

El otro lado de la cadena comercial. El impacto de nuestras compras de Comercio Justo

Una vez que hemos analizado todo lo relativo a las ventas de Comercio Justo en nuestro país, es decir, cuánto gastamos los/las consumidores/as en estos productos, ahora queremos detenernos en el otro extremo de la cadena comercial: las organizaciones productoras. En este capítulo vamos a describir cuál es el impacto que nuestras compras generan en las personas que cultivan, procesan y fabrican esos productos en América Latina, África y Asia que, en definitiva, es la razón de ser de este movimiento internacional.

EL IMPACTO DE LA PRIMA DE COMERCIO JUSTO

Solo bajo la certificación Fairtrade, en 2018 se distribuyeron 176,5 millones de euros en concepto de prima entre las organizaciones productoras de los 7 principales productos de Comercio Justo (cacao, café, algodón, flores y plantas, azúcar, té y bananas). Con este dinero, cada organización decide de manera democrática a qué proyecto comunitario se destina en función de sus necesidades y prioridades (iniciativas de salud, educación, construcción o reparación de infraestructuras, etc.)

Para ello, tendremos en cuenta la información de las organizaciones importadoras de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo, quienes mantienen una relación directa con las entidades productoras. Haremos un análisis general del impacto que tiene este vínculo comercial, y también nos centraremos en las tres principales materias primas, cacao, café y azúcar, que como hemos visto suponen el 92% de las ventas de Comercio Justo.

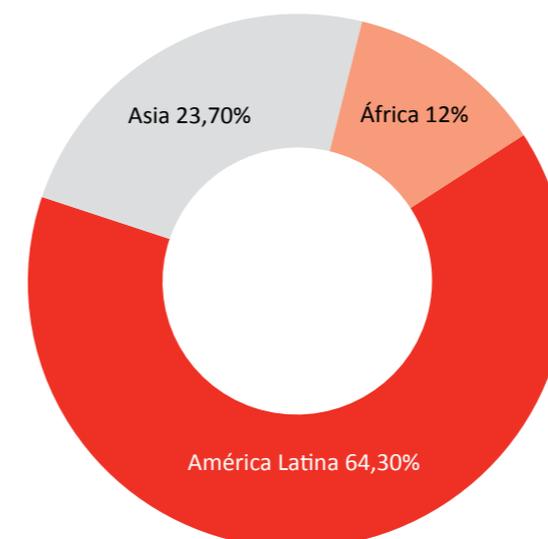
Las organizaciones importadoras de la CECJ distribuyen artículos de 153 organizaciones productoras de 44 países de América Latina, África y Asia. De esta relación comercial, en primer lugar, destacamos la estabilidad mantenida durante varios años, lo que sin duda ha favorecido el desarrollo de dichas entidades y las comunidades en las que se insertan. Con la mitad de las organizaciones productoras, el vínculo comercial ha sido continuo desde hace más de una década. Particularmente, con algunas de ellas la relación comenzó a principios de los 90, es el caso de la azucarera Manduvirá (Paraguay), la cafetalera Cecocafen (Nicaragua), la productora de cacao Conacado (República Dominicana), o la organización textil Creative Handicrafts (India).

Si analizamos el impacto de nuestras compras, por continentes, vemos que la región más beneficiada es América Latina. Algo más del 64% del volumen comercial se genera en este continente. Le sigue Asia, con un 23,7%, y por último, África, con un 12%. (Gráfico 1).



© Fairtrade International

Gráfico 1: Impacto de las compras de Comercio Justo, por continentes.



Fuente: elaboración propia a partir de datos ofrecidos por las importadoras de la CECJ.

América Latina es la región más beneficiada por nuestras compras de Comercio Justo



© Fundación Vicente Ferrer

La organización Integrated Development Trust, de India, ha empezado a fabricar mascarillas.

LAS ORGANIZACIONES PRODUCTORAS DE COMERCIO JUSTO ANTE LA COVID-19:

La crisis provocada por el coronavirus está afectando a todo el planeta y, aunque sus consecuencias son diferentes según cada región y país, en todos los casos son nefastas tanto a nivel sanitario como económico, social y laboral. Aunque todavía no tenemos datos concretos de cómo ha afectado a las organizaciones productoras de Comercio Justo, podemos ofrecer algunas informaciones:

En el caso de organizaciones textiles y de artesanía de Asia, una gran mayoría tuvieron que parar su producción o, posteriormente, se han visto obligadas a cerrar durante periodos concretos debido a contagios de trabajadores/as. Otras entidades como MKS o Rajkaksmi están pudiendo desarrollar su actividad con cierta normalidad. A esta crisis se unen las consecuencias derivadas del ciclón Amphan en el mes de mayo, que ha afectado a organizaciones de India y Bangladesh.

Además, queremos destacar que muchas de estas organizaciones han empezado a fabricar mascarillas desde los primeros días de la pandemia, para distribuir entre hospitales o la población de su zona. Es el caso de Integrated Development Trust (India), Taller de Mandaluyong (Filipinas) o Selyn (Sri Lanka)

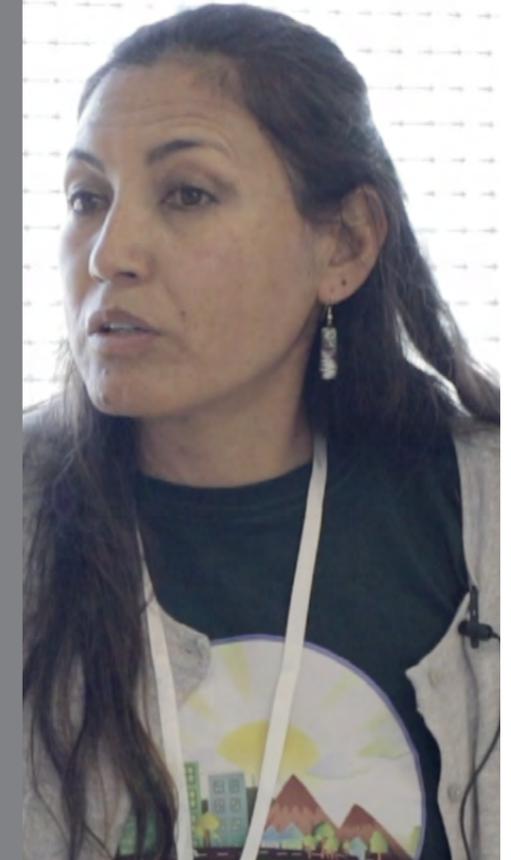
Por otro lado, en América Latina, en el caso de muchas organizaciones agrícolas de Comercio Justo, su trabajo productivo no se ha visto frenado dado que, por un lado, se trata de una actividad esencial y, por otro lado, se desarrolla en zonas rurales aisladas (donde trabajan muchas de las organizaciones de Comercio Justo). Sin embargo, la preocupación por la salud está muy presente.

De ahí que muchas organizaciones hayan desarrollado distintas iniciativas de prevención. Por ejemplo, con la ayuda del llamado Fondo de Alivio otorgado por CLAC-Fairtrade, varias han decidido destinarlo a hacer pruebas rápidas y a la compra de material de prevención. Otras organizaciones como la cooperativa comercializadora de Comercio Justo Ethiquable, ha aportado financiación para material de emergencia, mascarillas y gel desinfectante para los productores y productoras.

También preocupan las necesidades de la población, por lo que muchas entidades están realizando iniciativas en este sentido. En América Latina algunas organizaciones han utilizado parte de la prima de Comercio Justo para comprar alimentos a sus miembros y a la población más necesitada de sus comunidades. Otras han utilizado esos fondos para dar ayuda económica a personas vulnerables que no han podido trabajar debido a la pandemia. Por su parte, en India, la organización textil CRC está apoyando a un equipo de voluntariado que distribuye suministros esenciales a personas mayores y económicamente vulnerables de barrios marginales de Calcuta. En este mismo país, la organización Palam Rural ha repartido arroz y dinero para compras de productos básicos a personas necesitadas de su región.

“EMPEZAMOS A VER NUEVAS NECESIDADES” SAGRARIO ANGULO, COORDINADORA DE LA ORGANIZACIÓN ECUATORIANA CAMARI:

“Aunque los productores y productoras siguen trabajando, hay angustia y preocupación por la sostenibilidad de la comercialización de sus productos debido a la restricción de la movilidad y a la constricción del mercado. Aún no se tiene claro la afectación directa que tendrá esta paralización, pero se empiezan a vislumbrar nuevas necesidades, unas urgentes como la provisión de mascarillas, respiradores, insumos y materiales médicos y la provisión de alimentos para las familias más empobrecidas, y otras posteriores como la recuperación de la producción, la comercialización, el pago de deudas, el cuidado permanente de la salud, la recuperación de los niveles de estudio y trabajo”. Su testimonio resume la incertidumbre y preocupación de todo el sector.



© CECI

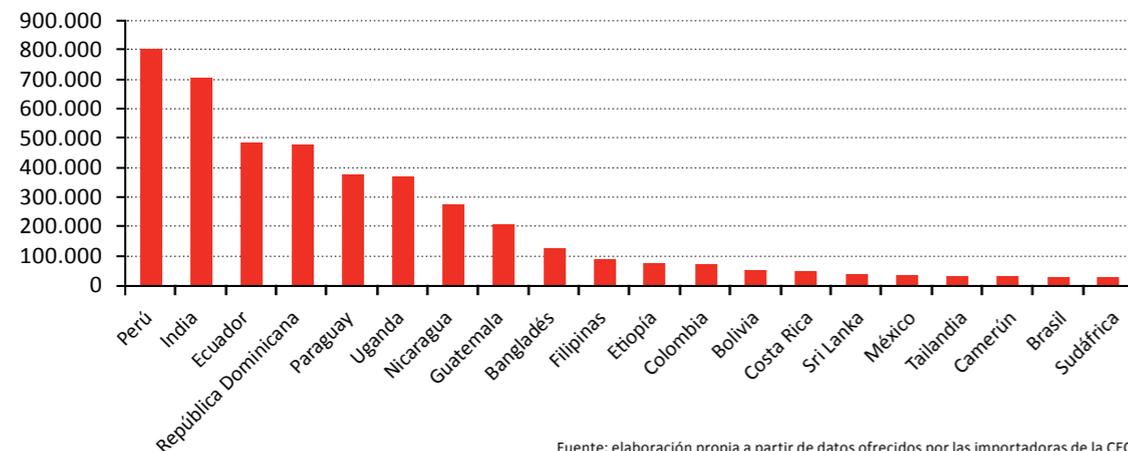
Y de estas tres regiones, ¿qué productos compramos? De América Latina, fundamentalmente importamos materias primas de alimentación -azúcar, café y cacao- y también otros productos como miel o vino. Otros artículos de Comercio Justo que también compramos en América Latina son el aloe vera y elementos de bisutería.

De Asia proceden prácticamente todos los artículos de textil y artesanía: ropa, textiles de hogar, cestas, cerámicas, juguetes, complementos, etc. De alimentación, lo más destacado es el azúcar aunque también generan volúmenes importantes las importaciones de infusiones, arroz o especias.

Por último, de África el principal producto que compramos es el café seguido a bastante distancia de otros como el cacao, infusiones, materias primas de cosmética natural (rosa mosqueta, aceite de argán, karité) y artículos de bisutería.

Si analizamos el impacto de nuestras compras por países, vemos que nuestro mercado beneficia en primer lugar a Perú, seguido de India, y a cierta distancia, Ecuador y República Dominicana. En el gráfico 2, mostramos los 20 países con los que hay un mayor volumen comercial en la red de Comercio Justo desde España. (Gráfico 2).

Gráfico 2: Impacto de las ventas de Comercio Justo, por países.

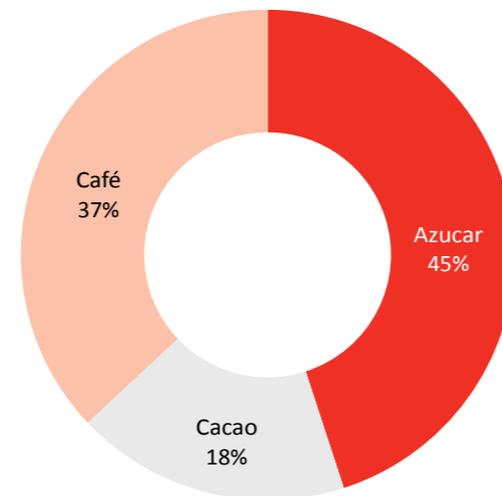


Fuente: elaboración propia a partir de datos ofrecidos por las importadoras de la CEJ.

Los impactos de los tres productos principales: café, cacao y azúcar

De las tres principales materias primas de Comercio Justo, la que genera un mayor impacto económico es el azúcar. Este producto, en sus distintas variedades genera casi la mitad del volumen comercial con las organizaciones productoras. Le sigue el café, con un 37% y en tercer lugar, y con una diferencia importante, el cacao. (Gráfico 3).

Gráfico 3: Volumen comercial de los 3 principales productos.



Fuente: elaboración propia a partir de datos ofrecidos por las importadoras de la CEJ.

Azúcar

El azúcar de Comercio Justo que encontramos en nuestro mercado procede de 19 organizaciones productoras de 8 países. El país que más azúcar suministra es Perú. Le siguen Paraguay y Ecuador. En Perú, además, el impacto de nuestras compras de azúcar queda fundamentalmente en una cooperativa, CAES Piura, una entidad formada por unos 200 campesinos y campesinas que cultivan azúcar integral de caña a pequeña escala (sus terrenos son de entre 1 y 2 hectáreas) de manera ecológica, basándose en técnicas tradicionales. Esta es la organización de la que más azúcar importamos.

La segunda es Manduvirá, de Paraguay, que agrupa a casi 950 agricultores/as y una de las entidades con las que nuestro mercado tiene relación desde el 1992. A lo largo de todos estos años, esta cooperativa ha ido creciendo en número de

personas asociadas y de volumen de producción, y ha protagonizado un movimiento reivindicativo y organizativo gracias al cual han logrado lo que parecía imposible: ser dueños de su propia fábrica de azúcar.

En Paraguay, el impacto de las ventas de azúcar de Comercio Justo queda repartido entre 5 organizaciones en total.

Y en el caso de Ecuador, importamos azúcar de 4 entidades productoras. En particular con las organizaciones MCCH, Camari y Pakta Mintalay generamos un importante volumen comercial, que además, viene sostenido desde hace más de 10 años.

Otros países de los que importamos azúcar de Comercio Justo, aunque en menor medida son Filipinas, Costa Rica, Mauricio e India.

Perú es el país que más azúcar de Comercio Justo suministra a nuestro mercado



© Oxfam Intermón / P. Tosco

Procesamiento del azúcar de caña en la cooperativa CAES Piura.



© IDEAS

“LOS JÓVENES DE LA COOPERATIVA NOS ESTAMOS QUEDANDO EN NUESTRA REGIÓN, NO TENEMOS LA NECESIDAD DE EMIGRAR”. LAURA LÓPEZ, TRABAJADORA DE MANDUVIRÁ (PARAGUAY):

“Yo soy hija de socios de la cooperativa, mi papá participó en las huelgas, en las reivindicaciones que se hicieron antes de tener nuestra propia fábrica. Gracias a eso, yo ahora tengo un trabajo. Los jóvenes, la segunda generación, nos estamos quedando en la cooperativa, trabajamos ahí y no tenemos la necesidad de emigrar. En Paraguay, es habitual que los jóvenes emigren a la capital o a algún otro país para tener un futuro mejor. Y si eres mujer es más difícil salir adelante.

Yo llevo 5 años trabajando en la cooperativa y estoy en el último año de la universidad. Muchos/as hijos/as de los socios/as estamos estudiando Ingeniería Ambiental o Agronomía para así poder continuar con lo que hicieron nuestros padres y abuelos, y quedarnos en nuestra región, que es principalmente agrícola”.

Café

El café es el producto de Comercio Justo con una procedencia más amplia. En nuestro país podemos encontrar café cultivado en 13 países de los tres continentes, por 27 organizaciones productoras.

El país que más café aporta a nuestro mercado es Uganda, seguido de Nicaragua, Guatemala y Perú. Tanto en Uganda como en Nicaragua, el impacto de nuestras compras de café queda repartido en 3 organizaciones productoras.

La organización más beneficiada es la ugandesa Ankole Coffee Producers Cooperative Union, que agrupa a 4300 campesinos y campesinas. Le sigue la cooperativa Guaya’B de Guatemala, formada por casi 500 familias caficultoras indígenas de los pueblos maya poptí y mam. El nombre Guaya’B, que significa “trabajar en grupo con los miembros de la comunidad”, refleja los principios de esta organización democrática y participativa y cuyos beneficios se destinan a mejoras en la propia cooperativa y en la comunidad, como asesorías sobre cultivo biológico, programas de microcréditos o asistencia médica comunitaria.

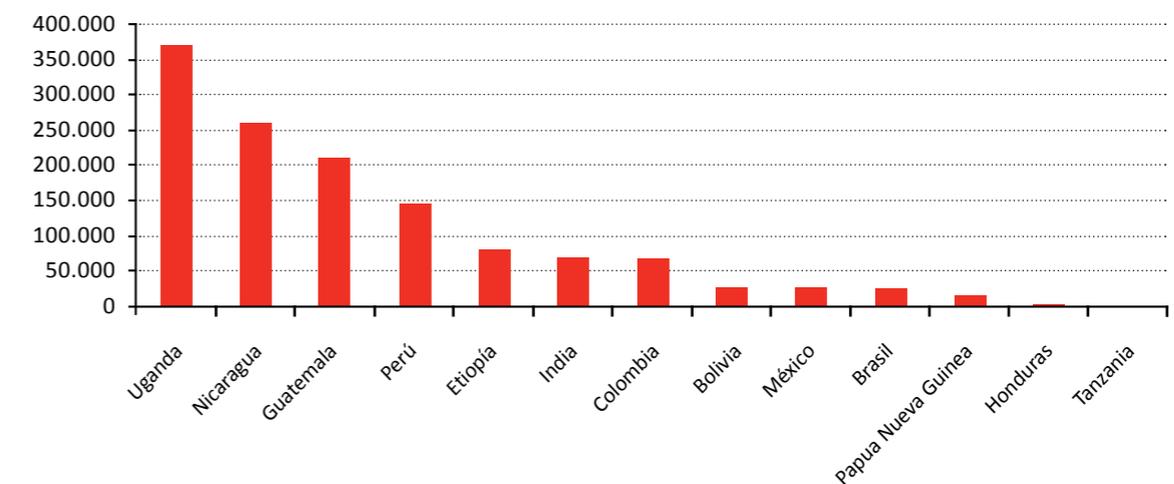
En nuestro mercado podemos encontrar café de Comercio Justo cultivado en 13 países de América Latina, África y Asia



© Oxfam Intermón / P. Tosco

Cooperativa cafetalera ACPCU, de Uganda.

Gráfico 4: Importación en España de café de Comercio Justo, por países.



Fuente: elaboración propia a partir de datos ofrecidos por las importadoras de la CEJ.

Cacao

Aunque el cacao de Comercio Justo que encontramos en nuestro país procede de 14 organizaciones de 7 países, hay un claro protagonista: República Dominicana. Dos tercios del cacao que importamos vienen de aquí. El impacto de las compras en este caso queda repartido en 4 organizaciones productoras. La principal es Coopagro, que aglutina a 21 cooperativas de productores/as a pequeña escala, en la que participan 1800 familias campesinas que cultivan el cacao de manera ecológica. Además de recibir un precio digno y estable por su producto, con la prima de Comercio Justo han financiado la construcción o reparación de infraestructuras de las comunidades, como electrificación, agua potable, caminos vecinales, centros médicos, etc.

El cacao de Comercio Justo procede mayoritariamente de República Dominicana



Productor de cacao de FUNDOPO, R. Dominicana.

© Alternativa 3

Entre las organizaciones productoras donde el impacto de nuestras compras es mayor están Fundopo y Conacado (ambas de República Dominicana), El Ceibo (Bolivia) y Konakcoop (Camerún).

Los otros países de los que importamos cacao son: Perú, Costa Rica, Ecuador y Costa de Marfil.

Textil y artesanía

Los artículos textiles y de artesanía proceden básicamente de Asia. El país en el que se genera un mayor impacto es India, no solo porque importamos artículos de un mayor número de organizaciones productoras (14) sino también por su volumen económico.

En este capítulo encontramos que el impacto de nuestras compras está muy repartido entre 36 entidades de 13 países, aunque en la mayoría de ellas sus volúmenes están alejados de los de las organizaciones productoras de alimentación. Esto resulta coherente con las cifras de ventas que analizábamos en el primer capítulo.

Aún así es importante destacar algunas excepciones, como es el caso de organizaciones que elaboran artículos textiles y complementos, cuya facturación ha sido similar a la obtenida por algunas cooperativas caficultoras o azucareras.

Pero pese a que en general el impacto económico y social de las entidades de artesanía no sea tan elevado como en el caso de las organizaciones del sector agrícola, no queremos dejar de ofrecer, aunque sea una muestra de los beneficios que genera la venta de estos productos elaborados bajo los criterios de Comercio Justo en sus comunidades.

De todo el bloque de artesanía, las organizaciones que más surten al mercado de nuestro país son EMA, de India, especializada en complementos elaborados en piel genuina 100%, y en segundo lugar, de este mismo país, Rajlakshmi Cotton

Mills, que desarrolla las tareas de hilado, tintado y también confección de prendas. Se trata de una entidad bastante grande, con más de un millar de trabajadores y trabajadoras que reciben un salario justo y protege sus derechos a través de dos sindicatos fuertes en sus fábricas. Además, reciben beneficios sociales como ayudas para vivienda o educación de sus hijos e hijas. Esta organización trabaja junto con Chetna Organic, una entidad que agrupa a 15.000 cultivadores y cultivadoras de algodón orgánico, a pequeña escala.

La tercera organización a la que más producción compramos es BASE, de Bangladesh, aunque alejada en volumen de las dos anteriores. Especialmente de esta organización adquirimos sus cestas de

yute, que permiten a sus trabajadoras obtener un salario digno (es el doble del salario mínimo legal del país), además de otros beneficios como apoyo en servicios sanitarios, educativos o de desarrollo personal. El impacto que genera esta actividad en la reducción de la pobreza fue analizada en la edición número 8 de la serie Cuadernos de Comercio Justo ¹.

India es el país más beneficiado de nuestras compras de textil y artesanía



Trabajadora de Rajlakshmi Cotton Mills, India.

© IDEAS

1. El Comercio Justo y la erradicación de la pobreza. El caso de Bangladesh. <https://comerciojusto.org/publicacion/comercio-justo-y-erradicacion-de-la-pobreza/>