantes de tres organizaciones en Honduras. Y también se brindó asistencia sobre este tema a 11 organizaciones en Costa Rica y Panamá.

En la región Caribe se realizó un taller de tres días sobre actualización y construcción de política de género para tres organizaciones de pequeños(as) productores(as) de Belice. El taller fortaleció sus capacidades y permitió identificar áreas que deben de considerar en la política.

En Ecuador se socializó la caja de herramientas para la transversalización de género con representantes de la organización San Miguel de Brasil, la cual cuenta con un grupo de mujeres que se dedica a fabricar subproductos de banano y tienen un fondo asignado de la prima Fairtrade y un plan de formación en pastelería y repostería. Mientras que, en Perú, la Coordinadora Nacional realizó un estudio de participación de las mujeres en las organizaciones en puestos de tomas de decisiones.

En Chile se realizó un taller presencial sobre Género, desafíos y participación de mujeres en organizaciones de Comercio Justo y un webinar con la participación de ONU Mujeres Brasil y otro con los directores y directoras de las organizaciones. Estas reuniones fueron muy importantes ya que se plantearon los desafíos que enfrentan las mujeres en sus organizaciones y las necesidades que tienen para mejorar sus ingresos económicos y promover la equidad. Estas actividades contaron con la participación de 17 organizaciones. El empoderamiento de las mujeres y su autonomía financiera, ya sea en el campo o en la ciudad, son temas que han ido tomando protagonismo, ya que las mujeres están buscando la autonomía en todos los contextos y esto genera mayores oportunidades, cambios en sus conceptos, valores sociales y la búsqueda de equidad.





# INCLUSIÓN DE PERSONAS JÓVENES

Promover un mayor involucramiento de la juventud en la agricultura familiar es fundamental para que ésta pueda ser sostenible. Actualmente, uno de cada 10 productores(as) es una persona joven menor a 35 años, así como uno de cada 10 puestos de toma de decisión es ocupado por personas jóvenes en las organizaciones, de acuerdo con datos recopilados por CLAC. En 15 de 172 organizaciones monitoreadas se observó que se tienen proyectos generadores de ingresos exclusivos para personas jóvenes, principalmente en actividades de agregación de valor al producto certificado de la organización.

CLAC ha brindado asesoría y coordinación para generar espacios de formación e intercambios de experiencias que fortalezcan los liderazgos de la juventud y el conocimiento en áreas como empresarialidad, cambio climático y Comercio Justo. Al respecto, se realizaron talleres en Colombia, Bolivia y El Salvador. También se ha trabajado metodologías sobre inclusión generacional y liderazgo empresarial.

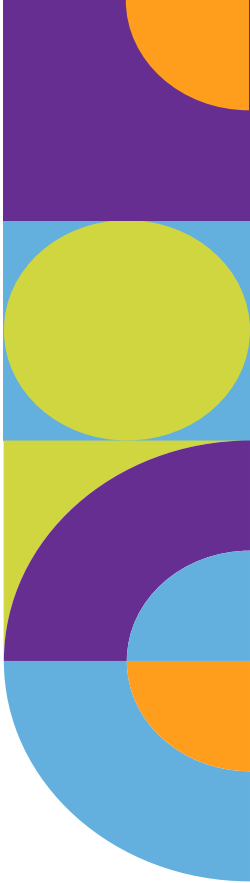
Se ha divulgado la estrategia de inclusión de jóvenes en distintos espacios, motivando a las organizaciones a que promuevan la participación de las personas jóvenes, identificando oportunidades en la agricultura familiar. Se realizó un encuentro virtual a nivel regional denominado “Jóvenes, el presente y futuro del comercio justo en Latinoamérica y el Caribe”, en donde participaron representantes de 19 países de la región, espacio en el que además se presentó el fondo revolvente de crédito disponible para grupos de personas jóvenes.

Asimismo, en El Salvador se diseñó e implementó el manual de empresarialidad para jóvenes, en el marco de procesos estratégicos conjuntos de jóvenes con la organización belga TRIAS.

Se realizaron dos escuelas de liderazgo e incidencia en cambio climático en Nicaragua y Ecuador, con la participación de 55 jóvenes productores(as), que ahora replican sus conocimientos a los miembros de sus organizaciones, así como una escuela de liderazgo en la región de Centroamérica y México. Además, se elaboraron 3 políticas de inclusión de jóvenes y equidad de género y se mantuvo la asistencia a las 40 familias productoras a través de jóvenes que asistieron a sus vecinos a través de llamadas telefónicas y visitas presenciales cuando fueron posibles.

En El Salvador se implementó la escuela virtual para jóvenes de El Sunza y Ataisi en cambio climático, principios de comercio justo, y creación de negocios a través del proyecto Bengo, la cual logró fortalecer las capacidades de 50 personas jóvenes en estas áreas. También se les entregaron tabletas a jóvenes del proyecto Juventud Agroempresadora, las cuales se rotan entre los participantes para asistir a las clases virtuales que da el proyecto. Además, este equipo será usado en cada negocio que se está implementando para llevar un registro de sus clientes, gastos e ingresos.

En Ecuador se realizaron talleres sobre atención al cliente y marketing digital dirigido a personas jóvenes. Los participantes crearon cuentas en redes sociales a través de las cuales promocionan sus productos.



Estas son actividades propuestas por el comité de género y generacional de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, en las que se contó con el apoyo de TRIAS para el pago del facilitador de los talleres.

En Paraguay, se realizó un taller de emprendedurismo con jóvenes de Comercio Justo, en el que participaron 25 jóvenes productores(as) o hijos(as) de productores(as) miembros de la Coordinadora Paraguaya de Comercio Justo, que se capacitaron en temas relacionados a emprendedurismo digital como herramienta para visibilizar a sus organizaciones y habilitar el marketing digital.



**El aula virtual de la plataforma CLAASE fue el espacio de capacitación en temas diversos en donde participaron personas de toda Latinoamérica y el Caribe. El Curso Virtual de Liderazgo para Jóvenes en el marco del proyecto de la Unión Europea culminó con éxito para la región de Centroamérica y México e inició en la región Caribe al finalizar el año. Este curso fue el primer curso virtual facilitado, en el que en cada módulo los participantes fueron acompañados por otro facilitador para trabajar en los ejes temáticos. El curso tiene una duración de 7 meses repartidos en 6 módulos.**



# PROTECCIÓN INFANTIL Y DE PERSONAS VULNERABLES

CLAC desarrolló un maletín educativo sobre derechos de la niñez, protección y trabajo infantil recopilando material de apoyo para facilitadores(as) de talleres, herramientas didácticas, de sensibilización y comunicacionales que sirven para capacitar sobre la temática. Este maletín está dirigido a personal de CLAC y de las organizaciones y próximamente estará disponible en la plataforma CLAASE.

Además, se realizaron capacitaciones y sesiones de intercambio presenciales y virtuales dirigidas a organizaciones y Coordinadoras Nacionales en Bolivia, Colombia, República Dominicana, Belice, México, Guatemala, Honduras. También se dieron capacitaciones en el marco del Diplomado de Líderes en la región de Centroamérica y México. Además, se realizaron capacitaciones y sesiones de intercambio con la Comisión de Cumplimiento Social del Consejo Directivo, representantes de redes de producto (café, banano, azúcar, cacao, miel) y con actores del sistema (CAN, NFOs, Fairtrade Internacional, FLOCERT), en los que se elaboraron propuestas de acción y se establecieron estrategias de abordaje de estas temáticas.

Se brindó asesoría en el marco de proyectos o acciones piloto dirigidos a implementar las estrategias de las Coordinadoras Nacionales, de CLAC y del sistema Fairtrade en el ámbito de la protección infantil y el trabajo infantil en Costa Rica, Honduras, México, Brasil.

Se realizaron visitas presenciales y seguimiento virtual en países y organizaciones donde se identificaron riesgos o casos relacionados con la protección infantil y de personas adultas vulnerables, así como seguimiento a los compromisos y responsabilidades definidas en la política de protección de CLAC.

A través del programa de cooperación al desarrollo se diseñó e inició la implementación de un piloto de protección infantil en 4 organizaciones de café en Honduras, con el objetivo de incrementar el conocimiento y sus capacidades en torno al tema de trabajo infantil. A través del proyecto Fuerzas Unidas de Tchibo se han elaborado tres políticas de protección infantil. En Guatemala, se inició la elaboración de la política en protección infantil de la coordinadora nacional y se hizo un análisis de la tabla de trabajo peligroso. En Perú, se realizó un taller sobre debida diligencia en derechos humanos para las Organizaciones de Minería Artesanal de Pequeña Escala.



# BUENAS PRÁCTICAS LABORALES

La red de trabajadores(as) de CLAC se fortaleció a través de diferentes actividades. Una de ellas fue la escuela virtual de liderazgo, que permitió capacitar a 43 trabajadores(as) de seis países.

Durante la pandemia, la capacidad de negociación de la red y de los comités de trabajadores(as) con los representantes de las plantaciones certificadas estuvo a prueba. El liderazgo de la red y de los comités, con el acompañamiento de CLAC, permitieron negociar medidas de protección y bioseguridad para trabajadores(as), apoyos en caso de enfermedad o cuarentena, nuevos horarios laborales, entre otras medidas de adaptación a la pandemia.

Cuando grupos de trabajadores(as) se contagiaron de COVID-19, las organizaciones certificadas Fairtrade continuaron pagando su salario, al tiempo que contrataron de forma temporal otros trabajadores, lo que significó un incremento en los costos de producción, pero también un alivio para los(as) trabajadores(as). Los comités de prima también tuvieron un rol relevante para apoyar a los(as) trabajadores(as) y sus familias con víveres, insumos de bioseguridad, medicamentos u otros apoyos durante la pandemia. Además, muchos comités decidieron brindar apoyo a grupos vulnerables o entidades de salud en sus localidades.

En 2020, también se apoyaron las actividades de incidencia de la Mesa migratoria en República Dominicana y el seguimiento a los acuerdos de la Reunión entre los sindicatos en América Latina y el Caribe.

A través del programa Intercitrus en Brasil se desarrollaron capacitaciones sobre materiales de seguridad y salud ocupacional listos. Mientras, en Perú la coordinadora nacional lideró la mesa de diálogo entre organizaciones y sindicatos de bananos, con la participación de ocho organizaciones.



# RESILIENCIA AL CAMBIO CLIMÁTICO

En 2020, CLAC apoyó la elaboración de 27 Planes de Adaptación al Cambio Climático en Bolivia, Guatemala y Haití, la elaboración de cinco estudios para la adecuada planificación ante el cambio climático; y dos estrategias de resiliencia. Además, se sistematizaron 9 buenas prácticas agrícolas y ambientales en América Latina y el Caribe, se creó el Fondo de Eventualidades Climáticas y Eventos Catastróficos; se elaboraron infografías y se realizaron capacitaciones sobre el tema.

En este tema destacan las escuelas de liderazgo e incidencia en cambio climático que se completaron en Nicaragua y Ecuador a través del proyecto Intercambio. La escuela en Nicaragua se ejecutó en colaboración con la Coordinadora Nacional y fue facilitada por la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), con la participación de 18 pequeños(as) productores(as) de 9 organizaciones. Se impartieron 5 módulos: liderazgo para el servicio, incidencia, impactos, adaptación, y mitigación al cambio climático, agroecología como medida de adaptación, y planificación de finca, a través de los cuales los estudiantes alcanzaron un 44% de incremento de conocimiento sobre liderazgo y 11% en temas de cambio climático. Los estudiantes iniciaron un proceso de réplica en sus organizaciones para continuar el proceso de extensión del conocimiento y capacidades a sus pares.

Por su parte, en Ecuador la formación se realizó a través de una plataforma virtual y el contenido incluyó 6 módulos: liderazgo, empoderamiento, inclusión y equidad de género, comercio justo, incidencia, impactos, adaptación, y mitigación al cambio climático, formación de formadores.

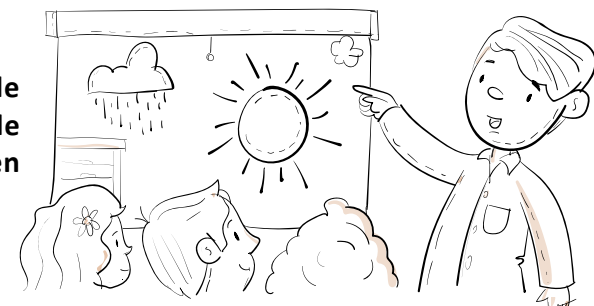
Los estudiantes demostraron un 70% de incremento de conocimiento sobre liderazgo y 21% en temas de cambio climático.

A través del programa de cooperación para el desarrollo también se diseñaron, imprimieron y difundieron materiales educativos en base a escenarios climáticos y planes de adaptación al cambio climático realizados, entre ellos tres productos comunicacionales (cuaderno de campo, afiche, calendario apícola), entregados a 7 organizaciones en Guatemala. También se elaboraron 7 cuñas radiales en español y en dialectos indígenas para la promoción de prácticas de adaptación al cambio climático en la apicultura, las cuales se difundieron en medios masivos, logrando alcanzar el público general y visibilizar las acciones de los apicultores frente al cambio climático.

En la región Caribe se realizó un taller sobre cambio climático con énfasis en caña de azúcar en Belice, que contó con la participación de 23 personas de las 3 organizaciones certificadas y una en proceso de certificación.

Mientras en la región Andina se realizó una formación en Sistemas Internos de Gestión (SIG) en Sostenibilidad Ambiental, con enfoque a los Sistemas de Tratamiento de Aguas Mielés en Café con dos organizaciones de la zona del Tolima, actividad que contó con material de propio y de experiencia en el país.

Finalmente, en noviembre se realizó el **“Taller de Aprendizaje en Cambio Climático: Experiencias desde la práctica de las Organizaciones de Comercio Justo en**





**América Latina y el Caribe**”, con el objetivo de incentivar el intercambio y aprendizaje sobre prácticas de adaptación y mitigación al cambio climático desde la experiencia de las organizaciones de pequeños(as) productores(as). Durante la actividad se discutieron experiencias de organizaciones de Chile, Guatemala, Belice, Colombia, Costa Rica, Perú, Brasil, Argentina, Paraguay y Bolivia, relacionadas con diferentes procesos de adaptación y mitigación al Cambio Climático. El taller contó con la participación de representantes del Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT), CGIAR, y CEPAL.



Como parte de la gestión de esta actividad se inició un proceso de identificación y sistematización de experiencias aplicado a la gestión de conocimientos en materia de Buenas Prácticas para la Adaptación y Mitigación al Cambio Climático desde las organizaciones de Comercio Justo. Esta acción ha permitido a CLAC incluir la valoración y aprendizaje, para generar así un alineamiento estratégico de sus instrumentos de apoyo y promover el posicionamiento tanto de las necesidades, como de los conocimientos existentes desde la práctica de las organizaciones de Comercio Justo. Esta línea de sistematización se prevé sea una oportunidad para seguir alimentando la propia gestión de la Estrategia de Cambio Climático hacia la consolidación de comunidades de conocimiento en esta materia junto a las propias organizaciones.



# SOBERANÍA ALIMENTARIA

Contribuir a la Soberanía Alimentaria, promoviendo la diversificación y la producción sostenible de alimentos sanos también es un eje transversal para CLAC.

En 2020 se desarrolló una campaña de comunicaciones sobre soberanía alimentaria en tiempos de pandemia, así como material de capacitación y se elaboró un posicionamiento institucional. En total se realizaron 45 acciones y productos de aprendizaje sobre buenas experiencias en Soberanía Alimentaria, entre las cuales se incluyen la diversificación productiva, el mantenimiento de huertos familiares y capacitación a la cooperativa Bosques del Inca por el proyecto financiado por SODEXO, así como proyectos piloto en República Dominicana y Argentina.

Se inició la construcción de la Estrategia de Soberanía Alimentaria de la CLAC, la cual proveerá una visión de largo plazo para la orientación de las acciones de apoyo y fomento a las organizaciones en esta temática. Para ello se construyó un marco de análisis para valorar el contexto actual de la Soberanía Alimentaria en la región, se implementó un sondeo con organizaciones de Comercio Justo y se ha marcado una ruta de construcción que permitirá contar con esta estrategia para el 2021.

Algunos resultados del sondeo realizado permitieron identificar los principales retos e intereses de las organizaciones en esta materia, así como conocer el perfil de sus iniciativas relacionadas.

Las organizaciones consultadas afirmaron que para ellas el manejo de precios, el acceso a créditos, el resguardo de la biodiversidad y el rescate y valoración del conocimiento y las culturas locales son temas prioritarios.

La consulta también permitió conocer en qué áreas las organizaciones están desarrollando mayor experiencia, por lo que se identificaron el resguardo de la biodiversidad, el consumo de alimentos sanos y la producción de alimentos como las áreas de mayor alcance desde la acción de las mismas organizaciones. En la región Andina también se registró una interesante práctica de trueque entre dos organizaciones que intercambiaron productos de la sierra y la costa en Ecuador, con la característica de ser productos sanos, naturales, a precio de costo y de haber contado con el apoyo de las autoridades locales para realizar el trueque.

En Colombia se realizó el webinar “Soberanía Alimentaria y Comercio Justo”, para conocer la experiencia de una organización empoderada, con raíces indígenas, que tiene mayor conciencia en la Soberanía alimentaria, que cuenta con mucho conocimiento sobre la conservación de semillas.

Por otra parte, las cooperativas que forman parte de la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de El Salvador (CESPPO) desarrollaron y fomentaron huertos caseros, para lo cual se entregaron plantas de hortalizas e insumos para la producción de vegetales a mujeres socias de las cooperativas y fomentaron la producción de tilapia en estanque para mejorar las condiciones nutricionales de las familias.



## SOBERANÍA ALIMENTARIA

“

*“Nosotros entendemos soberanía alimentaria como reserva de alimentos, revalorización de las tierras y también la diversificación de cultivos”*

”

**Flor Gómez Acevedo,  
productora de la Cooperativa  
Agraria Cafetalera Pangoa  
en Perú.**



# EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA



INGRESOS	MONTO	PORCENTAJE
- Fondos FI	\$6,309,129.61	55.3%
- GIZ No. 8126099 "COVID-19 Fair Trade Emergency Initiative"	\$2,105,182.20	18.5%
- Fondo Alivio Covid-19/Fairtrade International	\$898,924.74	7.9%
- Fondo Alivio Covid-19/SECO	\$330,044.31	2.9%
- Programa Fairtrade Finlandia	\$646,038.45	5.7%
- Fondo Recuperación FLOCERT	\$159,600.00	1.4%
- Fondo Recuperación RSF Equal Exchange	\$80,985.00	0.7%
- Proyecto Fairtrade International-Unión Europea	\$196,865.20	1.7%
- Proyecto Trias VZW	\$120,597.09	1.1%
- Proyecto Ingreso Digno / Fondos Fairtrade International	\$77,700.00	0.7%
- Proyecto Oro Perú/ Fondos Max Haavelar Suiza	\$75,000.00	0.7%
- Fondos varios	\$4,399.75	0.0%
- Fondos varios	\$21,705.34	0.2%
- Ingreso de nuevo Fondo Mejora Productividad Banano según factura # 197	\$32,136.00	0.3%
- Proyecto Mejorar las perspectivas economicas de los/las jóvenes de las zonas rurales de El Salvador / Fondos BMZ y Fairtrade Alemania	\$50,697.61	0.4%
- Proyecto Ingreso Digno-Giz /CLAC/ Fairtrade	\$50,563.04	0.4%
- Implementación de Buenas Practicas Laborales en Fairtrade OPP de Naranja / Fondos Max Havelaar Foundation (Switzerland)	\$37,500.00	0.3%
- Proyecto Café Incahuasi en Perú / Fondos Rewe - Transfair	\$32,346.00	0.3%
- Proyecto Café Incahuasi en Perú / Fondos Rewe - Transfair	\$32,136.00	0.3%
- Fondo Mejor Productividad Banano/Fairtrade International	\$30,951.89	0.3%
- Proyecto Tchibo Honduras/Tchibo GMBH y Fairtrade Alemania	\$26,555.74	0.2%
- Fondo Cambio Climatico CLAC/Fairtrade Belgica	\$18,000.00	0.2%
- GIZ Marco fondo de la iniciativa de emergencia de Comercio Justo COVID 19 Fairtrade Alemania	\$17,678.99	0.2%
- Intereses devengados		
- Fondo Analisis de Oportunidades de Mercado para el Café Etiope/Centro Comercio Internacional	\$17,085.00	0.1%
- Proyecto Cacao Haiti-República Dominicana	\$14,068.06	0.1%
- Fondos Apoyo Huracanes / Eventualidades Catastroficas	\$12,005.12	0.1%
- Fondos Apoyo Huracanes / Eventualidades Catastroficas	\$662.64	0.0%
- Proyecto Iniciativa para el desarrollo-PDI/ Fondos Ben & Jerry's	\$9,931.40	0.1%
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$11,408,489.18</b>	<b>100%</b>

# EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

EGRESOS	MONTO	PORCENTAJE
- Personal de campo, gastos de viaje y actividades de campo (talleres, entrenamientos, intercambios de experiencias, participación en ferias, acompañamiento técnico, etc)	\$3,363,693.20	53.0%
- Fondos de alivio y recuperación económica	\$1,066,865.83	16.8%
- Incidencia	\$31,058.82	0.5%
- Actividades MEL	\$182,954.94	2.9%
- Comunicaciones y promoción del Comercio Justo	\$120,530.66	1.9%
- Gobernanza (participación en consultas de estándares, reuniones del Consejo de Directores y otros comités, reuniones dentro del sistema FI)	\$14,143.39	0.2%
- Gastos administrativos y personal administrativo	\$663,568.11	10.5%
- Contribución a Reserva anual de CLAC	\$600,000.00	9.5%
- Fortalecimiento y operatividad de Coordinadoras Nacionales	\$299,204.78	4.7%
<b>Sub Total Ejecutado</b>	<b>\$6,342,019.73</b>	
<b>Disponible por ejecutar*</b>	<b>\$5,066,469.45</b>	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$11,408,489.18</b>	<b>100%</b>

\* Monto para dar continuidad a los diversos fondos de alivio y recuperación económica que se abrieron en el 2020, así como acciones del presupuesto principal que se retoman en el 2021 y el proyecto iniciativa de emergencia desde la BMZ/GIZ.

**Uso de protección como parte de las medidas de bioseguridad por covid-19 en la organización CAFICOSTA en Colombia**





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

[www.clac-comerciojusto.org](http://www.clac-comerciojusto.org)  
[info@clac-comerciojusto.org](mailto:info@clac-comerciojusto.org)