



CLAC



FAIRTRADE

# MEMORIA ANUAL CLAC 2024

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





AL SEMBRAR  
**COMERCIO JUSTO**

COSECHAMOS  
**ESPERANZA**

---



CLAC



FAIRTRADE

# INDICE





*De sembrar Comercio Justo  
y cosechar esperanza*



***El 2024 quedará grabado como un año de celebración y reflexión. Veinte años después de que un grupo de productoras y productores visionarios decidieran organizarse en Oaxaca, México, para impulsar un modelo comercial más justo y dar voz a las comunidades rurales de América Latina y el Caribe, CLAC conmemoró dos décadas de lucha, logros y aprendizajes en el camino del Comercio Justo.***



# INTRODUCCIÓN

La campaña “*Al sembrar Comercio Justo, cosechamos esperanza*” fue el hilo conductor de este aniversario. Con ella, no solo recordamos la historia sembrada por pioneros como el Padre Frans Van der Hoff (quien fue un guía para CLAC), sino que también reafirmamos que el Comercio Justo no es solo un modelo económico alternativo, sino una semilla de esperanza que florece en mejores ingresos, dignidad laboral, igualdad de oportunidades y resiliencia frente a los desafíos globales.

Este mensaje resonó con fuerza durante la IX Asamblea General de CLAC, celebrada precisamente en Oaxaca, lugar de nuestros orígenes. Más de 190 delegados(as) de toda la región participaron de este histórico encuentro —el primero en formato híbrido— para aprobar el nuevo Plan Estratégico 2025-2027 y elegir un renovado consejo directivo, con una alta participación de jóvenes y una mayor diversidad de países representados.

Celebrar 20 años significa reconocer que lo sembrado ha dado frutos y que las raíces son lo suficientemente firmes para seguir creciendo.

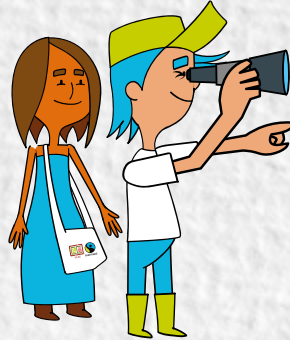
Pero además de celebrar su 20 aniversario, CLAC concluyó la implementación de su plan estratégico 2022 – 2024, logrando niveles de cumplimiento altos en su ejecución táctica y alto/medio en su ejecución estratégica.

En 2024 CLAC logró atender al 90% de su membresía, brindando 2,394 servicios a las organizaciones certificadas Fairtrade en América Latina y el Caribe, destacando la formación en debida diligencia en derechos humanos y en temáticas ambientales en preparación para las nuevas regulaciones europeas. Esto forma parte de los esfuerzos continuos por fortalecer y empoderar a las más de 940 organizaciones que forman parte de su membresía.

En relación con el acceso a mercado, destaca el avance del proyecto de mercado sur-sur en Brasil con las ventas de productos Fairtrade en un supermercado, el lanzamiento de la página de Fairtrade Brasil y el posicionamiento de la marca a través de campañas de comunicación.

En 2024 se realizó la primera edición del concurso Golden Cup regional para México y Centroamérica, que permitió un importante intercambio con catadores y compradores internacionales.

Asimismo, se aprobaron las estrategias de comunicación interna y externa. En el marco de la IX Asamblea General, se estrenó el documental “20 años de sembrar comercio justo y cosechar esperanza”, y se entregaron los Premios Esperanza CLAC para reconocer experiencias innovadoras y de impacto social de las organizaciones de comercio justo en América Latina y el Caribe.



Con esperanza como horizonte y unidad como fuerza, iniciamos una nueva etapa, convencidos de que el Comercio Justo seguirá siendo semilla de dignidad, justicia y sostenibilidad.

La campaña de universidades y ciudades por el comercio justo se consolidó a través de encuentros regionales, logrando la participación de 21 universidades y 18 ciudades.

Se aprobaron nuevos reglamentos internos y se realizó un encuentro de estructuras (coordinadoras nacionales y redes de producto) en Bogotá, mientras que en el equipo operativo se creó la Unidad de Producción Sostenible y Resiliente y un área de auditoría interna.

Es importante destacar que CLAC mantuvo la certificación ISO 9001-2015 y que el índice de satisfacción de la membresía con los servicios brindados por CLAC alcanzó un 87.46%.

Con la aprobación del nuevo plan estratégico 2025-2027, CLAC reafirma su compromiso con miles de familias productoras y trabajadores de comercio justo de nuestra región, que día a día transforman sus comunidades.



 Ceremonia de entrega de premios Esperanza CLAC



# CONTENIDO

El plan estratégico 2022 – 2024 tenía 4 objetivos estratégicos y 11 objetivos tácticos. Los objetivos estratégicos fueron definidos como:

- ② **1. Optimizar el acceso a mercados** a través del impulso del Comercio Justo en el Norte y el Sur.
- ② **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
- ② **3. Implementar una estrategia integral de posicionamiento e incidencia de CLAC** para promover los valores del comercio justo en América Latina y el Caribe.
- ② **4. Incrementar las capacidades organizacionales** de las estructuras y el equipo operativo de CLAC para garantizar mejores resultados.

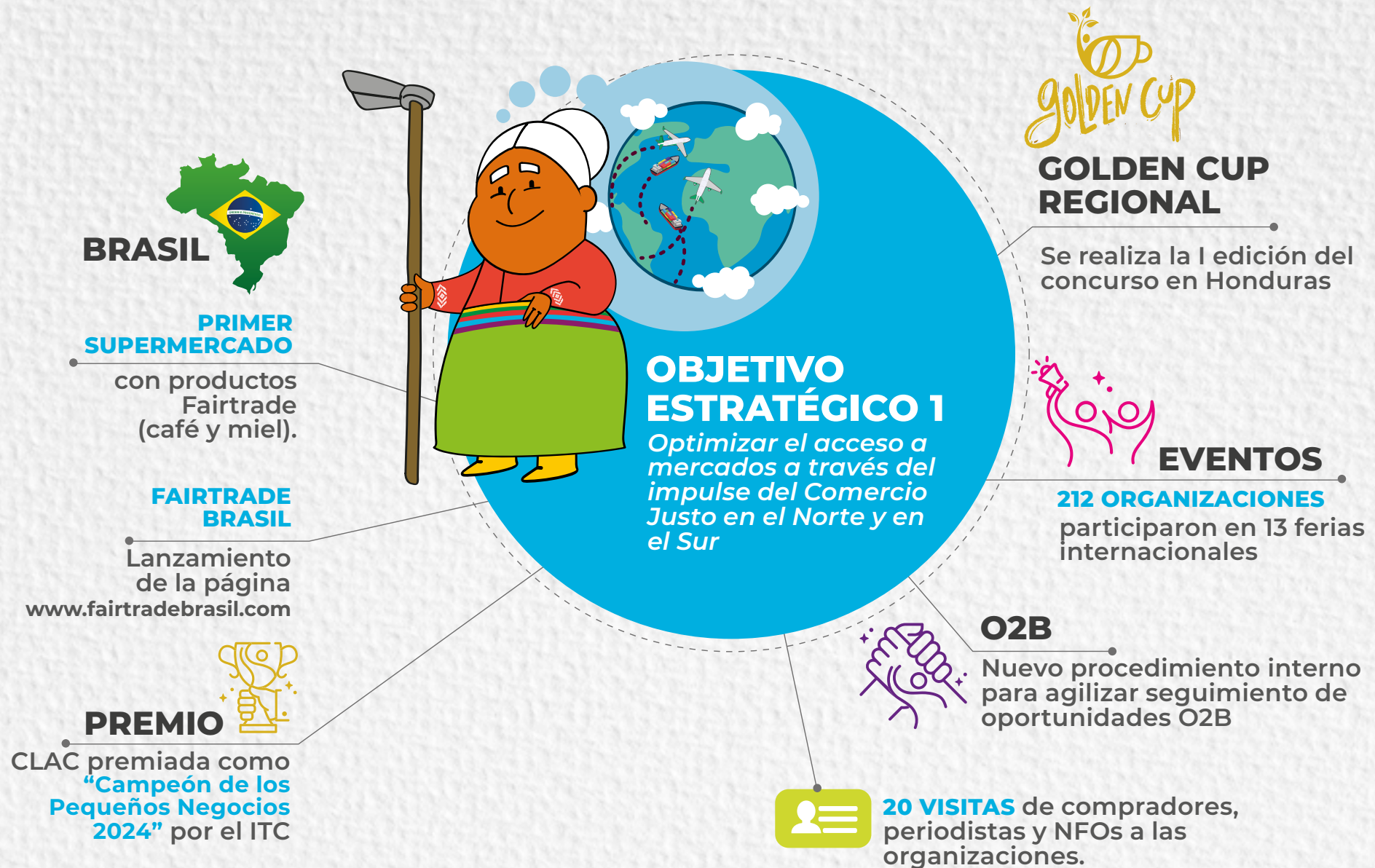
En alineación con el Plan Estratégico, en 2024 CLAC ejecutó su Plan Operativo Anual que estaba compuesto por 530 productos e hitos. En las siguientes páginas podrá leer un resumen de su ejecución.



# OBJETIVO ESTRATÉGICO 1:

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

# DESTACADOS - OBJETIVO ESTRATÉGICO 1






*En 2024, el proyecto de mercados sur-sur avanzó en Brasil, país en el que se logró tener el primer supermercado que vende productos Fairtrade. Se trata del supermercado Escola, de la Universidad Federal de Viçosa, una Universidad por el Comercio Justo en Minas Gerais. Los primeros productos que están disponibles en las estanterías son café y miel de Comercio Justo.*

## 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*

CLAC también participó junto a 6 organizaciones de café y frutas frescas en la feria de comercio Bio en Brasil, facilitando ruedas de negocios entre productores y comerciantes locales y dando a conocer el sello Fairtrade en ese país.




 Feria BIO Naturaltech - Brasil

Además, se creó la página de Fairtrade Brasil ([www.fairtradebrasil.com](http://www.fairtradebrasil.com)) y se continuó con la campaña para dar a conocer el comercio justo Fairtrade, con el lema Practique Fairtrade, el cual se utilizó en la Semana Internacional del Café (SIC), feria en la que se participó en conjunto con la Asociación de Organizaciones de Productores Fairtrade de Brasil (BRFAIR). Asimismo, se continuó con la promoción del uso del logo y del licenciamiento de

productos, para lo cual se llevaron a cabo dos webinars con el apoyo de personal de Fairtrade International.

CLAC avanzó en la elaboración de una estrategia específica para el desarrollo del mercado en los países de América Latina y el Caribe que retoma la experiencia del piloto en Brasil.



 Campaña "Pratique Fairtrade", Brasil.

Como un punto destacado, el Centro de Comercio Internacional (ITC, por sus siglas en inglés) entregó un premio a CLAC como "Campeón de los Pequeños Negocios 2024" (Small Business Champions, en inglés) por la promoción del acceso a los mercados de las poblaciones indígenas de América Latina.

## Impulsando el Valor Agregado



Encuentro de buenas prácticas y aprendizajes sobre valor agregado - Colombia

Desde 2022, CLAC, Fairtrade International y la Fundación Interamericana (IAF) unieron fuerzas para poner a disposición de las organizaciones de productores(as) un nuevo fondo para implementar acciones de recuperación económicas ante los efectos negativos de la pandemia del COVID-19 y para responder a la necesidad de generar valor añadido a sus productos terminados para impulsar los mercados locales.

En abril de 2024, CLAC organizó una reunión presencial en Colombia con aquellas Organizaciones de Productores que habían logrado importantes avances con sus inversiones en proyectos de valor agregado y estaban interesadas en compartir sus aprendizajes con otras organizaciones.

El evento fue un éxito e inspiró a las organizaciones presentes y a CLAC

a comprometerse a más largo plazo en torno a estas innovaciones para proyectos de valor agregado, aunque la financiación de IAF finalizó en septiembre de 2024. De acuerdo a todos los informes recibidos de las Organizaciones de Productores(as) participantes, la inversión total de \$964,051.96, ha generado un valor añadido calculado a nivel agregado de \$3,359,944.17 USD, lo que significa que por cada dólar invertido entre IAF, CLAC, FI y las organizaciones, se generó un valor añadido de 3,4 dólares.

Como parte de este proyecto también se generaron materiales comunicacionales, incluyeron podcasts en los que las organizaciones compartieron sus buenas experiencias en materia de innovación para generar valor agregado.



Encuentro de buenas prácticas y aprendizajes sobre valor agregado - Colombia



## 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.*

*En 2024 CLAC realizó una serie de acciones para ampliar el acceso a mercados de distintos productos de las organizaciones que forman parte de la membresía, entre las que destacan la participación en diferentes ferias comerciales, las visitas de aliados comerciales y de las NFOs, así como la organización de eventos como el IV Foro de banano Fairtrade y el primer concurso Golden Cup regional de Centroamérica y México.*



IV Foro de banano Fairtrade - Santa Marta, Colombia

En mayo de 2024, CLAC realizó el IV Foro Bananero, en Santa Marta, Colombia. El evento se ha posicionado como un importante espacio de diálogo entre productores(as), trabajadores(as), compradores(as), clusters bananeros de los países productores, investigadores, el sistema Fairtrade, la sociedad civil y aliados estratégicos, para desarrollar juntos los caminos para lograr la sostenibilidad social y ambiental, de manera inclusiva y justa dentro de la industria bananera. En este foro, los clusters bananeros estuvieron muy alineados para hacer un llamado hacia la industria y los minoristas a contribuir hacia ingresos y salarios dignos, comprando sus volúmenes bajo condiciones de Comercio Justo, contribuyendo con el Precio mínimo y la Prima Fairtrade a este objetivo.

A finales de 2024 se anunció que el cluster bananero de Ecuador y CLAC tendrán una presidencia compartida del Foro Mundial Bananero, siendo la primera vez que una red de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) asume este rol, a través de Marike de Peña, presidenta de la Red Banano y Vicepresidenta del consejo directivo de CLAC.

### Concursos de calidad en café



I Golden Cup Regional - Honduras

En 2024, CLAC organizó 9 concursos nacionales Golden Cup en América Latina: México, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Perú y Brasil.

Por primera vez, se llevó a cabo un concurso regional Golden Cup de Centroamérica y México, con las muestras ganadoras


de los diferentes países. Este concurso regional se llevó a cabo en las instalaciones de la organización CAFESCOR, en Corquín, Honduras. Para la fase final, 18 catadores internacionales de Alemania, Japón, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y de los países de Centroamérica y México cataron las muestras de los cafés ganadores en las competencias nacionales.

En el segundo semestre del año, Perú y Brasil también organizaron sus competencias de calidad de cafés Fairtrade Golden Cup.



 Concurso Golden Cup Perú



 Concurso Golden Cup - Centroamérica y Mexico

## Ferias comerciales



 Feria SCA

En 2024, CLAC facilitó la participación de 212 organizaciones en 13 eventos comerciales y ferias, siendo los principales: SCA Expo, Fruitlogistica en Berlín, Biofach, el IV Foro de Banano Fairtrade, Biofach Brasil, World Cocoa Conference, el II Foro de cacao Fairtrade en Ghana y World of Coffee en Dinamarca.

En mayo, los productores de vino participaron por primera vez en la Wine Trade Fair de Londres, que resultó ser una experiencia muy satisfactoria, ya que permitió a los visitantes interesados relacionarse directamente con los productores de vino Fairtrade. Los viticultores pudieron conceder entrevistas y catar sus vinos con la embajadora de Fairtrade, Aleesha Hansel, reconocida experta en materia de vinos.

## Oferta de Negocios y soluciones a la medida

CLAC comenzó a aplicar un nuevo procedimiento interno en torno a las Ofertas de Negocios (O2B, por su sigla en inglés). El procedimiento busca brindar lineamientos al equipo operativo de CLAC sobre la forma de trabajar, las funciones y las responsabilidades en los distintos tipos de O2B para volvernos más ágiles en el seguimiento de las oportunidades de O2B. El nuevo procedimiento comienza con el llenado de un formulario por parte de las Organizaciones Nacionales Fairtrade (NFOs) sobre la oportunidad O2B para poder definir la mejor manera de prestar apoyo en el seguimiento. Las oportunidades O2B se dividen en proyectos pequeños, medianos y grandes, en función de determinadas variables.

Un gran proyecto de oferta de negocios que inició en 2024 es con la Fundación Fairtrade para un supermercado en el Reino Unido. Se trata de una O2B de gran envergadura, en la que CLAC ha contratado a personal de gestión de proyectos, personal técnico de campo y consultores para llevar a cabo las diferentes líneas de trabajo acordadas para Sainsbury's.

## Visitas de compradores y NFOs

En 2024, CLAC recibió un total de 20 visitas en la región procedentes de Suiza, Reino Unido, Dinamarca, Estados Unidos, Canadá, República Checa, Alemania, Bélgica, y Japón, entre otros. Las organizaciones que fueron visitadas se encuentran en México, Colombia, Costa Rica, Brasil, Honduras y Perú, Estas visitas fueron muy importantes para CLAC y sus miembros, ya que permitieron traer a las compañías, periodistas y NFOs más cerca de la realidad de los productores. En 2024 nuestro procedimiento para recibir visitas fue actualizado, para hacerlas más ágiles y completas.





## **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.*



# DESTACADOS - OBJETIVO ESTRATÉGICO 2

## CATÁLOGO DE SERVICIOS

**90%**

CLAC atendió al 90% de sus organizaciones miembro.



**CLAC**

## CELEBRACIÓN DE SUS 20 AÑOS

y realización de la IX Asamblea General en Oaxaca, México.



## CONSEJO DIRECTIVO

**2025-2028**

Se elige un nuevo Consejo Directivo más joven y diverso. Yoriely Villalobos (Costa Rica) elegida presidenta de CLAC.



## PLAN ESTRATÉGICO

Aprobación del Plan Estratégico 2025-2027

**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.*



## REGLAMENTO EUROPEO

**74% ORGANIZACIONES**

de café y cacao (382 de 514) recibieron apoyo para cumplir el reglamento europeo EUDR (deforestación).



## PROGRAMA DE BANANO SOSTENIBLE

**68 ORGANIZACIONES**

Asistidas técnica y financieramente.



## HREDD

**261 ORGANIZACIONES**

Fortalecieron sus mecanismos de HREDD (derechos humanos y medioambientales).



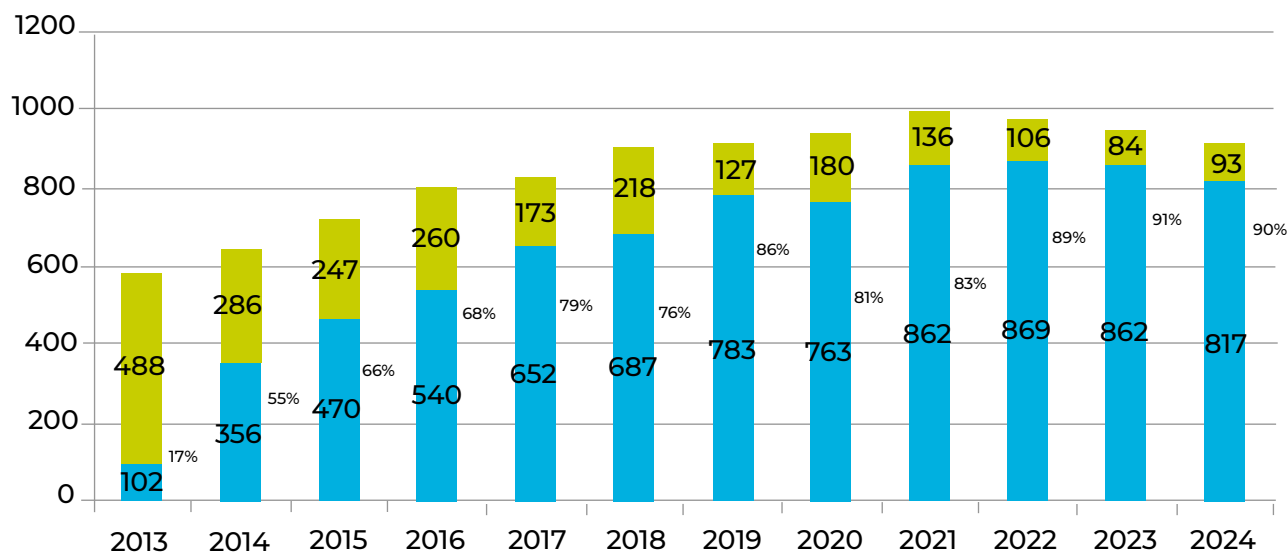
**12 PROYECTOS**

Ejecutados en 2024 (5 finalizados, 4 iniciados).



**Durante 2024 CLAC logró atender al 90% de las organizaciones de su membresía en América Latina y el Caribe (817 de 910 organizaciones certificadas Fairtrade) a través de la implementación de diversos servicios brindados por los gestores en campo y también por los especialistas de las distintas unidades de CLAC.**

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



*\*2020 y 2021 fueron años de la pandemia de COVID con limitada capacidad para visitar presencialmente a las organizaciones*




**El 2024 fue un año muy importante para la Gobernanza de CLAC. En este año celebramos nuestro 20 aniversario y se llevó a cabo la IX Asamblea General en Oaxaca, México, el lugar en donde CLAC se fundó, como un homenaje también al Padre Frans Van der Hoff, pionero del comercio justo, quien falleció en febrero de 2024.**

## 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.*

Esta Asamblea General fue la primera organizada en un formato híbrido, en el que más de 190 delegados(as) pudieron participar de forma presencial o virtual. Las votaciones se realizaron virtualmente y CLAC realizó varias formaciones previas a la Asamblea General para capacitar a los(as) representantes de los(as) productores(as) y trabajadores(as) en el uso de la plataforma digital utilizada para la Asamblea General.



 IX Asamblea General de CLAC

En preparación para la Asamblea General, CLAC desarrolló varias líneas de trabajo a lo largo del año, las cuales incluyeron:

- La evaluación del Plan Estratégico 2022-2024 con el apoyo de una consultora externa.

- Un intenso trabajo de preparación con las estructuras operativas de CLAC, previo a la Asamblea General, el cual se detalla en el objetivo 4.1.
- El seguimiento al Código Organizacional y la aplicación de la nueva verificación de debida diligencia a todas las organizaciones de la membresía que participaron con delegados(as) en la IX Asamblea General.



En junio, CLAC completó la propuesta del nuevo Plan Estratégico para el próximo trienio, la cual se llevó a consulta con las Redes de Producto, Red de Trabajadores(as) y las Coordinadoras Nacionales, así como las organizaciones de la membresía.

El nuevo Plan Estratégico 2025-2027 fue aprobado en noviembre por los(as) delegados(as) de la IX Asamblea General de CLAC, quienes también eligieron al nuevo consejo directivo, destacando la inclusión de un mayor número de personas jóvenes y de países que no habían tenido representación anteriormente como Belice y Cuba. El consejo directivo eligió a Yoriely Villalobos, productora de piña de Costa Rica, como su nueva presidenta.



Consejo Directivo electo en la IX Asamblea General de CLAC



Pleno - IX Asamblea General de CLAC





***Durante 2024, CLAC actualizó su catálogo de servicios a la membresía y prestó un total de 2,394 servicios directamente a las organizaciones certificadas Fairtrade y un total de 468 a las estructuras de CLAC, como las Coordinadoras Nacionales de Comercio Justo, las Redes de Producto y la Red de Trabajadores(as).***

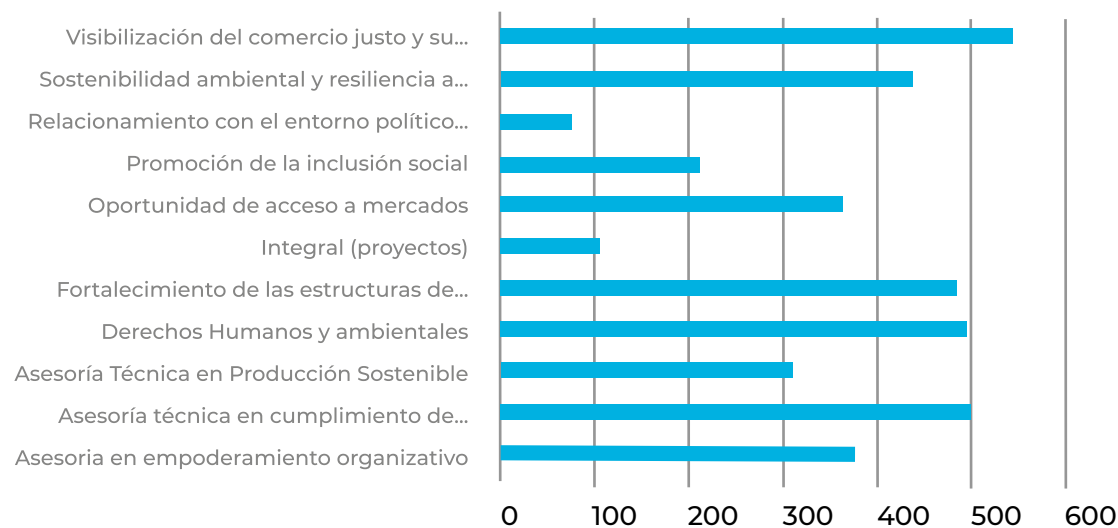
## Objetivo Táctico 2.2

***Operativizar una estrategia integral de formación, acompañamiento y asistencia técnica ofrecida a la membresía con énfasis en los Objetivos de Desarrollo Sostenible***

En comparación con años anteriores, se hizo mayor hincapié en los servicios relacionados con la debida diligencia en derechos humanos y ambientales, como puede verse en la tabla. Esto se debe a los nuevos requisitos, principalmente de la Unión Europea.

CLAC utiliza una nueva clasificación de los servicios que presta a las Organizaciones de Productores, la cual está alineada a su catálogo de servicios. En la siguiente gráfica se puede apreciar el número de organizaciones atendidas por categoría de servicios.

**Organizaciones atendidas por categoría de servicio en 2024**



***NOTA: Algunos servicios cuyos porcentajes son inferiores suelen ser servicios que requieren más tiempo del personal para el apoyo y el desarrollo de las actividades. Algunos servicios creados en 2024 no***

## Cumplimiento de Estándares.

En 2024, más de 500 organizaciones recibieron apoyo en el cumplimiento de los estándares Fairtrade.

CLAC participó en la consulta sobre el precio y la prima de cacao, también se actualizaron los costos de producción del banano, que fueron la base para la definición de los nuevos precios mínimos de banano Fairtrade, y también para las validaciones del precio de referencia de salario digno (LIWRP, por su sigla en inglés). En café se probó la segunda versión de la herramienta de recopilación de datos sobre costos de producción.

Además, CLAC participó en las consultas sobre las normas comerciales y consiguió que casi el 40% de los miembros contribuyeran a este proceso.

En 2024, 33 organizaciones de diversos productos recibieron apoyo de CLAC para cubrir el pago de su certificación a FLOCERT a través de un fondo que busca subsidiar hasta el 75% del costo de certificación para organizaciones que enfrentan problemas financieros y/o de ventas. El monto total para apoyar a estas organizaciones ascendió a \$44,723.44 dólares estadounidenses.

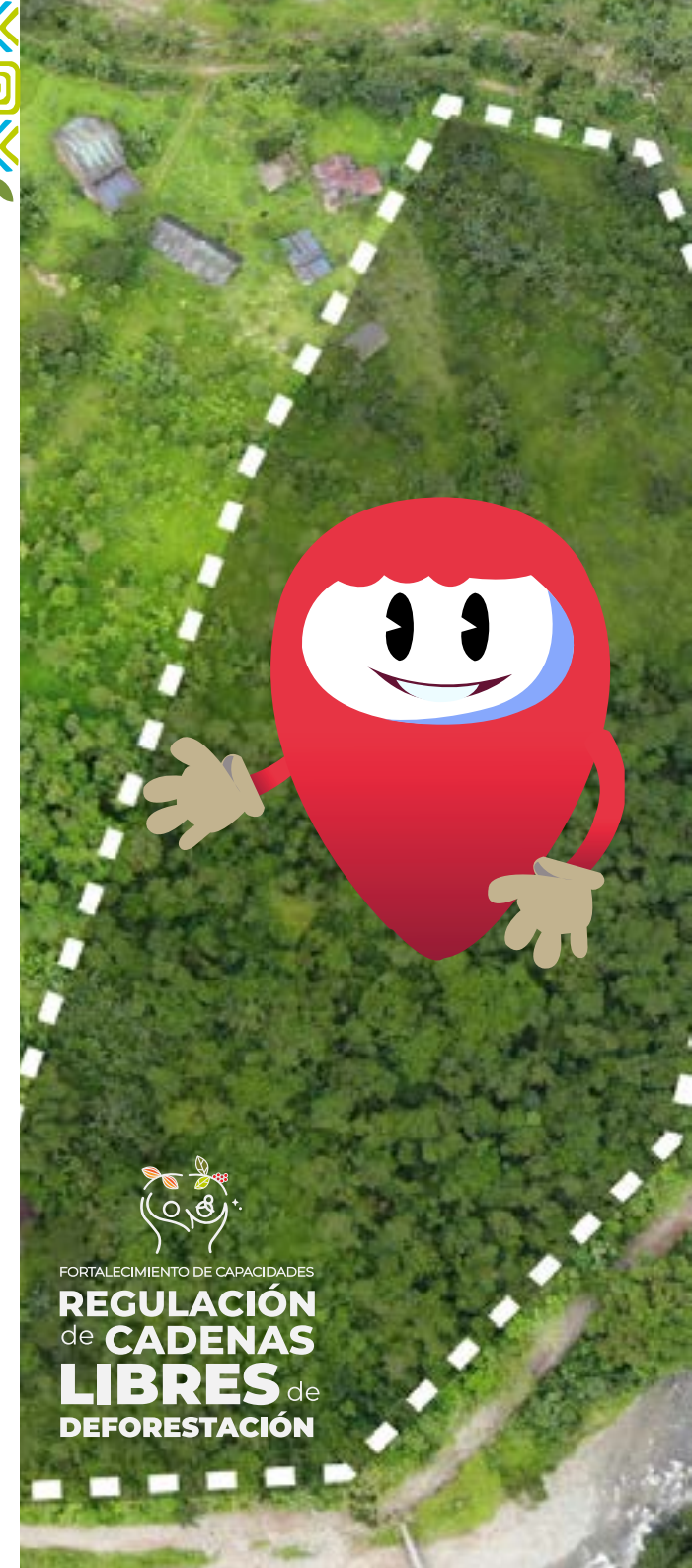
## Resiliencia climática y medio ambiente



El cumplimiento del reglamento sobre productos libres de deforestación de la Unión Europea (EUDR, por su sigla en inglés) fue una de las principales líneas de trabajo de CLAC en 2024. El apoyo centró en la preparación de las organizaciones para el cumplimiento del reglamento durante 2024.

También se abordó con las organizaciones, aunque en menor medida, la preparación para el reglamento de productos orgánicos (EUOR, por su sigla en inglés) también se abordó con las organizaciones.

En relación con el reglamento de productos libres de deforestación (EUDR), CLAC brindó apoyo al 74% de las organizaciones productoras de café y cacao (382 de 514 organizaciones). La mayoría de estas organizaciones han recibido apoyo en



  
FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES  
**REGULACIÓN**  
de **CADENAS**  
**LIBRES** de  
**DEFORESTACIÓN**

diferentes momentos, tanto de forma individual o a través de sesiones grupales, presenciales o virtuales.

Durante el proceso se ha podido identificar algunos retos como la falta de experiencia del personal de las organizaciones para geolocalizar y el aumento de costos de producción que el proceso implica, así como los importantes esfuerzos que deben hacer para la limpieza y depuración de los datos, así como la falta de acuerdos de confidencialidad para proteger los datos de las organizaciones.

Para apoyar este proceso, en octubre CLAC contrató a 6 analistas de datos con financiamiento del proyecto Plan de Desarrollo Cafetero para apoyar a las organizaciones con fortalecimiento de capacidades y asistencia técnica distribuidos de la siguiente forma: un analista en Honduras, uno en Colombia, dos en Perú, uno en México, uno para el resto de Centroamérica.

Asimismo, CLAC ha facilitado 25 talleres presenciales, donde se capacitaron 555 personas y de estas 415 fueron de organizaciones de café. Para apoyar este

proceso CLAC ha desarrollado guías paso a paso para el ajuste de puntos y polígonos y validación de datos, así como un documento de preguntas frecuentes.



## Medición de huellas de carbono e hídricas.



Georeferenciación - Organización Tajumuco, Guatemala

CLAC desarrolló en 2024 diferentes pilotos en café y banano para probar metodologías de medición de la huella de carbono, particularmente la herramienta “Coolfarm” (en café) y la metodología promovida por la FAO para pequeños(as) productores(as) de banano. Aunque todavía a pequeña escala, los pilotos han permitido aprender y adaptar las metodologías existentes a la realidad de las organizaciones, ya que normalmente se diseñan desde una perspectiva científica con esquemas de producción más grandes.

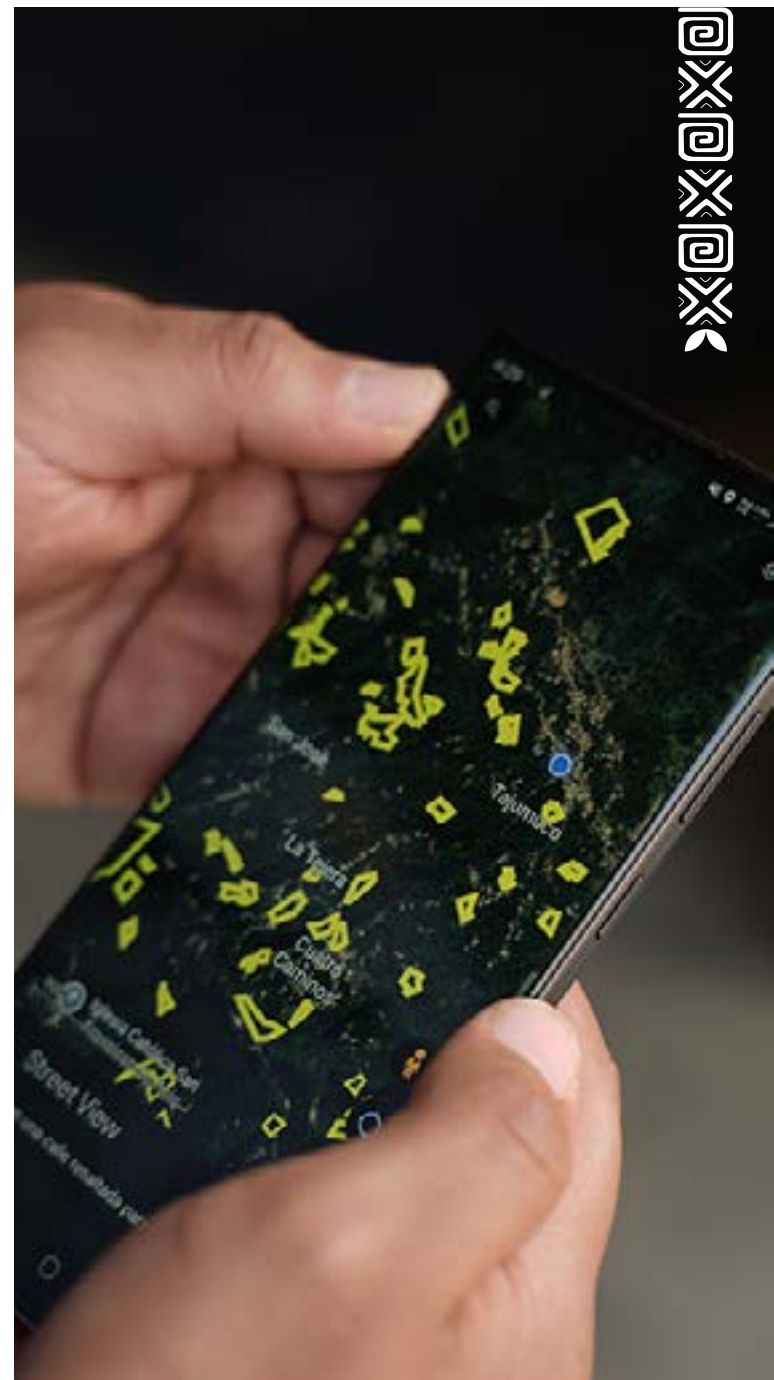
Por tercer año consecutivo, CLAC en colaboración con la CEPAL ofreció un curso práctico y en línea sobre medición de la huella de carbono a través de su plataforma de aprendizaje Claase al personal técnico de las organizaciones de productores(as). Más de 100 personas participaron en el curso y 56 lo completaron, incluyendo un

ejercicio práctico de medición de la huella en una parcela.

CLAC también construyó una herramienta y una metodología para realizar una autoevaluación sobre los impactos del cambio climático en la región de producción de las organizaciones de café, que proporciona todos los insumos para definir su propio plan de adaptación al clima. Esta metodología busca reducir la dependencia de consultores externos y permite que las organizaciones identifiquen de forma participativa sus retos locales y debatan los métodos para abordarlos mejor con el fin de aumentar la resiliencia y la adaptación. Desde 2020 a 2024, CLAC ha apoyado a 145 organizaciones en la elaboración de sus planes de adaptación al cambio climático.

En 2024, CLAC apoyó a 50 organizaciones a través de los fondos de eventualidades climáticas y eventos catastróficos, otorgando financiamiento para apoyar a las organizaciones a recuperarse tras sufrir pérdidas significativas debido a eventos climáticos extremos o para apoyar la implementación de los planes de adaptación, fortaleciendo su resiliencia. En total 35 organizaciones de Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Paraguay y Perú recibieron recursos no reembolsables para hacer frente a las afectaciones por eventos climáticos catastróficos. Y 15 organizaciones de Colombia, Costa Rica, Ecuador, Honduras, Nicaragua, Perú y República Dominicana han recibido

recursos para implementar sus planes de adaptación.



## Producción Sostenible

En total, en 2024, CLAC pudo apoyar a 308 organizaciones de productores(as) en sus métodos de producción sostenible. En café, la atención se ha centrado en la gestión del suelo y el agua; en cacao, en la preparación de bioinsumos; y en naranjas, en prácticas para reducir el enverdecimiento de los cítricos, enfermedad que afecta a varios cultivos de organizaciones certificadas Fairtrade.

Por su parte, el programa de Banano Sostenible se implementó en 68 organizaciones, brindando asistencia técnica financiada con ayudas de los socios comerciales como oferta de negocios de supermercados y comerciantes de Europa. El programa se ha centrado en el análisis de los costos de producción, pero también en la mejora de la productividad, la mejora de la salud del suelo, la elaboración de bioinsumos para la producción y la medición de la huella hídrica y de carbono.



**ESCANEA**  
para conocer sobre el  
programa de  
Banano Sostenible



Capacitación sobre producción sostenible



Capacitación sobre producción sostenible



Capacitación sobre producción sostenible

## Derechos humanos

En total, CLAC pudo apoyar a 261 organizaciones en su labor de establecimiento de mecanismos de Diligencia Debida en sus organizaciones. La atención se ha centrado principalmente en los primeros pasos del ciclo de Diligencia Debida, y poco a poco pretendemos que cada vez más organizaciones lleguen al ciclo completo.

En el primer semestre de 2024, CLAC, en colaboración con el Centro de Comercio Internacional (ITC), sistematizó los aprendizajes de los pilotos en debida diligencia en derechos humanos y medio ambiental (HREDD, por su sigla en inglés) ejecutados en 2023. Los aprendizajes fueron publicados por el ITC.

En 2024 inició el proyecto de HREDD de GIZ, en el que las organizaciones, Fairtrade Alemania, la red alemana de empresas Fairtrade y GIZ trabajan conjuntamente para ofrecer un fondo a las pequeñas y medianas empresas de la cadena de suministro de Alemania junto con sus proveedores productores(as) para solicitar financiación de contrapartida para invertir en el cumplimiento del HREDD. En la primera ronda de solicitudes, ya se han presentado varias empresas alemanas y organizaciones de productores(as) de café de América Latina y el Caribe.



Piloto debida diligencia en CAFESCOR

En el contexto de los proyectos de oferta de negocios (O2B) con un supermercado de Reino Unido, CLAC ha llevado a cabo evaluaciones de riesgo a nivel nacional con todas las organizaciones de productores(as) de banano de Ecuador, Colombia y República Dominicana y con los proveedores de café de Colombia y Brasil. Estas evaluaciones fueron compartidas a nivel de país, respetando los niveles de confidencialidad con las organizaciones participantes y con los actores relacionados de la cadena de suministro involucrados.



HREDD - Grupo de Trabajo , visita a Honduras



Piloto debida diligencia, CAFESCOR



HREDD - Grupo de Trabajo , visita a Honduras

CLAC ha actualizado su Política, Estrategia y Procedimientos de Protección, alineándola más con la política de protección de Fairtrade International. También se participó activamente en el Comité de Protección de Fairtrade International y hemos intercambiado conocimientos sobre protección con el sistema y las otras redes de productores(as).



Piloto debida diligencia

En septiembre, CLAC recibió a las personas que forman parte del Centro de Excelencia sobre derechos humanos del sistema Fairtrade en El Salvador y Honduras. Representantes de las NFOs pudieron visitar diferentes organizaciones de productores(as) en El Salvador y Honduras para conocer su trabajo en derechos humanos. Para CLAC ha sido muy importante recibir a colegas de las NFOs en el terreno, para que se entienda el impacto de las nuevas regulaciones en materia de derechos humanos en el contexto de la realidad local en el terreno.



HREDD - visita a COCREBISTOL, Honduras

## Programas y proyectos

Durante 2024, CLAC ejecutó con éxito un total de 12 proyectos, de los cuales 5 concluyeron ese año y 4 comenzaron. El valor total de la ejecución de proyectos para 2024 fue de \$2.1 millones de dólares estadounidenses. La eficacia media de los proyectos se ha medido en un 80% (es decir, que el 80% de todas las tareas previstas dentro de los proyectos se ejecutaron a tiempo y dentro del presupuesto), y una ejecución financiera global del 84% del presupuesto previsto para programas y proyectos.

Algunos de los proyectos que finalizaron en 2024 son: la primera fase de las Organizaciones Bananeras Sostenibles (OBS) en Perú y República Dominicana y el proyecto DONUTS en Bolivia con organizaciones productoras de café. Ambas evaluaciones externas han sido muy positivas e internamente se han intercambiado los aprendizajes a través de seminarios web, llamados CLAC-Labs.

En el primer semestre de 2024 finalizó el Proyecto de Trabajo Decente con financiación de GIZ en Ecuador. El proyecto tenía como objetivo desarrollar e implementar una estrategia de trabajo decente para los(as) trabajadores(as) del banano en Ecuador. En este periodo se logró finalizar el estudio para conocer las opciones legales que tienen las plantaciones para realizar aportes

adicionales a sus trabajadores(as) dentro del contexto legal y tributario de cada país en el caso de Ecuador, Colombia y República Dominicana. Con la fundación Greenlight también se llevó a cabo una evaluación de referencia en términos de necesidades familiares de los trabajadores de las plantaciones bananeras en Colombia. Los proyectos de Ingreso Digno de Oferta de Negocios que se están ejecutando en la región de Latinoamérica y el Caribe fueron uno con COOP de Suiza con productores(as) de café en Perú y México, con LIDL Way to Go en una organización de café en Honduras y una de naranja en Brasil y un proyecto Fairtrade Original con una organización de café en Colombia.

Las redes de producto de CLAC participaron en el proceso de consulta de Fairtrade International para buscar formas de alinearse con los proyectos piloto de Ingreso Digno.

Por su parte, entre los proyectos que iniciaron en 2024 se encuentran el proyecto EU-FPA II, conocido como El Futuro es Justo, en el que se realizaron las tareas preparatorias, la planificación detallada y la contratación del personal para el proyecto. La implementación inició en el segundo semestre, principalmente a nivel de gobernanza, estableciendo agendas de incidencia y el nuevo Plan Estratégico de CLAC para el período 2025-2027.

CLAC y Max Havelaar Francia también finalizaron la presentación de una segunda fase de Organizaciones Bananeras Sostenibles (OBS) a la agencia de desarrollo francesa y esta propuesta fue aprobada, iniciando el proyecto en el segundo semestre de 2024.

El consejo directivo de CLAC ha aprobado también la nueva Estrategia de Movilización de Recursos. La estrategia ha definido tres cestas de inversión claras que CLAC quiere promover en el futuro: I. Desarrollo sostenible y gestión ambiental; II. Empoderamiento y derechos socioeconómicos; y III. Agricultura y emprendimiento innovadores



## **OBJETIVO ESTRATÉGICO 3:**

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



# DESTACADOS - OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

## ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

### APROBACIÓN

Aprobación en 2024 de las estrategias de comunicación interna y externa de CLAC.

Apertura de cuenta en TikTok



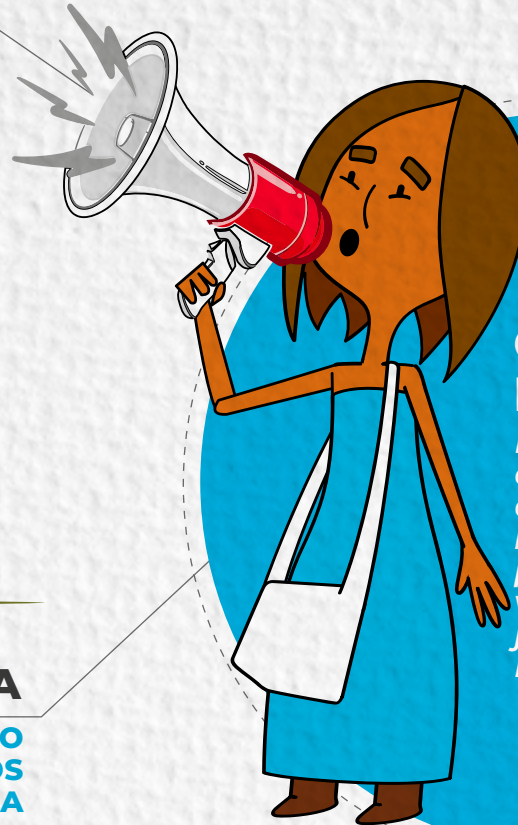
Ejecución de la primera Academia de Radio "La Voz de los(as) Productores(as)"



## CAMPAÑA

### AL SEMBRAR COMERCIO JUSTO JUSTO COSECHAMOS ESPERANZA

Campaña lanzada para la celebración del día del comercio justo



## OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

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



## PLATAFORMA FAIRINSIGHT

CLAC ha impulsado el desarrollo y el uso de la plataforma FairInsight



## CAMPAÑAS

Campañas de Universidades y Ciudades por el Comercio Justo:  
21 universidades participantes (10 años de la campaña).  
18 ciudades activas.

### 21 UNIVERSIDADES

Participantes (10 años de la campaña).

**18 CIUDADES** activas.

## II ENCUENTRO DE CIUDADES Y UNIVERSIDADES

Se llevó a cabo en la ciudad de Oaxaca, México.

## PREMIOS ESPERANZA CLAC

Lanzamiento de la primera edición de los premios.





## Objetivo Táctico 3.1

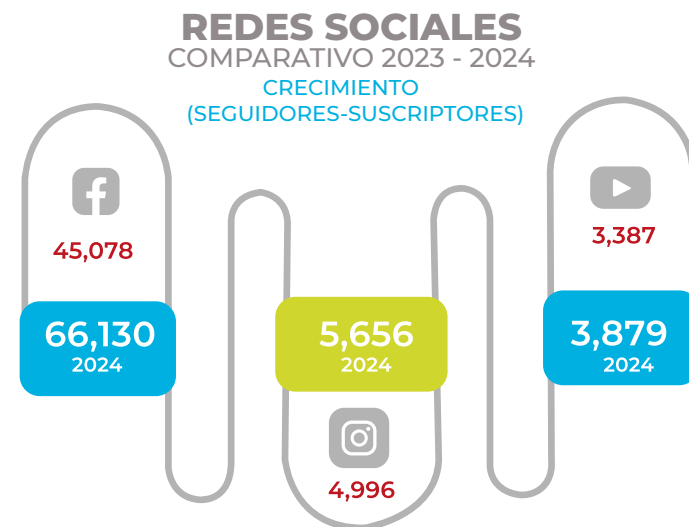
*Articular los esfuerzos existentes de comunicación de los resultados e impactos del comercio justo para sensibilizar a diferentes audiencias (consumidor, membresía y aliados) frente a su valor.*

*El Consejo Directivo de CLAC aprobó en 2024 las estrategias de comunicación interna y externa para los próximos años. Las estrategias tienen como objetivos posicionar a CLAC como una institución sólida y visibilizar el impacto del Comercio Justo como modelo alternativo que contribuye al desarrollo sostenible a públicos específicos, tanto a nivel interno como externo; y promover el sentido de pertenencia, la satisfacción y la participación de las organizaciones que forman parte de la membresía de CLAC.*

Estos esfuerzos respaldan el objetivo de buscar más socios estratégicos para la movilización de recursos, pero también de influir positivamente en los gobiernos, los mercados y los consumidores a favor del Comercio Justo.

En 2024, se realizó la campaña “Al sembrar comercio justo, cosechamos esperanza” que se lanzó para el Día y Mes del Comercio Justo y que continuó como parte de las celebraciones por el 20 aniversario de fundación de CLAC. Esta campaña también estuvo enlazada a las actividades que se realizaron en el marco de la IX Asamblea General de CLAC y fue acompañada por la presentación del documental “20 años de sembrar Comercio Justo y cosechar Esperanza”, que cuenta a través de testimonios los orígenes de CLAC y su desarrollo a lo largo de los años.

Como parte de su estrategia de posicionamiento, CLAC ha realizado esfuerzos para aumentar sus seguidores y el alcance de sus redes sociales, logrando un aumento importante en seguidores en Facebook y moderado en Instagram y Youtube en 2024.



Además, en 2024 CLAC abrió su cuenta en Tik Tok y comenzó a trabajar con una joven productora de banano para la creación de videos verticales para redes sociales, los cuales se compartieron con todo el sistema. A través de una alianza con la Fundación Lorna Young de Reino Unido, CLAC realizó la primera Academia de Radio La Voz de los(as) Productores(as) con 33 personas de 12 organizaciones de pequeños(as) productores(as) de Perú, Nicaragua y Honduras.

Una iniciativa de comunicación sobre el impacto del Comercio Justo fueron los

“Premios Esperanza CLAC”, a través de los cuales se reconoció a las organizaciones productoras y entidades de la sociedad civil que destacaron con las mejores prácticas en cuatro categorías: 1. Mejor servicio para sus asociados y sus familias, 2. Mejor abordaje de las temáticas de derechos humanos, inclusión y equidad, 3. Mejor propuesta de innovación y valor agregado al producto, y 4. Comunidad ampliada de Comercio Justo más activa.

En total, se recibieron 117 solicitudes, de las cuales 51 fueron presentadas en su totalidad y aceptadas para su evaluación por un jurado de expertos internos y externos. El jurado anunció en abril los 15 finalistas que pasaron a la segunda ronda del proceso. En agosto, estas 15 experiencias se publicaron a través de vídeos en la página web del Premio para que el público en general votara por su experiencia favorita. El jurado se reunió una vez más para definir los 5 ganadores finales, y se definió un ganador del voto popular, la iniciativa que tuvo más votos a través de la plataforma del premio. Durante la IX Asamblea General de CLAC, celebrada en noviembre en Oaxaca, México, se anunciaron los ganadores en un evento que fue transmitido en directo en las redes sociales de CLAC (Conozca a los ganadores de los Premios Esperanza).





***En 2024, CLAC ha impulsado el desarrollo y el uso de la plataforma FairInsight, que busca ayudar a las organizaciones a promocionar su negocio y comunicar el impacto de la Prima Fairtrade a sus socios comerciales, compartiendo datos e información relevantes.***

## 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.***

Se realizaron importantes avances para mejorar los materiales de formación y colaborar más activamente con las organizaciones de productores(as) con estos nuevos materiales, para aumentar los reportes sobre el uso de la prima y el uso de las nuevas funcionalidades disponibles en FairInsight.

Entre las actualizaciones de la plataforma destacan la implementación de mejoras en la experiencia de usuario, una nueva funcionalidad que permite realizar la encuesta de CODImpact, así como la posibilidad de que las organizaciones de café y cacao compartan sus datos de Geolocalización con Fairtrade y Satelligence en preparación para el cumplimiento del reglamento de productos libres de deforestación de la Unión Europea (EUDR), así como la función para generar perfiles comerciales con los datos de la organización.

La dirección comercial de CLAC realizó una encuesta de satisfacción con las Organizaciones Nacionales Fairtrade (NFOs), que contó con 16 respuestas y dio un índice promedio de 78%, siendo el

factor más destacado la satisfacción sobre la relación de trabajo con CLAC, que obtuvo 84%.

En marzo de 2024, por primera vez se llevó a cabo la reunión de equipos de comunicación del sistema Fairtrade en un país productor, realizándose en Costa Rica, con la participación de 30 personas de 17 oficinas de comunicación, la mayoría de NFOs, pero también de las 3 redes de productores(as). Como parte del encuentro se realizaron presentaciones de las organizaciones certificadas en Costa Rica y se visitaron tres cooperativas de productores(as), una de café (COOPELIBERTAD), una de azúcar (COOPEVICTORIA) y una de piña (COOPEPIÑA).



 Reunión equipos de comunicación del sistema Fairtrade con las organizaciones en Costa Rica



**En 2024, CLAC realizó cuatro diálogos estratégicos con su membresía, los cuales se centraron en las nuevas regulaciones de la Unión Europea que, directa e indirectamente, influirán en los sistemas de producción y comerciales de las organizaciones de productores(as). Para influir en las políticas, es imprescindible comprenderlas bien, por lo que fue muy importante centrar los diálogos estratégicos en comprender lo que propone y desarrolla la UE y las consecuencias que esto podría tener para las organizaciones de productores(as).**

## 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 2024, CLAC realizó cuatro diálogos estratégicos con su membresía, los cuales se centraron en las nuevas regulaciones de la Unión Europea que, directa e indirectamente, influirán en los sistemas de producción y comerciales de las organizaciones de productores(as). Para influir en las políticas, es imprescindible comprenderlas bien, por lo que fue muy importante centrar los diálogos estratégicos en comprender lo que propone y desarrolla la UE y las consecuencias que esto podría tener para las organizaciones de productores(as). Los diálogos permitieron el intercambio de información y datos con las organizaciones de productores sobre estos nuevos reglamentos, como en la búsqueda de una alineación interna sobre nuestra posición respecto a estos temas y en el diálogo activo con la industria y los gobiernos al respecto.

Un hito importante es el inicio en julio de 2024 del proyecto El Futuro Es Justo, financiado por la Unión Europea, cuyo objetivo general es aumentar el número de organizaciones certificadas Fairtrade y sus miembros que disfrutan de medios de vida seguros y sostenibles y de políticas y prácticas comerciales más justas. Este proyecto busca de forma particular en los próximos años fortalecer las capacidades de incidencia de las estructuras operativas de CLAC.



En 2024, participamos de forma especialmente activa en la plataforma de la Organización Internacional del Café (OIC) y, en la Federación Europea del Café, plataformas en las que compartimos directamente con los representantes de la UE los retos que plantea la implementación de estas nuevas regulaciones.







Las redes de productos de CLAC enviaron una carta a la UE sobre la certificación orgánica para los grupos de pequeños agricultores, en la que se reflejan las principales preocupaciones en el proceso de cumplimiento de estos nuevos requisitos.

Además, hemos facilitado el diálogo entre representantes de los gobiernos de Perú y Colombia y las organizaciones de productores(as) en torno a su apoyo al cumplimiento del EUDR en particular.



 Reuniones de las redes de productos de CLAC

 Foro internacional de banano

 Intercambio interinstitucional de comercio justo, Guatemala

## Universidades y Ciudades por el Comercio Justo

En 2024, la campaña de universidades por el comercio justo cumplió diez años de fundación y logró la participación de 21 universidades, mientras que la campaña de Ciudades por el Comercio Justo se expandió a 18 ciudades. Estas dos campañas son muy relevantes para la promoción del Comercio Justo y el apoyo para sentar las bases de las oportunidades del mercado local.

CLAC implementó una serie de intercambios entre productores(as) y universidades por el Comercio Justo de la región de América Latina y el Caribe sobre temas de interés común para una mayor colaboración e investigación en los próximos años. Este proceso comenzó con eventos nacionales entre productores(as) y universidades y finalizó con un encuentro regional en noviembre en Oaxaca, México, en el marco de la IX Asamblea General de CLAC.



Encuentro Ciudades y Universidades por el Comercio Justo



Encuentro Ciudades y Universidades por el Comercio Justo



Encuentro Ciudades y Universidades por el Comercio Justo



## Ciudades por el Comercio Justo

La nueva propuesta de gobernanza para las Ciudades de Comercio Justo fue aprobada durante el V Encuentro Latinoamericano de Ciudades de Comercio Justo, que tuvo lugar en Grecia, una Ciudad de Comercio Justo en Costa Rica, en octubre. El evento fue todo un éxito y reunió a representantes de 18 comités de Ciudades de Comercio Justo.



V Encuentro de Ciudades y Pueblos por el Comercio Justo.



## **OBJETIVO ESTRATÉGICO 4:**

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



# DESTACADOS - OBJETIVO ESTRATÉGICO 4



## ENCUENTRO DE ESTRUCTURAS

**BOGOTÁ, COLOMBIA**

16 coordinadoras,  
6 redes de producto  
y red de trabajadores(as).

## NUEVOS REGLAMENTOS INTERNOS



### REVISIÓN Y APROBACIÓN

por la IX Asamblea General.



**87.46%**

membresía satisfecha  
(+1.3% vs. 2023)

## OBJETIVO ESTRATÉGICO 4

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

## CREACIÓN DE LA UNIDAD



**PRODUCCIÓN SOSTENIBLE Y RESILIENTE.**

## INTRANET INSTITUCIONAL

Se pone en marcha el canal institucional.

## CANAL INSTITUCIONAL MENSAJERÍA



### WASAPI

Para comunicación con la membresía.

**81%**  
de productores(as)

**96%**  
de trabajadores(as)  
afirman que CLAC  
entiende sus necesidades.)



# Objetivo Táctico 4.1

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

En abril de 2024 se llevó a cabo en Bogotá, Colombia, el segundo encuentro de estructuras, con la participación de representantes de las 16 coordinadoras nacionales y las 6 redes de producto, así como la red de trabajadores(as), en cual se discutieron los nuevos reglamentos internos para todas las estructuras operativas de CLAC. Los insumos recibidos en esta reunión fueron incorporados a la propuesta de reglamentos que luego se socializó en las reuniones de redes de producto y de la red de trabajadores(as) en mayo y junio. La retroalimentación obtenida ayudó al Comité de Gobernanza para elaborar la última versión de los reglamentos que fue aprobada por los(as) delegados(as) de la IX Asamblea General de CLAC.



 Encuentro de Estructuras, Colombia



## 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 2024, CLAC decidió integrar dos unidades: producción sostenible y cambio climático en una nueva unidad: producción sostenible y resiliente.*

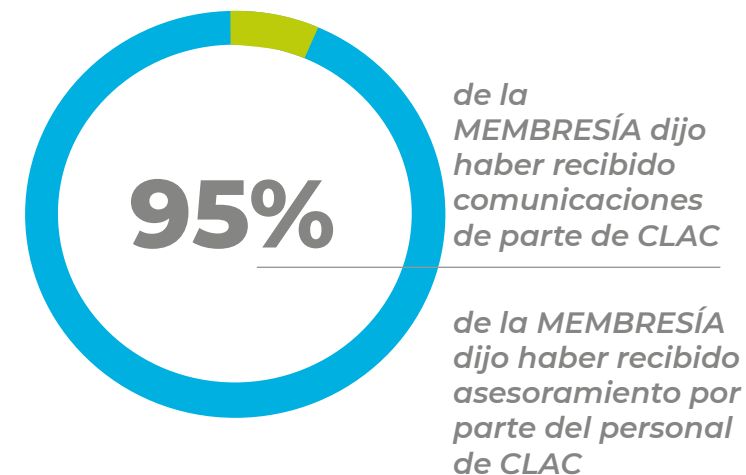
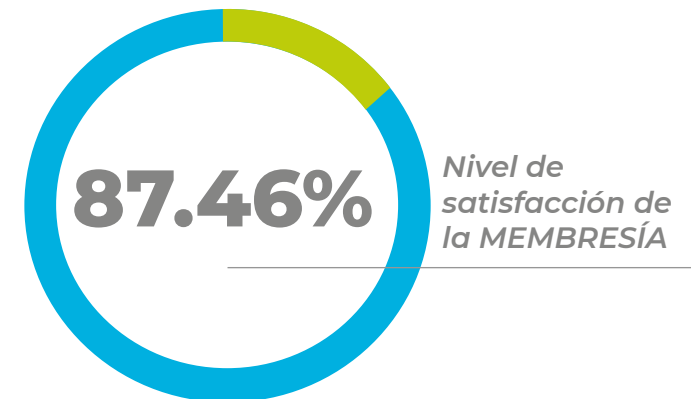
*Para fortalecer el trabajo, se contrataron 6 especialistas para apoyar a las organizaciones en el proceso de recopilación y depuración de datos de geolocalización en preparación para la entrada en vigor del nuevo reglamento para productos libres de deforestación de la Unión Europea.*

Para fortalecer los procesos internos de CLAC se creó una nueva plaza de auditor interno y se contrató a una persona con experiencia en el área. Esto permite la mejora continua en los procesos internos, así como disminuir riesgos de hallazgos o no cumplimientos.

En 2024, el 87.46% de la membresía manifestó estar satisfecho con el trabajo desarrollado por CLAC, esto significó un incremento real de 1.3% con respecto al registrado en la encuesta del año anterior (86.34%).

El 95% de las organizaciones encuestadas dijeron haber recibido comunicaciones de CLAC durante el 2023, la mayoría a través del boletín informativo (67%), las Redes sociales de CLAC (54%) y el email y/o WhatsApp (51%).

Por su parte, 95% de las organizaciones encuestadas dijeron haber recibido soporte y/o asesoramiento por al menos 1 tipo de medio, la mayoría a través de visita física (72%) o WhatsApp (69%).





**CLAC logró mantener su certificación ISO 9001-2015 sin ninguna inconformidad en 2024. La implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad ayuda a CLAC a aumentar la eficiencia y mejorar los servicios que presta a sus principales clientes, las organizaciones de productores(as) y trabajadores(as) de comercio justo de la región.**

## 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 2024 se llevó a cabo la puesta en marcha e implementación de la Intranet Institucional para la Gestión documental en CLAC, que incluyó el desarrollo de lineamientos, la creación de un comité de gestión documental y la creación de capacidades para el manejo autónomo de los sitios en cada una de las unidades.




 Intranet CLAC

Además, se desarrollaron nuevos contenidos para la Plataforma Claase para la Gestión de Conocimientos a nivel del equipo operativo y para la membresía, entre ellos el desarrollo del maletín de derechos humanos, y la actualización de la biblioteca.

Se actualizó el Registro de Estudios y el Mapa de Hallazgos de Estudios y Evaluaciones CLAC vinculado a la Agenda de Aprendizaje Institucional, al tiempo que se actualizaron y divulgaron herramientas y metodologías para la Gestión del Conocimiento para el acompañamiento en procesos realizados desde otras áreas operativas en CLAC. También se realizó un intercambio de experiencias y se brindaron aportes a la Fuerza de Tarea de Investigación de Fairtrade International para el alineamiento de procesos de investigación, evaluación y aprendizaje.



 Plataforma Claase, Maletín educativo



***Para fortalecer la comunicación interna con la membresía, CLAC comenzó a implementar un canal institucional de mensajería instantánea que permite además contestar de forma rápida consultas de los usuarios. Este canal fue utilizado con los(as) delegados(as) para informar sobre los preparativos de la IX Asamblea General de CLAC y brindar soporte técnico, así como apoyo con información requerida.***

## **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.***

En 2024, el 95% de las organizaciones que participaron en la encuesta de satisfacción de la membresía afirmaron que sus organizaciones se sentían identificadas con los principios y valores que persigue CLAC dentro del Comercio Justo. El 81% de las organizaciones de productores(as) afirmó que CLAC entiende las necesidades y prioridades de sus organizaciones, mientras que el 96% de las organizaciones de trabajadores estuvieron de acuerdo con la afirmación.

Al finalizar el plan estratégico 2022-2024, el informe de evaluación arrojó como resultados, que el plan estratégico fue altamente pertinente: sus objetivos responden de manera efectiva a las necesidades de los beneficiarios y se alinean con las prioridades globales, y además tuvo un alcance alto/muy alto.

La eficiencia en la ejecución del Plan Estratégico fue alta, con niveles de cumplimiento Alto/Muy Alto en la alineación entre el Plan Estratégico y los Planes Operativos Anuales, Alto en ejecución presupuestaria, Medio/Alto en disponibilidad de recursos y Muy Alto/Alto en comunicación y coordinación.

El nivel de apropiación de la membresía sobre el Plan Estratégico y las acciones de CLAC fue Alto, con desempeños favorables en cuanto a monitoreo y rendición de cuentas, así como en participación y habilitación de espacios de diálogo.

Los principales logros reconocidos giran en torno a la creación de capacidades, al acompañamiento en el cumplimiento de estándares y el manejo de reclamos/no conformidades, a la visibilización de las organizaciones y su impacto, así como a la eficiente coordinación y comunicación entre CLAC y su membresía.



# EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA





# INGRESOS

	INGRESO	MONTO	TOTAL
<b>Fondos Fairtrade International</b>	Convenio Anual CLAC-Fairtrade Internacional	6,269,005.12	
	<b>Subtotal Fondos Fairtrade International</b>		6,269,005.12
<b>Proyectos</b>	Banano AFD	192,130.26	
	Darboven	147,409.24	
	El Futuro es Justo	223,381.12	
	Finlandia	30,700.48	
	FO4ACP	546,211.82	
	GIZ	143,327.35	
	Intercitrus	44,517.50	
	TRIAS	127,044.50	
	Proyecto Union Europea (remanente 2023)	25,476.34	
	<b>Subtotal Proyectos</b>		1,480,198.61
<b>Proyecto O2B</b>	CDP	300,000.00	
	PIP	82,567.90	
	Sainsbury's	262,460.49	
	<b>Subtotal Proyecto O2B</b>		645,028.39
<b>Acuerdos de implementación</b>	Cacao Excelencia	12,331.44	
	Estándares	65,118.00	
	FairInsight	8,686.09	
	Fondo Talleres	7,697.88	
	Foro Banano	12,780.67	
	Materiales comunicación	5,658.00	
	PMEL	8,874.19	
<b>Subtotal Acuerdos de implementación</b>		121,146.27	
<b>Fondos de aplicación</b>	Eventualidades Climáticas	34,884.41	
	IAF	96,688.00	
	<b>Subtotal Fondos de aplicación</b>		131,572.41
<b>Ganancias Financieras</b>	devengados	44,750.06	
	<b>Subtotal Ganancias Financieras</b>		44,750.06
<b>Varios</b>	Varios: intereses bancarias, reintegros	520.58	
	<b>Subtotal Varios</b>		520.58
<b>Aportaciones membresía</b>	Membresias	414.36	
	<b>Subtotal Aportaciones membresía</b>		414.36
	<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		8,692,635.80



# EGRESOS

	EGRESO	MONTO	TOTAL
<b>Fondos Fairtrade International</b>	Objetivo Estratégico 1 (mercados)	573,459.46	
	Objetivo Estratégico 2 (empoderamiento)	418,244.20	
	Objetivo Estratégico 3 (posicionamiento)	62,899.21	
	Objetivo Estratégico 1 (incrementar capacidades)	893,947.98	
	Salarios	3,348,008.72	
	Gastos de viajes	541,943.74	
	Liquidaciones años anteriores	344,140.49	
	<b>Subtotal FICORE</b>		6,182,643.80
<b>Proyectos</b>	Banano AFD	143,173.60	
	Darboven	11,141.83	
	El Futuro es Justo	95,545.72	
	Finlandia	43,799.34	
	FO4ACP	535,092.08	
	GIZ	235,312.00	
	Intercitrus	77,147.97	
	TRIAS	125,664.68	
	Viviendo del café	125.00	
	<b>Subtotal Proyecto</b>		1,267,002.22
<b>Fondos de aplicación</b>	Eventualidades Climáticas	99,516.68	
	IAF	379,648.40	
	<b>Subtotal Fondos de aplicación</b>		479,165.08
<b>Proyecto O2B</b>	CDP	160,376.75	
	PIP	61,392.47	
	Sainsbury's	173,127.15	
	<b>Subtotal Proyecto O2B</b>		394,896.37
<b>Acuerdos de implementación</b>	CoE cc	3,004.98	
	Estándares	13,182.35	
	FairInsight	22.09	
	FarmForce	3,700.66	
	Materiales comunicación	16.95	
	PMEL	18,757.97	
	<b>Subtotal Acuerdos de implementación</b>		38,685.00
<b>Varios</b>	Varios: Comisiones bancarias, cuotas	2,990.34	
	<b>Subtotal Varios</b>		2,990.34
	<b>TOTAL DE EGRESOS</b>		8,365,382.81
	<b>DIFERENCIAL A APLICAR</b>		327,252.99



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

