



INFORME ANUAL 2018/19

NATÜRLICH FAIR



Foto: EZA Fairer Handel/A. Hauch

La empresa EZA Fairer Handel GmbH fundó el Comercio Justo en Austria. Desde 1975 ponemos en la práctica un modelo económico alternativo. Los propietarios son Acción Tercer Mundo - A3W e. V. (40%), así como el Movimiento de los Hombres Católicos de Alta Austria (40%) y Austria (20%).

EZA Fairer Handel GmbH
Wenger Straße 5
A-5203 Köstendorf
Tel: +43 (0) 6216 20 200
office@eza.cc · www.eza.cc

Estimados lectores y lectoras,

“¡Ustedes son una minoría!”, me dijo alguien hace algún tiempo. Yo contesté en ese entonces, que conocía a muchas personas en todo el mundo que ponen todo de su parte para poner en la práctica los principios del Comercio Justo y su consecuente inserción en sus prácticas comerciales.

¡Y el movimiento sigue creciendo! Este crece conjuntamente con otros movimientos, pues el objetivo final es siempre el mismo: ¡La sobrevivencia de todos(as) nosotros(as)!

Hay indicios de esperanza, pues este año muchísimas personas – sobre todo jóvenes – protestaron por la protección del clima. Reconocen que las prácticas no justas y los modelos económicos, que sacrifican el bienestar de las personas y la naturaleza por el afán de lucro, sólo incrementan la crisis climática. La inequidad económica y social y el cambio climático están emparentados, por eso se tiene que buscar allí la solución.

La EZA da el ejemplo desde hace casi 45 años de cómo se puede hacer. Demuestra que es posible entrelazar la justicia social, la sostenibilidad ecológica y la viabilidad económica. ¡Esto no siempre es fácil. Pero es posible! Por lo tanto, nos complace presentar en este informe las actividades emprendidas durante el ejercicio financiero 2018/19, cómo nosotros cooperamos con nuestros socios comerciales en el sur para que ellos mejoren sus vidas y cómo logramos al mismo tiempo alcanzar un resultado anual muy positivo.

Después de 21 años a cargo de la gerencia de la organización pionera del Comercio Justo de Austria, me retiré de la EZA a finales de 2019. Siempre lo sentí como un gran privilegio trabajar con personas de todo el mundo que comparten mis valores y quienes trabajan para alcanzar los mismos objetivos, es decir, hacer que el mundo sea más justo, para que todas las personas puedan vivir con dignidad, paz y justicia y que el planeta no sea destruido.

Agradezco a todos los socios comerciales, clientes y socios cooperantes por tantos años de excelente colaboración y les deseo a todos(as) Ustedes la fuerza necesaria para continuar trabajando y aumentar la red mundial de Comercio Justo y que un día el Comercio Justo se vuelva el estado normal del comercio.

A mi sucesora Daniela Kern, a quien ahora les presento, le deseo todo lo mejor para continuar llevando a la EZA a un futuro positivo.

Saludos cordiales,

ANDREA SCHLEHUBER, GERENTE GENERAL

30 Años de Café Orgánico - Un Producto hace Historia

En el otoño de 2018, todo giraba en torno al café Orgánico. La EZA lo lanzó en 1988 como el primer producto orgánico del Comercio Justo en Austria. El mismo se convirtió en el producto más exitoso de la EZA, tomándose como un ejemplo. Hoy en día todos los cafés de la EZA no solo se comercializan cien por ciento de manera justa, sino también son cultivados orgánicamente. Pequeños(as) caficultores(as) de Chiapas, México y Oaxaca son los(as) productores(as) del café Orgánico. Entre tanto los granos de café Arábica de estricta altura los obtiene la EZA directamente de diez cooperativas.

Con motivo del 30 aniversario, los(as) representantes de dos cooperativas mexicanas asociadas a la EZA visitaron Austria del 20 de septiembre al 3 de octubre de 2018. Pascual López Gutiérrez de Yaxcoffee y Manuela Díaz Méndez de ISMAM, ambos de Chiapas, informaron de primera mano sobre su vida y trabajo.

El programa de visita en Austria de los dos invitados comenzó en Salzburgo con la participación en la conferencia de las Tiendas del Mundo de Austria. En ella participaron alrededor de 150 multiplicadores de las Tiendas del Mundo. El tema se acompañó gráficamente con la presentación del cortometraje „Siguiendo las huellas del Café Orgánico“. Producido por la EZA Fairer Handel en cooperación con Manfred Wimmer de la Tienda del Mundo de St. Johann en Tirol, la película da una idea de cómo trabajan las cooperativas de café, cuyos granos se procesan en café Orgánico. La revista de la EZA „Natürlich FAIR“ (“Naturalmente Justo”) dedicó una edición por completo a las historias detrás de este especial producto.

El Comercio Justo es para nosotros(as) la regla no la excepción.

Después de la conferencia, Manuela Díaz Méndez y Pascual López Gutiérrez completaron, acompañados por el personal de la EZA, un denso programa de conferencias y actividades por toda Austria. Una vez más las Tiendas del Mundo fueron un factor determinante en la organización de la gira. Como las Tiendas del Mundo están localmente bien ancladas, crearon el marco apropiado para los invitados: en escuelas, eventos públicos y en el contexto de citas con la prensa.

En 22 pueblos y ciudades de ocho estados federales, alrededor de 1,600 personas tuvieron la oportunidad de establecer contactos directamente con los(as) productores(as) de café y conocer en general la importancia del Comercio Justo y en particular la asociación comercial con la EZA, por otro lado los desafíos que afrontan actualmente y por qué es importante que los(as) pequeños(as) agricultores(as) se organicen.

Manuela Díaz Méndez reportó vívidamente sobre su vida como cafetalera. La mujer de 48 años también habló sobre los años difíciles antes de unirse a la cooperativa ISMAM. Había probado su „suerte“ en los Estados Unidos como inmigrante ilegal y por lo tanto sin derechos de trabajo en la cosecha de los campos de tomate, luego en una fábrica. „Siempre que era posible enviaba dinero a casa“, informó. „Lo que no sabía, era que mi padre ahorra el dinero y me compró un terreno. Así fue que después de mi regreso pude comenzar a cultivar.“



Pascual López Gutiérrez (Yaxcoffee) y Manuela Díaz Méndez (ISMAM) de México en su gira por Austria. Sus informaciones brindan una noción sobre la vida de las personas que trabajan en la producción del café Orgánico.

La hace sentir orgullosa de cultivar hoy su propia parcela, aun cuando la vida no sea fácil, comentó la productora. El apoyo que encuentra en su cooperativa es para Manuela Díaz Méndez de central importancia. No solo un mejor precio para su café, sino también la oportunidad de obtener capacitaciones en torno a temas de interés agrícola son un apoyo importante. „La cooperativa nos aconseja sobre cómo cultivar nuestra parcela para obtener una mejor cosecha“, dice Díaz Méndez. Ella no solo se concentra en la producción del café. „También cultivo maíz, frijoles, vegetales y frutas. De esa manera puedo alimentar a mi familia de manera saludable, pues no uso productos químicos“.

El significado de una sólida organización lo enfatizó también el cafetalero Pascual López. Él tiene muchos años de experiencia como cooperativista y actualmente ve tres desafíos claves con los que las familias de pequeños(as) agricultores(as) en general tienen que luchar: la crisis climática y sus efectos inmediatos y futuros sobre el rendimiento de los cultivos, la evolución de los precios en el mercado mundial y - en vista de esto - el futuro del cultivo del café en cuanto a las próximas generaciones.

„Los precios actuales del mercado mundial son tan bajos que los agricultores no pueden pagar sus costos. Algunos se rinden y emigran“, dijo López Gutiérrez. „En el Comercio Justo los precios del café son más estables, más predecibles. De esta manera los agricultores están más seguros“. La EZA paga a sus socios comerciales, además de los precios mínimos estipulados en el sistema FLO, bonificaciones adicionales por las calidades especiales y por lo tanto más del doble del precio mundial de mercado.

Según López, las consecuencias de la crisis climática también se pueden sentir en las parcelas de café. Aquí la cooperativa juega un papel importante en proporcionar a sus miembros conocimientos haciéndoles más resistentes: „Lo más importante son las capacitaciones. En los talleres, se aprende mucho del intercambio de experiencias entre los agricultores. Eso motiva mucho“, dice López. Está particularmente comprometido a garantizar que los(as) jóvenes también estén preparados para practicar la caficultura y la agricultura en general y apuesta al poder de la organización gremial. „Los hijos de los productores tienen que participar en ésta sensibilización porque como pequeño productor es muy difícil.“

Viaje Educativo de la EZA a Uganda

El viaje educativo anual de la EZA del 16 al 30 de marzo de 2019 también condujo hacia el origen del café: esta vez al este de Uganda, África. Allí la EZA Fairer Handel estableció contacto con dos cooperativas jóvenes: Los(as) productores(as) de café orgánico de United Organic Coffee Growers (UOCG) al pie del monte Elgon suministran a la EZA los granos de café Arábica para el café Jambo. La Bukonzo Organic Farmers Cooperative Union (BOCU) situada cerca de las montañas Rwenzori es una cooperativa socia de la EZA que suministra la materia prima del CAFÉ PARA EL FUTURO, un nuevo producto en la gama de cafés de la EZA desde el otoño de 2019. Un total de casi 20 personas, en su mayoría empleados(as) de las Tiendas del Mundo, participó en el viaje.

Un intercambio directo y más regular es la base para una relación comercial confiable.

El objetivo era brindar a los(as) participantes conocimientos e impresiones directamente en los lugares de trabajo y de vida de los(as) pequeños(as) productores(as) ugandeses(as) y abordar el papel de una relación comercial justa entre los(as) viajeros(as) y los(as) visitados(as), sobre todo ante el lanzamiento del CAFÉ PARA EL FUTURO. Con ansias también se esperaba el proyecto de protección del clima que la cooperativa financia con una prima adicional obtenida por comerciar con la EZA: el establecimiento de los llamados eco-fogones (Estufas Lorenas) ahorradores de leña en lugar de las hogueras de leña de alto consumo energético y productoras de mucho humo en las casas de los miembros de la cooperativa.

Todos los pasos de trabajo - desde la cosecha en las parcelas, pelado, lavado, fermentación, secado, limpieza y el procesamiento posterior hasta que el café Orgánico esté listo para ser exportado - pudieron ser apreciados durante las etapas del viaje. El arduo trabajo del control de calidad, que se realiza en todos los niveles, fue claramente visible. La degustación de la calidad de taza en BOCU fue acompañada por personal capacitado quien enseñó a distinguir el aroma, cuerpo y los matices de sabores especiales de los cafés a los(as) participantes. Que el café de BOCU finalmente alcance 87.5 puntos en la escala de 100 puntos de la internacionalmente reconocida SCAA (Specialty Coffee Association of America) – y con ello un valor muy alto - habla del excelente trabajo realizado en la cooperativa de pequeños(as) caficultores(as).

Fotos: EZA Fairer Handel/K-Heiml



El viaje educativo de la EZA condujo a Uganda. Visitando a los(as) pequeños(as) cafetaleros(as) se apreciaron claramente los diversos pasos para alcanzar la calidad orgánica y justa.



Fotos: EZA Fairer Handel/K. Heiml



El comprador de café de la EZA Franz Denk en una finca de Uganda. La productora de café Biira Zyane cocinando ya con un nuevo eco-fogón (estufa lorena).

El intercambio con los miembros de la junta directiva de ambas cooperativas y los encuentros de los(as) caficultores(as) en las aldeas dejaron en ambas partes una impresión duradera. La visita de dos hogares, donde ya cocinan con el nuevo eco-fogón, dejó en claro que esto puede producir una mejora real en la vida cotidiana de las mujeres: Ellas necesitan menos leña, el humo se conduce al exterior y además se puede cocinar más rápido.

Los efectos de la crisis climática, la importancia de la agricultura orgánica y el manejo de parcelas con cultivos mixtos fueron temas tan importantes como la necesidad de obtener buenos precios y mantener la calidad del café. „Todos somos seres humanos. Compartimos los mismos desafíos porque vivimos en el mismo planeta. Por eso entonces se necesita la colaboración“, dijo Charles Kahitison, cafetalero orgánico y presidente de Bukonzo Organic Farmers Cooperative Union (Unión de Cooperativas de Agricultores Orgánicos de Bukonzo).

Para el comprador de café de la EZA Franz Denk quien acompañó a los y las participantes conjuntamente con la gerente de la EZA Andrea Schlehuber ambas cooperativas visitadas están en el camino correcto: “Están todavía iniciando la comercialización de su café y están a punto de hacerse conocer. La conformación de las organización parece haber tenido éxito, la gestión local de calidad muestra un alto nivel.”

Es esencial que ambas cooperativas tengan acceso a otros mercados de exportación para que sus miembros puedan vender una mayor parte de su cosecha, idealmente en términos justos que valoren consecuentemente el intenso trabajo y la alta calidad.

La base de nuestra cooperación con nuestras organizaciones socias es la llamada Política de Cooperación de la EZA. La misma se orienta en los 10 principios de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO – World Fair Trade Organization, www.wfto.com) y define cuáles son las expectativas de la EZA hacia sus organizaciones socias, pero también lo que las organizaciones pueden esperar en el marco de una relación comercial justa con la EZA. Si se trata de productos con certificación FLO, entonces los estándares FLO brindan una base adicional para dicha cooperación. Para crear transparencia la tienda en línea de la EZA utiliza el eslabón “Las Personas detrás del Producto” en la que se divulgan las organizaciones asociadas involucradas en la elaboración de productos individuales.

Dejamos bien claro quiénes son nuestros socios y como cooperamos con ellos.

Actualmente detrás de los productos de la EZA laboran 137 socios comerciales activos procedentes de Latinoamérica, África, Asia y el Medio Oriente. Con 87 socios se mantiene una relación comercial directa, esto significa que la EZA importa sus productos directamente. En el sentido de una distribución del trabajo y mayor productividad cooperamos en algunos productos con otras organizaciones del Comercio Justo, quienes importan los productos o coordinan el procesado de los mismos por nosotros. Este es el caso de 50 organizaciones socias con quienes nos une una relación comercial indirecta.

De los 137 socios comerciales 76 son del segmento de productos alimenticios. La gran mayoría de ellos cuenta con la certificación FLO. No existen todavía estándares de Comercio Justo formulados por FLO International para artesanías, excepto para pelotas de fútbol. Es por eso que la membresía a la WFTO - World Fair Trade Organisation, en este segmento de productos tiene un gran significado, pues los miembros se comprometen a trabajar en base a los 10 principios de la WFTO y documentar todo en auto-evaluaciones que después son comprobadas por fuentes externas. 46 organizaciones socias de la EZA son parte de este sistema. Dos socios productores de alimentos están certificados por parte de Fair for Life.

Hermosa cerámica pintada y firmada a mano es creada en ISUNA en Ciudad del Cabo, Sudáfrica.

Fotos: EZA Fairer Handel/ISUNA U. Sladek





Fotos: EZA Fairer Handel/K. Heini

El Comercio Justo relaciona: Encuentros en los lugares de producción durante la visita a Uganda.

12 organizaciones no están presentes en ninguno de los sistemas antes descritos. Sin embargo proveen a diferentes organizaciones europeas pioneras del Comercio Justo - entre ellas también a la EZA; a través de una estrecha cooperación en el marco de la EFTA - Asociación Europea del Comercio Justo, se comprometen éstas a hacer evaluaciones a sus socios comerciales o financiarlas.

Este sistema de monitoreo se orienta también en los 10 principios de la WFTO. Esto es válido para 13 organizaciones socias de la EZA, que no están ni en el sistema FLO ni en el de la WFTO y que tampoco suministran a otros miembros de la EFTA a parte de la EZA. Aquí la EZA es la responsable de hacer el proceso de evaluación y monitoreo.

Ingreso y egreso de organizaciones socias

La decisión de tomar a una nueva organización como socio comercial o clausurar la misma recae en el Comité de Socios de la EZA. Durante el período comercial de este informe se tomaron como nuevas socias a las siguientes organizaciones: Nature Bio Foods (arroz basmati orgánico y lentejas orgánicas de la India), ACOPAGRO (cacao orgánico del Perú), Bukonzo Organic Farmers Cooperative Union (café orgánico de Uganda), Chako (productos de reciclaje de Zanzíbar, Tanzania). La colaboración terminó con seis socios comerciales debido a que sus productos no se pudieron vender en suficientes cantidades.

Visitas a los socios

Durante el período de este informe los(as) empleados(as) de la EZA visitaron a 33 organizaciones en 10 países. El intercambio directo se aprovecha para recopilar informaciones sobre la manera de trabajar de los(as) socios(as), conocer nuevos productos o desarrollarlos conjuntamente, así como brindarles informaciones sobre la situación actual de la EZA.

El viaje educativo de la EZA es una oferta especial para los(as) empleados(as) y colaboradores(as) de las Tiendas del Mundo que después vierten las experiencias adquiridas en su trabajo aquí en Austria. El año pasado el viaje condujo a Uganda para visitar a la Bukonzo Organic Farmers Cooperative Union (BOCU) y United Organic Coffee Growers (UOCG) (ver capítulo 1).

En el segmento de los productos alimenticios estaba – como todos los años – programado un viaje de visita a las cooperativas cafetaleras de México y Guatemala. El empleado de la EZA Franz Denk visitó en Guatemala a los(as) socios(as) comerciales de muchos años Ciasfa y conjuntamente con An-

drea Schlehuber, gerente general de la EZA, Guaya**1**b. En México ambos se reunieron con los(as) representantes de la Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos Certimex y representantes de las cooperativas Flor del Cafetal, ISMAM, Productores de Café Orgánico de las Selvas y Montañas de la Frontera Sur, UCOAAC, Sierra Azul Café Gourmet, Yaxcoffee, CIRSA, UCI-RI, Tiemelonlá y SPOSEL.

La visita a SPOSEL condujo a áreas remotas al borde de la Selva Lacandona. El área de la selva con sus reservas protegidas es el hogar de aprox. 300 pequeños(as) caficultores(as) que se han unido a la cooperativa SPOSEL. Su sistema de cultivo biológico forestal ayuda a mantener la biodiversidad. SPOSEL es además de la cooperativa BOCU de Uganda, la segunda cooperativa, cuyo café fue lanzado en el otoño de 2019 por la EZA como CAFÉ PARA EL FUTURO.

Visitas a los(as) socios(as) de artesanía y Fair Fashion (Moda Justa)

La responsable de los diseños y productos de moda justa Katharina Mühlberger visitó a nuestros(as) socios(as) tejedores(as) de lana de alpaca en Perú y Bolivia y trabajó con CIAP, Allpa, COPROCA, Qhana y Señor de Mayo sobre los nuevos modelos. También cuando Mühlberger viajó a la India la atención se centró en el desarrollo de la próxima colección de Anukoo. Aquí la materia prima es el algodón orgánico certificado por FLO, procesado de acuerdo con los estándares G.O.T.S. Ella visitó los talleres de producción de tejidos de algodón de nuestro socio confeccionista de ropa Rajlakshmi en Delhi, viajó a Agra para visitar a la compañía de ropa Kishor y a Mumbai para visitar a la organización socia de la EZA Creative Handicrafts.

Eva Mayrhuber del departamento de compras de artesanías visitó a EMA, Sasha, CRC y MKS en Calcuta, India, organizaciones asociadas de las cuales la EZA obtiene principalmente accesorios de moda como bolsos y bufandas. El cambio del surtido, el desarrollo de productos y temas sobre el aseguramiento de la calidad fueron parte de la agenda. Los cambios actuales también fueron discutidos. “Por ejemplo en CRC están sucediendo muchas cosas. Se construyó un nuevo edificio administrativo. Indro Das Gupta asume gradualmente las tareas de su madre, la gran maestra Irani Sen. A pesar de la reestructuración fue muy positivo para mí ver que el entusiasmo por el Comercio Justo, el amor por la artesanía y la alegría con que los(as) productores(as) laboran se mantiene”, describe Mayrhuber sus impresiones. Ella aprovechó su estadía en la India para visitar también a la organización artesanal Noahs Ark en Moradabad.

La empleada de la EZA, Julia Rupertsberger, visitó a los socios artesanales en Colombia. Además de una visita a la empresa metalúrgica de Óxidos tenía su viaje el objetivo de desarrollar nuestro surtido de bisutería. En los talleres, en los que nuestra organización socia La Cucaracha elabora los productos, pudo Rupertsberger inspirarse. Técnicas artesanales tradicionales, materiales locales como zacate de trigo, fibras de palma, capullos de seda o las cáscaras de calabaza se transforman creativa y artísticamente en extraordinarias piezas de bisutería.

La EZA Fairer Handel fortalece a los(as) productores(as) en las cadenas de suministro.

Julia Rupertsberger de la EZA (izquierda) con Olga Parra Benavides de La Cucaracha planificando los nuevos diseños de bisutería.



El viaje de Gerhard Wimmer a África lo llevó a visitar varios talleres del Comercio Justo de Egipto, a Kenia para la producción de esteatita de Undugu y a Tanzania para visitar a Mikono, quienes cooperan con artesanos(as) de las diferentes áreas. La visita a la nueva organización socia de la EZA Chako en Zanzíbar también estuvo en el programa y mostró impresionantemente lo que significa el reciclaje inteligente: reciclar materiales existentes y crear productos completamente nuevos. Para los viejos socios se trató de explorar el nuevo surtido de productos, la visita a Chako sirvió para conocerse mutuamente pues se está al comienzo de la relación comercial.

Visitas de nuestros socios y socias

A través de las visitas en Austria obtienen nuestros(as) socios(as) la posibilidad de conocer a los(as) actores(as) austríacos(as) del Comercio Justo así como obtener comentarios directos sobre sus productos y su trabajo, pero también brindar información y novedades de su entorno laboral y poder formular sus expectativas al Comercio Justo (ver además capítulo 1).

Informaciones de primera mano: Estableciendo el dialogo sobre el Comercio Justo.

Representantes de las siguientes organizaciones socias de la EZA visitaron la EZA: Yasmin Bitugu (Kallangu Artesanía / Ghana), Jaishree (Manjeen / India), Helmy Abouleish (SEKEM / Egipto), Manuela Díaz Méndez (ISMAM / México), Pascual López Gutiérrez (Yaxcoffee / México), Setyowati Nawangsari & Wolfgang Daniel (Arum Dalu / Indonesia), Lucas Silvestre García (Guaya'b / Guatemala), Dolores Benítez Espinoza (APROLMA / Honduras), Lobsang Dhondup (FTCI / India), Javier Oliva, Claudia Oliva y Orlando Oliva (CAFEL / Honduras), Alex Musawale, Samuel Gidudu, Rondalt Makow (UOCG / Uganda).

Además del programa principal en torno a los „30 años del Café Orgánico“ la visita de Manuela Díaz Méndez y Pascual López Gutiérrez de México así como también la visita de Dolores Benítez Espinoza fue aprovechada para realizar el trabajo de información sobre el Comercio Justo. La representante de la cooperativa de mujeres APROLMA, productora de los granos de café Arábica del café Adelante, se encontró con los estudiantes de la universidad de Salzburgo quienes participaron en el llamado „Green WG Challenge“. Esta iniciativa trata entre otras cosas de hacer reflexionar sobre el propio estilo de vida, así como sobre el impacto social y ecológico de nuestras decisiones de consumo. Dolores Benítez Espinoza abrió una ventana especial al mundo de las pequeñas caficultoras y mujeres como fuertes factores sociales y económicos en una sociedad dominada por hombres. „A partir de hoy encontré en Honduras un ejemplo a seguir“, dijo un estudiante impresionado.

Fomento y continuo desarrollo del Comercio Justo

Durante el período de este informe la EZA participó en varias reuniones de la Asociación Europea de Comercio Justo - EFTA, una plataforma de cooperación de las organizaciones pioneras del Comercio Justo. En los diferentes niveles (gerentes generales, responsables de los segmentos de alimentos y artesanías, responsable del área de monitoreo) se intenta concentrar los conocimientos adquiridos y, en la medida de lo posible, en poner dichos conocimientos al servicio de los(as) productores(as) y



Fotos: Suntoy

En SUNTOY en Johannesburg un tarro de cristal es convertido en una lámpara solar.

Los(as) empleados(as) en la foto discuten en un taller de la EZA los criterios del Comercio Justo.

En CHAKO en Zanzíbar
surgen de botellas viejas
atractivos envases de vidrio.
¡Supra-reciclaje en su
máxima expresión!

Fotos: EZA Fairer Handel/Usadek/Chako



consumidores(as).

La EZA es responsable de coordinar el EFTA Fair Trade Assessment Group / Grupo de Monitoreo de la EFTA. Cooperamos especialmente con aquellas organizaciones socias del Comercio Justo que no poseen la certificación FLO y que tampoco son miembros de la WFTO, razón por la cual los miembros de la EFTA los evalúan y acompañan. Se completó la revisión del sistema de evaluación de la EFTA y su adaptación al sistema de garantía de la WFTO. Esto permitirá preparar aún mejor a los nuevos socios comerciales para que adquieran una posible membresía a la WFTO, si estos desean emprender este camino. Para aquellos que no buscan la membresía de la WFTO, el sistema de evaluación EFTA sirve como la base central de la relación comercial.

A nivel de la WFTO - Organización Mundial de Comercio Justo, la empleada de la EZA Birgit Calix presentó en el marco de una conferencia de las organizaciones europeas miembros de la WFTO una caja de herramientas que facilitará a los socios del Sur instalar un sistema de monitoreo interno para monitorear el cumplimiento de los principios de Comercio Justo. El tema central de la conferencia en Bruselas fue el llamado salario digno local (Local Living Wage), es decir un pago local en base a los costos reales para asegurar una existencia digna, y el Comercio Justo en el Norte. Debido a que desde 2019 las organizaciones de productores(as) desfavorecidos(as) en el Norte también pueden convertirse en miembros de la WFTO.

Una crítica auto-reflexión fue parte de la evaluación interna de la EZA que de acuerdo con los criterios de la WFTO debe tener lugar cada dos años. El detallado informe describe hasta qué punto los 10 principios de la WFTO son implementados por la EZA y es la base para la siguiente revisión externa de parte de la WFTO. Esto también implicó una revisión externa de cuatro organizaciones proveedoras de la EZA. En este caso la WFTO se enfoca en aquellos socios comerciales de la EZA que no son miembros de la WFTO ni que están anclados en el sistema FLO para verificar en qué medida ellos también cumplen con los principios del Comercio Justo. Los socios de la EZA que fueron evaluados son: Manjeen en la India, Yuri Enga en Ghana, COPROCA en Bolivia e Isuna en Sudáfrica. La EZA cubrió los costos.

La EZA trabaja activamente en las redes internacionales y europeas del Comercio Justo.

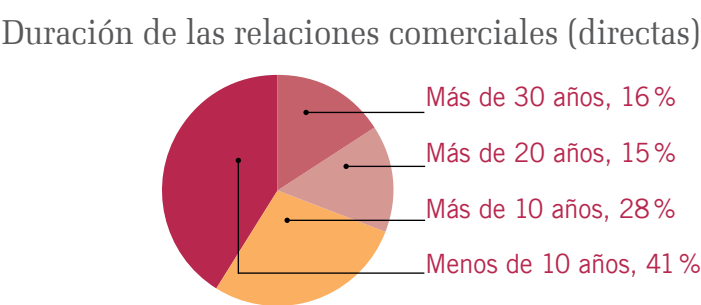
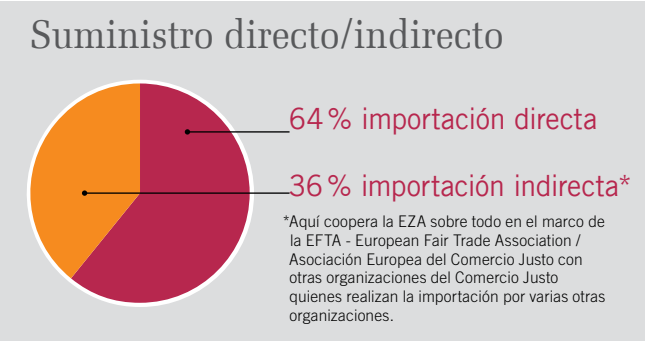
¿Cuántas organizaciones socias hay detrás de los productos de la EZA?

137 Organizaciones socias

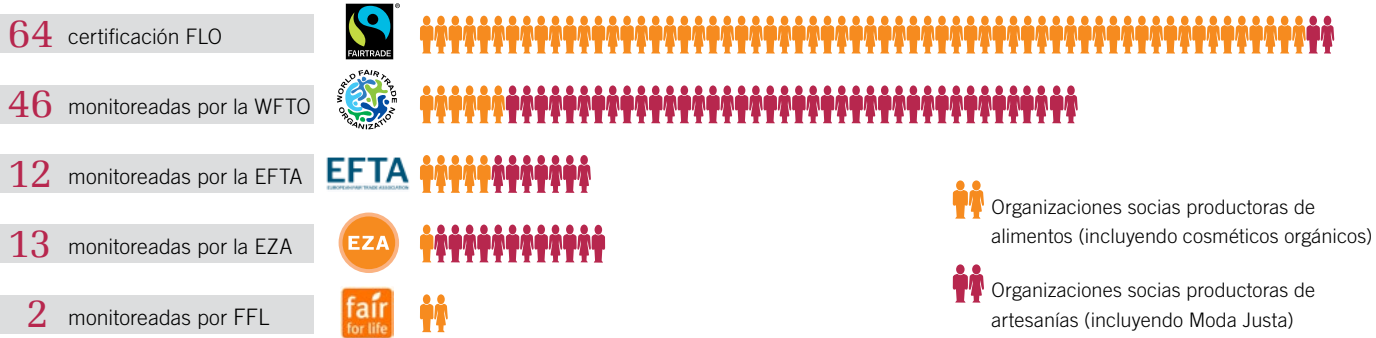


76 productoras de alimentos
62 tienen la certificación orgánica

61 productoras de artesanías



Certificación/Monitoreo de las organizaciones socias de la EZA



Distribución geográfica de los socios comerciales de la EZA

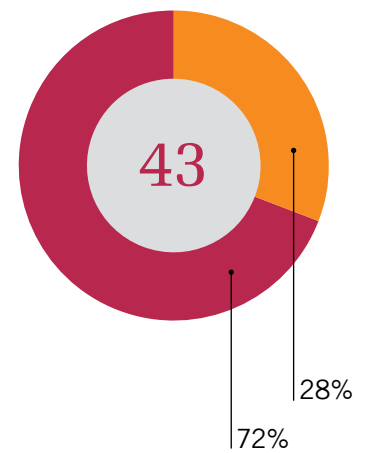
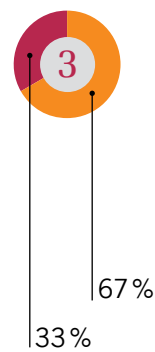
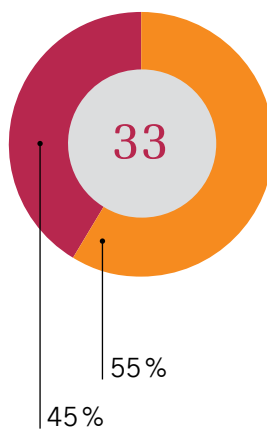
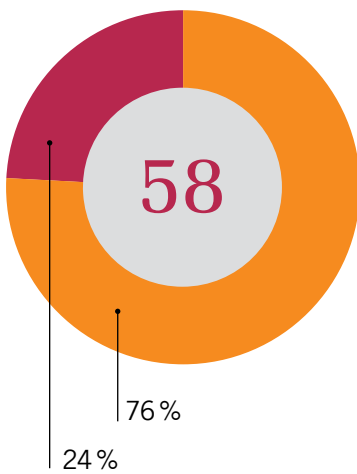


Latinoamérica

África

Cercano Oriente

Asia



alimentos

artesanías

Tiendas del Mundo

Las Tiendas del Mundo de Austria hacen con alrededor de 4.5 millones de Euros el 27 por ciento del total de las ventas y son el segundo grupo de clientes más importante de la EZA. En comparación con el año pasado se redujeron las ventas en un -4.5 por ciento. Las razones de este desempeño son diversas: El panorama comercial austríaco presenta un fuerte cambio. Procesos de concentración, tendencia hacia el comercio en línea, caros alquileres en buenas ubicaciones y cada vez una mayor competencia ponen a las Tiendas del Mundo bajo presión. Algunos, por lo tanto, incluso batallan con pérdidas de ventas. Dos Tiendas del Mundo tuvieron que cerrar, sin embargo se pudieron establecer a dos proyectos sucesoras de revendedores. Para la EZA la competencia se tornó más dura en las Tiendas del Mundo, pues entre tanto ahora existen 27 proveedores reconocidos de quienes dichas tiendas pueden abastecerse de productos del Comercio Justo.

Mientras nuestros cafés y chocolates tienen ventas estables en las Tiendas del Mundo, se registra un descenso de ventas en los otros alimentos, pues tuvimos que eliminar del surtido algunos productos de bajo rendimiento. Las ventas de cosméticos disminuyeron ligeramente. Descensos de ventas más notorios son evidentes en los accesorios de moda y moda justa. Aquí el entorno competitivo se siente aún más fuerte.

Medidas adicionales en el surtido de productos y enfoques especiales de mercadeo deberían contrarrestar ésta tendencia durante el año comercial vigente. Conjuntamente con la Asociación de las Tiendas del Mundo se tomarán también medidas adicionales para fortalecer los puestos de venta.



Foto: EZA Falser Handal/Thomas Leht

La más amplia selección de productos de la EZA la encuentran los(as) consumidores(as) en las Tiendas del Mundo y en la tienda en línea de la EZA.

Coloridos juguetes hechos de telas tejidas manualmente: En Selyn en Sri Lanka se hace hincapié en originales diseños y buenas condiciones de trabajo..

Fotos: EZA Fairer Handel/USladek/Selyn



Supermercados y ventas al por menor

Las ventas de productos alimenticios ascienden a 6.2 millones de Euros y significan el 38 por ciento de las ventas totales de la EZA. Con ello los supermercados y ventas al por menor son el grupo de clientes más fuerte de la EZA. El incremento de un +6.3 por ciento en comparación con el año pasado resulta de las ventas de café y chocolate. La colocación de nuevos productos tuvo un efecto muy positivo. Debido al retiro de la lista de productos de bajo rendimiento se observa una ligera disminución de otros alimentos.

Revendedores

Este grupo de clientes abarca diversas tiendas especializadas como las tiendas de productos orgánicos, distribuidores al por mayor, tiendas de ropa al por menor y otras tiendas Comercio Justo. Aquí se observa un leve incremento de +1.1 por ciento en relación al año pasado, con lo que las ventas ascienden a un poco más de 1.5 millones de Euros. Este incremento se debe a las ventas de café, pero también por las ventas de artesanías y moda Justa.

Tiendas del Mundo de la EZA y Tienda de Moda Justa Anukoo

Según lo planeado, a inicio del período de este informe (finales de julio de 2018) se cerró la tienda de moda justa Anukoo en la calle Gumpendorferstrasse de Viena. Las ventas fueron en relación con los costos muy bajas. Esto explica la disminución de -4 por ciento en el grupo de clientes de tiendas en propiedad de la EZA. Con medidas apropiadas se logró llevar a muchos(as) clientes(as) de la antigua Tienda de Moda Justa a ambas Tiendas del Mundo en Viena. Así se observa en la Tienda del Mundo del primer distrito vienes un aumento en las ventas de +17.1% y en la Tienda del Mundo del octavo distrito vienes un aumento de ventas de +9.1 por ciento. La tienda de Salzburgo es estable a un buen nivel con un ligero aumento en las ventas de +0.6 por ciento.

La facturación de las tres tiendas asciende a poco menos de 1.3 millones de Euros, lo que representa el 8 por ciento de las ventas totales. Aquí debe tenerse en cuenta que esta cantidad incluye como en los consumidores(as) finales ventas minoristas y mayoristas, mientras que las cifras de venta de otros canales de ventas resultan solamente de las ventas a mayoristas.

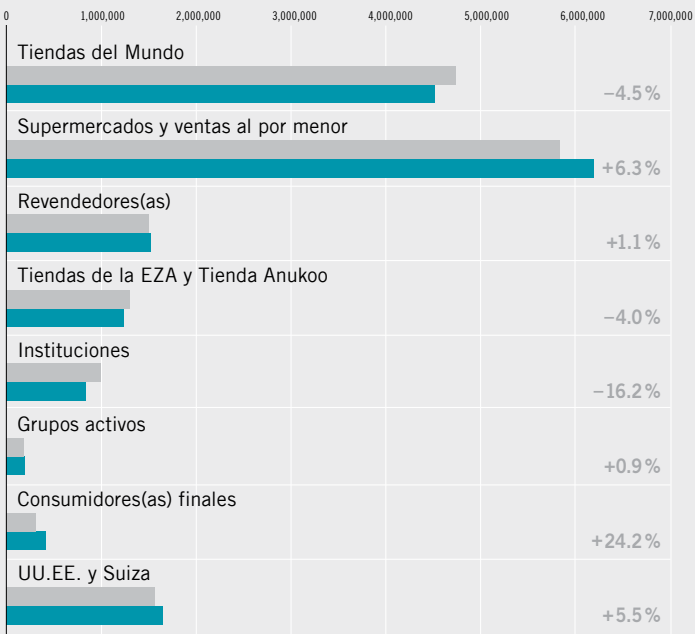
Instituciones

Este grupo de clientes abarca instituciones privadas y públicas como centros educativos, hospitales, oficinas e instituciones que realizan compras al por mayor. En el pasado se contabilizaban las ventas realizadas a través de nuestra co-branding-socia Diosa de la Fortuna en este grupo. Diosa de la Fortuna quebró a inicios de 2018. Esta es la razón principal del descenso de ventas de -16.2 por ciento a 836,000 Euros.

Grupos activos

Los grupos activos fueron a inicios del Comercio Justo un importante pilar de sostenimiento de la EZA y en parte fueron quienes divulgaron la idea del Comercio Justo. Muchos de los grupos activos se conformaron como Tiendas del Mundo, otros trabajan conjuntamente con Tiendas del Mundo locales o están comprometidos en proyectos de Comercio Justo de las alcaldías. En general, debido a la amplia disponibilidad de productos comercializados de forma justa, este grupo de clientes disminuyó significativamente y con 176,000 Euros representan el uno por ciento de las ventas totales.

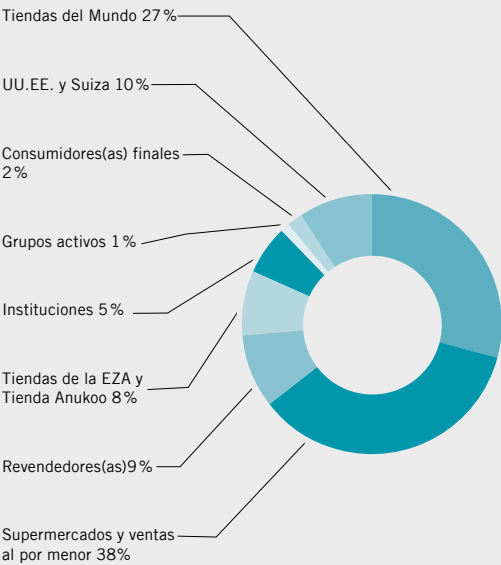
Ventas por canales de clientes



VENTAS TOTALES
2017/2018 € 16,008,185
2018/2019 € 16,101,326

■ 2017/2018 ■ 2018/2019

Las ventas totales se componen de las ventas de productos en los siguientes canales de venta:



Consumidores(as) finales

Aquí se trata de las compras que realizan los(as) clientes en nuestra sede central en Köstendorf y aquellas que se realizan en línea. Las altas ventas en nuestra sede pudieron mantenerse mediante la cooperación con la “Plusregion”, una iniciativa de mercadeo regional. Este segmento logró un crecimiento debido sobre todo a las ventas en línea, lo que representa un aumento de +24.2 por ciento en este canal de clientes. Ventas por el valor de 398,000 Euros representan el dos por ciento de las ventas totales.

Unión Europea y Suiza

Las organizaciones europeas del Comercio Justo en Alemania, Bélgica, Francia, España y Suiza, así como nuestros socios del Comercio Justo de Eslovenia, República Checa, Eslovaquia y Polonia nos hacen sus pedidos. Además distribuimos artesanías, accesorios de moda, ropa y cosméticos a las Tiendas del Mundo de Alemania y otros revendedores. Las ventas a nuestros socios europeos crecieron en +5.5 por ciento a 1.6 millones de Euros, lo que representa un 10 por ciento de las ventas totales.

Trabajar transparente-
mente, producir
dignamente, protección
ambiental, comercializa-
ción justa, diseños
contemporáneos y las
historias detrás de
nuestros productos:
todo esto significa
Anukoo – la marca de
moda de la EZA Fairer
Handel.

Katharina Mühlberger
(derecha arriba) visita a
nuestros(as) socios(as)
en la confección de
ropa en la India.

Fotos: EZA Fairer Handel/Thomas Licht/tem/km



Café

El grupo de productos del café permanece con 42 por ciento de las ventas totales de la EZA – lo que significa 6.9 millones de Euros - el más importante grupo de productos aportando un enorme efecto al bienestar económico de la EZA. Las ventas se distribuyen en casi todos los canales de venta. El más grande volumen de venta se produce en los supermercados con 3.9 millones de Euros, seguido por las Tiendas del Mundo con 1.3 millones de Euros.

Todos los cafés de la EZA son cultivados de forma orgánica y comercializados de forma justa.

En comparación con el año pasado las ventas de café se pudieron incrementar en un +3.7 por ciento. Las actividades relacionadas con nuestro aniversario “30 años de Café Orgánico - El primer Café Orgánico del Comercio Justo en Austria” (ver capítulo 1) aportaron también al aumento alcanzado. Durante el período de este informe el favorable tipo de cambio del Dólar estadounidense tuvo un impacto positivo en el margen de contribución.

En total se vendieron en el año comercial recién pasado 610 toneladas de café, de las cuales 578 toneladas son de café tostado, 28 toneladas de café oro y 4 toneladas de café instantáneo.

Chocolate

El segundo producto más importante de nuestro surtido en el segmento de los productos alimenticios es el chocolate, mismo que alcanza un 14 por ciento del volumen de ventas totales. Afortunadamente, las ventas aquí aumentaron en un +9.2 por ciento a 2.3 millones de Euros. El crecimiento se debe principalmente a nuevos productos, como la introducción de la línea de chocolates orgánicos y justos „Sonrisa“, trufa belga y una nueva barra de chocolate. También el cambio de la existente línea de chocolate „Compañera“ a ingredientes orgánicos tuvo un efecto positivo. Así se lograron colocaciones adicionales en varios supermercados lo que produjo el aumento en las ventas mencionado.



Fotos: EZA Fairer Handel/gm/Ulla Sladek

Nuestros chocolates contienen valiosos ingredientes orgánicos de pequeños(as) agricultores(as), se comercializan de forma justa y se procesan cuidadosamente.

En todos los chocolates que ofrece la EZA, los ingredientes certificados por FLO pueden ser rastreados hasta las cooperativas de origen. Nuestros procesadores se aseguran de que no se mezclen los ingredientes del Comercio Justo con cacao y azúcar del comercio convencional. Así es como nos aseguramos que la alta calidad que producen nuestros(as) socios(as) está verdaderamente contenida en los chocolates.

Otros alimentos

Productos como el té, cacao, azúcar, nueces, frutas secas, cremas para untar al pan, mieles, especias, aceites, arroz, quinoa, así como diversas bebidas componen este segmento de productos. Durante el período de este informe se aumentó el surtido con una mezcla de lentejas, arroz y quinoa. Cambios en el diseño del empaque de las especias resaltan su alta calidad, reemplazando gradualmente la línea existente.

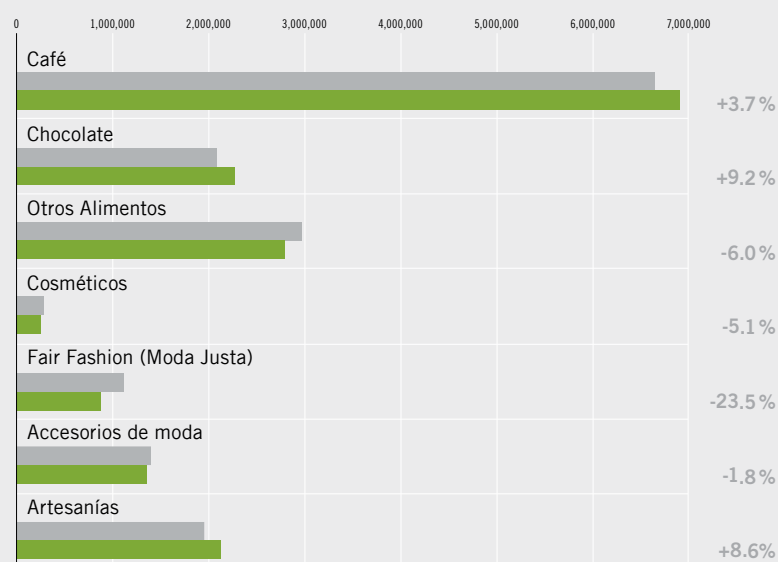
El 90 por ciento de las ventas de productos alimenticios lo realiza la EZA con productos comercializados en forma justa y producidos de forma orgánica.

Con 2.8 millones de Euros, los otros alimentos representan el 17 por ciento de las ventas. El más fuerte canal de venta son los supermercados con 1.1 millones de Euros seguido por las Tiendas del Mundo austríacas con 0.9 millones de Euros. Por la racionalización de la gama de productos, artículos con un reducido margen de contribución anual fueron retirados del surtido. Esto explica la disminución de las ventas de -6 por ciento.

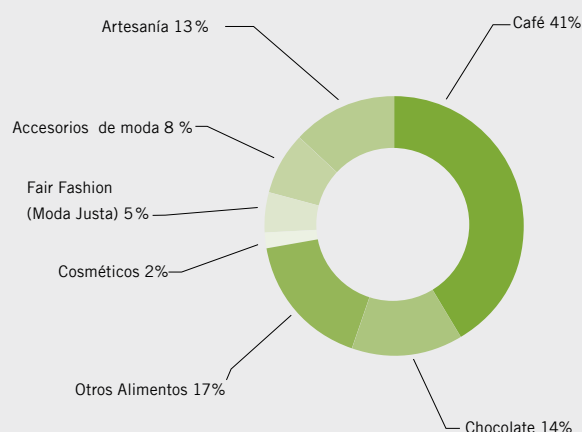
Cosméticos

Nuestra línea cosmética BIOSFAIR está a la venta en las Tiendas del Mundo y supermercados. Ésta demuestra un descenso en las ventas de -5.1 por ciento, principalmente por las ventas en los supermercados. El volumen de venta asciende a 252,000 Euros.

Ventas por grupos de artículos



Las ventas se componen de los siguientes grupos de productos:



VENTAS TOTALES

2017/2018 € 16,008,185

2018/2019 € 16,101,326

■ 2017/2018 ■ 2018/2019



Fotos: EZA Fairer Handel U.S. & Co. / Haeckl

Hecho a mano y comercializado en forma justa: En los talleres de nuestras organizaciones asociadas se crean atractivos accesorios de moda y decoración.

Nuestro comercio y quehacer es transparente. Nuestros productos son trazables hasta el lugar de origen.

BIOSFAIR son cremas para la cara y cuerpo con ingredientes de extraordinaria calidad procedentes del Comercio Justo y producción orgánica certificada. La línea cosmética es vegana, portadora del sello de calidad orgánica de Austria y producida en Salzburgo por Pieper Biokosmetik.

Fair Fashion (Moda Justa)

El segmento Fair Fashion muestra una disminución significativa de -23.5 por ciento a 867,000 Euros. Esto tiene dos razones: La tienda de moda justa Anukoo en la calle Gumpendorferstrasse en el sexto distrito de Viena fue clausurada al comienzo del período de este informe porque las ventas en relación con los gastos eran demasiado bajas. La estrategia de tener una sola marca de ropa demostró ser insostenible en ésta ubicación. Por otro lado, la quiebra de nuestra co-branding-socia “Diosa de la Fortuna” produjo pérdidas de ventas. Nuestra colección Anukoo es complementada con elementos básicos de nuestro socio textil de la India Rajlakshmi con su propia marca „Soul Space“. Con algodón orgánico con certificación FLO, procesado de acuerdo con el estándar G.O.T.S., cumplen éstos los mismos altos estándares que Anukoo.

Los principales canales de venta de Fair Fashion durante el período de este informe fueron las Tiendas del Mundo, nuestro socio suizo del Comercio Justo Claro, así como las Tiendas del Mundo en propiedad de la EZA. Es gratificante que muchos(as) clientes(as) de la antigua tienda de moda justa Anukoo ahora nos visitan en nuestras dos Tiendas del Mundo del primer y octavo distrito vienés. Para destacarnos más en el sector de las boutiques nos presentamos con nuestras colecciones dos veces al año en la feria Innatex, la más grande exposición de textiles naturales de Europa. La proporción de la moda justa en las ventas totales es del 5 por ciento.

Accesorios de moda

Este surtido abarca bisutería, carteras, bufandas y alcanza con 1.4 millones de Euros un 8 por ciento de las ventas totales. Las cifras contienen las ventas a las Tiendas del Mundo en Austria y Alemania, a nuestros socios europeos del Comercio Justo y a otros clientes individuales del sector institucional que realizan grandes compras. Estos últimos escogieron durante el período de este informe sobre todo productos del surtido de artesanías en lugar de accesorios de moda. Así se explica la reducción de ventas de -1.8 por ciento en este segmento.

Artesanías

Este segmento incluye artículos para la vivienda y decoración doméstica, cocina y mesa, juegos y deportes e instrumentos de música. Aquí se muestra – por las razones antes mencionadas – un aumento de las ventas de +8.6 por ciento a 2.1 millones de Euros. Las artesanías representan un 13 por ciento de las ventas totales de la empresa.

Activos

El valor del capital fijo se redujo debido a la completa depreciación de las instalaciones realizadas en la tienda de la EZA Anukoo Fair Fashion en la calle Gumpendorferstrasse en el sexto distrito vienes, debido al cierre de dicha tienda y por la depreciación programada. El valor de las existencias quedó el día del inventario por debajo del valor alcanzado el año pasado. Esto puede explicarse por un lado por la disolución de los valores de muchos artículos procedentes de los segmentos de artesanías, accesorios de moda y moda justa, que debido a la racionalización del surtido de productos fueron descontabilizados. Adicionalmente el favorable tipo de cambio del Dólar americano y el reducido inventario contabilizado en la fecha del informe jugaron un papel determinante. Las cuentas por cobrar aumentaron levemente. A la fecha del cierre el efectivo y cuentas de ahorro en los bancos muestran un nivel más bajo. Los impuestos activos latentes aumentaron levemente. En este caso se trata de un impuesto del 25 por ciento resultante de la diferencia entre el gravamen del balance fiscal comercial y el balance fiscal jurídico.

El año comercial de la EZA Fairer Handel GmbH comprende el período entre el 1.7.2018 hasta el 30.6.2019.

Pasivos

El capital social asciende a 638,000 Euros. La ganancia acumulada aumentó por la ganancia anual de 601,693 a 892,818 Euros. La cuota del capital propio es de 16.3 por ciento. El aumento del fondo de provisión se produce principalmente por la modificación del fondo de prestaciones, vacaciones y aniversarios, así como por las retenciones para compartir las ganancias. Las obligaciones bancarias contraídas se redujeron a raíz de las ganancias, las reducidas existencias y el pago de los préstamos para la construcción del edificio de la bodega y oficinas. Las obligaciones con los(as) pequeños(as) prestamistas se incrementaron a 3,935,891 Euros.

Haciendo los preparativos para tejer tradicionalmente: Nuestra organización social SASHA trabaja con la gente en la India, en pueblos donde ésta tecnología es todavía muy practicada.

Foto: EZA Fairer Handel/Rajiv Sahra



Cuadro del balance al 30 de junio de 2019

Todos los valores en euros	17/18	18/19	en comparación
Bienes inmateriales	23 659	10 982	-53.6%
Inmuebles	1 876 539	1 720 085	-8.3%
Inversiones	1 099	1 099	0.0%
CAPITAL FIJO	1 901 297	1 732 166	-8.9%
Existencias	6 122 735	5 815 460	-5.0%
Cuentas por cobrar y otros bienes	1 132 539	1 153 238	1.8%
Efectivo y cuentas de ahorro	599 194	523 477	-12.6%
CAPITAL CIRCULANTE	7 854 468	7 492 175	-4.6%
Asientos de delimitación de facturas	74 933	64 838	-13.5%
Impuestos activos latentes	73 755	81 596	10.6%
ACTIVOS	9 904 453	9 370 775	-5.4%
Capital social	638 000	638 000	0%
Reserva legal	0	0	
Balance acumulado de ganancias y pérdidas	601 693	892 818	48.4%
CAPITAL PROPIO	1 239 693	1 530 818	23.5%
FONDO DE PROVISIÓN	985 629	1 076 461	9.2%
Obligaciones bancarias contraídas	2 553 737	1 571 608	-38.5%
Obligaciones por pequeños préstamos otorgados	3 826 937	3 935 891	2.8%
Otras obligaciones	1 298 457	1 255 997	-3.3%
OBLIGACIONES	7 679 131	6 763 496	-11.9%
Asientos de delimitación de facturas	0	0	
PASIVOS	9 904 453	9 370 775	-5.4%

Análisis de ganancias y pérdidas

Todos los valores en euros	17/18	18/19	en comparación
Ingresos por ventas	16 008 185	16 101 326	0.6%
Otros ingresos empresariales	82 412	155 972	89.3%
Valor del inventario	10 353 613	10 041 715	-3.0%
INGRESOS	5 736 984	6 215 583	8.3%
Gastos de personal	3 337 083	3 280 528	-1.7%
Renta	213 220	203 575	-4.5%
Gastos de distribución	1 151 516	1 100 952	-4.4%
Gastos de administración	952 857	936 069	-1.8%
Gastos de amortización	255 081	243 893	-4.4%
Intereses	126 698	152 721	20.5%
Impuestos	1 743	14 562	735.0%
Impuestos activos latentes	-6 218	-7 842	26.1%
GASTOS	6 031 980	5 924 458	-1.8%
SALDO ANUAL	-294 996	291 125	-198.7%

LOS DIEZ PRINCIPIOS DE LA WFTO – ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO JUSTO

Como miembro de la WFTO, la EZA basa su quehacer general (y comercial) en estos 10 principios.



Balance de ganancias y pérdidas

Aunque los ingresos por ventas aumentaron en un +0.6 por ciento a 16,101,326 Euros, el valor del inventario pudo reducirse en un -3 por ciento. Esto se debe al más favorable tipo de cambio del Dólar americano y por la disolución de los valores de las existencias de ciertas artesanías. El significativo aumento de otros ingresos empresariales se debe a la rentable clausura de la tienda de moda justa Anukoo Fair Fashion.

Por segunda vez consecutiva se redujeron considerablemente los gastos de personal. A pesar del aumento del contrato colectivo y la participación de todos los(as) empleados(as) en las ganancias, se logró una reducción del -1.7 por ciento. El costo de renta refleja una reducción de los costos de alquiler debido al cierre de la tienda de moda justa Anukoo Fair Fashion. La reducción de los costos de distribución resulta del continuo ahorro en los gastos de publicidad. También se redujeron los gastos administrativos. Aquí sobre todo se pudo reducir los daños a los productos causados por el exceso de existencias. La depreciación y amortización se redujeron. Los pagos de intereses aumentaron porque la menor liquidez, debida a la pérdida del año anterior, tenía que ser equilibrada con préstamos bancarios.

Durante el año comercial 18/19 la EZA contaba con 71 empleados(as) (en la sede central y las tres tiendas propias), el año pasado eran 79. Haciendo la cuenta a tiempo completo se emplea a 55.3 personas (el año pasado eran 60.1). Con una organización sindical de más del 80 por ciento de los empleados, es la EZA Fairer Handel la empresa mejor organizada en el sector comercial en todo el estado de Salzburgo.

¡Vivir la alternativa!

Transparente, solidario, abierto al mundo, justo.
Cuidadoso con las personas y el medio ambiente.

INFORME ANUAL 2017/18



NATÜRLICH FAIR

