

La crisis financiera global y el sector artesanal en Bangladesh. Impactos y respuestas desde una organización productora

**Milton Suranjit Ratna, activista por un Comercio Justo y responsable de desarrollo de
CORR-the Jute Works**

1. Recesión económica y Comercio Justo

Suele decirse que cuando Estados Unidos estornuda, los países de todo el mundo contraen la gripe. Observando cómo se ha extendido por todo el globo la crisis financiera iniciada en este país, parece evidente que este dicho se ha cumplido.

Con sus más de 14 billones de dólares de PIB (la mayor economía del mundo, sólo igualada por el conjunto de la Unión Europea), Estados Unidos pudo hacer frente al impacto de esta crisis y a duras penas empezar a salir de ella tras un tiempo, mientras que otros países con economías mucho menos potentes (el PIB de Bangladesh asciende a 70.000 millones de dólares aproximadamente) están sufriendo bastante más tratando de hacerle frente.

En el mundo de hoy productos y mercados están interconectados a través del fenómeno de la globalización. Aun así, pocos países han rebajado sus barreras al comercio internacional. La desaceleración económica global tiene consecuencias drásticas en países en desarrollo como Bangladesh. Aquellos que dependían de Estados Unidos, la Unión Europea o Japón como mercados a los que exportar sus productos, se enfrentan ahora a graves dificultades para mantener sus niveles de crecimiento económico. Esto ha afectado a su vez a los ingresos de divisas y a la creación de empleo en los países en desarrollo.

La crisis mundial está afectando negativamente a Bangladesh en tres sectores especialmente: las exportaciones, el flujo de ayuda internacional y de inversiones extranjeras directas (IED), y las remesas de los trabajadores. Alrededor del 75% de las exportaciones de prendas de vestir y textiles, y del 80% de las exportaciones de artesanías tienen por destino Estados Unidos o Europa. Pero estas exportaciones han caído en un primer momento debido a la ausencia de demanda. En respuesta a la crisis, las y los consumidores de en estos países han desviado el grueso de sus gastos a satisfacer necesidades básicas, en detrimento de bienes no esenciales.

Al comienzo de la recesión, la seguridad económica de Bangladesh se vio amenazada. Nadie podía estar seguro de lo que entonces estaba por venir. Think-tanks y agentes del sector privado aconsejaron al gobierno sobre cómo abordar la desaceleración del crecimiento económico en el país. La inestable situación constituía para Bangladesh a la vez un reto y una oportunidad para anteponer la innovación y la creatividad ante los posibles efectos adversos de la crisis internacional.

Sin embargo, a mediados de julio de 2009 la crisis económica redujo la participación de Bangladesh en el mercado mundial. Las estadísticas de exportaciones revelan que mientras que los productos manufacturados consiguieron sobreponerse a la recesión, las ventas de artesanías rurales resultaron sin embargo gravemente afectadas por la crisis internacional.

En la mayoría de los países en desarrollo, la elaboración de artesanías es uno de los principales sectores complementarios de la economía, además de uno de los más respetuosos con el medio ambiente en la medida en que se encuentra entre los medios de producción más eficientes energéticamente. Las artesanías de Bangladesh siempre estuvieron bien valoradas en el mercado mundial, a pesar de contar con algunas limitaciones de comercialización y comunicación.

Pero a pesar de sus efectos adversos, la recesión empuja a los agentes del mercado a rediseñar cuidadosamente estrategias mixtas de marketing, centrándose en los valores perseguidos por los clientes para sacar el máximo provecho de las situaciones difíciles que surgen a su paso. Los mercados de artesanías de Bangladesh tampoco han escapado a los estragos de la recesión mundial. Generalmente considerada como una industria casera, las artesanías de Bangladesh han dejado atrás esta imagen para convertirse en un sector con un rápido crecimiento y con un volumen de negocios que ha pasado de 2 millones de dólares en 1990 a 10 millones en 2006. Ya en 2007, la exportación de artesanías de Bangladesh mostró un incremento del 10,02% y se esperaba que duplicase esta cifra para finales de 2009. Sin embargo, debido a la crisis las exportaciones de artesanías crecieron tan sólo cerca del 2% durante 2009-10, facturando un total de 12 millones de dólares, de acuerdo con las cifras de la EPB (Oficina de Promoción de Exportaciones). En cualquier caso, sigue habiendo un aumento de la demanda desde los mercados occidentales, como EE.UU. y Europa, tal y como indican los comerciales allí presentes.

Siempre hay un resquicio de esperanza en medio de la tormenta. Frente a la recesión económica mundial y en plena batalla por superarla, el Comercio Justo puede representar un instrumento de desarrollo entre las naciones.

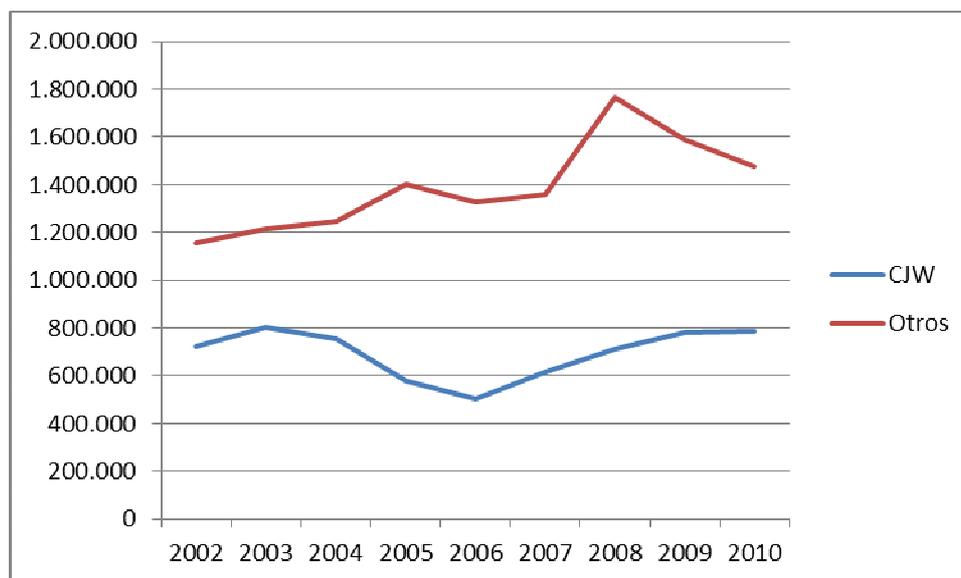
Fruto de los estragos de la economía, los consumidores se vuelven más conscientes en sus compras. Puede que no tengan ningún control sobre la crisis económica mundial, pero sí lo tienen sobre cómo gastan su dinero. Pueden elegir no limitarse simplemente a comprar, sino comprar de forma más responsable. Ahora más que nunca, la gente quiere saber adónde va su dinero. Los

consumidores pueden tomar decisiones y, en función de cómo gasten su dinero, ayudar a otros. Por ejemplo, creando oportunidades económicas duraderas para los artesanos de decenas de países en desarrollo. Comprar un producto artesanal auténtico es mucho más que una simple cuestión de estilo: es elegir ayudar a las y los productores artesanos a generar negocios sostenibles en el tiempo que permitan sacar a sus familias de la pobreza. Y, con ello, se asegura una demanda creciente de productos de Comercio Justo.

2. CORR – The Jute Works: medidas adoptadas para reducir el impacto de la desaceleración en el sector de la artesanía

2009 y 2010 han sido años difíciles para las y los artesanos pobres de Bangladesh que buscan un trato justo para sus productos. La mayoría de organizaciones productoras del país han visto descender desde el inicio de la crisis económica internacional sus ventas de artesanía al mercado internacional: 9,9% en 2009 y 6,9% en 2010. Desde CORR – The Jute Works (CJW), sin embargo, hemos conseguido contraponernos a esta caída generalizada y mantener unos niveles de venta sostenibles en plena crisis. Analicemos algunos de los elementos que han estado detrás de estos resultados.

Exportaciones de artesanía de CORR – The Jute Works y de otras organizaciones de Bangladesh¹
(US \$, 2002-2010)



¹ Entre estas otras organizaciones se encuentran: Prokritee, YWCA, Rishilpi, Tarango, Valerian, JCI, TSDS, MWC, PUP, Dhaka Handicrafts.

Con la vista puesta en demostrar la viabilidad de una estrategia de crecimiento y desarrollo inclusivos que respondiese a la vez a la desaceleración económica y a las dos grandes crisis mundiales, financiera y climática, CJW ha apostado a lo largo de los últimos años por series exclusivas de artesanías y por un importante desarrollo de sus productos. Nuestro enfoque es dotar a las mujeres artesanas de herramientas que mitiguen el impacto de esta doble crisis mediante el acceso a nuevos mercados y el desarrollo de nuevas habilidades.

Para reducir el impacto de la crisis en las vidas de sus más de 4.000 artesanas miembros, CJW ha forjado una intensa alianza entre sus distintas contrapartes, desde las mujeres artesanas rurales hasta los compradores de los productos exportados, entre los que se encuentran tanto organizaciones de Comercio Justo del Norte, como del comercio convencional o diseñadores internacionales. A través de esta alianza, las prendas textiles de yute, algodón y seda, así como las capacidades locales tradicionales, se conectan con los nuevos mercados globales de acuerdo con los gustos, tendencias y estilos internacionales, pero salvaguardando las vidas y el sustento de las y los productores. La innovación de nuevos productos ha sido fruto de un trabajo previo de identificación y segmentación del mercado, a partir del cual se desarrollaron distintas líneas de artesanías, rangos de precios y productos: mercado de gama alta, mercado principal y mercado de productos de primera necesidad.

Este esfuerzo continuo en investigación y desarrollo garantiza que las artesanías elaboradas se ajusten a las distintas demandas existentes, sin por ello perder su carácter único. Además, esta innovación no se limita al carácter 'decorativo' de las artesanías, sino que busca también reforzar su utilidad y sostenibilidad, por ejemplo introduciendo una gama de artículos elaborados con productos reciclados. Todo ello contribuye a que, a pesar de la crisis, las y los consumidores sigan interesándose por este tipo de bienes.

Por otro lado, durante los años más duros CJW formó a las artesanas en diferentes actividades generadoras de ingresos y complementarias a la producción artesanal: cría de aves de corral, horticultura, elaboración de alimentos, crianza de animales, desarrollo de pequeños negocios, etc. CJW también les proporcionó el capital para lanzar estas iniciativas, de forma que los ingresos de los hogares se mantuviesen estables en los años de escasez y caída de las exportaciones. El programa fue un éxito absoluto.

En fin, la diversificación ha sido otro elemento clave en el menor impacto diferencial provocado por la crisis en las ventas de CJW frente a las de otros productores artesanales de Comercio Justo de Bangladesh. Esta diversificación afectó tanto a los países destinatarios de las exportaciones de CJW como a los canales de comercialización de sus productos. Y sus orígenes se remontan mucho antes de la actual crisis económica. Fue tras los atentados del 11 de septiembre de 2001 y el consiguiente cierre relativo de los mercados de EEUU y, más tarde, del Reino Unido

(los dos principales destinos de las artesanías de CJW en aquel momento) que las ventas de CJW se vieron significativamente afectadas. Aquello supuso una lección para nosotros, animándonos a tomar una serie de medidas preventivas para responder a futuras eventualidades. Medidas que, a la postre, se han demostrado muy eficaces frente a la actual crisis económica y que incluían la búsqueda de nuevos mercados así como una mayor profesionalización que nos permitiese vender también al mercado convencional, no únicamente a través de organizaciones de Comercio Justo.

Nos formamos y mejoramos nuestras competencias en etapas de la comercialización tales como el control de calidad, el empaquetado o el embarque. Igualmente, pusimos mayor énfasis en el control riguroso de las materias primas y de otras compras y recursos utilizados, lo que nos ayudó a mejorar la producción, la gestión del tiempo y el control de gastos.

Actualmente CJW exporta sus artesanías a más de 70 compradores de 24 países diferentes. Italia, Estados Unidos, Reino Unido y Japón, por este orden, se encuentran entre los principales destinos. Aproximadamente, el 75-80% de las ventas totales se realiza a organizaciones de Comercio Justo, mientras que el 20-25% restante se dirige al mercado convencional. Tenemos constancia de que algunas de las organizaciones de Comercio Justo del Norte que importan nuestros productos han comenzado, a raíz de la crisis económica, a distribuir en grandes superficies comerciales, lo que les ha permitido aumentar sus niveles de ventas. Otras organizaciones productoras de Comercio Justo de Bangladesh también han empezado recientemente a incluir el mercado convencional entre sus canales de exportación.

Así pues, CJW ha recorrido ya una distancia considerable en el largo camino de la construcción de un modelo exitoso de organización de Comercio Justo. Una organización dirigida por las y los propios artesanos como empresa social sostenible. Ése será el camino que seguiremos en el futuro y que esperamos que, en el medio plazo y a pesar de la desaceleración económica, nos permita cumplir nuestro objetivo de crecimiento interanual de las ventas en torno al 25%.

Y para lograrlo, no estamos solos. Las gentes de Bangladesh cuentan con un inquebrantable espíritu de lucha y superación. Cada año, las y los habitantes de las zonas costeras tienen que empezar desde cero debido a las inundaciones, ciclones o tsunamis. Pero nunca se dan por vencidos: tienen un sueño y tratan de alcanzarlo.



Coordinadora Estatal de Comercio Justo
C/ Santísima Trinidad, 30 1º 8 28010 Madrid
91 299 38 60 estudios@comerciojusto.org
www.comerciojusto.org