

manguaré

pequeños productores y trabajadores por un comercio justo



CLAC



FAIRTRADE

No. 011, Noviembre 2015



VI ASAMBLEA GENERAL

El Salvador, 19 y 20 de Noviembre

CLAC - 2015

SUMARIO

Una publicación de



Coordinadora Latinoamericana
y del Caribe de Pequeños Productores
y Trabajadores de Comercio Justo

Consejo editorial

Sonia Murillo
Marike de Peña
Edwin Vargas
Marco Coscione

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
Noviembre 2015

- 3 **Editorial**
Por Marike de Peña
Presidenta de CLAC
- 4/5 **Desde nuestra sede**
Quiénes somos
- 6/7 **Noticias de la CLAC**
- 8/9 **Concurso Soberanía Alimentaria**
MAJOMUT
- 10 **Universidades por el Comercio**
Justo
- 11 **OPP de Éxito:**
Cooperativa La Riojana
- 12 **Huellas de Mujer**
- 13 **Entrevista**
Padre Van der Hoff (II entrega)
- 14 **Noticias del Sistema Fairtrade**
- 15 **Financieras**

¿Qué 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 de Manguaré.





Por Marike de Peña Presidenta de Consejo de Directores CLAC

Estimados miembros,

El año 2015 está marcado por una reflexión estratégica sobre los logros y alcances del comercio justo en nuestro continente y a nivel global, y los retos hacia el futuro. La CLAC realizó consultas estratégicas en más de 15 países con la activa participación de las organizaciones miembros tanto de pequeños productores como de trabajadores.

Entendemos que en Latinoamérica y el Caribe existe una necesidad de fortalecer a las organizaciones certificadas, más que crecer en número de productores y trabajadores Fairtrade. Las Organizaciones de café no logran vender por encima de un 30% bajo condiciones Fairtrade, y otros rubros como el cacao, flores y azúcar venden hasta menos, lo que significa que los mercados convencionales siguen marcando la pobreza y la explotación. En esta realidad, el Comercio Justo tiene dos metas por alcanzar. La primera, aumentar las ventas de productos Fairtrade para que las organizaciones mínimamente vendan un 50% del volumen en mercados de Comercio Justo; la segunda, empoderar a las organizaciones para que puedan negociar mejores condiciones en todos los mercados.

El cambio climático, combinado con la falta de ventas y precios sostenibles, es otro reto grande que enfrentan más de 300 organizaciones en nuestro continente, mayormente de café. Las soluciones requieren de apoyo y un fuerte compromiso de la industria y los gobiernos para restablecer la producción cafetalera. Las pérdidas por cambio climático deberían ser asumidas por toda la cadena de valor, y las inversiones en la recuperación deben ser facilitadas, además que los precios deben permitir el pago de las mismas.

Latinoamérica y el Caribe valoran en sobremanera la importancia que tiene el Comercio Justo en la vida de los productores, trabajadores, sus familias y comunidades. Por ello, promovemos las ciudades, pueblos y universidades por el Comercio Justo, y a nivel global un movimiento unido por una mayor equidad comercial, con valores y principios que marcan la diferencia.

El equipo CLAC ha trabajado fuertemente en apoyar la consulta de estrategias y la integración de servicios. Desde abril, los oficiales de enlace y los gestores de fortalecimiento trabajan unidos para brindar un mejor servicio a los productores y trabajadores en los distintos países. El enfoque hacia el futuro está en la construcción de capacidades y autogestión, además de fortalecer los espacios de diálogo y coordinación.

En este sentido, en el mes de abril, se formó la Red de Trabajadores de CLAC, un espacio donde los trabajadores de plantaciones certificadas Fairtrade pueden hacer escuchar su voz y canalizar su representación en CLAC y el sistema Fairtrade. Los trabajadores analizaron los estándares y su efectividad, se capacitaron en la construcción de planes de desarrollo y notificaron la importancia de recibir capacitaciones que les permite mejorar el dialogo con la gerencia.

Las redes de producto deben ser fortalecidas en los próximos años para garantizar un mayor vínculo y control sobre el mercado. Sobre todo, productos como el azúcar, café, banano, miel y cacao que requieren de una red más fortalecida. La red de café se ha reunido en varias ocasiones y ha participado en ferias como la SCAA y la SCAE, para discutir temas de mercado, cambio climático y competencia desleal. La red de azúcar enfrenta retos inmensos debido a la pérdida de mercado que hasta ahora son difíciles de solucionar y merecen nuestro apoyo y atención.

Latinoamérica y el Caribe unidos hacia el futuro, ha sido siempre la misión y a la vez el reto de la CLAC, unidos en la gloria, pero igual en los desafíos. Es importante mantener y fortalecer nuestra representatividad en regiones, países y productos, para garantizar que la CLAC es la casa de todos y todas. Las redes de producto y las coordinadoras nacionales de CLAC son el espacio para que los productores y trabajadores expresen sus preocupaciones, canalicen su voz y reciban continuamente información, en nuestros líderes recae la responsabilidad de informar y servir al bien común.



DESDE NUESTRA SEDE



RAICES 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



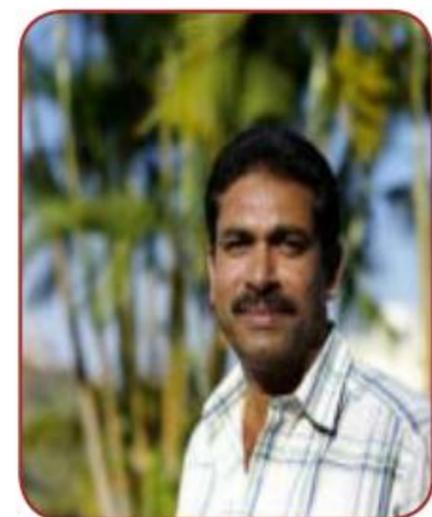
ACEITE, NUEZ Y SEMILLAS
AZÚCAR Y PANELA
BANANO
CACAO
CAFÉ
FRUTAS FRESCAS
FRUTAS SECAS
JUGOS
MIEL
VINO
QUÍNOA
ARTESANÍAS
INFUSIONES, HIERBAS
AROMÁTICAS Y TÉ
FLORES
VEGETALES

OPINIÓN EXTERNA

“CLAC es una fuerte voz para los pequeños productores de comercio justo y trabajadores de plantaciones certificadas en Fairtrade en toda Latino América y el Caribe. He quedado impresionado con el trabajo de CLAC, el cual incluye una fuerte democracia y participación colectiva en los distintos procesos.

La posición y el trabajo de CLAC sobre equidad, cambio climático y género me han impresionado desde hace mucho tiempo como Presidente de NAPP.

Como Presidente utilizo el conocimiento que CLAC ha adquirido y lo uso en el contexto de NAPP. Estoy seguro de que CLAC crecerá fuertemente bajo el liderazgo de Marike”.



Bharath Mandanna
Presidente
NAPP
(Network of Asia and
Pacific Producers)

Programa de Incremento de la Productividad, PIP



El incremento de la competencia en calidad y precios que enfrentan los pequeños productores de banano de comercio justo es cada vez más fuerte.

Como respuesta y soporte a esta situación, desde finales del año pasado, se ha iniciado la implementación en varios países de América Latina y del Caribe del Proyecto PIP (Programa de Incremento de la Productividad). El cual tiene como objetivo: difundir y transferir tecnología en la optimización del manejo agronómico de los sistemas de producción de banano, empoderando al pequeño productor, disminuyendo la degradación de recursos naturales y los riesgos crecientes relacionados con el cambio climático; así como también, los diferentes costos de producción.

Esta iniciativa busca crear una producción más limpia e incrementar la productividad en las fincas de los pequeños productores. Motivando la construcción de biofábricas y utilizando como materia prima los desechos que proporciona la madre naturaleza, sin que éstos sean expuestos a ninguna transformación química.

La implementación de la fabricación de biofermentos, como complemento de los programas de fertilidad, genera una mejora importante en la salud de los suelos, aumentando el control biológico de plagas y enfermedades.

CLAC zonifica sus servicios en cuatro regiones



La CLAC, con el propósito de dar un servicio más integrado y poder comunicarse mejor dentro del equipo de Fortalecimiento y Desarrollo. A partir de abril de 2015, zonificó sus servicios hacia las organizaciones de pequeños productores y trabajadores, en cuatro regiones de América Latina y del Caribe.

Una de estas cuatro regiones es la de "Centroamérica y México"; la cual, además de ser una de las más importantes áreas culturales del mundo; también, es una región con una muy alta biodiversidad, con más de 5,000 años en el cultivo del maíz, domesticación y aporte de alimentos como: maíz, frijol, chile, tomate, entre otros, siendo una pequeña muestra del gran aporte en este pequeño territorio.

Hoy en día, la región cuenta con alrededor de 180 organizaciones de pequeños productores y grupos organizados de trabajadores que forman parte del sueño que, como CLAC y Fairtrade, se está construyendo. En sus múltiples asociaciones, cooperativas o sociedades participan más de 120,000 personas. Predomina en gran parte de estos grupos el cultivo del café.

En la actualidad, en esta región seguimos dando grandes aportes fruto del trabajo de miles de pequeños productores y trabajadores, trabajo enfocado en el bien de sus familias, organizaciones y comunidades donde viven.

Brasil desarrolla proyecto para recuperación del agua y conservación del suelo



La Cooperativa de Productores de Café del Sur, CAFESUL, certificada Fairtrade desde 2008, está ubicada en el municipio de Muqui, Espírito Santo, Brasil, a partir del 2014 y debido a la sequía que ha sufrido por más de dos años, está desarrollando un proyecto de recuperación de nacimientos de agua y conservación del suelo.

El proyecto prevé invertir un presupuesto de 50 mil dólares que están siendo invertidos en la construcción de un vivero de plantas nativas, la distribución de postes de alambre para cercar las áreas de cabecera que deben recuperarse, la capacitación de los productores y técnicos agrícolas en técnicas de preservación de agua y suelo, y la construcción de cajas de aguas en las carreteras de los cultivos de los miembros de la cooperativa.

El proyecto cuenta con el apoyo de instituciones estatales y ha tenido un impacto positivo muy grande en su región de actuación y en los pequeños productores beneficiados, ya que les está ayudando a superar el problema del déficit de agua causado por el cambio climático.

En República Dominicana crean condiciones de trabajo dignas para trabajadores



El 90% de los trabajadores agrícolas en la República Dominicana es de origen haitiano; la mayoría reside de manera no documentada.

Esta situación, ha llevado a que la Coordinadora Dominicana de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (COORDOM) y CLAC, se unan para ayudar a estos trabajadores a adquirir la documentación necesaria que les permita vivir de manera digna, con un salario justo, seguridad laboral y bienestar social, poniendo en práctica los principios del Comercio Justo y respondiendo a las leyes nacionales que buscan crear condiciones de trabajo dignas.

Producción de cacao reemplaza cultivos ilícitos en Colombia



Ubicada en el municipio de Acandí, departamento del Chocó, Colombia. La Asociación de Productores de Cacao Fino y de Aroma, APROCAFA, apoyados por el gobierno y la Oficina Contra la Droga y el Delito de las Naciones Unidas (UNODC), visualizaron en el 2007 la oportunidad económica de reemplazar los cultivos ilícitos de coca por el cultivo de cacao y maderables. Dando inicio así, a un proceso de aprendizaje que para el 2012 les permitió obtener la Certificación Fairtrade-comercio justo y la Orgánica Internacional –BCS.

Un año después, realiza la primera exportación a su aliado comercial Zotter, una de las empresas productoras de cacao gourmet y chocolates más importante de la industria Austriaca. Dicha relación comercial, ha permitido que cerca de 123 familias campesinas de la zona abran un mercado con mejores ingresos, siendo líderes y protagonistas en su actividad económica. Además, con esto se pudo convertir 358,5 hectáreas de cultivo de coca que se utilizaba para la producción de drogas, al cultivo del cacao.

Entre octubre de 2014 y enero de 2015 tuvo lugar el Concurso CLAC “*Buenas prácticas agrícolas de diversificación de los cultivos y huertas familiares para la seguridad y soberanía alimentaria y nutricional*”, cuyo objetivo era conocer las experiencias de las organizaciones de pequeños productores del Continente en diversificación de cultivos para garantizar una mejor alimentación y también la construcción de circuitos alternativos de comercialización a nivel local.



Se recibieron en total 14 postulaciones, con experiencias de México, Honduras, Nicaragua, Rep. Dominicana, Colombia, Perú y Ecuador. El jurado (CLAC, The Cosa y Uniminuto-Bogotá) seleccionó 3 experiencias finalistas de las que escogió a la ganadora: “Fortalecimiento de la Autonomía Alimentaria y Salud de las Familias Cafetaleras en las Comunidades del Municipio de Chenalhó en la Región de Los Altos de Chiapas” de la organización MAJOMUT (México). Las otras dos finalistas fueron: “Desarrollo de las capacidades empresariales de las mujeres rurales de Estelí y Nueva Segovia”, experiencia presentada por la “Asociación Pueblos en Acción Comunitaria (PAC)” de Nicaragua y la experiencia “La canasta orgánica, llega a su casa a nutrir y sanar” de COMSA, Honduras.

A continuación, conozcamos dichas experiencias:

MAJOMUT: EXPERIENCIA GANADORA

MAJOMUT. Beneficia a 65 familias cafetaleras minifundistas y se enfoca en el cultivo de vegetales y hortalizas. Los principales cultivos son: cilantro, zanahoria, repollo, acelga, rábano largo, rabanito, jitomate, chile jalapeño, alfalfa, lechuga, cacahuate y malanga, entre otros. El desarrollo del proyecto se basa en la creación de una red de promotoras que funciona como enlace técnico-productivo y de reproducción del conocimiento entre todos los miembros de la organización y sus familias.

A través de buenas prácticas agrícolas, Majomut está promoviendo el rescate de cultivos locales para una mejor alimentación y aportes nutricionales: «consideramos que mediante la promoción de plantas endógenas y la selección de semillas de los cultivos que están bien adaptados a la región, podemos lograr que nuestros cultivos se adapten a los cambios climáticos y lograr la sustentabilidad en el largo plazo».

Además de los cultivos, el proyecto está promoviendo la crianza de pollos criollos, tanto para la producción de huevos como de carne. A pesar de que el proyecto está enfocado en el autoconsumo, todos los excedentes de la producción que las familias no consumen se destinan a la comercialización local, fortaleciendo los circuitos cortos de comercio justo.

Una práctica implementada es la producción en terrenos de uso común: «En este sentido, todo el trabajo se hace en equipo, permitiendo superar las limitaciones de tierra, tiempos, insumos y herramienta. [...] la organización es necesaria para lograr la acción colectiva, ya sea a través de turnos de trabajo o como el grupo lo acuerde, para que esta práctica no se convierta en una doble o tripe jornada de la mujer. Este trabajo, fomenta la comunicación entre las mujeres y la equidad de género, y permite romper esquemas en donde la participación de los hombres es más preponderante».



COMPARTIENDO EXPERIENCIAS PARA LA SOBERANÍA ALIMENTARIA

ASOCIACIÓN PAC

ASOCIACIÓN PAC. La experiencia en Nicaragua apuesta a la diversificación productiva de las fincas de café, implementado huertas familiares que mejoren la seguridad alimentaria y los ingresos. Las familias beneficiadas han mejorado significativamente su dieta, ya que, debido a la falta de recursos y su escaso o eventual acceso en el mercado local, su dieta consistía principalmente en arroz, frijoles, huevos y musáceas. Con esta iniciativa, las familias beneficiadas han agregado las hortalizas y los vegetales a su dieta; además, están recibiendo nuevos ingresos (a través de la comercialización directa y mercaditos locales) y están aprovechando mucho más la tierra de su finca.



COMSA

COMSA. Su “canasta orgánica” consiste en que cada unidad familiar productiva se plantan diversos cultivos (hortalizas, vegetales, frutas, caña, plantas ornamentales) y se crían especies menores (peces, aves, cerdos, entre otros); además, se fomenta la transformación de las materias primas para elaborar comidas, postres, pan, café molido, encurtidos, vinos, mermeladas, jugos, bisutería, entre otros. Finalmente, también se está favoreciendo la introducción de colmenas para que las abejas ayuden la polinización mejorando así la productividad y la biodiversidad. La feria con las canastas se realiza una vez a la semana: COMSA ha calculado que la venta de estos productos en el mercado local está generando entre 55 y 300 dólares mensuales por familia. De los 741 socios(as), 70 familias ofertan sus productos en la feria. Una recomendación importante de la organización es que cada familia involucrada se especialice en un producto específico, para evitar competencia entre diferentes productores miembros y para fortalecer las capacidades técnicas añadiendo valor a los nuevos cultivos.



UNIVERSIDADES POR EL COMERCIO JUSTO

DESDE EL PRISMA DEL COMERCIO JUSTO OTRAS REALIDADES SON POSIBLES

Las universidades estamos llamadas a ser espacios de construcción de otras realidades dada la ventaja y el compromiso que nos cobija al ser espacios de reflexión y transformación permanentes de la práctica, UNIMINUTO ha comprendido esto y ha trabajado arduamente por construir importantes espacios y prácticas para un comercio más justo.

De allí que la Sede Principal de UNIMINUTO ha incursionado desde la promoción y puesta en práctica del consumo responsable con una Máquina dispensadora de café de comercio justo, una Feria Agroecológica y de Trueque y un Mercado por pedidos denominado AlaCena, así como en la compra de café de comercio justo por parte de la institución. Las redes de productores y productoras que conforman estos espacios han sido usualmente excluidos de los sistemas de comercio convencional, ya sea de manera voluntaria o involuntaria, y se han entrelazado con redes de consumidores responsables que se solidarizan con estas propuestas, en una versión de ciudadanía que reconoce que otras realidades son posibles, pero solo desde la justicia de la solidaridad. Así mismo, se han desarrollado procesos investigativos y de proyección social que han surgido en diferentes facultades y programas encaminados al abordaje teórico y reflexivo de las prácticas de producción, comercio y consumo.

Por tanto, la Mesa de Comercio Justo y Consumo Responsable de la Sede principal de UNIMINUTO, conformada por Ingeniería Agroecológica, el Centro de Educación para el Desarrollo, la Escuela de Economía Solidaria y la Especialización en Gerencia Social, han estado cooperando desde el año 2014 para que todas estas experiencias de comercio justo que promueven el consumo responsable, se fortalezcan e institucionalicen.

En la actualidad y dado el poder del mercado, no hay un voto más contundente que el de una ciudadanía crítica que le apuesta al comercio justo, por lo que si estos procesos se promueven desde una comunidad educativa en la que se forman y habitan una parte importante de su tiempo, cientos de miles de estudiantes, profesores y funcionarios, se estará aportando a la construcción de una ciudadanía reflexiva que podrá multiplicar estas otras realidades, a nivel institucional, pero también a nivel ciudad, país y mundo. El llamado a otras universidades es por la cooperación para la construcción de otras ciudadanía que fortalezcan, amplíen y perpetúen las prácticas de reflexividad, justicia, solidaridad y responsabilidad que promueven estos otros comercios y consumos.

MÁQUINA DISPENSADORA DE CAFÉ DE COMERCIO JUSTO

MÁQUINA DISPENSADORA DE CAFÉ DE COMERCIO JUSTO

MÁQUINA DISPENSADORA DE CAFÉ DE COMERCIO JUSTO

MERCADO ALACENA

FERIA AGROECOLÓGICA Y DE TRUEQUE

UNIVERSIDADES CJ

Ubicada en Chilecito, La Rioja, Argentina, la Cooperativa Riojana Vitivinífrutícola de La Rioja Limitada es un oasis productivo con condiciones de clima y suelo ideales para el cultivo de la vid. Nació en 1940 y está integrada por 412 productores vitivinícolas y olivícolas. Elabora y fracciona vinos, aceites de oliva y jugo de uva orgánico. Es una fuente de trabajo permanente para más de 300 personas. Por ello, su actividad está estrechamente ligada con el desarrollo social de Chilecito.

OPP DE ÉXITO



Desde su origen, su prioridad ha sido el empoderamiento de sus asociados y sus empleados; brindándoles oportunidades de formación. Posibilitando con esto, un progreso organizacional exitoso que traspasa los límites internos y alcanza a la sociedad en la que está inmersa.

Desde el 2006, esto se hizo más evidente, ya que La Riojana Coop. se certificó bajo la norma Fairtrade Internacional; primero, para trabajo contratado y; luego, en el año 2013, como Organización de Pequeños Productores. 9 años de intenso y sostenido esfuerzo por mantener los principios y transmitir los beneficios socio económico de esta norma.

Al iniciar sus actividades, bajo los parámetros del Comercio Justo, asumió el compromiso de alinear su filosofía de trabajo con los criterios de la Norma Fairtrade Internacional, con el consiguiente incremento de responsabilidades y la intensificación de los procedimientos. Como consecuencia de eso, se logró una mayor consolidación de los equipos de trabajo y un empoderamiento de los beneficiarios directos de la certificación: asociados; empleados y comunidad.

Con el ingreso al mercado de vinos Fairtrade, la empresa amplió y diversificó su oferta de exportación consolidándose comercialmente en mercados europeos; sobre todo, en el Reino Unido, Suecia y Bélgica. Los fondos adicionales (premio o prima) que se recibieron en estos años por las ventas de vinos certificados Fairtrade de La Riojana Coop. fueron administrados y su destino democráticamente acordado cada año en Asamblea General Ordinaria.

Producir y comercializar bajo los criterios Fairtrade implica asumir el compromiso de propiciar el bienestar social y económico de los pequeños productores, a partir de la buena distribución de los recursos provenientes de las ventas de vinos certificados; asumiendo también el compromiso de la sustentabilidad ambiental.

La Riojana Coop. logró con esta certificación ampliar los horizontes de progreso social y económico para la gran familia que ha constituido con sus asociados y empleados, atendiendo; sobre todo, a los pequeños productores, facilitándoles mejores condiciones de producción, asegurando su continuidad y crecimiento, propiciando su competitividad en el sistema productivo.

Todas, acciones impregnadas de un alto sentido solidario y con una clara apuesta al desarrollo local. Muestra de ello, son los proyectos que, con el uso democrático de la prima, se han desarrollado. Entre los que podemos mencionar como más importantes: La construcción de la Escuela Agrotécnica en el pueblo de Tilimuqui y la provisión de agua potable a través de una perforación que permite extraer agua y la construcción de una red para transportar dicha agua a las casas del pueblo.



HUELLAS de MUJER

FRANCISCA GARCÍA RIVERA

Mexicana, se define por ser una mujer con carácter, decisión firme y confianza en sí misma. Desde hace varios años, participa activamente en cargos públicos y en organizaciones de pequeños productores de comercio justo. Actualmente, es tesorera de la Unión Regional de Pequeños Productores de Café Huatusco, Veracruz. Organización con 483 mujeres socias, que cuenta con una estructura de promotoría de salud que permite atender a mujeres productoras socias, hijas y esposas de socios en el tema de salud preventiva; contribuyendo con esto al desarrollo de la organización y; por ende, al desarrollo local. Francisca cuenta que, al principio, la invadía el temor de realizar trabajos que no fueran propiamente labores del hogar. Pero, que su voluntad para superarse y sacar adelante las actividades le permitieron avanzar.



MARTHA LUZ PÉREZ VÁSQUEZ

Mujer emprendedora, originaria de Motozintla, Chiapas, funge como Tesorera en la Federación Indígena Ecológica de Chiapas (FIECH). Posee 10 años de experiencia como lideresa en la toma de decisiones dentro de la familia, comunidad y organizaciones; se ha caracterizado por velar por el cumplimiento de los derechos de los indígenas bajo una visión mística, humanitaria y de reflexión. En la FIECH, se destaca por su compromiso fomentando la educación, la soberanía alimentaria, la salud, los derechos humanos y la integración de mujeres y jóvenes. Se siente agradecida porque, a través de su trabajo y participación, ha podido contribuir con el bien social.



DIOSELA MARÍA JIMENO

Emprendedora colombiana, productora de banano en la zona bananera del Magdalena. Genera una producción, por medio de mano de obra familiar, de 60 cajas semanales. Como madre y cabeza de hogar, Diosela conoce la importancia que el trabajo familiar tiene en la superación.

Desde 1989, es socia de la Cooperativa de Pequeños Productores de Riofrio, ASOBANARCOOP. A lo largo de su experiencia en la cooperativa ha logrado tener conocimientos de administración, cultura financiera, certificación y auditoría en sistema de gestión de calidad SGC y en conocimientos ambientales en buenas prácticas agrícolas.



MARTHA CARBALLO

Salvadoreña, mujer lideresa, emprendedora, llena de dinamismo y vida. Es socia, productora y trabajadora desde hace 15 años de la Cooperativa El Jabalí. Pero, cuenta que desde los 12 años de edad ha estado con su familia, dentro de los cafetales. Actualmente, es parte importante en la promotoría de un proyecto de renovación de finca y manejo integrado de la roya que CLAC y Fairtrade han implementado.





DR. FRANCISCO VAN DER HOFF BOERSMA

Segunda Entrega

“ *El Comercio Justo no cabe en la categoría de un “libre mercado” como lo conocemos.* ”

Revista Manguaré: ¿Cuáles son los principales desafíos del Comercio Justo?

Francisco VanderHoff: Analizar políticamente a fondo en qué mundo estamos, dónde están las lacras y cómo crear otra economía, solidaria y humana. El Comercio Justo cae fácil y constantemente en un economicismo: ¡Mejor precio y basta! este no es Comercio Justo para la mayoría de la población del campo; sobre todo, para los pequeños productores. Fácilmente olvidamos que la vida es más que centavos, aunque estos sean importantes para mantener a la familia.

RM: ¿Es el Comercio Justo garantía de la erradicación de la pobreza, de justicia social y desarrollo sostenible?

FV: El Comercio Justo solito no es garantía de la erradicación de la pobreza extrema. Existe la gran pregunta: ¿qué es pobreza real?, ¿falta de lo necesario en casa para vivir dignamente? hago la diferencia entre miseria, pobreza extrema, la falta de lo necesario y la pobreza digna donde las necesidades básicas de la vida están garantizadas: acceso a tener techo, tierra y trabajo, salud, educación, agua y medio ambiente agradable, ríos limpios, caminos accesibles, libertad y democracia real en casa, pueblo, región, nación. Una economía de pobreza digna es un ideal, la lucha para conquistarla es la realidad actual. Crear estructuras, que garanticen una justicia social, es tarea de las organizaciones mediante luchas arduas, en conjunto con varios movimientos locales, nacionales e internacionales. Una de las debilidades del Comercio Justo es la poca conexión con otros movimientos como Vía Campesina, redes de cooperativismo, los verdes reales, etc. El Comercio Justo es parte de un movimiento mucho más amplio por el hecho de que ya no sé qué es desarrollo sostenible no puedo decir en qué medida Comercio Justo cabe en esto. Medio mundo habla de desarrollo sostenible, hasta Nestlé, ECOM, etc. Han malversado el concepto. Además, ¿es desarrollo deseable? ¡El planeta ya tiene tantos problemas para aguantar el desarrollo actual. Hay límites de tolerancia!

RM: ¿Por qué “comercio justo” y no “libre comercio”?

FV: El Comercio Justo no cabe en la categoría de un “libre mercado” como lo conocemos. Estipular precios mínimos es en el mercado actual una aberración de primer orden. Es tarea de “comercio justo” crear un mercado libre, que ahora no existe en realidad. El mercado libre es libre para algunos, no para la mayoría de la población mundial. Crear mecanismos democráticos en la economía y el mercado es un ideal que el mercado actual no quiere aceptar. Además, el mercado libre no existe en la actualidad donde presumen de eliminar restricciones en las operaciones diversas del mercadeo. Por mercado irrestricto se entiende la propuesta de que se eliminen al máximo, o totalmente, las interferencias de cualquier instancia planificadora exterior a los mecanismos de mercado. Es el anhelo del libre mercado. ¿Existe tal cosa? Sabemos que no, pues chocamos, por todas partes, con obstáculos para tener “libre acceso” al libre mercado. No obstante; la propuesta es pertinaz, porque ella corresponde a un paradigma que se previno con mil salvaguardas de los poderes instituidos, pero que continúa siendo presentado como un mecanismo que habría surgido espontáneamente de la interacción de los intereses propios, activados de forma competitiva.

ENTREVISTA

NOTICIAS DEL SISTEMA

FAIRTRADE APOYA A PRODUCTORES DE BANANO EN EL PERÚ EN LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES PARA LA ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO

En la actualidad, el cambio climático es uno de los problemas más importantes al que deben enfrentarse los productores de banano en Fairtrade. Todos los que participan en la cadena de suministro, tienen la responsabilidad de tomar medidas que respondan al cambio climático y apoyen a los productores en su lidiar con dicho fenómeno.

Con el fin de dar respuesta al fenómeno del cambio climático, Fairtrade International, ha desarrollado un programa.

A continuación, compartimos la experiencia en un proyecto en el Perú:

A mediados de 2013, productores de banano de Piura, Perú, resintieron un brote de Plaga de Trips. Los Trips son pequeños insectos que atacan las flores del banano, al igual que a los frutos tiernos, dejando manchas rojas y ásperas en la cáscara, volviéndolos inservibles para la exportación. La infestación afectó el 40% de las plantaciones de banano y el 30% de las exportaciones.

Para responder ante este desafío, Fairtrade junto con el supermercado alemán Kaufland, la Asociación de Pequeños Productores Orgánicos de Querecotillo (APOQ) y la Universidad Nacional de Piura, llevaron a cabo un proyecto en Sullana, Perú. El objetivo era ayudar a los productores a encontrar soluciones locales para controlar la plaga de la “mancha roja”.

El proyecto se dividió en cuatro partes:

1. Primero, productores mediante un enfoque de capacitación a capacitadores, comprendieron mejor los efectos que el cambio climático ejerce sobre la producción de banano e identificaron medidas de adaptación para sus plantaciones.

2. Segundo, en tres escuelas de campo, los productores recibieron capacitación sobre prácticas sostenibles, fertilización apropiada, manejo y monitoreo integral de plagas, manejo cultural de las plantas y plantaciones de banano.

3. Tercero, dos plantaciones sirvieron como modelo de muestra de buen manejo. Los participantes pudieron observar en la práctica: fertilización, monitoreo y control de plagas, desde una perspectiva de producción orgánica y prácticas de manejo cultural.

4. Cuarto, previamente, los estudiantes de la Universidad Nacional de Piura investigaron formas de controlar la plaga de Trips, para luego compartirlo con los productores. Recomendaron: incrementar biodiversidad, usando trampas para controlar a los insectos.



Al finalizar el proyecto, la plaga y la enfermedad estaban bajo control, reduciendo así al mínimo la producción descartada para exportación.

Felizandro Bellasmin Ogoña comentó: “Con el proyecto aprendí cómo manejar mejor mi plantación. También, obtuve el reconocimiento y aprecio de mis compañeros productores que me motivaron a seguir mejorando porque uno nunca acaba de aprender. Es importante seguir capacitando a productores.”



FINANCIAMIENTO PARA PEQUEÑOS PRODUCTORES

Sabemos que el financiamiento sigue siendo el principal obstáculo para alcanzar un mejor desenvolvimiento en las Organizaciones de Pequeños Productores, por esta razón continuamos publicando contactos de financieras cuyo propósito es aportar al desarrollo sostenible de las OPPs de comercio justo o solidario, y que pueden ser consideradas como opciones para solicitar capital de trabajo o capital para inversión, según las necesidades y el caso de cada financiera.

responsAbility

ResponsAbility Investments AG es una de las principales gestoras de patrimonio privadas especializadas en inversiones vinculadas al desarrollo de sectores claves como el financiero y los de agricultura, salud, educación y energía en mercados emergentes. **Sitio web:** www.responsability.com



Invierte en el desarrollo de los países emergentes y que financian las instituciones microfinancieras, cooperativas de productores vinculados a los mercados de comercio justo y las empresas sociales. **Sitio web:** www.etimos.it/eng/home.html



FAST representa a las instituciones financieras y a los productores que se dedican a llevar productos fabricados de manera sostenible en el mercado. **Sitio web:** www.fastinternational.org/es



Inversor social que moviliza capital en Bélgica para invertirlo en los países en vías de desarrollo por medio de instituciones microfinancieras y asociaciones de productores vinculadas al comercio justo.. **Sitio web:** <https://www.alterfin.be/es>



El objetivo principal de Incofin IM, como especialista en microfinanciación rural, es llegar a los pobladores de las áreas rurales más aisladas o que participen en el sector agrícola. **Sitio web:** <https://www.incofin.com/es/home>



El Fondo de Acceso Fairtrade fue diseñado para cumplir con las necesidades de financiamiento y asistencia técnica a cooperativas y asociaciones de pequeños productores de Comercio Justo en América Latina. **Mayor información en** www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/news/F_A_Fund/FAF_Leaflet_2013-04-29_press-final-EN.pdf



Fondo de inversión social sin fines de lucro que apoya en zonas rurales en condiciones pobres y ambientalmente vulnerables de África y América Latina con préstamos de capital, entrega de capacitación financiera y el fortalecimiento de enlaces en el mercado para pequeñas empresas en crecimiento agrícola. **Sitio web:** www.rootcapital.org/



Es una de las mayores fuentes mundiales de financiamiento privado al sector de las microfinanzas, la concesión de créditos y la equidad a las cooperativas comerciales, organizaciones de comercio justo y pequeñas y medianas empresas. **Sitio web:** www.oikocredit.coop/



Ofrece una serie de facilidades de créditos de exportación y productos financieros para productores del comercio justo, agricultores y artesanos alrededor del mundo. **Sitio web:** www.shared-interest.com/

PLATAFORMAS CLAC



www.claase.org/e-aprendizaje/

Sabía que Cla@se es la plataforma educativa en línea que comparte más de 150 recursos con todas las organizaciones?

Es una herramienta virtual de aprendizaje en línea que permite socializar el conocimiento adquirido en campo con todas las organizaciones asociadas. La plataforma Cla@se ofrece recursos de capacitación de diferentes temas que van desde la gestión organizativa hasta materiales más enfocados a la producción. **Actualmente, cuenta con más de 325 usuarios activos.**



www.clacbook-clac.rhcloud.com/

Ya tienen su propio Clacbook?

Es una base de datos de socios que ofrece la CLAC a todas aquellas organizaciones certificadas Fairtrade para presnetarse o promocionarse como organización dentro del entorno global de internet. La plataforma ofrece un espacio propio en el que se puede dar información general para compartirla con posibles clientes o actores involucrados. **Por el momento, son 303 miembros que cuentan con su propio espacio en CLACBOOK**



www.progresonetwork.ning.com/

Es una herramienta virtual que estimula las conexiones y el conocimiento dentro del sector del café y otros. En Progreso network las organizaciones de productores son agentes efectivos que permiten a los pequeños productores participar en el mercado mundial, en webinars y concursos, por lo tanto, la plataforma ofrece a ellos y a sus socios un lugar donde puedan compartir su conocimiento y trabajar hacia cadenas productivas más sostenibles. **Son ya 1464 usuarios que se encuentran en red.**

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

 youtube.com/Clacomunicaciones