

Manguaré



Pequeños Productores y Trabajadores por un Comercio Justo

| N° 10, enero 2015

10 AÑOS

CLAC CONSTITUIDOS LEGALMENTE



Una publicación de



**Coordinadora Latinoamericana
y del Caribe de Pequeños Productores y
Trabajadores por un Comercio Justo**

Consejo editorial

Sonia Murillo
Marike de Peña
Edwin Vargas

Edición

Xiomara Paredes
Evelyn Araniva de Alberto

Diseño y Diagramación

Evelyn Araniva de Alberto

Fotos

CLAC/ Aportes FLO, tomadas
por Sean Hawkey/ Fairtrade
International

CLAC

Todos los derechos reservados.
Enero 2015

SUMARIO

- 3** Editorial
- 4** Desde nuestra sede
- 6** Noticias de la CLAC
- 8** 10 años de la CLAC
- 10** Noticias del Sistema
- 11** OPP de éxito
- 12** Huellas de mujer
- 13** Entrevista con padre Francisco Van der Hoff
- 14** Universidades por un Comercio Justo
- 15** Plataformas CLAC

¿Que es el Manguaré?

El manguaré son los tambores amazónicos que representan al hombre y a la mujer, que sirve para los rituales de las comunidades indígenas que lo tienen. También, sirve como medio de comunicación entre los vecinos, porque su sonido se escucha a 30 o 40 kilómetros a la redonda. Por contener elementos musicales, de comunicación, de territorialidad y la sonoridad de su nombre, esta revista lleva el nombre: Manguaré.

La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores del Comercio Justo celebramos 10 años de aniversario. Desde nuestra creación histórica en la ciudad de Oaxaca, México en el 2004, cuando representantes de organizaciones de productores del Comercio Justo sellado de distintos productos de todo el continente Latinoamericano y Caribeño decidieron delegar en CLAC la representación.



EDITORIAL

Por Marike de Peña
Presidenta de Consejo de Directores CLAC

Los 10 años fueron de mucha incidencia y un reclamo continuo por una mayor participación en la toma de decisiones, la co-propiedad en el Comercio Justo Fairtrade y un respeto único y siempre a los valores y principios que nos unen. Los pequeños productores somos actores claves para reducir la pobreza en el mundo, garantizar la seguridad alimentaria, conservar el medioambiente y generar empleos; pero a la vez somos los más vulnerables ante el cambio climático y nuestras familias no tienen asegurada su alimentación. Es hora de generar cambios aún más radicales y revolucionarios en el consumo y comercio global.

La CLAC ha crecido. Hoy representamos a más de 624 organizaciones, lo cual significa 323,400 personas que se benefician y participan de manera directa del Comercio Justo, 22% de ellas mujeres cabeza de familias, y juntos suplimos más del 67% de todos los productos vendidos en el mercado de Fairtrade Internacional, además de nuestras ventas Comercio Justo al mercado de FTUSA y el sello SPP.

El crecimiento del Comercio Justo solo es indicador de progreso, desarrollo y bienestar, si medimos el real impacto en la vida del productor, más que en los volúmenes de venta en el mercado, nos damos cuenta que llegó la hora de ir más allá de un precio mínimo y un premio para el desarrollo, debemos alcanzar y garantizar al pequeño productor y su familia un comercio verdaderamente sostenible, con precios que nos permiten vivir dignamente y fortalecer nuestras micro-empresas.

Logramos, gracias a los 25 años de Comercio Justo, la fuerte y sólida organización de los productores de nuestro continente en cooperativas y redes, producir con calidad, cuidar al máximo nuestros recursos naturales y sobrevivir. Ahora, es tiempo de desarrollar estrategias y políticas, que nos garanticen una producción y venta sostenible, una vida digna para nuestras familias y comunidades, ambos por medio de un Comercio Justo y jamás por medio de la caridad.

La CLAC no solo aspira a luchar por generar estos cambios en el consumo y las reglas de comercialización, sino aprovechar las oportunidades en Fairtrade Internacional, como también en nuestras regiones y países, para exigir ser co-autores de propuestas, políticas y estrategias, ya que quienes saben de la pobreza y sus complicaciones son los que sufren las consecuencias en el diario vivir. Es nuestra misión y meta de generar un progreso real y significativo en la vida de nuestros productores y comunidades, crear equidad en las relaciones comerciales y motivar a otras iniciativas del mercado a seguir nuestro camino aun fuera del Comercio Justo.

El equipo de Oficiales de Enlace de Fairtrade Internacional se integra a partir de enero del 2015 al equipo de Gestores de Fortalecimiento y Desarrollo de CLAC, para trabajar unidos en el aumento del impacto de Comercio Justo, mediante mejores servicios, apoyo y el intercambio de buenas prácticas.

Les invito a todos y todas a acompañarnos en construir nuestras estrategias y trabajar unidos para el cambio, aprendemos de nuestros logros igual como de nuestros fracasos, caminemos nuevamente juntos los senderos de la esperanza, demostrando al mundo un Latinoamérica unido, fuerte, comprometido y ejemplar!

Que el 2015 sea como la tierra en que sembramos, la semilla de nuestros sueños y aspiraciones, para que al final del 2015 nos encontremos celebrando la cosecha de todo aquello que cultivamos.

¡Próspero Año 2015!

RAÍCES DE LA CLAC

La CLAC tiene sus raíces en la propia creación de los primeros sellos de Comercio Justo, hace más de 20 años.

Sus primeros antecedentes formales se fundamentan en la Coordinadora Latinoamericana de Pequeños Productores de Café (CLA o “Coordinadora”) y en la red latinoamericana de pequeños apicultores, PAUAL, ambas fundadas en el año 1996.

Durante la Quinta Asamblea Regional de la CLA, celebrada en agosto del 2004 en Oaxaca, México, se constituyó la CLAC como entidad legal, incorporando a las representaciones de los pequeños productores de Comercio Justo de América Latina y el Caribe de una amplia variedad de producto.

NUESTRA MISIÓN

- Somos una instancia de representación de organizaciones de pequeños productores y trabajadores organizados democráticamente, bajo los principios y valores del Comercio Justo, promoviendo su fortalecimiento y desarrollo.
- Facilitamos asistencia a productores y trabajadores, promocionamos nuestros productos y valores, e incidimos en instancias sociales, políticas y económicas.

LÍNEAS DE TRABAJO

- * Fortalecimiento organizacional y operativo de la CLAC
- * Comunicación interna y externa
- * Promoción del Comercio Justo, sus valores y principios
- * Incidencia
- * Fortalecimiento y desarrollo de nuestras organizaciones
- * Gestión productiva y de mercado
- * Ejes transversales: género, cambio climático, seguridad alimentaria, trabajo infantil, relevo generacional, seguridad y bienestar laboral.



PAÍSES MIEMBROS DE LA CLAC



PRODUCTOS

ACEITE, NUEZ Y SEMILLAS
AZÚCAR Y PANELA
BANANO
CACAO
CAFÉ
FRUTAS FRESCAS
FRUTAS SECAS
JUGOS
MIEL
VINO
QUÍNOA
ARTESANÍAS
INFUSIONES, HIERBAS
AROMÁTICAS Y TÉ
FLORES
VEGETALES

OPINIÓN EXTERNA

CLAC juega un papel fundamental en las redes mundiales de Comercio Justo, y también lo hace en el trabajo de incidencia política del movimiento del Comercio Justo. CLAC ha sido la primera Red de Productores de Comercio Justo que está representada directamente en la Junta Directiva de la FTAO, como uno de los dos representantes de Fairtrade International en nuestra Junta Directiva. La voz de los productores y trabajadores se oye más alta que nunca en nuestra Junta, y eso gracias a CLAC.

La FTAO espera seguir trabajando en 2015 y en los años a venir con la CLAC en esta dirección. Nuestro compromiso es trabajar juntos para que la política de incidencia del movimiento del Comercio Justo no sólo sea para los productores; sino, en la medida de lo posible, con y por los productores. Contamos con su apoyo y cooperación para conseguirlo.



Sergi Corbalán
Director Ejecutivo de
Fair Trade Advocacy
Office

Noticias

Inició la campaña Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo

En el mes de julio, CLAC inició la campaña “Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo”, la cual es una iniciativa que busca sensibilizar e incidir en torno a la importancia de establecer vínculos de Comercio Justo y consumo responsable en nuestras sociedades latinoamericanas y caribeñas.

Su principal objetivo es crear una Red Latinoamericana de Universidades Latinoamericanas y Caribeñas que apoyan el comercio justo a través de varias acciones académicas, de extensión social y de vinculación con las organizaciones de pequeños productores de comercio justo.

¡Apoya a los pequeños productores organizados de nuestros países: conociendo sus experiencias y actividades comerciales solidarias; informando sobre los valores y las prácticas del comercio justo y la economía solidaria; cambiando tus hábitos de consumo y convenciendo la administración de tu universidad a hacer lo mismo a través de una nueva y solidaria política de adquisiciones y consumo interno!

Le animamos a descubrir cómo ser parte de esta iniciativa, visitando www.clac-comerciojusto.org/ulcj



Reunión de Consejo de Directores CLAC, en México

El pasado 1 y 2 de octubre de 2014, en la ciudad de Oaxaca, México, se realizó la segunda reunión presencial del Consejo de Directores de CLAC. Entre los principales acuerdos se encuentran la aprobación de la propuesta de transición de la unidad de Servicios al Productor de Fairtrade Internacional a CLAC, para iniciar su implementación a partir del 01 de enero de 2015.

Además, se nombró una comisión que dará una retroalimentación a los Criterios Ciudades por el Comercio Justo en Sur, documento presentado por la Unidad de Gestión e Incidencia CLAC. Se ratificó la comisión que seguirá dando seguimiento a la política de protección infantil y cumplimiento social, y se compartieron informes por cada área operativa de CLAC. Otra parte importante de esta reunión, fue la realización de un taller de consulta para la definición de líneas de acción de un Proyecto que será financiado desde el Gobierno de Finlandia, a través de Fairtrade Finlandia en conjunto con FTI y CLAC. Asimismo, se tomaron decisiones importantes de cara a la operatividad de CLAC y su participación en el Sistema Fairtrade.

Noticias

CLAC realiza taller de integración de equipos operativos

“Para el Sistema Fairtrade Internacional, el delegar el servicio de apoyo a productores a las Redes de Productores es un cambio para dar un servicio más eficiente y más eficaz a los productores y trabajadores”, dijo Marike de Peña, presidenta del Consejo de Directores de CLAC y Fairtrade Internacional, durante el taller de integración de los equipos, que se realizó los días 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre, en Santa Marta, Colombia, en el marco del proceso de transición e integración de servicio de apoyo a productores de Fairtrade Internacional a las Redes de Productores.

Para Marike de Peña este es un proceso histórico porque obedece a un mandato de la Asamblea General desde la estrategia del Libro Blanco el cual define los diferentes roles que tienen los diferentes actores dentro del Sistema de Comercio Justo. “Es histórico porque responde a la misión de empoderamiento de las Redes de Productores continentales, regionales y nacionales. Fairtrade Internacional, a través de esta decisión, está apoyando el empoderamiento para que los productores y trabajadores puedan realmente incidir en sus organizaciones, en sus regiones, naciones y continentes, haciendo realmente la diferencia para las familias pero también para incidir en las políticas nacionales”, finalizó.



III Encuentro Andino de Comercio Justo

El Encuentro Andino es un evento anual que reúne a los países andinos para abrir un espacio de discusión sobre la situación del Comercio Justo. Este año, la ciudad de Machala, Ecuador, fue el escenario para el III Encuentro Andino de Comercio Justo “Por grandes cambios en el Comercio Justo de la Agricultura Familiar”, el cual tomó lugar el 20 y 21 de noviembre, con la participación masiva de alrededor de 250 productores de Bolivia, Perú, Colombia y Ecuador, la participación activa de delegados del Consejo de Directores de CLAC y compradores de Canadá, Estados Unidos y Francia.

¿Qué significa el Comercio Justo para los pequeños productores?, ¿cuáles son los problemas que enfrenta el Comercio Justo a nivel nacional y en el comercio internacional?, ¿cuáles son los retos?, ¿qué estrategias se pueden tomar para el fortalecimiento de sus organizaciones?, ¿cuáles son las políticas públicas en los países latinoamericanos que incentivan el Comercio Justo? Todas estas preguntas fueron analizadas a lo largo del evento a través de discusiones, paneles y mesas de trabajo.

Al final del Encuentro, se realizó una visita de campo a la Asociación de Pequeños Productores Cerro Azul, productora y exportadora de banano, que contó con la asistencia de un promedio de 78 participantes.

Diez años de la CLAC

Luchando junto a productores (as) y trabajadoras (as) por un Comercio Justo

Hace diez años, la Ciudad de Oaxaca, México, fue escenario de uno de los eventos más históricos del Comercio Justo: el nacimiento de CLAC, el cual tuvo lugar durante la V Asamblea Regional de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Productores de Café (CLA), realizada del 11 al 13 de agosto de 2004. Cerca de un centenar de representantes de organizaciones de pequeños productores de Comercio Justo acordaron crear una red más amplia de productores que abarcara a todos los productos y establecer su sede en El Salvador.

Durante esta Asamblea histórica, los más de 100 representantes de pequeños productores de café, miel,

banano, cacao, mango, caña de azúcar, jugo de naranja, frutas y otros productos, pidieron reglas comerciales más justas como alternativa a los esquemas de intercambio actual, creando una instancia representativa con la participación de todos los productos y países donde hay organizaciones certificadas comercio justo, dando paso al nacimiento de CLAC.

Para Víctor Perezgrovas, primer presidente de Junta Directiva de CLAC 2004-06, la V Asamblea en Oaxaca fue histórica, pues les permitió formar una sola representación para el continente. “Se dio un paso definitivo para la institucionalización y formación de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo. Fue un momento clave donde, por primera vez, en una Asamblea sumamente representativa con más de 100 delegados, tomar un acuerdo para formar una organización que representara a todo un continente”, afirmó.



“Los 10 años han sido de mucha incidencia y un reclamo continuo por una mayor participación en la toma de decisiones, la co-propiedad en el Comercio Justo Fairtrade y un respeto único y siempre a los valores y principios que nos unen” dijo Marike de Peña, Presidenta de Consejo de Directores CLAC.

Actualmente, CLAC representa a más de 624 Organizaciones de Productores y Trabajadores, de 23 países de América Latina y el Caribe, posicionándose como la instancia de representación de organizaciones de pequeños productores y trabajadores organizados democráticamente, bajo los principios y valores del Comercio Justo, promoviendo su fortalecimiento y desarrollo.

Juntas Directivas de CLAC



Junta Directiva 2004-2006



Junta Directiva 2006-2008



Junta Directiva 2008-2010



Junta Directiva 2010-2012



Junta Directiva 2012-2015

Noticias del Sistema

La voz de los pequeños productores en la cumbre de Lima sobre cambio climático

Fairtrade International y CLAC asistieron a la COP20 y Cumbre de los Pueblos en Lima, Perú, con el fin de hacer escuchar la voz de los pequeños productores en los debates relativos al cambio climático.

Los productores y trabajadores a pequeña escala se encuentran entre las personas más afectadas por los impactos del cambio climático, entre las cuales encontramos condiciones atmosféricas impredecibles y extremas, entre las que se incluyen altas temperaturas, lluvias escasas, inundaciones y sequías. Todo ello reduce las cosechas y afecta drásticamente el ingreso de los productores y sus medios de vida.

Previo a la cumbre sobre el cambio climático, las tres Redes de Productores – CLAC, Fairtrade África y NAPP— publicaron una declaración exhortando a que exista un mayor apoyo para que los pequeños productores enfrenten el cambio climático. Puede leer la declaración en <http://clac-comerciojusto.org/declaracion-de-las-redes-de-productores-del-sistema-fairtrade-con-motivo-de-la-conferencia-de-cambio-climatico-cop20/>

Durante la cumbre sobre cambio climático, CLAC y Fairtrade International compartieron un stand que tuvo una muy buena concurrencia. El Comercio Justo también participó en dos eventos paralelos donde fueron presentados los programas para enfrentar el cambio climático, incluyendo el proyecto para la adaptación, y la norma próxima a aparecer junto al esquema para los proyectos de carbono. El nuevo esquema que se espera lanzar a mediados de 2015 permitirá que las comunidades y productores consigan mayor acceso al mercado de carbono y mayor ingreso generado por las ventas. Hay que señalar que los productores de Comercio Justo provenientes de América Latina participaron en la redacción de la norma.



Raúl Caso Yupanqui, de 26 años de edad, Gerente General de la Cooperativa Agroindustrial Sonamoro en el Perú fue uno de los integrantes de la delegación de CLAC a la cumbre climática. “Antes de llegar a la conferencia pensé que los principales tópicos abarcarían reforestación, gestión del agua y proyectos de carbono, pues creí que eran las únicas opciones. Pero al participar me di cuenta que había muchas opciones. Considero que una de las herramientas más importantes para enfrentar el cambio climático es la información. Si los productores no reciben la información apropiada sobre el cambio climático, entonces es imposible actuar.”, sostuvo Yupanqui.



Con financiamiento de Lidl Germany, Fairtrade apoya a que los productores en la Cooperativa Agroindustrial Sonamoro desarrollen mayor resiliencia ante el cambio climático, por ejemplo, sembrando árboles de sombra entre sus plantas de café, erigiendo barreras para atajar el viento y replantando plantas de café con variedades resistentes a enfermedades. En este momento la Cooperativa Sonamoro avanza a la siguiente etapa de su proyecto de adaptación climática, que muy probablemente se centrará en lo agroforestal.

Para mayor información sobre nuestro trabajo en el ámbito del cambio climático, por favor comuníquese con Carlos Canales, Gerente de Políticas relativas al Cambio Climático: c.canales@fairtrade.net



OPP de Éxito



La Asociación Barillense de Agricultores (ASOBAGRI) fue constituida en octubre de 1989 en el municipio de Barillas, departamento de Huehuetenango. En 1999, ASOBAGRI ingresó al Sistema de Comercio Justo y obtiene la licencia como productor-exportador otorgado por la Asociación Nacional del Café (ANACAFE) lo que le permite tener una relación con sus clientes en el exterior y participar de la manera directa de los beneficios que genera el Comercio Justo.

Esta Asociación inició con 250 productores miembros, y a la fecha, celebrando 25 años de éxito, cuenta con 1,107 productores, con un volumen de café exportable de 17,308 quintales de café en oro y cuenta con las certificaciones orgánicas Bird Friendly, JAS, UE, Fairtrade, Café a Manos de Mujer y Small Producers.

En ASOBAGRI, además de producir café orgánico de calidad en su extensión de cobertura se ubican grupos de comunidades con diversidad cultural prevaleciendo la población Maya y se hablan los idiomas Q'anjob'al, Chuj, Akateko, Mam e Ixil, quienes se ven beneficiados con los proyectos realizados con los fondos de la prima de Comercio Justo, tales como capacitaciones, giras de intercambio, encuentros regionales y asambleas generales que vienen a fortalecer y consolidar la parte asociativa de la organización. Una vez fortalecidas sus bases, a partir del año 2004, los programas van dirigidos de manera directa a los asociados incluyendo programas de apoyo educativo, créditos hacia grupos de mujeres emprendedoras, créditos para compra de pulperos y

financiamiento para otras actividades que tienen como fin realizar el manejo agronómico del café.

Entre los proyectos destacan:

- Desde el año 2000, como estrategia de desarrollo asociativo, se realizan los encuentros regionales, considerando que es un espacio para validar mecanismos de participación y de procesos de decisiones comunitarias.
- ASOBAGRI inició su programa educativo desde el año 2003, financiando hasta la fecha la contratación de docentes en el nivel primario y básico, además con becas de estudio nivel básico y diversificado.
- Existen diferentes fondos de ayuda especiales designados al traslado por enfermedad y aportes por fallecimiento, así como programa de seguros de vida como resguardo frente al fallecimiento de cualquiera de nuestros asociados, miembros de Junta Directiva, Comité de Vigilancia y empleados, además de ayuda por desastres naturales.
- En el año 2009, se crea el programa de Café a Manos de Mujer con el objetivo de contribuir a comercializar su producto. Actualmente, de las 233 mujeres asociadas 138 pertenecen al programa y producen 2,768 quintales de café en una extensión de 131.24 hectáreas, lo que les ha permitido generar sus propios ingresos.
- El premio Fairtrade actual es de veinte dólares por quintal de café oro exportado; en ese sentido, de ello, cinco dólares deben ser invertidos en un plan de producción atendiendo las áreas sobre el manejo de las prácticas de producción, productividad del café, protección ambiental, manejo de plagas, suelo, agua, basura, desechos y biodiversidad.

Huellas de Mujer



Carmen Pereira

Colombiana, destacada por su liderazgo y trabajo con la comunidad de Ocamonte vereda el Atillo. Se desempeñó como tesorera de Junta Directiva de la Asociación de Pequeños Caficultores Ocamonte, APCO, durante el 2005. Actualmente, es representante legal de la APCO, desde donde trabaja de cerca con los pequeños productores. A través de su trabajo, Carmen ha logrado establecer relaciones con diferentes entidades gubernamentales tales como: el Departamento para la Prosperidad Social, y la Alcaldía Municipal, beneficiando a su cooperativa a través de proyectos sociales.



María Edy Rivera de Paz

Salvadoreña luchadora, es vocal de la Junta Directiva de la Asociación de Pequeños Productores de Café, APECAFÉ. Uno de sus principales logros, a través de la Cooperativa, es que ha logrado incidir para que la opinión de las mujeres sea tomada en cuenta en el gobierno de la Cooperativa. “Es importante que las mujeres ya no sean vistas hacia abajo, sino que nos vean por igual, caminar hacia un futuro de emprendedurismo”, sostiene. En reciente fecha, fue elegida como miembro de la Coordinadora Salvadoreña de Pequeños Productores (CESPPO), constituyéndose en la primera mujer que forma parte de la misma.



Fabiola Tombe Velasco

Emprendedora, es parte de la Asociación de mujeres caficultoras del Departamento del Cauca desde el 2010. En este momento, es la Representante Legal y presidenta de la Asociación. Con su trabajo ha logrado que las mujeres y sus familias trabajen en el tema del café logrando su independencia. “Es importante que las mujeres no dejen de impulsar procesos que dignifiquen a las mujeres a la vez generen cambios en sus comunidades. Los grandes cambios se generan desde las localidades, con personas comunes y corrientes”.

Mujeres bananeras

Rusminia Ruíz Mendoza

Esforzada colombiana nacida el 7 de enero de 1970, originaria de Río Frío Zona Bananera del Magdalena, madre soltera de 4 hijos comparte junto a sus hermanos y padre el trabajo que demanda el cultivo de la parcela de banano de una hectárea. Es una mujer luchadora que aún sólo con estudios de primaria se ha esforzado por sacar adelante a sus hijos, brindándoles estudios hasta el nivel secundario. Su último hijo es un joven de 14 años quien cursa 2do grado de secundaria en la escuela de Río Frío, muy inquieto y con ganas de terminar sus estudios hasta llegar a un nivel universitario; claro, con el apoyo de Rusminia y hasta donde la posibilidades de ella lo permitan.

Su trabajo en la parcela familiar consiste en las labores de desmane, saneo, peso y sello. También, invierte otros 2 días más en campo realizando labores de repique, deshoje, deslamine, aplicación de fertilizante y aseo de empacadora; el resto de los días los labora en otras parcelas vecinas realizando labores en la empacadora el día de proceso. De esta manera logra obtener recursos semanales para comprar la alimentación, para el transporte y refrigerio escolar de su hijo y si queda para otras necesidades, que es un salario aproximado de \$80.000 a \$150.000, esto depende de lo que ingrese semanal de la parcela familiar y el trabajo que realiza en las otras. Uno de sus sueños es lograr mejorar las condiciones de su vivienda la cual está ubicada en la misma parcela, pero que en la actualidad carece de un buen saneamiento básico ante todo.



Entrevista

DR. FRANCISCO VAN DER HOFF BOERSMA

Primer Entrega



“ Para aprender a respetar la diversidad, tenemos que aprender a aplicar la igualdad de los seres humanos ”

Revista Manguaré: ¿Cuál cree usted que es el sentido, la columna vertebral del Comercio Justo?

Francisco VanderHoff: Es la creación de una economía solidaria en un mercado diferente, donde pequeños productores organizados pueden ofrecer sus productos a consumidores nacionales e internacionales con precios que cubren el costo de la producción y el costo social de la organización y de las familias, creando así una economía de la pobreza digna, alternativa urgente y necesaria a modelos de economía de explotación, exclusión y individualizada.

La columna vertebral del Comercio Justo es la organización de pequeños productores del campo en formas democráticas, republicanas y culturalmente diferenciadas.

RM: ¿Cuál fue la razón principal para iniciar Max Havelaar?

FV: La razón principal para iniciar (en 1988, en Holanda con campesinos de UCIRI) Max Havelaar fue la experiencia de exclusión, pobreza y explotación extrema de cafecultores indígenas, su lucha contra los coyotes e instancias gubernamentales que mantuvieron los productores en condiciones de semi-esclavitud, dependientes de reglas de un mercado de tinte neoliberal donde ellos estaban excluidos y descartados.

RM: ¿Cuáles considera usted son los beneficios del Comercio Justo para los pequeños productores?

FV: Los beneficios del Comercio Justo para los pequeños productores son, sobre todo, la capacidad de crear su propio mejoramiento de casa, del pueblo, de su tierra, del mejoramiento del medio ambiente, cultivando sus productos en forma orgánica, exigiendo a los gobiernos

regionales y nacionales de implementar los servicios a los cuales tienen derecho, como son educación, mejoras de infraestructura, agua potable, luz eléctrica y caminos transitables. Este empoderamiento social, cultural y política fue posible por estar organizados y con un mínimo de seguridad de una alimentación segura, vendiendo los productos sobrantes, como café y otros, contra condiciones que cubren las inversiones. Culturalmente los pueblos indígenas así recuperaron su dignidad de ser parte de la sociedad, manteniendo su diferencia étnica mediante recuperar sus usos y costumbres, sus lenguas ancestrales y fe en si mismo.

RM: ¿Cómo definiría usted el estado actual del Comercio Justo?

FV: Es complicado, confuso y en una contradicción. Diferentes intereses juegan en la “familia” (FLO, CLAC, WFTO y otros) de Comercio Justo que de vez en cuando no son compatibles con los intereses reales de los pequeños productores organizados. Subestimamos los residuos de un colonialismo económico y social por parte de las entidades de coordinación, sobre todo con políticas occidentales con su afán de desarrollo, benevolencia, de una falta de ver diferencias. Para aprender a respetar la diversidad, tenemos que aprender a aplicar la igualdad de los seres humanos. La falta de análisis política en el cual el mundo actual está inmerso provoca tensiones internas, decisiones erráticas, falta de democracia y sentido republicano. La creación de un lugar supuestamente digno en el mercado convencional es una aberración. La gran pregunta que tenemos que responder es como crear una economía digna para pequeños productores donde solidaridad realmente existe y persevera. El modelo neoliberal, impregnado en todo su envergadura, no es factible para eliminar la desigualdad, el descarte y la pobreza extrema.

UNIVERSIDADES POR COMERCIO JUSTO

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN E INCIDENCIA



El objetivo principal de la campaña es crear una red de universidades latinoamericanas y caribeñas que apoyan el comercio justo a través de varias actividades académicas, de extensión social y de vinculación directa con las organizaciones de pequeños productores de comercio justo, en su sentido más amplio, tanto las que están vinculadas a los circuitos solidarios internacionales, como las que trabajan construyendo un comercio justo campo-ciudad o sur-sur.

Las universidades son actores fundamentales no solamente en los procesos formativos, de investigación y desarrollo; sino también en la elaboración de políticas públicas tanto locales como nacionales. En ellas se forman los presentes y futuros tomadores de decisiones y, por tanto, es ahí donde tenemos que generar más consciencia y compromiso en torno a necesidad de tejer relaciones comerciales más justas, equitativas y solidarias.

Con el cambio de las políticas internas de adquisiciones, las mismas universidades se pueden convertir en actores de la cadena comercial justa y promover así concretamente el consumo responsable. Además de las compras institucionales de productos de comercio justo, la campaña prevé otros criterios para que una universidad se sume a ella: 1) La universidad aprueba una declaración institucional de apoyo al comercio justo y suscribe un convenio, por lo menos, con uno de los siguientes actores: a) La Coordinadora Nacional de Comercio Justo miembro de CLAC; b) la correspondiente plataforma nacional de los miembros WFTO-LA; c) una Organización de Pequeños Productores (Fairtrade International, WFTO o SPP); d) otras experiencias locales de comercio justo, protagonizadas por organizaciones

El 8 de agosto de 2014, CLAC lanzó la campaña “Universidades Latinoamericanas por el Comercio Justo”, retomando la experiencia de campañas similares en otros continentes, por ejemplo Europa o Norteamérica.

democráticas de pequeños productores del sector de la economía solidaria del país. 2) La universidad cuenta con un grupo de trabajo sobre el comercio justo y apoya diferentes iniciativas sobre comercio justo y consumo responsable, entre los cuales la celebración del Día Internacional del Comercio Justo (segundo sábado de mayo). 3) La universidad apoya, por lo menos, una investigación o una publicación al año sobre Economía Solidaria, Comercio Justo y Consumo Responsable. 4) La universidad cuenta, por lo menos, con un curso académico al año en el cual se abarcan los temas de la Economía Solidaria, el Comercio Justo y el Consumo Responsable.

Para las organizaciones de pequeños productores tener a la academia como aliado, podría significar concretamente: a) desarrollar investigaciones y publicaciones sobre comercio justo en nuestros países; b) llevar a cabo actividades conjuntas de difusión y sensibilización sobre los valores y principios del comercio justo pero también sobre sus experiencias concretas en cada país; c) participar en convocatorias públicas para proyectos de desarrollo; d) además, desplegar conjuntamente un mejor trabajo de incidencia a nivel nacional, construyendo coaliciones con otros actores sociales y haciendo lobby con las instituciones públicas.

En los primeros meses de la campaña, ya hemos podido tener algunos avances y dar a conocer a varias universidades del continente los objetivos y criterios de la misma. Sobre todo en Costa Rica, Colombia y Perú se están dando los primeros pasos, pero también tenemos universidades interesadas en Ecuador y Rep. Dominicana. Estamos seguros que poco a poco lograremos consolidar una buena red a nivel continental y de esta manera poder llevar a cabo un trabajo más profundo y coordinado, estableciendo también nuevas relaciones internacionales.

PLATAFORMAS CLAC

Durante el año 2014, CLAC realizó una Revolución Virtual con el objetivo de mejorar cada día los servicios hacia sus organizaciones miembros.

¿En qué consiste esa Revolución Virtual? Consiste en 3 herramientas en línea, cada una con funciones y herramientas diferentes.



511 usuarios

2532 páginas visitadas

Plataforma educativa en línea que comparte más de 150 recursos con todas las organizaciones Fairtrade en Latino y El Caribe, en temas comerciales, financieros, organizativos, de certificación, de género y de cambio climático, entre otros.



344 organizaciones miembro.

Es un servicio que ofrece CLAC a las organizaciones miembros para presentarse o promocionarse como organización dentro del entorno global de Internet. Es como disponer de un espacio propio de cada Organización en el que se puede dar información general, para compartirla con posibles clientes que quieren saber más sobre su organización.



1567 usuarios

Es nuestra red de intercambio entre usuarios, donde cualquier persona interesada pueda conectarse con otros para intercambiar ideas, experiencias y dudas.



Servicios al productor

Desde el año 2013, como CLAC, somos co-dueños del Sistema Fairtrade International (FTI, ante FLO) y las tres Redes de Productores Continentales - CLAC, AFN (Red Africana) y NAPP (Red de Asia y el Pacífico) - que representan en conjunto a los un millón cuatrocientos mil productores y trabajadores certificados Fairtrade.

Entre las tres Redes tenemos el 50% de la propiedad y el 50% de los votos en la Asamblea General de Fairtrade International.

Con este nuevo derecho, también como Red, asumimos la responsabilidad de brindar los Servicios al Productor, dando seguimiento al mandato de la Asamblea General de miembros de Fairtrade International, servicio que, en el pasado, lo venía coordinando Fairtrade International directamente por medio de la Unidad de PSR y los oficiales de enlace en los distintos países.

Estos cambios en el Sistema Fairtrade son muy importantes para nosotros, porque nos permiten buscar la forma de involucrarnos activamente, consultar con más organizaciones, brindar un servicio más adaptado a las necesidades y tratar de incidir en lo posible para que ocurran cambios a favor de nuestros miembros. Es nuestra misión y para eso nos unimos.

Líneas de trabajo

1. Fortalecimiento Organizacional y Operativo de la CLAC
2. Comunicación Interna y Externa
3. Promoción del Comercio Justo, sus valores y principios
4. Incidencia
5. Fortalecimiento y Desarrollo de nuestras Organizaciones
6. Gestión Productiva y de Mercado
7. Ejes Transversales: Género, Cambio Climático, Seguridad Alimentaria, Trabajo Infantil, Relevo Generacional, Seguridad y Bienestar Laboral.

Áreas de servicio al productor:

- * Fortalecimiento organizativo
- * Fortalecimiento financiero
- * Fortalecimiento productivo
- * Fortalecimiento comercial
- * Fortalecimiento en ejes transversales
- * Cumplimiento de estándares

CLAC

Av. El Boquerón y Calle Ayagualo, casa N. M-1A, Ciudad Merliot, San Salvador, El Salvador, C.A



(503) 2278 4635



comunicacion@claconline.com



www.clac-comerciojusto.org



comunicaciones-clac



Clac Pequeños Productores



@CLACnetwork