

IMPULSO DEL COMERCIO JUSTO

**ESTRATEGIA
REGIONAL
CENTROAMÉRICA
(GUATEMALA,
HONDURAS Y EL
SALVADOR)**

2026/2030



ESTRATEGIA REGIONAL
CENTROAMÉRICA
(GUATEMALA, HONDURAS Y EL SALVADOR)

IMPULSO DEL COMERCIO JUSTO

2026-2030

ÁREA SIEMBRA

SOLIDARIDAD INTERNACIONAL PAÍS VALENCIANO



1. INTRODUCCIÓN

Solidaridad Internacional País Valenciano (SIPV) trata de impulsar procesos de cambio social que den como resultado un mundo más justo, en el que todas las personas puedan ejercer sus derechos en un medioambiente sano. Para ello impulsa acciones que dan a la ciudadanía la posibilidad de involucrarse y sumar esfuerzos en ese trabajo por el cambio. También trabaja para promover la consolidación de la democracia, el respeto de los Derechos Humanos, el desarrollo humano y sostenible y los valores de igualdad y justicia social a nivel internacional, nacional y local.

Esta misión se sustenta sobre varios pilares de trabajo, como es la Cooperación Internacional o Educación para la Ciudadanía Global, pero también lo es el Comercio Justo. Se trata de una herramienta que venimos impulsando desde el nacimiento de nuestra entidad desde los distintos ámbitos y en atención a cada una de las titularidades y herramientas de trabajo: desde la comercialización, hasta la incidencia política.

Como resultado de dicho trabajo integral, desde SIPV planteamos una estrategia regional a largo plazo, siendo este documento es la herramienta de SIPV para definir las bases de los objetivos y los resultados esperados con su trabajo en la región centroamericana (El Salvador, Guatemala y Honduras) durante el periodo 2026-2030, en el marco de su trabajo por la promoción de la herramienta del Comercio Justo. Es el resultado de un proceso de participación colectiva entre nuestro personal técnico tanto en sede como en terreno, nuestras socias locales y las tres titularidades con las que se formulan y ejecutan los proyectos.

Esta estrategia país está sujeta a un proceso de seguimiento y evaluación, desarrollado en el apartado 8. INSTRUMENTOS DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN, de este documento, como parte del compromiso de SIPV con la transparencia en todos sus procesos internos y dentro del proceso de aprendizaje continuo que supone el sistema de seguimiento basado en la Gestión para Resultados de Desarrollo (GpRD) que aplicamos en todos nuestros proyectos.

2. CONTEXTO REGIONAL

Centroamérica, y en particular el espacio conformado por **El Salvador, Guatemala y Honduras**, constituye una región profundamente interdependiente, con una población conjunta de 35,57 millones de personas en 2024. Aunque con trayectorias



nacionales diferenciadas, los tres países comparten una matriz estructural marcada por la desigualdad socioeconómica, la pobreza rural, la informalidad laboral, la debilidad de los sistemas de protección social y una fuerte dependencia de las remesas como sostén de la economía familiar. En 2024, las remesas representaron el 19,1% del PIB en Guatemala, el 24,0% en El Salvador y el 25,7% en Honduras, lo que evidencia hasta qué punto la supervivencia de millones de hogares está vinculada a dinámicas migratorias y a la inserción subordinada de la región en la economía global.

Los tres países presentan además niveles de **desarrollo humano medios, atravesados por desigualdades persistentes**. Según el PNUD, en 2023 el IDH fue de 0,678 en El Salvador, 0,662 en Guatemala y 0,645 en Honduras, mientras que los indicadores disponibles siguen mostrando brechas de género relevantes en acceso a ingresos, participación y oportunidades. En el plano político-institucional, la región también arrastra escenarios de gobernanza frágil y tensionada: en El Salvador se ha consolidado una fuerte concentración de poder y un deterioro de controles democráticos; en Honduras persisten debilidad institucional, corrupción, violencia e impunidad; y en Guatemala, pese a ciertos signos recientes de mejora democrática, continúan pesando las redes de corrupción, la captura institucional y la fragilidad del Estado de derecho.

Desde el punto de vista **ambiental y agroalimentario**, los tres países comparten una exposición especialmente alta a la crisis climática por su inserción en el Corredor Seco Centroamericano, un territorio donde millones de personas rurales dependen de la agricultura y donde la sequía, la irregularidad de las lluvias y los eventos extremos erosionan de forma continuada los medios de vida. La FAO sitúa en este corredor a una población rural de gran magnitud, con una parte muy importante empleada en agricultura y más de un tercio en situación de pobreza. El Banco Mundial advierte además que la agricultura familiar en esta franja sufre con especial intensidad los ciclos de sequía severa asociados a El Niño. En Guatemala, el PMA subraya que las temporadas secas prolongadas y los desastres climáticos están golpeando especialmente a la agricultura de subsistencia; en Honduras, el propio PMA señala que las sequías prolongadas, las lluvias erráticas, la inflación y los shocks climáticos han seguido afectando en 2025 a la producción de alimentos y al acceso al agua; y en El Salvador, el PMA identifica que el bajo poder adquisitivo, los altos precios de los alimentos y la insuficiente producción nacional siguen limitando el acceso y la disponibilidad alimentaria.

En el plano social, esta vulnerabilidad climática se combina con **estructuras históricas de pobreza y exclusión**. Guatemala sigue figurando entre los países más pobres de la región: el Banco Mundial estimó que en 2023 el 47,3% de su población vivía por debajo de la línea nacional de pobreza, en un contexto además



atravesado por una de las tasas de malnutrición crónica infantil más altas de América Latina. Honduras continúa siendo uno de los países más pobres y desiguales de la región: en 2023, alrededor de la mitad de la población vivía con menos de 6,85 dólares al día, y la pobreza rural alcanzaba el 64,1%. En El Salvador, aunque algunos indicadores de pobreza han mejorado, el Banco Mundial sigue destacando el papel decisivo de las redes de apoyo y de las remesas para sostener el bienestar de los hogares, advirtiendo que, sin estas transferencias, la pobreza extrema se duplicaría. Todo ello confirma que la inseguridad económica, la precariedad laboral y la migración no son fenómenos aislados, sino componentes estructurales del modelo regional.

En este marco, la agricultura familiar y, de forma muy significativa, **la caficultura siguen siendo sectores estratégicos para el empleo rural, la generación de ingresos y la cohesión territorial, pero también espacios donde se concentran muchas de las desigualdades que atraviesan la región.** La FAO y el Banco Mundial señalan que la cadena del café en Guatemala y Honduras está compuesta principalmente por pequeños productores con escasos recursos: en Guatemala, el 90% de las personas productoras de café opera en menos de dos hectáreas, y en Honduras lo hace el 70%; además, en ambos países alrededor de dos tercios viven por debajo de la línea nacional de pobreza. En Honduras, la FAO estima que el sector da sustento a unas 120.000 personas productoras, de las cuales aproximadamente el 95% son de pequeña escala, y que más del 90% del café se exporta. Estos datos refuerzan la pertinencia de una estrategia regional de Comercio Justo que no se limite al acceso a mercado, sino que incorpore de forma explícita la resiliencia climática, la trazabilidad, la mejora de ingresos, el fortalecimiento cooperativo y la redistribución del valor a favor de quienes sostienen la producción en origen.

Las **desigualdades de género** atraviesan todos estos procesos. Los datos de ONU Mujeres y FAO muestran que en Guatemala y Honduras persisten brechas importantes en información, acceso a activos productivos —incluida la tierra—, participación económica y reconocimiento del trabajo de cuidados, mientras que el PMA advierte que en Honduras las mujeres, junto con la niñez y las poblaciones indígenas y afrodescendientes, son de los grupos más afectados por los shocks climáticos y económicos. En términos regionales, esto implica que cualquier estrategia de Comercio Justo con vocación transformadora debe incorporar no solo a las organizaciones productoras, sino también medidas específicas para el empoderamiento económico de las mujeres, su acceso real a recursos productivos, su participación en la toma de decisiones y la redistribución de las cargas de cuidado que limitan su autonomía.



En el marco de este contexto, las economías rurales de El Salvador, Guatemala y Honduras están insertas en el **comercio internacional** a través de un conjunto de **materias primas agrícolas estratégicas** que han marcado históricamente su relación con los mercados globales. Entre ellas destacan el **café**, la caña de azúcar, el banano y, según el país, otros productos relevantes como el cardamomo, el cacao, la miel, algunas frutas frescas y determinados cultivos de exportación especializados. En Guatemala, por ejemplo, el Banco Mundial identifica entre los principales productos agroexportadores el banano, el café, el azúcar y el cardamomo; en Honduras, la FAO y el Banco Mundial siguen situando al café y al banano entre los productos clave, junto con otros rubros agroexportadores; y en El Salvador, aunque la estructura exportadora está más diversificada, el café y el azúcar continúan siendo referencias históricas y comerciales relevantes.

Sin embargo, la participación de estos países en las cadenas globales de valor sigue produciéndose desde una posición estructuralmente desigual. Aunque estas materias primas generan divisas, empleo rural y actividad económica, la mayor parte del valor añadido continúa concentrándose fuera de los territorios de origen, especialmente en los eslabones de transformación, comercialización, distribución y marca. A ello se suma una elevada exposición a la **volatilidad de precios internacionales**, a los costes logísticos y energéticos, y a los efectos crecientes de la crisis climática sobre los rendimientos y la calidad de los cultivos. En Honduras, por ejemplo, el Banco Mundial señaló en 2025 que exportaciones clave como café, banano, aceite de palma y camarón se vieron afectadas por una combinación de menor demanda, precios más bajos y disrupciones productivas vinculadas al clima. En términos más amplios, la FAO viene alertando de que las condiciones climáticas adversas han sido un factor decisivo en las recientes tensiones de precios de productos tropicales como el café y el cacao.

En este marco, el **Comercio Justo** representa una oportunidad estratégica no solo por ofrecer un sello diferenciado, sino por introducir **mecanismos concretos de corrección** frente a las asimetrías del comercio convencional: precios mínimos o referencias más estables, primas sociales para inversión colectiva, fortalecimiento organizativo, mayor transparencia en la cadena y mejores condiciones para la adaptación climática y la permanencia en el territorio. Además, el nuevo reglamento europeo sobre productos libres de deforestación, cuya aplicación comenzará el 30 de diciembre de 2026 para operadores grandes y medianos y el 30 de junio de 2027 para micro y pequeñas empresas, refuerza la necesidad de avanzar hacia cadenas con mayor trazabilidad y sostenibilidad. Desde la perspectiva de SIPV, esto abre una ventana para impulsar alianzas entre organizaciones productoras de Centroamérica y actores sociales, institucionales, educativos y empresariales de la Comunitat Valenciana, apostando por un Comercio Justo que no se limite a mejorar el acceso a mercado, sino que contribuya a redistribuir valor, fortalecer el tejido cooperativo,



ampliar el protagonismo económico de las mujeres y generar condiciones más dignas y resilientes en los territorios de origen.

3. PRIORIDADES GEOGRÁFICAS

A nivel territorial, la estrategia regional de SIPV debería priorizar aquellos espacios donde ya existe una **base organizativa vinculada al Comercio Justo** y donde además confluyen cultivos estratégicos, capacidad cooperativa y potencial de articulación comercial y política. Desde esta lógica, no se trata de intervenir de manera homogénea en los tres países, sino de identificar **corredores territoriales prioritarios** capaces de actuar como nodos de referencia dentro de la estrategia regional. En la región de Centroamérica predominan, precisamente, el café, la apicultura, el cacao y las frutas, lo que refuerza la conveniencia de una priorización basada en territorios productivos ya organizados.

En **Honduras**, la prioridad más clara se ubica en el **occidente cafetalero**, especialmente en los departamentos de **Copán y Ocotepeque**. CLAC celebró en la sede de **CAFESCOR en Corquín, Copán**, la Golden Cup regional de Centroamérica y México, y en ese mismo entorno aparecen también **CAFICO** y **COCAFELOL** como organizaciones visitadas y reconocidas dentro del ecosistema Fairtrade. Las propias organizaciones sitúan a **CAFESCOR** y **CAFICO** en **Corquín, Copán**, mientras que **COCAFELOL** se identifica en **La Labor, Ocotepeque**, con base productiva extendida a varios municipios del occidente. Esto permite definir con bastante claridad un corredor prioritario en el occidente hondureño, con fuerte especialización cafetalera y alta densidad organizativa.

En **El Salvador**, conviene trabajar con una lógica de **doble prioridad territorial**. Por un lado, destaca el **nodo oriental de Morazán**, en torno a **Osicala y la cordillera Cacahuatique**, donde la cooperativa **San Carlos Dos** aparece en el catálogo de CLAC y se ubica específicamente en **Caserío El Tablón, Osicala, Morazán**. Por otro lado, aparece un **nodo occidental** en **Santa Ana**, donde la cooperativa **Los Pinos (ACOPALP)**, tiene su base en **El Congo, Santa Ana**, en la carretera hacia Sonsonate por la vía del Cerro Verde. Esta doble localización sugiere que, en El Salvador, la estrategia no debería limitarse a un único territorio, sino combinar una referencia oriental vinculada a cafés de altura y una referencia occidental con capacidad de diversificación y proyección territorial.

Por último, en **Guatemala**, la prioridad geográfica debería situarse en el **altiplano occidental**, especialmente en **Huehuetenango, San Marcos y Quiché**, donde aparecen varias organizaciones del ecosistema CLAC. ASOBAGRI, una de las referencias más visibles, comercializa *Dueñas Café* y sitúa su producción en las montañas de **Huehuetenango**, con presencia en **Santa Cruz Barillas**. A ello se



suma la presencia en la red de miel de organizaciones ubicadas en **Cuilco (Huehuetenango), San Marcos y Chajul (Quiché)**, como CIPAC, COPIASURO y COPICHAJULENSE. Todo ello apunta a una concentración clara en el occidente indígena y rural del país, donde además confluyen producción de café, miel, organización comunitaria y procesos de valor agregado.

4. PRIORIDADES SECTORIALES

El marco general donde se integra esta estrategia país lo establece el [Plan Estratégico de SIPV](#) vigente (2021-2025), dentro del Sector Estratégico que denominamos Siembra: “Derecho Humano a la alimentación”, con los siguientes objetivos, resultados e indicadores:

Objetivo General 1: Apoyar y promover alternativas sostenibles de consumo y producción como herramientas de lucha contra el cambio climático.

Con los siguientes **resultados e indicadores**:

R.1 Reforzada la sensibilización/educación de la sociedad civil en torno a la soberanía alimentaria y la sostenibilidad ambiental.

I.1.R.1 Ejecutados al menos 8 proyectos de cooperación para el desarrollo que promueven este fin junto con entidades locales de Guatemala, El Salvador y Senegal.

R.2 Promovida la organización y movilización de la comunidad (ciudadanía, administraciones públicas, red asociativa y centros educativos) en la gobernanza local por la promoción de un consumo y producción más sostenible, justo y equitativo con enfoque de género.

I.1.R.2 Ejecutados al menos 8 proyectos de cooperación para el desarrollo que promueven este fin junto con (4) entidades locales de Guatemala, El Salvador y Senegal.

R.3 Facilitadas las herramientas, espacios y condiciones para el ejercicio de estas alternativas de consumo y producción con enfoque de género.

I.1.R.3 Ejecutados al menos 8 proyectos de cooperación para el desarrollo que promueven este fin junto con (4) entidades locales de Guatemala, El Salvador y Senegal.

I.1.R.4

Trasladando estas directrices a nuestro trabajo en El Salvador, los sectores de actuación prioritarios alrededor de los cuales SIPV articulará su trabajo son:



SECTOR: Derecho humano a la alimentación y a la seguridad alimentaria con estas líneas de acción:

- Fortalecida la seguridad alimentaria a través de la producción agroecológica y la comercialización local de productos.
- Mejorada la producción agrícola y promover el desarrollo socio-económico a través de un enfoque agroecológico y comercio justo, de género en desarrollo e intergeneracional.
- Profundizados los conocimientos sobre agroecología y recuperar saberes tradicionales.

La apuesta de SIPV por el Comercio Justo se articula a través de un conjunto de herramientas complementarias que permiten intervenir de manera integral sobre las distintas dimensiones del sistema comercial: la económica, la social, la educativa, la política y la relacional. Desde esta perspectiva, el Comercio Justo no se entiende únicamente como una alternativa de consumo o un canal de comercialización diferenciada, sino como una estrategia amplia de transformación que conecta territorios, actores y escalas de trabajo entre Centroamérica y la Comunitat Valenciana.

En primer lugar, la herramienta clave que recoge esta estrategia es la **cooperación internacional** permite fortalecer capacidades, acompañar procesos organizativos y generar alianzas sostenidas con cooperativas y organizaciones de base en los países prioritarios. Esta herramienta resulta clave para apoyar la resiliencia de las organizaciones productoras frente a desafíos como la volatilidad del mercado, la crisis climática, las desigualdades de género o las nuevas exigencias de trazabilidad y sostenibilidad. Desde SIPV, la cooperación vinculada al Comercio Justo debe orientarse tanto al fortalecimiento socioeconómico como al refuerzo del tejido cooperativo y de las capacidades locales de incidencia y transformación.

Sin embargo, es importante destacar que no se trata de una herramienta única, sino que desde SIPV se viene trabajando en Comercio Justo desde: (1) **Educación para la Ciudadanía Global (EpCG)** constituye otro eje central de esta estrategia. A través de procesos de sensibilización, formación y educación transformadora, SIPV trabaja para que el Comercio Justo no quede reducido a una decisión individual de compra, sino que sea comprendido como una cuestión de derechos, justicia económica, sostenibilidad ambiental y corresponsabilidad global. En este sentido, la comunidad educativa, los espacios juveniles, los municipios y la ciudadanía organizada son actores clave para construir una cultura crítica del consumo y para vincular las realidades productivas de Centroamérica con las decisiones cotidianas que se toman en destino.



(2) La **incidencia política** es igualmente una herramienta imprescindible para ampliar el impacto del Comercio Justo más allá del ámbito del consumo consciente. SIPV entiende que transformar las reglas del comercio requiere también dialogar con las administraciones públicas, promover políticas locales y autonómicas coherentes, impulsar la compra pública ética, reforzar programas como Ciudades y Centros Educativos por el Comercio Justo y contribuir a que el Comercio Justo forme parte de las agendas institucionales de sostenibilidad, cooperación, educación y economía social. La incidencia permite así trasladar los principios del Comercio Justo al terreno de las políticas públicas y de los compromisos institucionales.

Por otro lado, destacar la apuesta de SIPV en la (3) **venta directa y la comercialización** constituyen una herramienta fundamental para acercar productos de Comercio Justo a la ciudadanía, a las instituciones y a otros agentes económicos, visibilizando el valor de las cadenas productivas en origen y favoreciendo relaciones comerciales más transparentes y equitativas. No se trata solo de facilitar el acceso a productos, sino de reforzar circuitos económicos que reconozcan el trabajo de las cooperativas productoras, mejoren su posicionamiento y contribuyan a una redistribución más justa del valor generado a lo largo de la cadena.

5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Objetivo General

Contribuir al fortalecimiento de un ecosistema regional de Comercio Justo entre Guatemala, Honduras, El Salvador y la Comunitat Valenciana, que promueva relaciones comerciales más justas, sostenibles y transparentes, reforzando la resiliencia de las organizaciones productoras, la redistribución del valor en origen, el empoderamiento económico de las mujeres y la corresponsabilidad global entre territorios.

Objetivos Específicos

OE1. Fortalecer las capacidades organizativas, productivas, comerciales y de incidencia de cooperativas y organizaciones productoras vinculadas al Comercio Justo en los territorios priorizados de Guatemala, Honduras y El Salvador, favoreciendo su resiliencia frente a la crisis climática, la volatilidad de los mercados y las nuevas exigencias de trazabilidad y sostenibilidad.

OE2. Impulsar la mejora de las condiciones de vida y de la autonomía económica de las comunidades productoras, promoviendo una mayor redistribución del valor generado en la cadena comercial, el acceso a mercados más justos y el



fortalecimiento de modelos productivos sostenibles vinculados a la soberanía alimentaria y la agroecología.

OE3. Promover la participación plena y el liderazgo de las mujeres en las organizaciones y cadenas de Comercio Justo, favoreciendo su acceso a recursos productivos, espacios de decisión, oportunidades económicas y medidas que contribuyan a una organización más equitativa de los cuidados.

OE4. Reforzar en la Comunitat Valenciana una ciudadanía crítica, informada y comprometida con el Comercio Justo mediante procesos de Educación para la Ciudadanía Global, sensibilización y movilización social que conecten las realidades productivas de Centroamérica con el consumo responsable, la justicia económica y la sostenibilidad ambiental.

OE5. Incidir en administraciones públicas, centros educativos, municipios, redes sociales y tejido social y empresarial para ampliar el reconocimiento institucional y corporativo del Comercio Justo, favorecer la compra pública ética, y consolidar compromisos estables con cadenas de suministro más justas y transparentes.

6. CONTRAPARTES LOCALES

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

Dirección: Colonia Escalón, Calle Francisco Gavidia, Pasaje La Unión, Local #155, San Salvador, El Salvador

Teléfono: (+503) 2521-7200

E-mail: info@clac-comerciojusto.org

Web: <https://clac-comerciojusto.org/>

Régimen jurídico: Asociación sin fines de lucro. Incorporada y registrada, en El Salvador, con N.I.T. 0614-250705-106-6 según acuerdo ejecutivo número 252, inscrita en el Registro de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro, al número 05, libro 110, página 120.

Representante legal: Xiomara Jackeline Paredes. Directora Ejecutiva.

Clac es la red que representa a todas las organizaciones certificadas "Fairtrade" de América Latina y el Caribe, así como otras organizaciones de Comercio Justo. Su misión es representar y promover los intereses, el empoderamiento y el desarrollo de sus miembros y sus comunidades. Se articula a través de Coordinadoras Nacionales, que aglutinan a



productores(as) de un mismo país, pero de diferentes productos; de Redes de Producto, que aglutinan a productores(as) de un mismo producto, pero de los diferentes países del continente; y una Red de Trabajadores(as). CLAC trabaja con las siguientes líneas estratégicas: desarrollo sostenible, inclusión y equidad, empoderamiento e innovación.

A nivel internacional, CLAC es copropietaria del sistema [Fairtrade Internacional](#), como red continental de productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo. Además, es miembro de la World Fair Trade Organization (WFTO), de la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria (RIPESS) y de la Alianza Financiera para el Comercio Sostenible (FAST).

7. ALIANZAS Y NUEVOS ACTORES

La estrategia regional de Comercio Justo de SIPV debe asentarse sobre un enfoque multiactor que entienda el Comercio Justo no únicamente como un canal de comercialización diferenciada, sino como un **ecosistema de alianzas** capaz de conectar producción organizada, ciudadanía, administraciones públicas, comunidad educativa, tejido empresarial y redes especializadas. Desde esta perspectiva, el valor estratégico de SIPV no reside solo en acompañar procesos en origen o en sensibilizar en destino, sino en actuar como **actor puente** entre territorios, sectores y escalas, articulando relaciones estables entre Centroamérica y la Comunitat Valenciana que refuercen tanto la justicia económica como la transformación cultural y política del consumo. ([Coordinadora Estatal de Comercio Justo](#))

Un primer eje clave de esta apuesta lo constituyen las **Ciudades y Centros Educativos por el Comercio Justo**, en tanto espacios de anclaje territorial y de legitimación pública. Los municipios permiten traducir los principios del Comercio Justo en políticas locales, compra pública ética, visibilidad institucional y trabajo comunitario sostenido. Al mismo tiempo, los centros educativos son espacios privilegiados para construir una ciudadanía crítica, incorporar el consumo responsable a la vida escolar y vincular los debates globales sobre comercio, desigualdad, clima y derechos con prácticas concretas dentro del aula, los comedores o las cafeterías. En España, el movimiento de Ciudades por el Comercio Justo cuenta ya con más de una veintena de localidades, mientras que el programa de Centros Educativos por el Comercio Justo agrupa en torno a un centenar de escuelas e institutos. Para SIPV, este eje no debe entenderse como una línea paralela, sino como una de las principales puertas de entrada para consolidar base social, incidencia local y demanda transformadora en la Comunitat Valenciana. ([Coordinadora Valenciana de ONGD](#))



Un segundo ámbito prioritario es el del **tejido empresarial valenciano**, especialmente aquel que puede aproximarse al Comercio Justo desde la responsabilidad social corporativa, la compra responsable, la innovación y la trazabilidad. En este punto, la estrategia de SIPV puede abrir una línea especialmente valiosa en el contexto alicantino, donde el diálogo con empresas tecnológicas, logísticas, de servicios, hostelería o distribución puede ampliar el alcance del Comercio Justo más allá del circuito tradicional de sensibilización. No se trataría únicamente de incorporar producto, sino de activar colaboraciones en ámbitos como la digitalización de cadenas, la mejora de la trazabilidad, la medición de impacto, la generación de contenidos, la transparencia de proveedores o la incorporación de criterios éticos en compras corporativas, eventos y regalos institucionales. Este enfoque permite actualizar el Comercio Justo, conectándolo con debates contemporáneos sobre innovación responsable, sostenibilidad empresarial y cadenas de suministro más justas y verificables. ([WFTO Europe](#))

Un tercer pilar fundamental es el fortalecimiento de la **red ONGD–Comercio Justo**, entendida como espacio de legitimidad, especialización, articulación política y aprendizaje compartido. En este ámbito, SIPV puede reforzar su papel dentro de la **Coordinadora Estatal de Comercio Justo**, de la **CVONGD** y de las redes y entidades especializadas con las que comparte horizonte estratégico, como **IDEAS**, **ECOSOL**, **WFTO Europe** o **Solidariedade Internacional de Galicia (SIG)**. La CECJ actúa como plataforma estatal de referencia del movimiento, con presencia en todo el territorio; la CVONGD mantiene una labor importante de sensibilización y movilización en la Comunitat Valenciana; IDEAS ha sido históricamente una entidad clave en la dinamización de Ciudades y Centros por el Comercio Justo; ECOSOL aporta una trayectoria consolidada desde Valencia en economía local y apoyo a organizaciones productoras; SIG representa una experiencia de ONGD con trabajo específico y sostenido en Comercio Justo; y WFTO Europe aporta un marco europeo de estándares, políticas y visibilidad para las empresas y organizaciones comprometidas integralmente con este modelo. Más que una suma de contactos, esta red debe concebirse como una **infraestructura política y técnica compartida**, capaz de reforzar campañas, incidencia, posicionamientos y oportunidades de cooperación. ([Coordinadora Estatal de Comercio Justo](#))

Por último, las **cooperativas de Comercio Justo y, en particular, las cooperativas de café**, deben ocupar un lugar central no solo como proveedoras o contrapartes comerciales, sino como **sujetas estratégicas de la alianza**. En una estrategia regional como la que plantea SIPV, las organizaciones productoras deben participar en la definición de prioridades, en la identificación de barreras de mercado, en la construcción del relato público y en el diseño de nuevas oportunidades de comercialización, innovación y visibilización. Aunque el café seguirá teniendo una centralidad evidente por su peso histórico y por la trayectoria



acumulada por SIPV y sus alianzas, conviene ampliar la mirada a otras cooperativas y organizaciones vinculadas a productos prioritarios del Comercio Justo en la región, como banano, cacao, azúcar, miel u otros rubros con potencial territorial. Fairtrade identifica precisamente en América Latina y el Caribe una fuerte presencia de organizaciones productoras en cadenas como café, banano, cacao y azúcar, lo que refuerza la necesidad de una estrategia que combine profundidad sectorial con diversificación progresiva. ([Fairtrade](#))

En conjunto, esta apuesta permite situar a SIPV no solo como entidad promotora de actividades de sensibilización o cooperación, sino como **actor articulador de un ecosistema valenciano-centroamericano de Comercio Justo**, capaz de conectar municipios, centros educativos, redes sociales y ONGD, empresas responsables y cooperativas organizadas en torno a una agenda compartida de justicia económica, sostenibilidad, género y corresponsabilidad global. Esa es, en última instancia, la base para pasar de acciones dispersas a una verdadera estrategia regional.

8. ALINEACIÓN CON OTROS PLANES/MARCOS CLAVES

8.1. Con la Agenda 2030

ODS 2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

Meta 2.3 Para 2030, duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, en particular las mujeres, los pueblos indígenas, los agricultores familiares, los pastores y los pescadores, entre otras cosas mediante un acceso seguro y equitativo a las tierras, a otros recursos de producción e insumos, conocimientos, servicios financieros, mercados y oportunidades para la generación de valor añadido y empleos no agrícolas. **Meta 2.4** Para 2030, asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción, contribuyan al mantenimiento de los ecosistemas, fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático, los fenómenos meteorológicos extremos, las sequías, las inundaciones y otros desastres, y mejoren progresivamente la calidad del suelo y la tierra. **Meta 2.a** Aumentar las inversiones, incluso mediante una mayor cooperación internacional, en la infraestructura rural, la investigación agrícola y los servicios de extensión, el desarrollo tecnológico y los bancos de genes de plantas y ganado a fin de mejorar la capacidad de producción agrícola en los países en desarrollo, en particular en los países menos adelantados.

ODS 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas, respectivamente.



Meta 5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo. **Meta 5.5.** Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.

ODS 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

Meta 13.1 Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países. **Meta 13.3** Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.

8.2. Referencias legislativas a escala regional y nacionales (Guatemala, Honduras y El Salvador)

En primer lugar, la **Estrategia Centroamericana de Desarrollo Rural Territorial**, reconoce la integración a programas de comercio justo como línea de acción para mejorar el acceso de la pequeña agricultura a mercados; y el **Acuerdo de Asociación UE–Centroamérica**, que prevé cooperación para fomentar el comercio justo, apoyar a MIPYMES rurales y urbanas, promover productos orgánicos y esquemas de comercio justo y ético, y armonizar políticas regionales.

A nivel nacional, en **Guatemala**, el Ministerio de Economía aprobó el Acuerdo Ministerial 375-2007, que creó la **Comisión Interinstitucional de Comercio Justo y Solidario**. Esa comisión debía diseñar un Plan de Trabajo anual de Comercio Justo y Solidario, recomendar acciones, evaluar su ejecución y coordinar actividades con instituciones nacionales e internacionales para fomentar y difundir el comercio justo.

En **Honduras**, el **Marco Macrofiscal de Mediano Plazo 2026–2029** como los Lineamientos de Política Presupuestaria 2026 colocan “comercio justo y turismo sostenible” como uno de los cinco ejes estratégicos del Gabinete Económico. Además, en la **política sectorial agroproductiva**, la SAG incluyó en su nota de inversión para cacao el fortalecimiento de la certificación orgánica y de comercio justo para acceder a mejores precios y mayor resiliencia, con cobertura propuesta en Cortés, Atlántida, Colón, Olancho y El Paraíso.

En **El Salvador**, el **Plan Estratégico de CONAMYPE 2015–2019**, enmarcado en el Plan Quinquenal de Desarrollo, donde se proyecta una MYPE que “participa en cadenas de valor bajo relaciones de comercio justo y equitativo” y se vincula a la **Política Nacional de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa**.



8.3. Ley Integral de Economía Social en España

Por otro lado, en España, La nueva **Ley Integral de Economía Social**, aprobada por el Congreso el 26 de marzo y publicada en el Boletín Oficial el 10 de abril, permite definir y reconocer explícitamente el Comercio Justo como un sector de la Economía Social, definiendo claramente las entidades que forman parte de él.

En particular, la nueva legislación reforzará y promoverá el **Comercio Justo como una forma innovadora de economía social**, entre otros sectores. Concretamente, el artículo 8 de la Ley insta a las autoridades públicas a incluir entre los objetivos de sus políticas la promoción del Comercio Justo como sector estratégico para una transición socioecológica justa.

Del mismo modo, la Ley define, en la Disposición Adicional, a las **Entidades de Comercio Justo** como aquellas cuyo objetivo esencial es promover una mayor equidad, sostenibilidad medioambiental y transparencia en el comercio mundial, mediante la mejora de las condiciones comerciales, garantizando salarios dignos, los derechos de los productores y métodos de producción respetuosos con el medio ambiente y la biodiversidad.

8.4. Ley 18/2018, de la Generalitat, para el fomento de la responsabilidad social

La Ley 18/2018, de la Generalitat, para el fomento de la responsabilidad social integra en la acción pública valenciana valores como la sostenibilidad, la transparencia, la ética en las relaciones económicas, el respeto a los derechos humanos y la corresponsabilidad entre actores públicos y privados. Esta alineación no es solo conceptual, sino también explícita: la propia ley define el comercio justo como un **sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto**, orientado a lograr una mayor equidad en el comercio internacional, y lo incorpora como referencia dentro de la contratación pública socialmente responsable.

La conexión entre ambas agendas se concreta, en primer lugar, en el **fomento del consumo responsable y sostenible**. La ley establece que las administraciones públicas deben promover hábitos de consumo que incorporen valores sociales, éticos y ambientales, así como el respeto a los derechos de la infancia en toda la cadena de producción, incluyendo expresamente el comercio justo. Asimismo, impulsa el uso del etiquetado de comercio justo como herramienta acreditativa de criterios de responsabilidad social y prevé que la Generalitat promueva, cuando sea posible, el consumo de productos de comercio justo en sus actos protocolarios.



En segundo lugar, la Ley 18/2018 refuerza la alineación con el Comercio Justo a través de la **contratación pública**. La norma concibe la contratación pública como un instrumento estratégico para incorporar criterios sociales, ambientales, éticos y de transparencia, e indica de forma expresa que, siempre que sea posible, podrán incluirse productos basados en el comercio justo como criterio de adjudicación o como condición de ejecución contractual. Además, la ley vincula el comercio justo con la **cooperación al desarrollo** y con una visión más amplia de desarrollo sostenible y equitativo. En su articulado señala que las administraciones públicas fomentarán la participación de entidades de la economía social, empresas y organizaciones empresariales valencianas en actuaciones de cooperación al desarrollo, e indica expresamente que, en ese marco, se fomentará el comercio justo por su contribución al desarrollo sostenible y a la reducción de la pobreza.

8.5. Ley Valenciana de Cooperación Internacional

La Ley 18/2017, de 14 de diciembre, de cooperación y desarrollo sostenible, constituye el marco normativo autonómico de referencia para situar el Comercio Justo dentro de una política pública valenciana orientada a la justicia global, la erradicación de la pobreza, el desarrollo humano sostenible, la defensa de los derechos humanos y la construcción de relaciones internacionales basadas en la equidad. Desde esta perspectiva, la presente Estrategia Regional de Comercio Justo se alinea de forma directa con una concepción de la cooperación que no se limita a la transferencia de recursos, sino que incorpora también la Educación para la Ciudadanía Global, la sensibilización social, la coherencia de políticas, la participación ciudadana y la articulación de alianzas entre actores públicos, sociales y económicos. La propia ley reconoce, entre los instrumentos de la cooperación valenciana, el apoyo a iniciativas de Comercio Justo y a redes de solidaridad internacional, entendidas como actuaciones orientadas a promover un sistema de comercio internacional responsable, basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad, capaz de generar oportunidades de desarrollo para pequeños productores y trabajadores y trabajadoras de países con altos niveles de desigualdad social y económica.

En este sentido, la estrategia de SIPV encuentra en la Ley Valenciana de Cooperación Internacional una base normativa clara para articular su trabajo en Centroamérica y en la Comunitat Valenciana desde una lógica local-global. La intervención en Guatemala, Honduras y El Salvador responde a contextos marcados por pobreza, desigualdad, vulnerabilidad climática, flujos migratorios y brechas persistentes en el ejercicio de derechos, mientras que la apuesta por fortalecer cooperativas, mejorar las condiciones de vida de las comunidades productoras, promover cadenas comerciales más justas y reforzar la resiliencia climática conecta directamente con las prioridades sectoriales de la cooperación valenciana:



seguridad y soberanía alimentaria, trabajo decente, derecho al desarrollo, fomento de relaciones comerciales justas, consumo responsable, Comercio Justo, derechos de las mujeres y derechos de la Tierra. Esta alineación se ve reforzada por los principios rectores de la ley, especialmente el enfoque de género y de derechos humanos, la coherencia de políticas para el desarrollo sostenible, la promoción de la economía social, la responsabilidad social empresarial, la comunicación para el desarrollo, la transparencia, la evaluación, la participación ciudadana y la construcción de partenariados globales.

Finalmente, la Ley 18/2017 abre también un espacio relevante para la participación de cooperativas, empresas y asociaciones empresariales valencianas en la cooperación y el desarrollo sostenible, siempre dentro del respeto a los principios de la cooperación internacional y a su carácter no lucrativo. Este marco permite reforzar una de las apuestas centrales de la presente estrategia: la construcción de alianzas entre organizaciones productoras de Comercio Justo, administraciones públicas, centros educativos, redes sociales, entidades de la economía social y tejido empresarial valenciano, especialmente en ámbitos como la transferencia de conocimiento, la innovación responsable, la trazabilidad, la compra ética, la economía social y la sensibilización para el cumplimiento de la Agenda 2030. De este modo, el Comercio Justo queda reconocido no como una acción complementaria, sino como una herramienta estratégica de cooperación, transformación económica, educación ciudadana e incidencia política desde la Comunitat Valenciana.

8.6. V Plan Director de la Cooperación Valenciana

Esta Estrategia Regional por el Comercio Justo se alinea y contribuye a los siguientes ejes, estrategias y objetivos operativos:

Eje 1: Planeta: Generar procesos de transición ecológica desde un enfoque de desarrollo humano sostenible que facilite soluciones de mitigación, prevención y adaptación ante las consecuencias de la crisis climática.

- Estrategia 1.1: Derechos de la Tierra.
- Objetivo operativo 1.1.1: Impulsar la protección del medio ambiente, la biodiversidad y la lucha contra el cambio climático.
- Objetivo operativo 1.1.3: Garantizar unos medios de vida sostenibles, mediante la promoción, conservación y uso sostenible de los recursos naturales.

Eje 2: Personas: Impulsar el potencial transformador de los derechos

humanos en la lucha contra la pobreza y la desigualdad en todas sus formas.

- Estrategia 2.2: Derechos de las mujeres.
- Objetivo operativo 2.2.1: Favorecer el empoderamiento de la mujer en todos los campos y su acceso a todos los recursos.
- Objetivo operativo 2.2.2: Promover el acceso y la participación equitativa y los derechos de las mujeres en todos los ámbitos del desarrollo humano.

Eje 3: Prosperidad: Fomentar la economía social y solidaria para avanzar hacia un modelo de desarrollo económico centrado en las necesidades de las personas y orientado a la gestión equitativa y sostenible de los recursos, que garantice unas condiciones de vida dignas para todas las personas, con enfoque de género y derechos humanos.

- Estrategia 3.1: Derecho a la alimentación.
- Objetivo operativo 3.1.1: Asegurar la autosuficiencia en la producción alimentaria y el acceso de toda la comunidad a una alimentación sana y asequible.
- Estrategia 3.2: Desarrollo de la economía local.
- Objetivo operativo 3.2.1: Implementar un modelo de producción y consumo de proximidad basado en el **comercio justo** y el respeto al medio ambiente.
- Objetivo operativo 3.2.2: Adecuar las capacidades productivas a las necesidades locales.
- Objetivo 3.2.3: Crear redes de colaboración entre productores locales.

Eje 5: Alianzas: Fomentar la participación, el diálogo y la asociación entre los agentes sociales, institucionales y económicos para el impulso de prácticas de buen gobierno coherentes con un modelo de desarrollo humano inclusivo y sostenible.

- Estrategia 5.2: Educación democrática.
- Objetivo 5.2.1: Concienciar a las comunidades sobre la importancia de la participación en los procesos de toma de decisiones.
- Objetivo 5.2.2: Asegurar la participación de todos los sectores de la comunidad y en especial de las mujeres en los nuevos mecanismos de gestión del agua.

9. INSTRUMENTO DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN



El Sistema de monitoreo y evaluación de la estrategia país en Senegal tiene su base en la gestión orientada a resultados, para contribuir a la toma de decisiones que mejore las acciones estratégicas y actividades definidas, con la finalidad de:

- Ser una herramienta útil y efectiva para el buen gobierno y el cumplimiento de las acciones estratégicas.
- Permitir introducir cambios en la estrategia país para adaptarla a una coyuntura cambiante.
- Conseguir un seguimiento eficaz de la estrategia país para que ésta sea un instrumento que oriente los propósitos de SIPV.
- Relacionar el diseño y la ejecución presupuestaria con las líneas estratégicas expresadas en el PE.
- Implicar a todos los actores involucrados en la consecución de los objetivos de la estrategia país.
- Generar insumos para los ejercicios de transparencia y rendición de cuentas, y de retroalimentación.

Los **principios** establecidos para este sistema son:

- **Confiability:** la forma de aplicación y verificación del Sistema de monitoreo y evaluación debe ser explícita y clara permitiendo un conocimiento de sus etapas y una aplicación homogénea para actoras y actores institucionales de los mecanismos establecidos.
- **Objetividad:** donde los procesos y procedimientos de seguimiento y verificación estén basados en decisiones y criterios técnicos, orientadas a la efectividad y la eficacia de los resultados.
- **Validez:** los indicadores de medición determinados por SIPV, deben ser realmente esenciales, por ello su definición debe estar soportada en base a los resultados esperados y las metas establecidas.
- **Transparencia:** durante los procesos y procedimientos de seguimiento y monitoreo, así como la declaración de resultados.
- **Calidad:** proporciona una concepción global que fomenta la mejora continua en la implementación de nuestros proyectos en El Salvador y el



involucramiento de todas las personas, centrándose en la satisfacción de las personas beneficiarias.

Se plantean los siguientes **indicadores** de seguimiento de los objetivos de esta estrategia:

- A la finalización de la estrategia, se habrá acompañado de forma sostenida al menos a 12 organizaciones productoras o cooperativas de Comercio Justo de Guatemala, Honduras y El Salvador.
- A la finalización de la estrategia, al menos el 70% de las organizaciones acompañadas habrá incorporado o fortalecido mecanismos de trazabilidad, sostenibilidad ambiental o adaptación climática en su cadena productiva o comercial.
- Entre 2026 y 2030, SIPV habrá impulsado o co impulsado al menos 4 proyectos, convenios o iniciativas de cooperación vinculadas directamente al fortalecimiento del Comercio Justo
- A la finalización de la estrategia, al menos 8 alianzas estables entre organizaciones productoras de Centroamérica y actores de la Comunitat Valenciana estarán activas y habrán generado al menos una acción conjunta de comercialización, sensibilización, incidencia o innovación.
- A la finalización de la estrategia, al menos el 60% de las organizaciones acompañadas habrá adoptado medidas concretas para favorecer la participación económica y organizativa de las mujeres.
- Entre 2026 y 2030, SIPV habrá acompañado al menos a 10 administraciones públicas, municipios, centros educativos o entidades institucionales en la incorporación de criterios, campañas o prácticas vinculadas al Comercio Justo.

La medición de la implementación de la estrategia país tendrá lugar en procesos de revisión anuales, correspondiendo al 2027 la evaluación de medio término y al 2029 su evaluación final.

Esta evaluación en el punto medio del periodo de aplicación de la estrategia se centrará en:

- Determinar los progresos realizados en los ámbitos de actuación (establecer si se avanza convenientemente hacia los logros previstos);
- Definir los obstáculos y los posibles riesgos que pueden requerir cambios en las prioridades estratégicas y los ámbitos de actuación;
- Definir las medidas necesarias para potenciar el avance conseguido en la segunda mitad del ciclo de la estrategia.