

**i yo te
Cuido!**

**Campaña de
Prevención del
Trabajo Infantil en
el Sector Azucarero
Centroamericano.**



INFORME DE EJECUCIÓN

Contenido.

1	Introducción.	Pág. 3
---	---------------	--------

2	Visión del sector azucarero centroamericano para los niños, niñas y adolescentes de la región.	Pág. 4
---	--	--------

3	Objetivos de la campaña.	Pág. 5
---	--------------------------	--------

4	Públicos meta.	Pág. 5
---	----------------	--------

5	Alcance temporal y geográfico.	Pág. 5
---	--------------------------------	--------

6	Idea fuerza de la campaña.	Pág. 6
---	----------------------------	--------

7	Organizaciones implementadoras.	Pág. 7
---	---------------------------------	--------

8	Actividades realizadas.	Pág. 8
---	-------------------------	--------

9	Experiencias y conclusiones.	Pág. 9
---	------------------------------	--------

10	Buenas prácticas implementadas por el sector.	Pág. 11
----	---	---------

1. Introducción.

Centroamérica es una región comprometida con la eliminación del trabajo infantil. Según datos de la Organización Internacional del Trabajo – OIT, en los últimos años ha logrado disminuir esta grave problemática. El sector azucarero centroamericano ha sido parte importante de ese esfuerzo a través de la implementación, desde varios años atrás, de múltiples y exitosos programas, políticas e iniciativas en contra del trabajo infantil, con los cuales se logró cambiar la realidad del sector.

Sin embargo, siendo Centroamérica una región en vías de desarrollo, con fuertes retos de diversa naturaleza como por ejemplo, condiciones de inseguridad alimentaria, una creciente vulnerabilidad ante desastres naturales y los efectos del cambio climático, además de los efectos de la pandemia COVID-19, entre otros desafíos globales, se presenta un peligro subyacente de que los logros alcanzados puedan verse afectados.

En este contexto y marcando el inicio de las actividades preparatorias de la zafra (cosecha cañera) 2022-2023, se diseñó la “Campaña Regional 2022 de Prevención del Trabajo Infantil en el Sector Azucarero Centroamericano”, a través de la cual se buscó promover mayor conocimiento y sensibilización sobre los efectos nocivos de esta práctica. Es importante señalar que éste ha sido el primer año en el que las acciones de sensibilización contra el trabajo infantil son desarrolladas bajo un enfoque regional centroamericano, en el que resalta un mensaje unificado, así como la coordinación de acciones de implementación por parte del sector azucarero.

La campaña fue ejecutada durante los meses de junio a agosto de 2022. En su diseño se tomaron como base los trabajos realizados por cada gremio azucarero miembro de AICA; esfuerzos que han sido detallados en el documento “Buenas Prácticas de Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil en el Sector Azucarero Centroamericano”, publicado en 2018 por AICA con apoyo de OIT.

Esta iniciativa regional se constituye también como una forma de apoyar desde Centroamérica a la lucha por la plena erradicación del trabajo infantil en todo el mundo para el año 2025, como parte de los trabajos que impulsa la “Alianza Global 8.7”¹, con base en los “Objetivos de Desarrollo Sostenible” de las Naciones Unidas.

La campaña de prevención del trabajo infantil ha sido impulsada por la Asociación de Azucareros del Istmo Centroamericano (AICA) y sus organizaciones miembro, como son la Asociación de Azucareros de Guatemala (ASAZGUA), la Asociación Azucarera de El Salvador, la Asociación de Productores de Azúcar de Honduras (APAH), el Comité Nacional de Productores de Azúcar de Nicaragua (CNPA) y la Liga Agrícola Industrial de la Caña de Azúcar de Costa Rica (LAICA).

Asimismo, con el objeto de asegurar que la campaña fuese innovadora, y también de potenciar su alcance y visibilidad, se buscó el apoyo de varios aliados como la Compañía Coca-Cola, la Red Integración Centroamericana por la Responsabilidad Social Empresarial (INTEGRARSE) y de la Federación de Cámaras del Agro de Centroamérica – FECAGRO. Se contó también con el muy valioso apoyo técnico de la Organización Internacional del Trabajo – OIT y su Oficina de Oficinas de Actividades para los Empleadores (ACT/EMP).

¹ <https://www.alliance87.org>

2. Visión del sector azucarero centroamericano para los niños, niñas y adolescentes de la región.



Desde el sector azucarero centroamericano se visualiza para los niños y las niñas de la región cuenten con condiciones en las que sus derechos están debidamente protegidos, permitiéndoles crecer sanos y fuertes, con una oportunidad efectiva de estudiar y desarrollarse, así como también con la oportunidad de jugar y disfrutar de su niñez.



Para los adolescentes centroamericanos, el sector azucarero visualiza la existencia de condiciones en las que éstos puedan combinar sus espacios de estudio, diversión y descanso con sus primeras oportunidades laborales, en circunstancias adecuadas de salud y seguridad ocupacional, en cumplimiento de los márgenes establecidos por la ley.

3. Objetivos de la campaña.

La campaña tuvo como objetivo general prevenir la presencia de trabajo infantil en el sector azucarero centroamericano, a través de un mensaje unificado y la coordinación de acciones a nivel regional, con los que se promovió un paradigma de respeto y cuidado a la niñez y la adolescencia.

Como objetivos específicos se persiguió:

- Fortalecer conocimientos y sensibilizar sobre qué es trabajo infantil, sus causas y sus efectos.
- Fortalecer conocimientos sobre la legislación relacionada al trabajo infantil.
- Fortalecer conocimientos sobre qué es trabajo adolescente, así como las disposiciones que lo regulan.
- Sensibilizar sobre la importancia de la educación y cuidado de la niñez y adolescencia.

4. Públicos meta.

Considerando el amplio número de actores con oportunidad de incidir en el cuidado de los niños, niñas y adolescentes, y de protegerlos de prácticas nocivas como es el trabajo infantil, se establecieron 3 “Grupos Objetivo”:

- GRUPO 1 – Constituido por un público con capacidad de incidir de manera directa e inmediata en la prevención del trabajo infantil dentro del sector azucarero; por ejemplo, equipos de recursos humanos de los ingenios; supervisores de campo; trabajadores del sector; productores independientes de caña de azúcar; Comités Nacionales Para la Erradicación del Trabajo Infantil.
- GRUPO 2 – Constituido por grupos de personas con niveles de influencia relevantes en la prevención del trabajo infantil en el sector azucarero; por ejemplo, padres y madres de familia de comunidades en zonas de influencia del sector; maestros; autoridades de gobiernos locales; organizaciones no gubernamentales con proyectos en las zonas de influencia.

En el diseño de la campaña se señaló la importancia de dar especial énfasis a las actividades orientadas a este Grupo 2, sobre el fortalecimiento de conocimientos y sensibilización relacionados al trabajo infantil.

- GRUPO 3 – Constituido por público en general de los países centroamericanos.

5. Alcance temporal y geográfico.

▪ Alcance temporal.

La campaña fue implementada a partir del jueves 9 de junio de 2022; fecha en la que hizo su lanzamiento al público. Las actividades de implementación fueron desarrolladas hasta el miércoles 31 de agosto de 2022.

El período de implementación antes señalado fue establecido como marco de referencia para el registro de las actividades realizadas, la ejecución de los concursos de video a que se hace referencia en el Apartado 7 - “Actividades realizadas” de este documento, así como también, para la identificación de experiencias y aprendizajes. No obstante lo anterior, las asociaciones azucareras integrantes de AICA estuvieron en libertad de continuar realizando actividades adicionales más allá del mes de agosto, conforme a sus programas internos.

▪ Alcance geográfico.

La campaña fue implementada en las zonas de producción de caña de azúcar y sus comunidades aledañas de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica.

6. Idea fuerza de la campaña.

La campaña 2022 se enfocó en generar conciencia en cuanto a la oportunidad que los diferentes actores de la sociedad, tienen en cuanto al cuidado de los niños, niñas y adolescentes, apartándolos de actividades laborales prohibidas por la legislación, así como también protegiendo y conduciendo las condiciones para su desarrollo integral.

Con ese marco, se adoptó “Yo te cuido” como idea fuerza de la campaña, a través de la cual se promueve un mensaje de apropiación de la responsabilidad que el individuo adulto puede ejercer, desde diferentes roles, en el cuidado de la niñez y la adolescencia. Ejemplos:

Grupo 1	Ejemplo 1: Supervisores de campo Ejemplo 2: Responsables de Recursos Humanos	1. Cuido que los niños no estén trabajando en mis parcelas. 2. Cuido que tú, adolescente, realices actividades permitidas por la ley.
Grupo 2	Ejemplo 1: Maestros Ejemplo 2: Padres de familia Ejemplo 3: Padres de familia	1. Cuido de que te formes y eduques para te tengas un futuro. 2. Cuido de que te alimentes bien y crezcas fuerte. 3. Cuido de que te diviertas y disfrutes tu niñez.
Grupo 3	Público en general	1. Cuido que no haya trabajo infantil en mi comunidad.

Como imagen gráfica de la campaña adoptó el siguiente logo:



Asimismo, como apoyo visual adicional se adoptó un mismo set de imágenes de apoyo, las cuales fueron utilizadas a lo largo de toda la región centroamericana.



7. Organizaciones implementadoras.

La Campaña de Prevención del Trabajo Infantil en el Sector Azucarero Centroamericano ha sido una iniciativa impulsada por los ingenios centroamericanos y las organizaciones del sector azucarero agrupadas en la Asociación de Azucareros del Istmo Centroamericano – AICA:

- Asociación de Azucareros de Guatemala – ASAZGUA.
- Asociación Azucarera de El Salvador.
- Asociación de Productores de Azúcar de Honduras – APAH.
- Comité Nacional de Productores de Azúcar – CNPA.
- Liga Agrícola Industrial de la Caña de Azúcar – LAICA.

En la implementación de esta iniciativa se contó con la colaboración de la Compañía Coca-Cola, la Red Integración Centroamericana por la Responsabilidad Social Empresarial – INTEGRARSE, y la Federación de Cámaras del Agro de Centroamérica – FECAGRO. Se contó también con el apoyo técnico de la Organización Internacional del Trabajo – OIT.

7. Actividades realizadas.

A lo largo de los casi 3 meses de implementación de la campaña se desarrollaron las siguientes actividades:

A. Talleres y charlas.

Tuvieron por objetivo compartir información actualizada sobre la problemática del trabajo infantil, las regulaciones sobre el trabajo adolescente, y la legislación vigente en la materia. Se incluyó también información orientada a sensibilizar sobre los efectos del trabajo infantil, así como la importancia de la educación para el desarrollo de los niños y adolescentes.

Con miras a asegurar la mejor comprensión de la información, las charlas y talleres fueron organizadas según los grupos del público que fueron identificados.

Actividad	Número de eventos	Cantidad de personas
Grupo 1. Público directamente relacionado al sector: trabajadores ingenios, productores de caña, etc.	93	3,999
Grupo 2. Público en áreas de influencia del sector: padres y madres en comunidades cañeras; ONGs, etc.	222	6,392

B. Reuniones con actores relacionados a la temática de trabajo infantil.

Tuvieron por objetivo informar sobre la campaña, sus objetivos y acciones a representantes de Gobierno relacionados con labores de inspección sobre trabajo infantil, de los Comités Nacionales Para la Erradicación del Trabajo Infantil, así como organizaciones de sociedad civil vinculadas a la temática.

Actividad	Número de eventos
Reuniones con actores relacionados a trabajo infantil.	20

C. Concurso de videos caseros.

Se consideró la actividad más innovadora de la campaña. Tuvo por objetivo provocar el interés e involucramiento de los públicos identificados. Se invitó a los interesados en participar a elaborar un video casero, de una duración aproximada a un minuto, con un contenido relacionado a los objetivos de la campaña de prevención del trabajo infantil.

El concurso se desarrolló en primera instancia a nivel nacional en cada uno de los países de la región, obteniendo un premio nacional de US\$500.00. Posteriormente, los videos ganadores concursaron a nivel centroamericano,

ganando un premio adicional de US\$500.00. Los videos fueron seleccionados por jurados integrados por representantes de las organizaciones aliadas de la campaña, así como también del sector azucarero centroamericano.

Se reunieron en total 129 videos. El sector azucarero de El Salvador obtuvo el premio regional. Los videos ganadores pueden ser vistos en YouTube, en el canal: AICA - Azucareros del Istmo Centroamericano.

Video ganador El Salvador y Centroamérica



Video ganador Guatemala



D. Redes sociales.

Se tuvo por objetivo la reiteración del mensaje ante el público en general sobre la importancia de asegurar condiciones respeto y cuidado a la niñez y la adolescencia.



E. Medios de prensa.

Con el objeto de dar visibilidad a la campaña se hizo uso de comunicados de prensa y publicaciones gremiales.

8. Experiencias y conclusiones.

Al cierre de la campaña se realizó, el viernes 2 de septiembre, en Ciudad de Guatemala, un taller regional en el que representantes de las asociaciones azucareras nacionales compartieron sus experiencias y valoraciones en cuanto a los trabajos realizados. A manera de resumen se resaltan los siguientes puntos:

- a. **La campaña fue valorada como un éxito, por lo que se consideró la importancia de continuar trabajando a futuro con un enfoque regional.** El impulso de las acciones de sensibilización contra el trabajo infantil de manera regional provocó:
 - Dinamizar los esfuerzos que se venían realizando en materia de capacitación y sensibilización contra esta práctica, generándose incluso un efecto de sana competencia, comunicación y coordinación entre los países en cuanto a cómo se implementarían en cada uno de ellos.
 - Mayor escala en la difusión del mensaje por parte del sector azucarero en contra del trabajo infantil, ahora planteado regionalmente a lo largo de toda Centroamérica.
 - Mayor visibilidad del compromiso del sector azucarero centroamericano en contra del trabajo infantil.

- b. **Se resaltó la importancia de la identificación y caracterización de los públicos meta a efecto de asegurar un buen diseño de las acciones a realizar.** Al comentar sobre los públicos a los que se dirigió la campaña se hizo énfasis en:
 - La importancia que revisitó el trabajo con comunidades en las áreas de influencia del sector azucarero y con pequeños productores de caña independientes, considerándose las poblaciones con mayor amenaza de trabajo infantil.
 - La importancia de identificar grupos del público según edades, teniendo presente que las poblaciones más jóvenes están en mejor disposición de recibir información por medios electrónicos, como aplicaciones en teléfonos inteligentes, redes sociales o WhatsApp. En el caso de poblaciones de mayor edad se resaltó el valor de bibliografía impresa.
 - En poblaciones de mayor edad está más arraigado el paradigma sobre la “importancia de aprender la responsabilidad del trabajo desde joven”, por lo que en estos casos es importante fortalecer la información sobre el marco legal vigente.

- c. **Se identificó a las mujeres y a los maestros como agentes de cambio.** En la implementación de la campaña se generaron múltiples experiencias en las que después de realizar acciones de capacitación y sensibilización con mujeres y maestros, éstos sirvieron como cajas de resonancia para continuar difundiendo el mensaje de rechazo al trabajo infantil, así como la importancia de la educación. También se identificó que las escuelas constituyen un valioso punto de encuentro entre miembros de las comunidades, siendo espacios de amplio valor para la realización de charlas y talleres.

- d. **La coordinación con autoridades de los Ministerios de Trabajo y los gobiernos locales potenció el alcance de muchos trabajos.** Varias de las actividades realizadas contaron con el respaldo de autoridades, generándose sinergias y mayor alcance en el alcance de las acciones realizadas.

- e. **Los medios tecnológicos constituyen una gran oportunidad.** A lo largo de toda la región se hizo un amplio uso de medios tecnológicos como WhatsApp, redes sociales o aplicaciones tecnológicas desarrolladas como medio de comunicación en redes. Se consideró que este fue un medio efectivo para compartir información con el público, especialmente jóvenes.
- f. **La idea fuerza “Yo te Cuido” sirvió para generar identidad a la campaña y también un sentido de apropiación.** Con relación a la idea fuerza de la campaña se consideró:
- Generó una identidad de la campaña a lo largo de toda la región. La sola referencia a la “Campaña Yo te Cuido” generó una relación directa entre los representantes del sector azucarero con los esfuerzos de capacitación contra el trabajo infantil.
 - Las palabras “Yo te Cuido” enfatizan el sentido de apropiación de la responsabilidad que tiene cada individuo de actuar en la protección de la niñez.
 - Se consideró valioso mantener la idea fuerza para las próximas ediciones de la campaña de prevención del trabajo infantil.
- g. **Fue valioso compartir que las acciones de capacitación y sensibilización contra el trabajo infantil se enmarcan y respaldan en políticas e instrumentos sólidos de prevención del trabajo infantil por parte del sector azucarero.** Según los públicos correspondientes, que las acciones de capacitación y sensibilización incluyeran información sobre las otras medidas incluidas en las políticas y herramientas del sector en contra del trabajo infantil fue de gran respaldo.
- h. **El concurso de video despertó interés del público.** Se consideró que la inclusión del concurso fue un elemento innovador que dinamizó el involucramiento de diferentes actores del sector azucarero con la campaña, más allá de talleres y charlas. Al respecto:
- Fue valioso compartir con claridad las bases del concurso para motivar la mayor participación posible.
- i. **Se evidenció el compromiso de los ingenios con la campaña.** El éxito de la campaña se generó en su mayor medida por el compromiso mostrado por los ingenios, manifestado en diferentes formas:
- Participación de gerencias en talleres y charlas de colaboradores.
 - Creatividad en la generación y divulgación de la información. Ejemplo: banners en los buses que trasladan a los trabajadores; información en áreas de alta circulación; facilitación de espacios y tiempo para la realización de actividades.
- j. **Se consideró que la participación de los aliados y el trabajo en redes fortalece los esfuerzos realizados.** Desde el diseño de la campaña se consideró la importancia de la visibilidad de los esfuerzos de capacitación y sensibilización contra el trabajo infantil, como medio para consolidar un nuevo paradigma de respeto y cuidado a la niñez. En ese sentido se consideró que el apoyo recibido de los aliados en la campaña, así como la vinculación a esfuerzos de mayor escala como la Iniciativa 2030 ALC Libre de Trabajo Infantil, y la Alianza Global 8.7 son sumamente positivos.

10. Buenas Prácticas Implementadas por el Sector Azucarero.

Sector Azucarero de Guatemala.

1. Política Laboral de la Asociación de Azucareros de Guatemala – ASAZGUA.
Desarrolla los lineamientos y mecanismos que permiten asegurar condiciones de trabajo digno y decente en la agroindustria azucarera, bajo el cumplimiento del marco legal, incluyendo la no contratación de menores de edad.
2. Programa Integral de Apoyo a la Educación ACCIONE.
Impulsado desde Fundazúcar Guatemala en las áreas de influencia del sector azucarero. Cuenta con tres componentes:
 - Programa de Capacitación de Docentes de la Costa Sur – PROCAPS, consistente en la capacitación de docentes de preprimaria y primaria de las escuelas públicas.
 - Coaching Pedagógico, consistente en el acompañamiento a autoridades escolares, para incrementar sus destrezas administrativas y organizacionales con miras a la atracción de las comunidades hacia el sistema educativo.
 - Programa Generación 15-30, consistente en la atención a jóvenes de 15 años de edad, para que a través de acciones de formación en valores, autoestima y conciencia sobre el ejercicio de una ciudadanía responsable, puedan construir un plan de vida hacia sus 30 años de edad.
3. Programa Mejores Familias.
Impulsado desde Fundazúcar Guatemala en las áreas de influencia del sector azucarero. Promueve un cambio cultural a partir del rol de la mujer en la familia y en las comunidades. Las acciones del programa se enfocan en el fortalecimiento de la autoestima, la formación en seguridad alimentaria nutricional, así como en el desarrollo de capacidades para la autonomía y autogestión a nivel personal, familiar y comunitario.
4. Campañas de sensibilización.
Orientadas a los diversos actores en el sector azucarero, comunidades en áreas de influencia y público en general, a través de las cuales se difunde información sobre qué es el trabajo infantil, sus causas y efectos, el marco legal que lo regula. En 2022 las acciones de sensibilización fueron implementadas a través de la “Campaña Regional 2022 de Prevención del Trabajo Infantil en el Sector Azucarero Centroamericano”, en coordinación regional a través de AICA.

Sector Azucarero de El Salvador.

1. Política de Cero Tolerancia al Trabajo Infantil.
Se enmarca dentro de las “Buenas Prácticas Para la Producción de Caña de Azúcar” impulsadas por FUNDAZÚCAR El Salvador, en coordinación con la Asociación Azucarera de El Salvador. La política cuenta con 5 ejes estratégicos:
 - Sensibilización permanente – implementada a través de un programa anual de difusión de información sobre el marco legal existente, así como los impactos negativos del trabajo infantil. En 2022 las acciones de sensibilización fueron desarrolladas a través de la “Campaña Regional 2022 de Prevención del Trabajo Infantil en el Sector Azucarero Centroamericano”, en coordinación regional a través de AICA.

- Estandarización de acciones – contempla:
 - Cláusulas en contratos de compraventa de caña de azúcar. La agroindustria azucarera, a través del Consejo Salvadoreño de la Agroindustria Azucarera (CONSAA), incluyó desde 2007, cláusulas en los contratos de compraventa de caña de azúcar entre productores e ingenios azucareros, especificando la prohibición de usar mano de obra infantil para la producción de caña, así como la sanción de dar por terminado el contrato si se verifica que para su cosecha se utiliza mano de obra infantil.
 - Protocolo de actuación, el cual establece una guía de actuación para los ingenios azucareros, en caso de encontrar menores de edad trabajando en labores del cultivo de caña de azúcar.
- Monitoreo y auditorías – buscan asegurar y verificar la debida implementación de la política.
- Alianzas estratégicas – consiste en el impulso de acciones conjuntas con otros actores de los ámbitos público y privado, incluyendo organizaciones de sociedad civil, con objetivos similares en la lucha contra el trabajo infantil.
- Comunicación – Consiste en la implementación de acciones para compartir la experiencia adquirida sobre erradicación y prevención del trabajo infantil, en medios y foros tanto a nivel nacional como internacional.

Sector Azucarero de Honduras.

1. Programa “Cero Tolerancia al Trabajo Infantil en el Azúcar de Honduras”.

Es implementado por la Asociación de Productores de Azúcar de Honduras – APAH, en coordinación con los ingenios. Se integra con las actividades y herramientas siguientes:

- Sensibilización permanente – es desarrollada periódicamente en áreas de influencia del sector, buscando generar conciencia sobre las consecuencias negativas del trabajo infantil. En 2022 las acciones de sensibilización fueron implementadas a través de la “Campaña Regional 2022 de Prevención del Trabajo Infantil en el Sector Azucarero Centroamericano”, en coordinación regional a través de AICA.
- Capacitaciones constantes – orientada a la formación de los responsables de recursos humanos de los ingenios, abordando los marcos legales y compromisos internacionales en la materia.
- Disposiciones contractuales – establece la prohibición del uso de trabajo infantil en servicios tercerizados.
- Coordinación – Se realizan acciones de coordinación con sector público y otros actores del sector privado, en el impulso de acciones contra el trabajo infantil.
- Auditorías de campo – implementadas tanto por los ingenios como por APAH, con el objetivo de verificar el cumplimiento del marco legal sobre trabajo infantil. Incluye también la coordinación de esfuerzos con el Ministerio de Trabajo.

2. Estrategia de apoyo a la educación de FUNAZÚCAR.

- Programa “Escuelas de Corazón” – Busca ampliar la cobertura educativa en áreas de influencia y reducir el analfabetismo teniendo dicho programa a la educación como pilar fundamental para el desarrollo de los niños.
- Programa “Alfazúcar” – Persigue dignificar la infraestructura y el ambiente educativo con mejoras de los centros escolares, áreas de recreo y otros espacios. De igual manera realiza esfuerzos orientados hacia la mejora de la calidad educativa mediante el apoyo técnico a los docentes.

Sector Azucarero de Nicaragua.

1. Condiciones laborales en la agroindustria azucarera nicaragüense.
Consiste en la implementación de condiciones laborales en las que se garantiza el respeto al marco legal vigente, incluyendo la cero tolerancia al trabajo infantil y al trabajo forzoso. Dichas condiciones son implementadas por los ingenios a través de políticas y procedimientos internos bajo un entendimiento sectorial alcanzado en el CNPA.
2. Auditorías.
Implementadas en 3 vías: i) Auditorías realizadas por los ingenios; ii) Auditorías realizadas por el CNPA; y iii) Auditorías realizadas por el Ministerio de Trabajo y por el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social. Se verifica el cumplimiento de condiciones laborales, incluida la legislación sobre trabajo infantil, así como de medidas de salud y seguridad ocupacional.
3. Disposiciones contractuales.
Consiste en la inclusión de cláusulas en los contratos de compraventa de caña de azúcar, estableciendo el compromiso de los productores de caña en aplicar la legislación vigente sobre trabajo infantil, así como la facultad de dar por terminado el contrato ante cualquier incumplimiento.
4. Apoyo a las condiciones de educación.
La acción en apoyo a la educación se articula a través de:
 - Centros educativos (3) para atención de hijos de trabajadores del sector y niños de comunidades vecinas.
 - Centros de Desarrollo Infantil “Arco iris del futuro” (5) – modelo educativo propio de uno de los ingenios nicaragüenses, para atender la necesidad de padres trabajadores que buscan un lugar seguro y de calidad para sus hijos.
 - Programa de reconocimiento “Dulzura a la Excelencia Académica”, con reconocimientos monetarios y en especies, a los mejores bachilleres de las zonas de influencia donde se encuentran ubicados los ingenios.
 - Programas de mejoramiento del ambiente escolar, se brinda apoyo a escuelas de las comunidades rurales de las zonas cercanas a los ingenios, a través de donaciones de útiles escolares y mejoramiento de infraestructura.
 - Programa “Manos Creativas”, consistente en la realización de charlas educativas en escuelas rurales, para crear conciencia entre la niñez nicaragüense y padres de familias, incluyendo la importancia de rechazar el trabajo infantil. Se basa en actividades lúdicas como manualidades, cuentacuentos, títeres, entre otros.
 - Programa de charlas escolares ¡Come sano y muévete!, orientado a promover en los niños, la importancia de mantener una alimentación equilibrada y la práctica habitual del ejercicio físico.
 - “Copa Azúcar” de fútbol, con el objetivo de promover la actividad física, un estilo de vida saludable y el sano esparcimiento. Se dirige a estudiantes de educación secundaria, con edades entre los 14 y 17 años, estableciéndose como requisito para poder participar ser estudiantes activos, con lo cual se promueve la permanencia escolar.
5. Campañas de sensibilización.
Orientadas a los diversos actores en el sector azucarero, comunidades en áreas de influencia y público en general, a través de las cuales se difunde información sobre qué es el trabajo infantil, sus causas y efectos, el marco legal que lo

regula. En 2022 las acciones de sensibilización fueron implementadas a través de la “Campaña Regional 2022 de Prevención del Trabajo Infantil en el Sector Azucarero Centroamericano”, en coordinación regional a través de AICA.

Sector Azucarero de Costa Rica.

1. Protocolo Sectorial de Sostenibilidad del Azúcar de Costa Rica.
Consiste en el establecimiento de las condiciones que el sector azucarero costarricense debe cumplir para asegurar su desarrollo sostenible. Se estructura en dos partes: la primera de ellas aplicables a las operaciones agrícolas e industriales de los ingenios, y la segunda, empresarios proveedores de caña en sus operaciones agrícolas. En ambos casos se establece la prohibición de toda práctica de trabajo infantil.
2. Programa de fortalecimiento de PYMEs agrícolas del sector cañero “Cultivando Futuro”.
Consiste en una estrategia integral de sensibilización y capacitación en aspectos sobre desarrollo sostenible, incluyendo los retos de trabajo infantil, para pequeños empresarios productores de caña de azúcar.
3. Participación como miembro de la “Red de Empresas Contra el Trabajo Infantil”.
Consiste en el impulso de acciones contra el trabajo infantil en alianza con otras empresas y organizaciones con las que se comparten objetivos similares. La red sirve también como instancia de comunicación y coordinación en acciones conjuntas público – privadas.
4. Campañas de sensibilización.
Orientadas a los diversos actores en el sector azucarero, comunidades en áreas de influencia y público en general, a través de las cuales se difunde información sobre qué es el trabajo infantil, sus causas y efectos, el marco legal que lo regula. En 2022 las acciones de sensibilización fueron implementadas a través de la “Campaña Regional 2022 de Prevención del Trabajo Infantil en el Sector Azucarero Centroamericano”, en coordinación regional a través de AICA.