



MEMORIA ANUAL CLAC 2022

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



ENCUENTRO DE JÓVENES “EL PODER DE LA JUVENTUD” - REGIÓN CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE



MARIKE DE PEÑA

Presidenta
Consejo Directivo de CLAC

Editorial

CLAC inició la ejecución del Plan Estratégico 2022 – 2024, en el que nos trazamos metas ambiciosas para generar los cambios que nuestra membresía necesita, sobre todo en tiempos cada vez más difíciles en los que crear justicia social, económica y ambiental para nuestras familias y comunidades es aún más urgente.

En 2022, la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC) realizó su VIII Asamblea General por primera vez de forma virtual. En esta Asamblea se eligió al nuevo consejo, que asumió funciones en abril.

A casi dos décadas de su fundación, CLAC ha avanzado mucho, pero aún nos queda mucho por hacer para alcanzar medios de vida dignos para los más de 500 mil pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) que forman parte de las casi 1,000 organizaciones certificadas Fairtrade en Latinoamérica y el Caribe.

Nuestra coordinadora se ha logrado consolidar tanto en sus órganos de toma de decisiones como en su equipo operativo, lo que nos permite desarrollar respuestas a los múltiples desafíos que enfrentan nuestros miembros, entre ellos el cambio climático, la pandemia, la crisis del mercado, las crecientes exigencias sociales y ambientales, además del incremento de los costos de producción.

CLAC inició la ejecución del Plan Estratégico 2022 – 2024, en el que nos trazamos metas ambiciosas para generar junto a nuestra membresía los cambios que necesitamos, sobre todo en tiempos cada vez más difíciles y complejos, en los que crear una mayor justicia social, económica y ambiental para nuestras familias y comunidades se hace aún más urgente.

Cambiar el modelo comercial tradicional es necesario y urgente, no solamente en las cadenas globales, sino también en cada uno de nuestros países y a nivel regional. Por ello, el primer objetivo del plan es optimizar el acceso a mercados tanto

en el norte como en el sur global.

Al mismo tiempo, buscamos que las cerca de 1,000 organizaciones que forman parte de nuestra membresía estén cada vez más empoderadas y tengan mayores capacidades para poder hacer frente a las diversas crisis y responder a los nuevos requerimientos de los mercados.

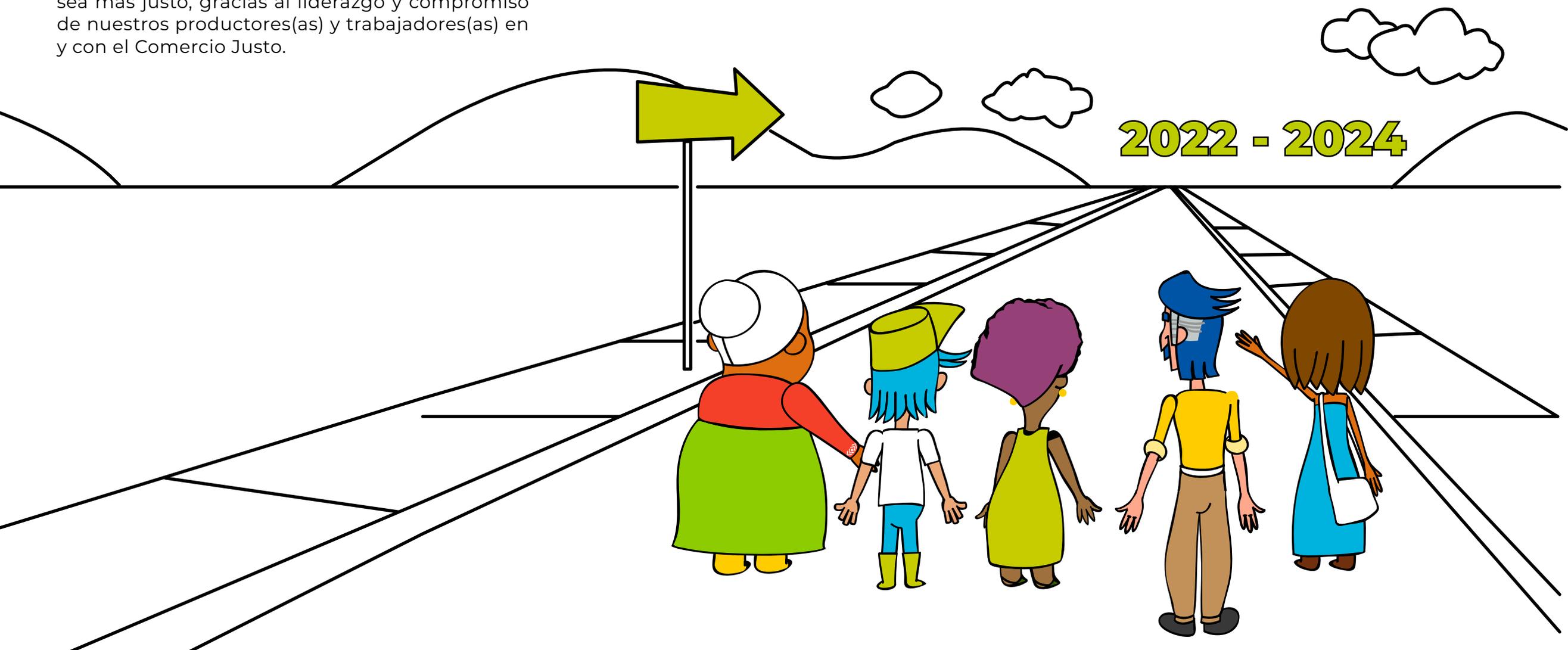
El mundo enfrenta una emergencia climática que requiere acción, inversión y colaboración, ya que sin sostenibilidad ambiental no habrá justicia social ni económica. El Comercio Justo se ha convertido en una herramienta importante para crear una mayor resiliencia para las organizaciones de pequeños(as) productores(as), pero la actual crisis requiere que como CLAC y el sistema Fairtrade fortalezcamos nuestras alianzas y búsqueda de apoyo para que esta y las futuras generaciones sigan produciendo los alimentos que nutren al mundo.

En este período de nuestro plan estratégico 2022-2024, continuamos nuestra labor de incidencia a nivel global, regional, nacional y local, ejecutando nuestra estrategia de incidencia para posicionar mejor a CLAC y promover la producción y el consumo responsables en América Latina y el Caribe.

Para lograr los resultados que queremos, también es importante seguir fortaleciendo las capacidades de nuestra membresía, estructuras y equipo operativo.

Este primer año de ejecución del plan estratégico presentó retos, pero también importantes avances para nuestra coordinadora latinoamericana, como la inauguración de un nuevo edificio, los avances en el desarrollo de nuestras estructuras políticas y de gobernanza, en nuestro sistema de gestión de calidad y sobre todo en los servicios que como CLAC brindamos a nuestra membresía.

En definitiva, estamos convencidos que unidos podemos hacer que el futuro de nuestra región sea más justo, gracias al liderazgo y compromiso de nuestros productores(as) y trabajadores(as) en y con el Comercio Justo.





XIOMARA J. PAREDES
Directora ejecutiva de CLAC

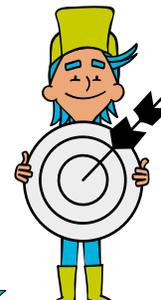
CLAC comienza un nuevo ciclo de trabajo con un propósito inspirador

A lo largo de 2021 se llevó a cabo un proceso de planificación estratégica que incluyó un diagnóstico organizacional, una encuesta virtual que exploraba el nivel de avance en siete áreas específicas de la operación de CLAC, la realización de grupos focales, entrevistas, una rigurosa revisión documental y los insumos recopilados durante la evaluación del Plan Estratégico anterior por parte de un equipo consultor.

Este proceso permitió la elaboración del nuevo Plan Estratégico de CLAC 2022-2024, el cual fue aprobado por la Asamblea General en enero de 2022 y traza la hoja de ruta de hacia dónde vamos y cómo llegaremos ahí en estos 3 años.

Como parte del proceso se construyó junto a la membresía un nuevo propósito inspirador, entendido como la base de lo que hacemos, cómo lo hacemos y por qué lo hacemos, el cual se ha definido de la siguiente forma:

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



**PROPÓSITO
INSPIRADOR**

Este nuevo plan estratégico también incluye una Mega (una meta a gran escala) que permite hacer operativa la visión e incluye indicadores que nos permiten medir qué tan lejos o cerca estamos de cumplir con la visión que nos hemos trazado como organización.

La Mega del plan estratégico es:



MEGA

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

El plan contempla 4 objetivos estratégicos y 11 objetivos tácticos que se identificaron a partir de las necesidades de la membresía. Los objetivos estratégicos son:



1 ACCESO a MERCADOS

a través del impulso del Comercio Justo en el Norte y el Sur.



2 INCREMENTAR los NIVELES de EMPODERAMIENTO y DESARROLLO de la MEMBRESÍA

mediante la implementación de una oferta integral de servicios, que responda a sus necesidades, prioridades y expectativas.



3 POSICIONAMIENTO e INCIDENCIA

de CLAC frente a los valores del comercio justo, para promover la producción y el consumo responsable en América Latina y Caribe.



4 INCREMENTAR CAPACIDADES

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

En ese sentido, en el primer año de desarrollo del Plan se registraron importantes avances en todos los objetivos y en el cumplimiento de la MEGA. En las siguientes páginas se detallarán las acciones y productos desarrollados en 2022 en cumplimiento de nuestro Plan Estratégico 2022-2024.

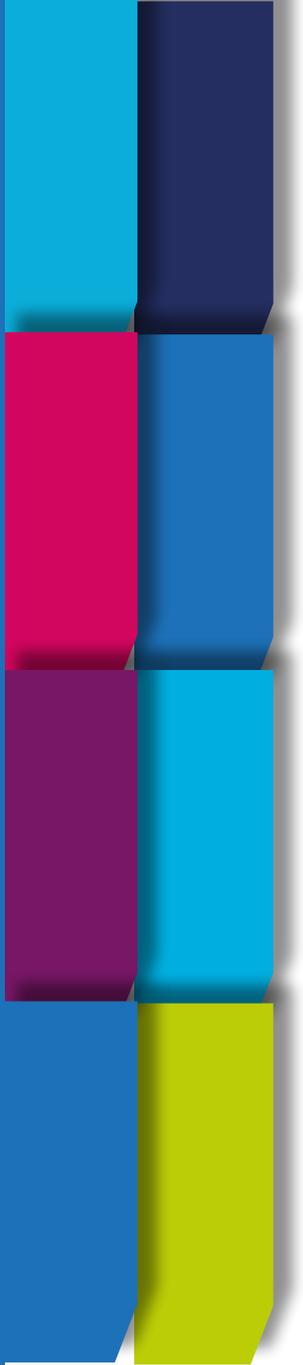


Escanea para acceder al PLAN ESTRATÉGICO COMPLETO





CONTENIDO





Oralía Montoya Carranza - Oración CIASFA, Guatemala

GOBERNANZA DE CLAC

VIII Asamblea General de CLAC

En 2022 se realizó la VIII Asamblea General de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC), la cual se realizó por primera vez de forma virtual como una medida para prevenir contagios de COVID-19. Durante la VIII Asamblea General, los(as) delegados(as) eligieron a los miembros del nuevo consejo de directores para los siguientes tres años.

Marike de Peña, gerente general de BANELINO, organización productora de banano de Comercio Justo en República Dominicana, fue electa como la presidenta del nuevo consejo de directores. Ella cuenta con una amplia experiencia, pues fungió como presidenta del consejo de CLAC de 2012 a 2018, período en el que también fue electa presidenta del consejo de Fairtrade International.



En 2022 se realizó la VIII Asamblea General de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC), la cual se realizó por primera vez de forma virtual como una medida para prevenir contagios de COVID-19. Durante la VIII Asamblea General, los(as) delegados(as) eligieron a los miembros del nuevo consejo de directores para los siguientes tres años.

Marike de Peña, gerente general de BANELINO, organización productora de banano de Comercio Justo en República Dominicana, fue electa como la presidenta del nuevo consejo de directores. Ella cuenta con una amplia experiencia, pues fungió como presidenta del consejo de CLAC de 2012 a 2018, período en el que también fue electa presidenta del consejo de Fairtrade International.

Baltazar Francisco Miguel, gerente general de ASOBAGRI, organización productora de café de Comercio Justo en Guatemala, fue electo vicepresidente del consejo, y Ángel Burgos Barreto, responsable comercial de la Cooperativa de Producción Tzeltal Tzotzil y presidente de la Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo, fue electo como secretario. ENERO 2022

La Asamblea aprobó el plan estratégico de CLAC para 2022 – 2024, los informes financieros y narrativos, y una modificación de los estatutos que permiten a CLAC tener una estructura de Gobernanza más clara, que da mayor responsabilidad a sus estructuras operativas y a la junta de vigilancia.

Como miembros de la junta de vigilancia fueron electos Miguel Munguía, de México (quien fungió como presidente de CLAC de 2019 a 2021), Andrea Serna, de Argentina y Edwin Melo, de Ecuador.

En la VIII Asamblea General de CLAC, participaron 188 delegados(as) de 21 países de la región y 40 observadores(as), la mayoría representantes de organizaciones miembros de CLAC o de Fairtrade International.



CONSEJO DIRECTIVO DE CLAC 2022-2024

Transición entre consejos

En abril de 2022, el consejo saliente y el nuevo consejo realizaron una reunión de transición en El Salvador, en la que representantes del consejo saliente compartieron sus experiencias y brindaron recomendaciones al nuevo consejo, al tiempo que reflexionaron sobre los retos y oportunidades para CLAC y el Comercio Justo a futuro.

En el marco de este encuentro, se inauguró oficialmente la nueva sede de CLAC en San Salvador, un moderno edificio que ahora forma parte del patrimonio de la Coordinadora Latinoamericana de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo de América Latina y el Caribe.

El edificio cuenta con 28 estaciones de trabajo, tres salas de reuniones, tres cabinas de llamadas, dos terrazas, cocina, lactario, y una zona de recepción con estantes en donde se exhiben los diferentes productos de las organizaciones certificadas Fairtrade y que funcionará como punto de venta en El Salvador. La nueva sede de CLAC está ubicada en Colonia Escalón, Calle Francisco Gavidia, Pasaje La Unión, Local #155, en San Salvador, El Salvador.



INAUGURACIÓN EDIFICIO DE CLAC



EDIFICIO SEDE DE CLAC EN EL SALVADOR

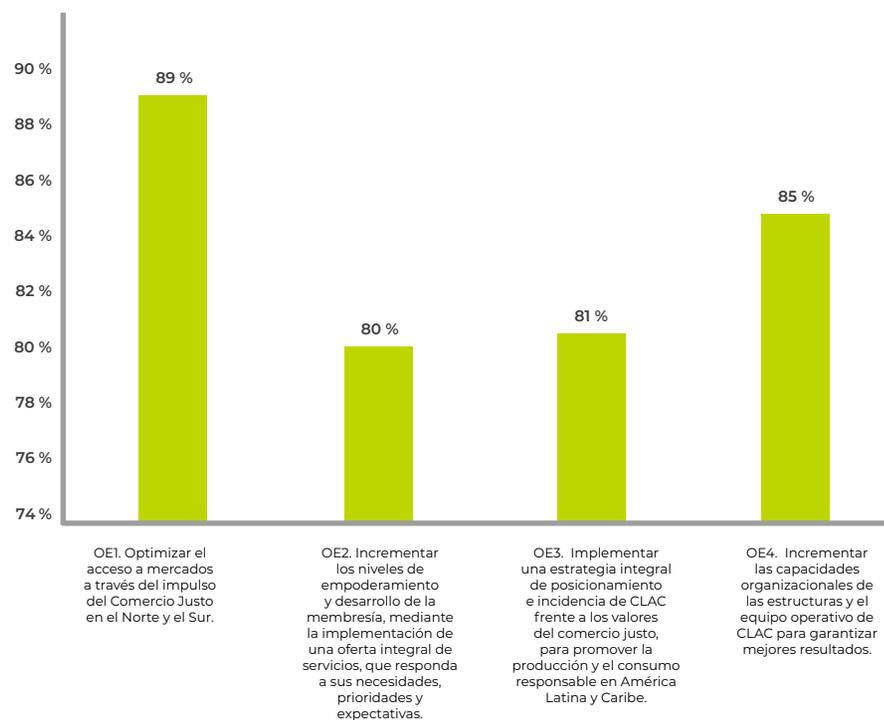
Avance del POA 2022 por Objetivo Estratégico

NUEVO PLAN ESTRATÉGICO

Introducción

El 2022 marcó el inicio de la ejecución del nuevo [plan estratégico 2022-2024](#), aprobado por la VIII Asamblea General de CLAC a finales de enero y elaborado en consulta con las diferentes instancias que conforman la membresía de la red de productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo de América Latina y el Caribe. El plan tiene 4 objetivos estratégicos y 11 objetivos tácticos y en su primer año contaba con 444 productos. **El año terminó con un 84% de avance en la implementación del plan para el primer año.**

AVANCE PORCENTUAL POR OBJETIVO ESTRATÉGICO



OBJETIVO ESTRATÉGICO 1

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

Este objetivo presentó un avance promedio global del 89% de sus hitos.

OBJETIVO TÁCTICO 1.1:

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

La apertura de mercados de Comercio Justo en la región es una de las prioridades de CLAC para este trienio, pues representa una oportunidad para incrementar las ventas de los productos de las organizaciones certificadas Fairtrade.

En el primer semestre de 2022, se finalizó el estudio de mercado de Brasil y los resultados fueron presentados al personal de CLAC y de la Coordinadora Brasileña de Comercio Justo (BRFAIR). El estudio ha proporcionado mucha información valiosa como insumo para el plan de negocios para el desarrollo del mercado local de Comercio Justo en ese país.





Al mismo tiempo, CLAC ha empezado a construir un modelo de gobernanza para los mercados locales del sur, y se ha iniciado un estudio jurídico en Brasil para comprender el marco legal en el que debe funcionar la iniciativa de los mercados locales. Además, se avanzó en la elaboración de una estrategia para implementar el modelo de mercado sur-sur que incluye el establecimiento de alianzas con diferentes actores a nivel local para promover el comercio justo y el consumo responsable.

En noviembre, durante la [Semana Internacional del Café](#), se realizó el lanzamiento oficial de la campaña **“El futuro es justo”** y la presentación de la marca Fairtrade. Fue una semana de gran éxito, con muchas actividades diferentes para dar a conocer el comercio justo en Brasil. Esta presentación de la marca Fairtrade contó con una importante presencia en los medios de comunicación brasileños.



En relación con los mercados locales, CLAC también avanzó en la recopilación de información para identificar a otros países que pueden ser potenciales mercados para productos de comercio justo en la región. En 2022, también se impulsó la elaboración de un catálogo de productos en línea y se abrió un nuevo punto de venta en la sede de CLAC en San Salvador.



OBJETIVO TÁCTICO 1.2:

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

Desde CLAC se están impulsando diferentes estrategias y planes junto a las Organizaciones Nacionales Fairtrade (NFOs por su sigla en inglés) para posicionar los productos de Comercio Justo y promover un incremento en sus ventas en los mercados en los países del Norte global.

En ese sentido, destaca la presentación de la campaña [Latina Honey](#) para promover las mieles de Comercio Justo de la región desarrollada por CLAC y la red miel. La campaña destaca muestra las virtudes y valores específicos de las mejores mieles de un área geográfica y cultural, que es apreciada por sus consumidores(as) debido a su buen sabor, consistencia y pureza. Latina Honey también destaca el rol de los(as) apicultores(as) de Comercio Justo en la preservación de las abejas, a través de la protección del medio ambiente y la reforestación con especies nativas.

La presentación de la campaña se realizó en el marco de la [feria BIOFACH](#) en Nuremberg, Alemania, con la participación de productores(as) de la red miel de CLAC y representantes de Fairtrade Alemania. La campaña también se desarrolló en Alemania a través de redes sociales y la impresión de 1 millón de hojas volantes para potenciales consumidores(as).



PRESENTACIÓN DE CAMPAÑA “LATINA HONEY” EN FERIA BIOFACH

En 2022, CLAC acompañó a representantes de las cooperativas para ayudarles a crear relaciones con los(as) compradores(as) a través de giras y participación en ferias comerciales. En estos espacios, los(as) productores(as) pueden hablar de la diferencia que Fairtrade supone para ellos y sus familias, así como de temas como la mitigación del cambio climático y la igualdad de género. En total, CLAC participó en 14 ferias comerciales de café y de otros productos, como frutas frescas, plátanos, azúcar, miel y cacao.

Entre las principales ferias comerciales de café en las que CLAC participó en 2022 se encuentran la feria SCA, realizada en Boston, Estados Unidos; World of Coffee, realizada en Milán, Italia, así como las ferias SCAJ en Japón y en el Café Show en Corea del Sur. Por primera vez, CLAC participó en la exposición Internacional de café de Melbourne, Australia (MICE, por su sigla en inglés), el evento más importante de café en la región de Asia – Pacífico.





Tazas de excelencia en café

En 2022, CLAC organizó 7 concursos [Golden Cup](#) en América Latina, en Guatemala, Nicaragua, El Salvador, Costa Rica, México, Perú y Brasil. Los ganadores de estos concursos de calidad de café Fairtrade se presentaron y llevaron muestras para catación en ferias comerciales de Norteamérica, Europa y Asia. Estos eventos presentan una gama de cafés Fairtrade a compradores y otros representantes de la industria, para desarrollar nuevas relaciones comerciales. Los(as) productores(as) de Comercio Justo - Fairtrade ven en ellos una oportunidad para destacar la calidad de sus cosechas y desarrollar nuevos canales de venta.

La red miel también participó en la feria Apimondia 2022, que se llevó a cabo en Estambul, Turquía, en agosto. En esta importante feria participaron representantes de 9 organizaciones productoras de miel de Comercio Justo, quienes promovieron la campaña #LatinaHoney y la miel de América Latina con posibles licenciatarios.

Del 4 al 6 de octubre, productores(as) de las redes de banano y frutas frescas y jugos de CLAC participaron en la feria Fruit Attraction, en Madrid (España), en búsqueda de nuevas oportunidades de mercado, alianzas y colaboración. El stand de CLAC recibió a cientos de visitantes, entre ellos productores(as), compradores(as), consumidores(as), empresas de servicios, representantes de gremios bananeros y otros aliados estratégicos.



OBJETIVO ESTRATÉGICO 2

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

Avance promedio de los hitos del Objetivo estratégico 2 = 80%

Unos de los objetivos principales de CLAC es fortalecer las capacidades y empoderar a su membresía a través de diferentes servicios que permitan el desarrollo integral de las organizaciones en diferentes rubros.

En 2022, CLAC logró atender al 89% de las organizaciones de su membresía en América Latina y el Caribe a través de la implementación de una variedad de servicios. Las actividades de apoyo se han centrado principalmente en el Cumplimiento del Estándar (45%), incluyendo Planes de Desarrollo y la incorporación en FairInsight; Fortalecimiento Organizacional (23%); Derechos Humanos y Laborales (18%); Producción y Medio Ambiente (8%); Apoyo Comercial (5%); e Incidencia (1%).



Gráfico: Total de organizaciones atendidas (en azul) del total de las organizaciones certificadas en la región de América Latina y el Caribe

OBJETIVO TÁCTICO 2.1:

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

Como parte del nuevo Plan Estratégico aprobado durante la VIII Asamblea General, CLAC implementó dos importantes consultorías en 2022: la primera tenía como objetivo entender mejor el proceso de consulta y la calidad de CLAC con sus organizaciones miembros, y la segunda desarrolló una estrategia para fortalecer las estructuras operativas de CLAC, como las Coordinadoras Nacionales de Comercio Justo, las Redes de Productos y la Red de Trabajadores(as). Ambas consultorías finalizaron en diciembre y las conclusiones y recomendaciones de los estudios se compartirán con el personal y la membresía en 2023 para ser incorporadas a los planes de trabajo y estrategias de CLAC.

CLAC realizó su consulta anual para medir la satisfacción de la membresía y obtener más información sobre sus necesidades y sugerencias para mejorar la atención que reciben y el sentido de pertenencia a CLAC. El índice de satisfacción de la membresía para 2021 alcanzó un promedio de 83.28%, un aumento del 1.5% con respecto al año anterior.

Durante 2022 también se realizaron consultas para la elaboración de la estrategia de inclusión de jóvenes y más insumos en relación con las políticas y estrategia de género de CLAC.

Además, se realizaron diferentes consultas sobre estándares Fairtrade, entre ellas consultas sobre los costos de producción de café y sobre los precios mínimos para banano, las cuales resultaron en una revisión de los precios mínimos para ambos productos y en el anuncio de un aumento del precio mínimo para banano en contratos firmados a partir del 1 de enero de 2023.



OBJETIVO TÁCTICO 2.2:

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

En 2022, CLAC brindó asistencia a 869 organizaciones (89% de su membresía) a través diferentes servicios de formación o asistencia. El apoyo central prestado por CLAC fue en torno al cumplimiento de los estándares de Comercio Justo - Fairtrade, sobre los cuales 811 organizaciones recibieron formación. Algunas han recibido diferentes formaciones, sobre los criterios, sobre el Plan de Desarrollo Fairtrade o sobre el proceso de certificación Fairtrade en general.

Al mismo tiempo, CLAC sistematizó la mayoría de los servicios prestados a las organizaciones de productores(as) y trabajadores(as), así como a otros socios, los cuales se compilaron en un Catálogo de Servicios para comunicar más fácilmente el tipo de servicios que CLAC brinda, así como para tener un registro claro de estos servicios, las metodologías de trabajo y los materiales de apoyo utilizados. Esto también ayudará en el futuro a calcular mejor los recursos humanos y financieros necesarios para implementar los servicios.

Además, implementó la medición de los índices de desarrollo de las Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as) y de las Organizaciones de Trabajadores(as), así como el monitoreo de una serie de indicadores relacionados con la inclusión de mujeres y jóvenes en las estructuras de toma de decisión de las organizaciones, el número de organizaciones que cuenta con una política de género vigente, tienen un modelo de negocio climáticamente inteligente o están implementando un plan de adaptación y mitigación al cambio climático.

**CLAC brindó
asistencia a 869
organizaciones**

(89% de su membresía).





 ORGANIZACIÓN PANGOA - PERÚ



 ORGANIZACIÓN COOPAG - PERÚ



 PROYECTO JUVENTUD AGRICOLA EMPRENDEDORA EL SALVADOR

GESTIÓN DE PROYECTOS



En 2022 se ejecutaron 16 proyectos, distribuidos en todas las regiones de América Latina y el Caribe, pero con mayor énfasis en el Caribe y se distribuyen de manera bastante equitativa entre los diferentes productos: café, cacao, banano, azúcar, miel, vino, quinua y flores. Los principales temas abordados en los proyectos giraron en torno al cambio climático, la producción y los mercados, la inclusión, el trabajo digno, la incidencia, la protección infantil, el fortalecimiento organizativo y la soberanía alimentaria. Durante el año, 7 proyectos concluyeron a su fin, 6 están en proceso de ejecución y 2 más están en transición hacia su cierre a principios de 2023.



CLAC, Fairtrade Internacional y la Fundación Interamericana (IAF, por su sigla en inglés) se unieron para poner a disposición de las organizaciones de productores(as) un nuevo fondo para implementar medidas de reactivación económica ante los efectos económicos negativos de la pandemia del COVID-19 y responder a la necesidad de generar valor agregado a los productos. El Fondo fue presentado en febrero y en julio se cerró la convocatoria para presentar propuestas. Se recibieron más de 184 propuestas de 124 de organizaciones certificadas Fairtrade y de 60 asociaciones de la región, ya que el fondo también estaba abierto a organizaciones que no cuentan con la certificación Fairtrade.

CLAC puso en marcha el proyecto Estrategia de Trabajo Decente con financiación de GIZ en Ecuador, que busca desarrollar una estrategia de trabajo decente para los(as) trabajadores(as) del banano de forma participativa.

En cuanto a ingreso digno, CLAC ha contribuido al diálogo y a las reflexiones en torno a la Estrategia de Ingresos Dignos y, al mismo tiempo, ha avanzado en la recopilación de datos en Perú y Nicaragua. En Honduras se han recogido datos y en el último trimestre del año se celebraron las mesas redondas para la definición del precio de referencia del ingreso digno.



CAPACITACIÓN EN EL USO DE FAIRINSIGHT

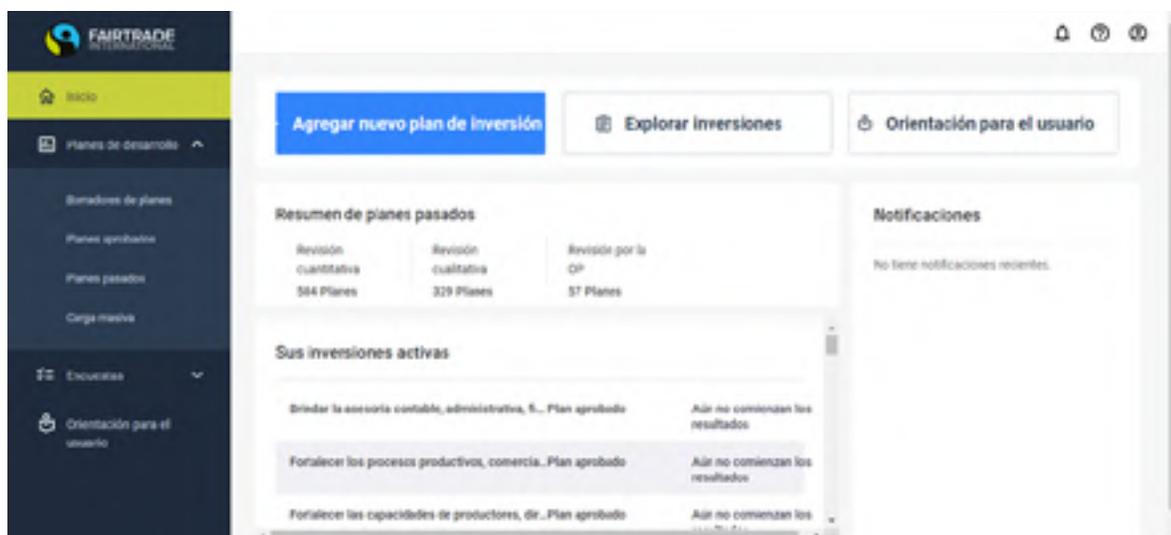


En 2022, CLAC trabajó arduamente con el equipo de la unidad de Planificación, Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje (PMEL) y el personal de campo en la incorporación de las organizaciones de Productores(as) a la plataforma FairInsight, que les permite gestionar sus inversiones con la prima Fairtrade y compartir la información más fácilmente con auditores(as) y con compradores(as) interesados.

En primer lugar, se formó a 38 personas del personal de campo de CLAC sobre el funcionamiento y uso de la plataforma, para replicar las formaciones con las organizaciones de productores(as) y acompañarlas en el uso de FairInsight, logrando capacitar a 601 organizaciones.

Además, en Guatemala, CLAC puso en marcha un proyecto piloto de empoderamiento digital con las Organizaciones de Productores(as), para poner a prueba diferentes formas de apoyo y fortalecimiento de capacidades digitales.

Se ha logrado capacitar a 601 organizaciones
(en el uso de FairInsight).



PRODUCCIÓN SOSTENIBLE

En 2022, CLAC elaboró el Programa de Banano Sostenible, el cual descansa en 4 pilares fundamentales: a) Producción basada en el Manejo Sostenible de los Recursos Suelo y Agua; b) Resiliencia al Cambio Climático; c) Recuperación y Promoción de la Biodiversidad; d) Vinculación entre producción sostenible y mercados.

La promoción de prácticas y tecnologías coherentes con los 4 pilares contribuirá a que los medios de vida de los(as) pequeños(as) productores(as) sean dignos y sostenibles en el tiempo, recuperando la capacidad productiva de sus parcelas, sin deteriorar el ecosistema, para lo cual se definen acciones clave en cada uno de los pilares.



BIOFÁBRICA BANANO - PROGRAMA DE BANANO SOSTENIBLE.

En banano, se dio continuidad al Programa de Incremento a la Productividad (PIP) como parte del programa de banano sostenible, y se fomentó la creación de biofábricas y el uso de bioinsumos. Además, se brindó asesoría y se establecieron alianzas con otras organizaciones e instancias de gobierno para prevenir la propagación del Fusarium en Perú.



Con un enfoque de agricultura sostenible, la unidad de producción sostenible brindó capacitaciones y asesorías a las organizaciones principalmente sobre gestión de agua y suelo para diversos productos. Además, se realizaron talleres sobre huella hídrica y de carbono en conjunto con la Comisión Económica para América Latina (CEPAL).

La unidad de producción sostenible también comenzó a trabajar en el desarrollo de los programas de café y cacao sostenibles en apoyo a la membresía de CLAC.

En cacao, se realizaron capacitaciones sobre procesos de manejo fitosanitario y producción de bioles. En café, se llevaron a cabo capacitaciones en calidad, catación, procesos alternativos para el manejo de plagas y roya, así como de calidad en el proceso de beneficiado.

En miel, se realizó en Guatemala un encuentro regional de apicultores(as) de Centroamérica y México en el que se abordaron temáticas vinculadas a la producción con una perspectiva climática, así como a la diversificación productiva.



TALLER ANAERÓBICOS - EL SALVADOR.

RESILIENCIA AL CAMBIO CLIMÁTICO Y MEDIO AMBIENTE

CLAC lidera el Centro de Excelencia en Cambio Climático y trabajó con las otras redes en el plan trienal del mismo, que incluye como líneas de trabajo: Estrategia Global, Incidencia, Desarrollo de Capacidades, Investigación y Desarrollo, Oferta de Negocios. La estrategia global de cambio climático, que armoniza las estrategias de las tres redes de productores(as), fue aprobada en agosto.

En seguimiento a la nueva legislación de la Unión Europea, CLAC ha realizado varios talleres con las organizaciones para que la membresía conozca las nuevas regulaciones. Por su parte, para mitigar los riesgos de deforestación en las regiones productoras de café, CLAC -en colaboración con la ONU y otros organismos agrícolas- está desarrollando una herramienta de seguimiento por satélite para los países de América Latina y el Caribe. Esto proporcionará una línea de base de las condiciones actuales, advertirá de nuevas áreas de deforestación, hará un monitoreo sobre los cambios de precipitación y temperatura y permitirá evaluar el impacto de los proyectos de reforestación.

El Fondo de Eventualidades Climáticas y Eventos Catastróficos de CLAC proporciona a los(as) productores(as) ayuda tras graves fenómenos meteorológicos. Además, puede utilizarse para proyectos específicos que ayuden a los(as) productores(as) y a las organizaciones a estar más preparados y ser más resilientes en caso de que se produzca un desastre. Cuando una organización recibe ayuda del Fondo de la línea de Eventualidades Climáticas, se trata en parte de un préstamo y en parte de una donación. Esto permite un flujo de vuelta al Fondo para permitir que la ayuda se proporcione donde más se necesita. En 2022, 28 organizaciones recibieron este fondo, beneficiando a 3,329 personas productoras en 9 países.



28
organizaciones
recibieron
este fondo,
beneficiando a
3,329 personas
productoras
en 9 países.

(Fondo de Eventualidades Climáticas).



DERECHOS HUMANOS Y EJES TRANSVERSALES

En 2022, la unidad de derechos humanos y ejes transversales de CLAC desarrolló una metodología de la implementación del ciclo completo de debida diligencia en derechos humanos para organizaciones de productores(as) de Comercio Justo. Esta metodología se comenzará a implementar en algunos proyectos pilotos de debida diligencia que se llevarán a cabo en 2023.

En 2022, CLAC ha brindado servicios y asistencia relacionados con la equidad de género a 2,284 personas a través de talleres, intercambios de experiencias y webinars. Se realizaron 13 talleres con 1,943 participantes (745 mujeres y 1,198 hombres) sobre la elaboración e implementación de políticas de género y liderazgo transformativo con 16 organizaciones en Paraguay, México, Colombia y Perú con organizaciones de café, banano, azúcar y con plantaciones de flores y banano en Ecuador. Además, se realizaron 2 capacitaciones para fortalecer las capacidades de las mujeres para construir planes de negocios en Brasil y sobre sostenibilidad organizacional en Chile. CLAC también brindó asistencia a 5 organizaciones para la elaboración de políticas de género, planes de implementación y acciones a favor de la igualdad de género en Cosa Rica y Paraguay.

En América Latina, CLAC llevó a cabo la Escuela de Liderazgo con 50 jóvenes productores(as) de Paraguay, Chile, Argentina, México y Centroamérica con el apoyo de financiación de la Unión Europea. El curso de liderazgo se realizó en modalidad híbrida. Por un lado, la capacitación se realizó en modalidad virtual a través de la plataforma de aprendizaje CLAASE de CLAC, y por otro, se realizaron encuentros presenciales de intercambio y capacitación en El Salvador, Paraguay y Brasil con la participación de 41 personas jóvenes. Los(as) participantes completaron 5 módulos de formación sobre: Comercio Justo; Liderazgo y Toma de Decisiones; Formación Política; Trabajo Común Organizado y Formulación de Proyectos. CLAC también realizó un curso de formación de baristas para 20 jóvenes en Colombia, 9 de los cuales avanzaron a una segunda etapa de formación más especializada. En 2022, CLAC también formuló su estrategia de inclusión de jóvenes.



ENCUENTRO DE JÓVENES REGIÓN CONO SUR



ENCUENTRO DE JÓVENES REGIÓN CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE

OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

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

Avance promedio de los hitos del Objetivo estratégico 3 = 81%

Posicionar a CLAC y visibilizar el Comercio Justo ante diferentes públicos es una labor de mucha relevancia para avanzar en la promoción del Comercio Justo, la producción y el consumo responsable a nivel regional y global.

En ese sentido, las unidades de incidencia; comunicación estratégica; planificación, monitoreo, evaluación y aprendizaje (PMEL); y la Dirección Comercial articularon diferentes esfuerzos para posicionar mejor a CLAC y a sus organizaciones miembro en diferentes espacios y a través de distintas campañas a nivel regional y global.

OBJETIVO TÁCTICO 3.1:

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



Para visibilizar el Comercio Justo, CLAC, a través de la unidad PMEL, realiza una serie de estudios cada año, que buscan recopilar información sobre cómo el Comercio Justo cambia y mejora las condiciones de vida de los(as) pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) agrícolas.

En 2022, se iniciaron estudios sobre salario digno y la situación de los(as) trabajadores(as) de las organizaciones de pequeños productores(as) de café en Honduras, Brasil y Colombia, además sobre los beneficios de la prima Fairtrade en relación con salario digno en Colombia. Por otro lado, se continuó el estudio sobre Brechas salariales de género en el sector bananero exportador de Colombia y concluyó la Evaluación de los fondos de alivio y recuperación en México, Honduras, Perú y Colombia.

Un trabajo importante para el fortalecimiento de la organización y el seguimiento del impacto generado entre la membresía ha sido la finalización de la adaptación de la [Teoría del Cambio](#) a la realidad y tipo de intervenciones que realiza CLAC en América Latina y el Caribe.

Además, CLAC implementa un Mapeo de Hallazgos, una iniciativa que permite identificar y aprovechar el conocimiento generado por los diferentes procesos de investigación en los que se involucra; el propósito último es poder ubicar aquellas áreas de conocimiento en las cuáles CLAC ha generado respuesta y analizar en qué medida se deben profundizar o ampliar. Este mapeo se vincula directamente a nivel estratégico con otros instrumentos como la Agenda de Aprendizaje y la Teoría de Cambio, por lo que su actualización sistemática es clave.

El mapeo de hallazgos es una forma de acercar ese conocimiento crítico a todas las áreas de CLAC y así fortalecer su labor cotidiana. Dentro de las temáticas mapeadas se ubican hallazgos en temas de acceso a mercados para las organizaciones de Comercio Justo, Cambio Climático, Género, Soberanía Alimentaria, entre otras, todas áreas vinculadas con el quehacer de CLAC y cuyo valor radica en la posibilidad de poder comprender mejor qué estrategias e iniciativas pueden repercutir con mayor impacto para mejorar la calidad de vida de los(as) productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo en América Latina y el Caribe.



COMUNICACIÓN EXTERNA



CLAC ha desarrollado una serie de campañas de comunicación para posicionar el Comercio Justo en América Latina y el Caribe. En 2022, desarrolló la campaña Reto Siembra un Árbol, a través de la cual las organizaciones de pequeños(as) productores(as) certificados Fairtrade y personas afines al movimiento de Comercio Justo sembraron más de 300,000 árboles. La campaña tenía como objetivo sumar esfuerzos a la acción climática global y destacar el protagonismo de los(as) pequeños(as) productores(as) en las iniciativas de reforestación a nivel local y regional. En esta campaña participaron más de 100 organizaciones de la membresía de CLAC, las coordinadoras nacionales, instituciones y personas aliadas al Comercio Justo.



También se impulsaron otras campañas de comunicación como “El Futuro es Justo”, retomando el material y los mensajes diseñados por el sistema Fairtrade para la región de América Latina y el Caribe, así como una campaña sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS).

En 2022, CLAC desarrolló una [nueva página web](#) con un diseño más atractivo y con el contenido adaptado a su nueva estructura operativa. La página se publicó en el mes de agosto y ahora incluye secciones sobre derechos humanos, producción sostenible y más información sobre el quehacer de CLAC desde sus diferentes unidades.

Además, se elaboraron 7 videos y 3 audiocuentos de una serie llamada “[¿Cómo hacer el mundo más justo?](#)”, que busca promover el Comercio Justo en públicos infantiles y ser una herramienta de difusión para el trabajo que realizan diferentes organizaciones y comités locales con escuelas.



A raíz de estas campañas y del rediseño de la página web, CLAC registró un mayor tráfico hacia el sitio, un aumento en el número de seguidores en sus redes sociales y una mayor interacción en Instagram y Twitter.



2021

31,456

2022

35,367



2021

4,018

2022

4,464



2021

3,380

2022

5,485

OBJETIVO TÁCTICO 3.2:

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

Coordinar esfuerzos con las NFOs y compartir información con ellas sobre las organizaciones de la membresía de CLAC es fundamental para lograr mayores oportunidades de mercado en el Norte Global. Por ello, se han realizado importantes esfuerzos para mejorar la coordinación y el intercambio de información en doble vía, desde CLAC sobre las organizaciones de Comercio Justo y la producción en América Latina y el Caribe y desde las NFOs sobre el comportamiento y las tendencias de los mercados en Europa, Norteamérica y Asia.

En 2022 se realizaron consultorías para recopilar materiales audiovisuales de organizaciones de vino en Chile y Argentina; cacao y banano en Ecuador, Perú y República Dominicana; así como de cítricos, frutas y nueces en Brasil.



Como parte de estos esfuerzos, desde la Dirección Comercial se ha comenzado a medir el índice de satisfacción de las NFOs, dando como resultado un nivel promedio de satisfacción de 85% en 2022. Entre los factores que se han medido se encuentran: calidad de la información proporcionada, calidad de la coordinación, contribución del trabajo de CLAC a los objetivos comerciales de las NFOs y satisfacción con la relación de trabajo con CLAC.

En diciembre de 2022 se realizó la primera reunión de equipos de comunicación y mercadeo de CLAC, Fairtrade América y Fairtrade Canadá con el objetivo de crear un espacio de trabajo para fortalecer las estrategias implementadas para la difusión y posicionamiento del Comercio Justo, su contribución y valores en el continente americano. Como resultado de esta reunión se elaboró un plan de trabajo conjunto que busca impulsar más oportunidades de mercado para los(as) productores(as) de América Latina y el Caribe en Norteamérica.



OBJETIVO TÁCTICO 3.3:

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

En abril de 2022, el Consejo de Directores de CLAC en su primera reunión aprobó la nueva Estrategia de Incidencia, que tiene un fuerte enfoque en las políticas públicas y las compras públicas en el Sur, la formación en incidencia y la colaboración con socios a través de Memorandos de Entendimiento y campañas para implementar la Agenda de Incidencia. Los temas de la agenda están alineados con los que ha priorizado el sistema Fairtrade: Cambio Climático y Derechos Humanos.

En Paraguay, por ejemplo, la Coordinadora Nacional de Comercio Justo ha logrado influir en su gobierno durante el último año, por lo que se presentó al congreso una nueva ley sobre la caña de azúcar que busca una mayor sostenibilidad para los productores.

En 2022, las Coordinadoras Nacionales realizaron 14 celebraciones del Día del Comercio Justo impulsando la campaña Reto Siembra un Árbol, un esfuerzo al que también se sumaron algunas universidades y ciudades por el Comercio Justo.

CLAC ha promovido activamente el fortalecimiento y expansión de las campañas de [Ciudades](#) y [Universidades](#) por el Comercio Justo. A través de un trabajo coordinado con los comités locales de las ciudades que ya forman parte de la campaña se incentiva a otras ciudades interesadas en sumarse. En el caso de las Universidades, CLAC estimula grupos de trabajo de investigación entre universidades para colaborar en temas de investigación de interés para los(as) productores(as) de Comercio Justo. Para finales de 2022, existen 16 Ciudades por el Comercio Justo y 20 Universidades por el Comercio Justo en esta región.

Representantes de seis universidades de Colombia y Ecuador se reunieron en septiembre en Bogotá para desarrollar el [I Encuentro de Universidades](#) por el

Junto con los comités locales y las Coordinadoras Nacionales de Comercio Justo, CLAC y la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO, por su sigla en inglés) organizaron la [15ª Conferencia Internacional de Ciudades por el Comercio Justo](#), que se celebró por primera vez en América Latina. El encuentro se llevó a cabo del 21 al 23 de octubre en Quito, Ecuador, bajo el lema “El Comercio Justo en la Construcción de Ciudades Sostenibles” y contó con la participación de representantes de las 12 Ciudades por el Comercio Justo de América Latina y el Caribe. Más de 300 personas participaron de forma presencial y las otras 300 de forma virtual en la conferencia que también se desarrolló de forma híbrida.

Además, CLAC desarrolló la identidad visual de ambas campañas y ha conseguido aumentar sustancialmente la visibilidad en las redes sociales, pasando de 3.500 a más de 20,000 seguidores y a tener alcances de 2,5 millones de personas en Facebook y más de un millón en Instagram.



+ 2.5 MM



+ 1 MM



INCIDENCIA DE ESTÁNDARES



En 2022, CLAC realizó siete procesos de consultas liderados por la Comisión de Estándares (CECLAC) y la unidad de estándares, los cuales incluyeron: la recolección de información sobre costos de producción y la revisión de precios de banano, la recolección de costos de producción en café, el estándar de flores y plantas, el estándar de comerciantes y el estándar de cacao.

El Consejo de Directores decidió crear un subcomité especialmente dedicado a la Integridad de los Sellos, que tiene como objetivo reducir las Prácticas Comerciales Desleales. En noviembre se celebró en Costa Rica un taller sobre la integridad del sello con la presencia de representantes de los(as) productores(as) de CLAC, representantes de los(as) comerciantes, la Unidad de Criterios de Fairtrade International, CECLAC y FLOCert. El objetivo principal de estas sesiones fue identificar aquellas prácticas que no respetan la esencia de los valores y principios del Comercio Justo - Fairtrade y debatir posibles formas de corregir estas situaciones a través del establecimiento de criterios, la auditoría y el apoyo a los(as) productores(as).

Como resultado de los procesos de consultas acompañados por CLAC y la unidad de precios de Fairtrade con las organizaciones de productores(as) y con compradores(as), el 4 de octubre el sistema Fairtrade [publicó los precios mínimos de banano](#) para el 2023, con un aumento promedio de 4.5% en precio productor (EXW) y un aumento de un 15% en costos de exportación (EXW-FOB).

Nuevo precio de banano para el 2023, con un aumento promedio de 4.5% en precio productos y un aumento de 15% en costos de exportación.



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS Y ESPACIOS RELEVANTES

En 2022, representantes del consejo de directores y de organizaciones de la membresía de CLAC, así como integrantes del equipo operativo participaron en 56 espacios relevantes del sistema Fairtrade y de aliados estratégicos de CLAC, así como en eventos comerciales y de incidencia regionales y globales.

Entre estos eventos destaca la participación de activa de una delegación de CLAC y del sistema Fairtrade en la Cumbre Mundial del Clima (COP27) realizada en Sharm El-Sheikh, Egipto. Cabe destacar que CLAC contribuyó a la construcción de la agenda del evento en el que participaron dos productores(as) de la región, junto a delegados de las otras redes de productores(as) de Asia y África. En el panel “El dinero donde importa: Impulsando el financiamiento climático para alcanzar los derechos humanos y ambientales”, abordaron desde su perspectiva como productores cuáles son los mayores retos en común a los que se enfrentan en la actualidad, en lo relativo al acceso y oportunidades de financiamiento ante el cambio climático disponibles en sus países y a nivel internacional.

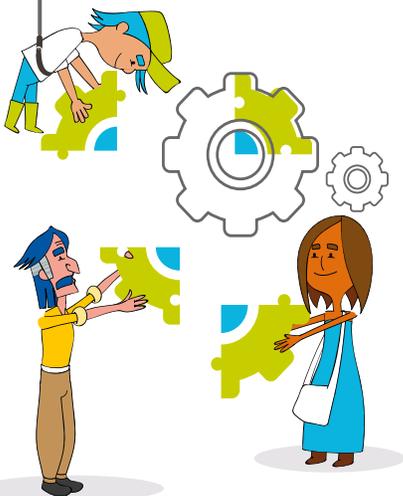
Como parte de los espacios de discusión que se llevaron a cabo en el contexto de la COP27, la productora de café orgánico de Guatemala, Zuly Granados, de la Asociación de Cooperación al Desarrollo Integral de Huehuetenango (ACODIHUE) participó en el panel “Una transición justa para el café verde”, que tuvo lugar en el pabellón del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en el cual se refirió a los desafíos que enfrentan los(as) productores(as) para adaptarse al cambio climático.



OBJETIVO ESTRATÉGICO 4

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

El avance promedio de los hitos de este objetivo estratégico es del 82% al cierre de 2022.



CLAC tiene entre sus prioridades más altas el fortalecimiento de capacidades de las organizaciones que forman parte de su membresía, las diferentes estructuras de gobernanza y el equipo operativo, dado que este proceso permitirá obtener mejores resultados en la implementación de las diferentes estrategias, programas, proyectos y servicios que se desarrollan.

OBJETIVO TÁCTICO 4.1:

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

En 2022, CLAC avanzó en la formulación de un Plan de Fortalecimiento de Estructuras Operativas de CLAC, que incluyó un diagnóstico de las Coordinadoras Nacionales y de las Redes de Productos. A través de este proceso se estableció que el índice compuesto de desarrollo de las estructuras para 2022 era de 79%. A partir de estos resultados se elaboraron una serie de recomendaciones que están contempladas en el plan de fortalecimiento que se socializará con las estructuras en 2023.

CLAC también avanzó en el desarrollo de líneas de trabajo y en la conformación de equipos de trabajo globales que permitan coordinar esfuerzos entre las tres redes de productores(as) del sistema Fairtrade, CLAC, Fairtrade África y NAPP, conocida como CAN, sigla que incluye la primera inicial de cada red.



REUNIÓN RED CAFÉ DE CLAC

OBJETIVO TÁCTICO 4.2:

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

En 2022, CLAC renovó su plataforma de Aprendizaje CLAASE para la membresía, que incluye tres componentes: formaciones para las organizaciones y el personal en las temáticas transversales de CLAC, biblioteca de recursos y comunidades de aprendizaje. La plataforma permite a los miembros de las organizaciones buscar información, materiales de formación y cursos de formación en línea o participar en debates temáticos impulsados en comunidades de aprendizaje. Mientras, para el personal de CLAC se ofrece en la plataforma un conjunto adicional de cursos de formación sobre las políticas, normativas y estrategias de CLAC.

También se ha fortalecido la implementación del Código Organizacional a través del desarrollo de políticas de prevención de acoso, intimidación y discriminación (protección de recursos humanos de la organización), políticas de valor del dinero, reservas y conflicto de intereses (protección de la reputación de la organización, y políticas antifraude, anticorrupción y prevención de lavado de dinero y otros activos (protección de recursos financieros de la organización).

En julio de 2023 entrará en vigor la Ley contra el Lavado de Dinero y otros Activos de El Salvador (LCLDA), para lo cual CLAC implementó diferentes iniciativas en preparación para implementar un sistema de gestión de riesgos de cumplimiento para acatar la normativa nacional e internacional aplicables a CLAC.

Además, CLAC estableció un canal de denuncias, el cual permite a cualquier tercero relacionado con nuestra organización, de forma confidencial, interponer sus quejas o sugerencias.



OBJETIVO TÁCTICO 4.3:

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

En el último semestre de 2022, CLAC recibió su primera auditoría externa para la certificación ISO. Durante el primer semestre se invirtieron muchos esfuerzos en la gestión de riesgos de los procesos básicos y de apoyo que CLAC ha establecido. La auditoría externa concluyó que CLAC ha instalado con éxito su propio Sistema de Gestión de Calidad y que tiene todos los procesos relevantes bien documentados con pruebas de la implementación de los procesos disponibles. A partir de ahora, CLAC se someterá a auditorías externas anuales y buscará la mejora continua a través de este proceso. Además, CLAC cuenta con un equipo interno de auditores que realizan auditorías a distintas áreas para consolidar los procesos de mejora continua y en preparación para la auditoría externa.

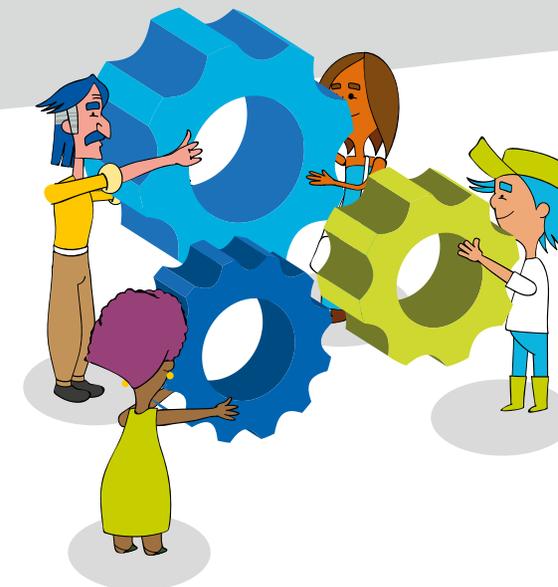
En 2022 se logró la consolidación de la estructura prevista desde la reingeniería: una Unidad de Ejes Transversales y Derechos Humanos con especialistas por región, una estructura del equipo comercial con más alcance, así como áreas de soporte con mayor capacidad para atender la operación diaria de CLAC.

Sumado a ello, también se inició con el cambio en el sistema de evaluación de desempeño, pasando de un modelo tradicional a un modelo por competencias el cual hará una transición de 90° a 360° en 4 años. Este es un cambio positivo ya que además de obtener mayor transparencia en el ejercicio de evaluación, se alinea con el cumplimiento del estándar ISO 9001:2015.



Es relevante mencionar que el índice de satisfacción del personal obtenido a través de la encuesta de clima organizacional es 82.8%, manteniendo un crecimiento sostenido desde 2018 cuando el resultado fue de 79.9%. De acuerdo con los resultados de la encuesta, CLAC se mantiene como un gran lugar para trabajar.

En 2022 se logró la consolidación de la estructura prevista desde la reingeniería.



OBJETIVO TÁCTICO 4.4:

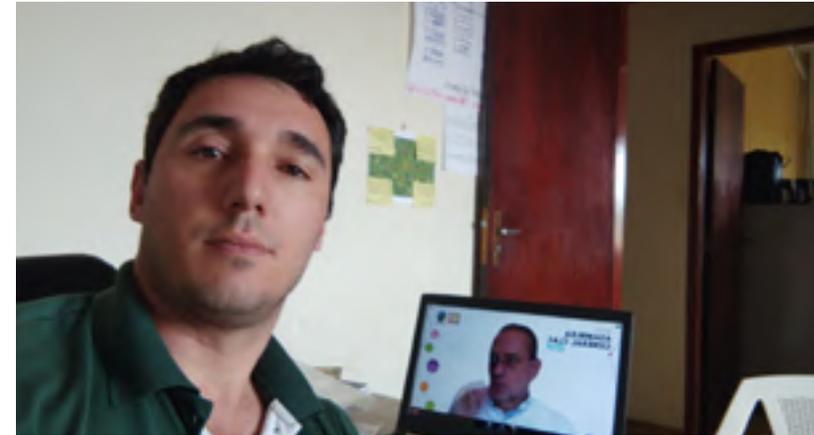
Implementar un plan de articulación (comunicación, relacionamiento, trabajo conjunto) entre las estructuras, membresía y equipo operativos para fomentar el sentido de pertenencia, apropiación de la ejecución del Plan Estratégico y su participación en el sistema Fairtrade y debates globales.

Como parte de los esfuerzos para fortalecer la comunicación interna, CLAC desarrolló y difundió materiales sobre el nuevo Plan Estratégico, así como un plan de comunicaciones para la VIII Asamblea General, que incluía compartir una serie de materiales con los(as) delegados, así como la elaboración de 22 videos con los reportes de las diferentes estructuras de CLAC.

Para fortalecer las capacidades de la membresía, se realizaron dos talleres de comunicación con jóvenes durante los encuentros realizados en la región de Centroamérica y México y en la región Cono Sur.

En 2022, se avanzó en el diseño de los Premios Esperanza CLAC, que tienen como objetivo reconocer las mejores prácticas de organizaciones certificadas Fairtrade en diferentes temáticas de interés. El equipo a cargo desarrolló las categorías y criterios que se tomarán en cuenta, así como una hoja de ruta para su implementación. Los premios se presentarán a finales del 2023 y la entrega se realizará en la IX Asamblea General que se llevará a cabo en 2024.

Finalmente, CLAC ha participado de forma muy activa en los diferentes espacios del sistema Fairtrade: grupos de trabajo, la junta directiva, la junta supervisora FLO Cert, el Comité de Estándares y ha liderado los Centros de Excelencia en Cambio Climático y Derechos Humanos.



JÓVENES (CAM - CARIBE) QUE RECIBIERON
TALLER DE COMUNICACIONES

EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

INGRESOS

	MONTO	PORCENTAJE
- Fondos FI	\$9,081,564.85	77.8%
- Proyecto Trias VZW 2021	\$4,879.56	0.0%
- Programa Finlandia / Fondos FT Finlandia	\$337,774.87	2.9%
- FI-Otros Ingresos	\$21,449.86	0.2%
- Fondo de Recuperación Economica/INCONFIN	\$7,475.00	0.1%
- Proyecto Hoja de Ruta del Migrante en República Dominicana/Fairtrade Foundation	\$22,912.20	0.2%
- Proyecto Viviendo del Café en La Región LAC/Fairtrade International	\$104,247.50	0.9%
- Fondo de contribución a la recopilación de materiales de comunicación de las organizaciones de productores de banano en Ecuador y Perú / Fairtrade International	\$8,714.28	0.1%
- Proyecto Centro de Excelencia De Clima y Medio Ambiente del Sistema Fairtrade	\$171,898.18	1.5%
- Fondos digitación para cadenas de café sostenible en la SCA 2022 - Progreso Foundation	\$980.05	0.0%
- Fondos contribución a la recolección de datos de ingresos dignos en Nicaragua / Fairtrade International	\$34,672.38	0.3%
- Fondos CoE C&E Deforestación Línea base América Latina/Fairtrade Deutschland E.V.	\$25,354.37	0.2%
- Fondo Proceso de mapeo de riesgos de derechos humanos y ambientales de productos y la region de America Latina y el Caribe"/FT Finlandia	\$15,521.00	0.1%
- Proyecto "Encontrar enfoques integrados para los salarios dignos del banano y el bienestar de los trabajadores/Fairtrade Deutschland e.V". - GIZ	\$20,030.80	0.2%
- Fondos para capacitar a las OPP de Cacao en A.L. y el Caribe sobre la DDHMA en Perú, Ecuador o República Dominicana / Fairtrade International	\$21,600.00	0.2%
- Fondos para actualización de datos de COSP del café / Fairtrade International	\$24,937.50	0.2%
- Adopcion de Cuarta Edicion Guia del Café/ Centro de Comercio Internacional	\$6,370.00	0.1%
- Fondos para contribución de la NAPP y financiar la consultoria de análisis contextual de los trabajadores en las OPPs de café / NAPP	\$9,670.00	0.1%
- Fondos para consultoria calculo de brecha salarial/Fairtrade International	\$4,695.75	0.0%
- Fondos Propios	\$7,333.77	0.1%
- Proyecto Fairtrade International-Unión Europea	\$411,550.70	3.5%
- Proyecto Implementación de Buenas Prácticas Laborales en Fairtrade opp naranja / fondos Max Havelaar Fondation (Switzerland)	\$15,500.00	0.1%
- Proyecto Intercitrus II/Fairtrade Deutschland e.V. (Alemania)	\$57,501.00	0.5%
- Proyecto Banano AFD/Fondos Max Havelaar Francia	\$146,828.00	1.3%
- Programa FO4ACP Caribe 2020-2022 /AGRICORD	\$141,459.02	1.2%
- Proyecto IAF/CLAC-Inter America Foundation	\$691,692.00	5.9%
- Proyecto CLAC-TRIAS VZW 2022-2026	\$40,206.17	0.3%
- Proyecto Desarrollo del Café CDP 2022-2025 / Fondos Max Havelaar Foundation	\$205,095.00	1.8%
- Membresías	\$2,325.27	0.0%
- Intereses devengados	\$25,651.90	0.2%
TOTAL INGRESOS	\$11,669,890.98	100%

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)	\$6,673,691.51	64.7%
- Fondos de alivio y recuperación económica	\$1,197,584.52	11.6%
- Incidencia	\$195,616.50	1.9%
- Actividades MEL	\$389,115.60	3.8%
- Comunicaciones y promoción del Comercio Justo	\$274,452.32	2.7%
- Gobernanza (participación en consultas de estándares, reuniones del Consejo de Directores y otros comités, reuniones dentro del sistema FI)	\$113,791.84	1.1%
- Gastos administrativos y personal administrativo	\$973,347.86	9.4%
- Contribución a Reserva anual de CLAC	\$300,000.00	2.9%
- Fortalecimiento y operatividad de Coordinadoras Nacionales	\$195,124.79	1.9%
Sub Total Ejecutado	\$10,312,724.94	
Disponible por ejecutar*	\$1,357,166.04	
TOTAL EGRESOS	\$11,669,890.98	100%

(*)Monto para dar continuidad a los diversos fondos de alivio y recuperación económica que se abrieron en el 2020 y siguen vigentes, así como acciones del presupuesto principal que se retoman en el 2023.



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