2020 REVISTA DE LOS MIEMBROS

WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION
EUROPE

EL COMPROMISO CLIMÁTICO DE LAS EMPRESAS EUROPEAS DE COMERCIO JUSTO

SOBRE NOSOTROS

ACCIÓN CLIMÁTICA

MIEMBROS DESTACADOS

USTED

ÍNDICE

2 Prólogo
3 Quiénes somos
4 Comercio Justo y los ODSs
5 Nuestros miembros
7 Una red mundial

8 Nuestro trabajo en Política
9 Comercio Justo y la Acción climática

10 Ojoba Collective
11 Gebana
12 Shared Interest
13 MYoMY
14 GEPA
15 Elvang
16 DECE - Networks Rumania

17 ¿Qué puede hacer?
18 Tienda web de Comercio Justo

AUTORÍA

¡Gracias a todas las empresas de Comercio Justo que participaron en esta revista! Un agradecimiento especial a las personas que fueron entrevistadas.

Autores: Mikkel Kofod Nørgård, Tess Hartmann, Anna Weber
Diseño: Anna Weber **Traducción:** Zulma Britez

Fotos: Proporcionadas por las organizaciones entrevistadas

ESTIMADO LECTOR,

Le damos una cordial bienvenida a esta segunda publicación de nuestra revista anual del capítulo europeo de World Fair Trade Organization.

Si hay algo que hemos experimentado en el 2020 es la importancia de la resiliencia y la solidaridad para superar desafíos muy complejos. Las empresas de Comercio Justo muestran esta solidaridad y esta resiliencia, especialmente en tiempos difíciles.

En nuestra publicación anual usted puede conocer los enfoques generales de los diferentes miembros europeos y cómo ponen a las personas y el planeta ante los beneficios económicos. Demuestran cómo las empresas orientadas por una misión impulsan normas progresistas sobre la sostenibilidad social y medioambiental, al tiempo que siguen siendo comercialmente viables.

Después de la resolución del año pasado de los miembros de WFTO de revisar el principio 10 del Comercio Justo, para intensificar los esfuerzos del Comercio Justo al hacer frente a la crisis climática y proteger nuestro planeta, esta publicación se centra principalmente en la crisis climática, los retos directos para nuestros miembros y sus enfoques innovadores para superarlos. Queremos destacar la relevancia del Comercio Justo en este debate. La sección "Para reflexionar" permite ver la constante mejora de nuestros miembros en todas las áreas de su negocio. ¡Porque sólo podemos lograr una verdadera sostenibilidad si nos enfocamos en una combinación de los aspectos sociales y ambientales!

Esta revista le guiará hacia modelos alternativos de empresas y en cómo WFTO apoya a sus miembros en su trabajo.

¡Y AHORA DISFRUTE DE LA VARIEDAD DE MIEMBROS DE WFTO Y SUS IDEAS!

Francesca Giubilo
Coordinadora Regional Europa

Contacte con nosotros

WFTO.Europe

WFTOEurope

WFTO_Europe

wfto-europe.org/

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos el capítulo europeo de World Fair Trade Organization. Como todos los capítulos regionales, apoyamos a nuestros miembros a nivel local para innovar las estructuras comerciales y cambiar nuestro modelo económico actual. Nuestros 105 miembros, de los cuales 60 están garantizados, establecen relaciones a largo plazo con sus productores/as y artesano/as dando importancia a factores como las condiciones de trabajo decentes, ingresos dignos y la protección de los derechos humanos y el medio ambiente.

Todos los miembros de WFTO demuestran que es posible crear modelos alternativos de negocios que ponen a las personas y el planeta ante los beneficios económicos. Por lo tanto, destacamos constantemente las prácticas comerciales de las empresas de Comercio Justo, especialmente en lo que respecta al liderazgo de las mujeres, las iniciativas medioambientales y la sostenibilidad social y medioambiental en su conjunto. Animamos a nuestros miembros a que trabajen juntos y colaboren para fortalecerse y propiciar el intercambio de sus mejores prácticas.

Nuestro trabajo diario consiste en promover el Comercio Justo, hacer incidencia, campaña y monitoreo en la región europea. Al estar situados en Bruselas, podemos influir en los responsables políticos junto con otros actores del movimiento. Somos la voz del Comercio Justo, y el vínculo entre nuestros miembros y el movimiento en su conjunto.

LOS 10 PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO

EL FUNDAMENTO DE NUESTRO ENFOQUE

Nuestro objetivo es poner a las personas y al planeta en primer lugar. Por lo tanto, basamos nuestro trabajo en 10 principios que son requisitos básicos para que las prácticas comerciales sean justas. La reducción de las desigualdades y la igualdad de oportunidades para los/as trabajadores/as, la mejora de su salud y sus condiciones de vida, la protección del medio ambiente y de las economías locales son ejemplos de estas prácticas. Nuestros 10 principios establecen la forma en que las empresas de comercio justo trabajan a nivel económico, social, ético y ambiental. Por lo tanto, nuestros miembros y potenciales miembros están siendo constantemente evaluados en cuanto a su capacidad de cumplir con estos principios, y se les anima a trabajar juntos para alcanzarlos e incluso ir más allá de estos principios, cuando sea posible.

Estos 10 principios de Comercio Justo son una forma no sólo de establecer un estándar para nuestros miembros, sino de ir más allá y apuntar a una mejora constante. Nuestro Sistema de Garantía está para verificar el cumplimiento de los miembros y orientarlos hacia estrategias de solución en caso de que tengan dificultades. Nuestra filosofía no es "castigar" a las empresas ya vulnerables, sino ayudarlas y encontrar soluciones para mejorar su modelo de negocio, permaneciendo fieles a los valores en los que creemos.

COMERCIO JUSTO Y LOS ODS

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas establecen metas claras sobre diferentes aspectos sociales y sostenibles que deben alcanzarse para el año 2030. Las empresas de Comercio Justo contribuyen de manera significativa al logro de estos objetivos, a través de su enfoque integral y la misión incorporada a su actividad principal.

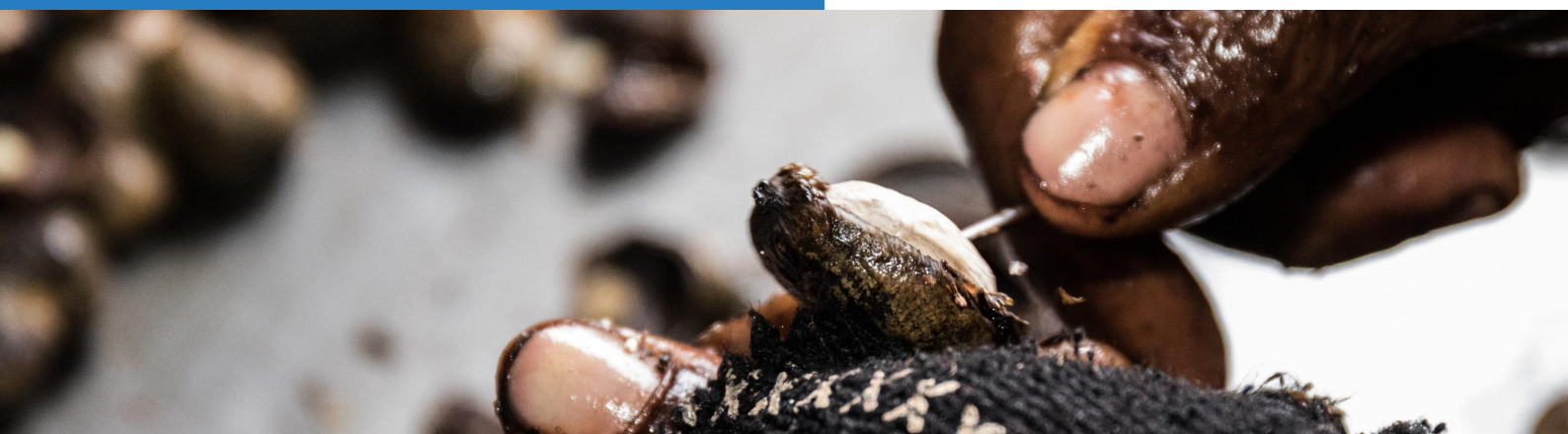
LA INTECONEXIÓN Y NUESTROS PRINCIPIOS

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) forman parte de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y ofrecen un enfoque integral para abordar los retos actuales y futuros en una alianza mundial. Con 17 acciones concretas, los ODS trazan la interconexión de todos los sectores para acabar con la pobreza, mejorar la salud y la educación, lograr una economía ecológica y justa y, al mismo tiempo, abordar el cambio climático.

Esta publicación debe destacar una vez más las estrechas conexiones entre los ODS y los 10 principios del Comercio Justo, ya que WFTO-Europa participa en el proyecto "Trade Fair Live Fair" financiado por la Comisión Europea. Este proyecto tiene por objeto aumentar la conciencia sobre el Comercio Justo y su contribución a los ODS.

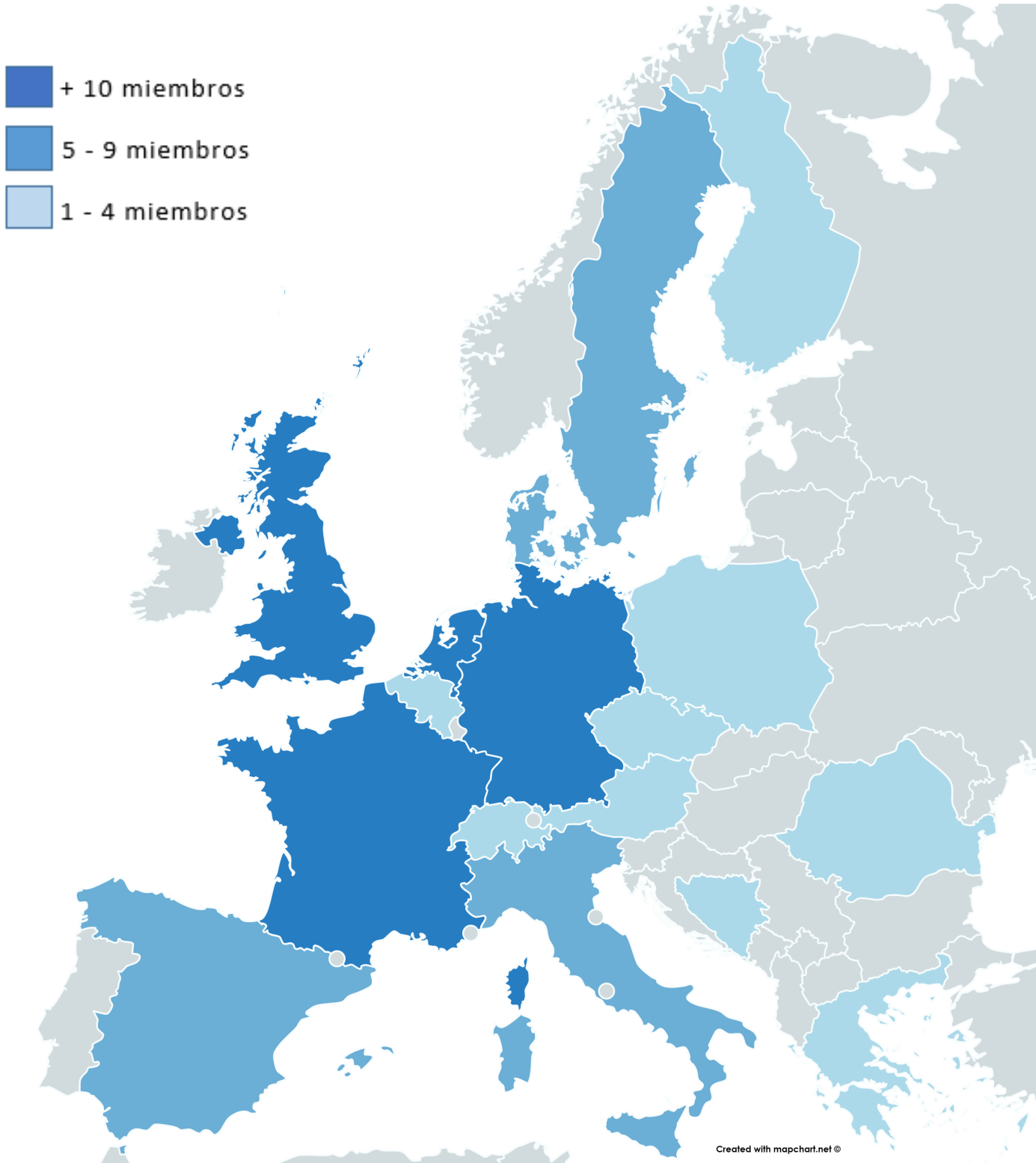
Aquí puede ver cómo los principios del Comercio Justo se relacionan directamente con algunos de los ODS. El Comercio Justo se da cuenta de las consecuencias multidimensionales que se derivan de la pobreza y lucha contra estos desafíos con un enfoque integral que no sólo se centra en la creación de oportunidades para los/as productores/as económicamente desfavorecidos/as, sino que también considera la sostenibilidad social y ambiental como objetivos fundamentales.

ENTRE LOS ODS Y EL COMERCIO JUSTO



MEMBRESIA DE WFTO-EUROPA

105 MIEMBROS — EN **17** PAÍSES EUROPEOS



NUESTROS MIEMBROS

AUSTRIA - 3
ARGE Weltläden
EZA Fairer Handel
Zotter Schokoladen Manufaktur

BÉLGICA - 4
Belgian Fair Trade Federation
Elecosy bvba
Oxfam-Magasins du monde
Oxfam Wereldwinkels *

BOSNIA Y HERCEGOVINA - 1
BHcrafts doo

REPÚBLICA CHECA - 1
Fairtrade Czech Republic and Slovakia

DINAMARCA - 5
egos Copenhagen
Elvang Denmark A/S
Én Gry & Sif
Fair Trade Danmark
U-landsforeningen Svalerne

FINLANDIA - 4
Mifuko
Ojoba Collective
Tampereen Kehitysmaakauppa
The Finnish Association of Worldshops

FRANCIA - 12
Au-delà des Frontiéres
Bouga CacaO
Commerce Equitable France
Dardenne
Esperanza Café *
Fédération Artisans du Monde
Karethic (Terrethic)
Les Jardins de Gaia
Les Mouettes Vertes
CMC Malongo
RDV Productions
Solidar'Monde

GRECIA - 1
Syn Allois *

ALEMANIA - 19
Cha Dô Teehandels GmbH
Chotanagpurgruppe
El Puente
Fair-Band
FairMail Cards
Fair-NETZ *
Forum Fairer Handel
GEPA Fair Trade Company
GLOBO Fair Trade Partner
Heidelberger Partnerschaftskaffee*
Mekhada *
Mitka *
Nepalaya *
Nyuzi BlackWhite*
Ökotopia *
Paigh
Tatico *
Weltladen-Dachverband
WeltPartner eG

ITALIA - 6
Associazione botteghe del mondo
CTM Altromercato Soc. Coop.
CTM Agrofair Italy
Equo Garantito
FAIR*
Libero Mondo scs *

PAÍSES BAJOS - 15
AlchemiA
Amandla
EFTA (European Fair Trade Association)
Esgii *
FairForward B.V.
Kanika *
MYOMY do goods
Sarana
See Me
Simbólica Fair Trade
Siyabonga *
Sjaal met Verhaal *
Tahoua Import
Textielwerkplaats Sari V.O.F.
Zimba-Arts *

POLONIA - 2
The Polish Fair Trade Association
Szczypta Świata *

RUMANIA - 1
S.C Networks Trading Srl - DECE

ESPAÑA - 6
Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ)
EquiMercado *
Fundacion COPADE España
Fundación Isabel Martín *
Initiativas de Economia Alternativa y Solidaria (IDEAS)
Oxfam Intermón

SUECIA - 5
The House of Fair Trade
Fair Monkey ekonomisk förening
Sackeus AB
IM Swedish Development Partner
The Swedish Organisation of Fair Trade Retailers

SUIZA - 3
El Tucan
Gebana
Tropical Mountains

REINO UNIDO - 17
Artisan Life*
BAFTS
Ecoffins
Fair Trade Scotland
Greater Goods
Island Spirit
Just trading Scotland *
Mayamiko *
People Tree
Re-wrap Association
Scottish Fair Trade Forum
Secret Pillow Project *
Shared Earth
Shared Interest
The Fair Trade Furniture
Traidcraft Exchange
Traidcraft PLC

** Los Miembros Provisionales son aquellos que* aún no han implementado todo el proceso de auditoría del Sistema de Garantía

UNA RED MUNDIAL

World Fair Trade Organization está presente en todo el mundo. A través del compromiso de muchos miembros entusiasmados y más de 300 empresas de comercio justo podemos presentarles con orgullo estas cifras de impacto que se describen en un estudio reciente realizado por la oficina global.

323 EMPRESAS DE COMERCIO JUSTO

EN **76** PAÍSES

965,700
CONDICIONES DE VIDA IMPACTADAS

52 %
DE CEOS SON MUJERES

92 %
REINVIERTEN TODAS SUS GANANCIAS EN SU MISIÓN SOCIAL

74 %
DE LOS MEDIOS DE VIDA IMPACTADOS SON LIDERADOS POR MUJERES

4 veces
MENOS PROBABLE QUE VAYA A LA QUIEBRA

Conozca más

Para saber más sobre los miembros de WFTO a nivel mundial, consulte el informe sobre Modelo Empresarial Alternativo, una investigación que muestra los principales puntos de vista sobre las empresas de Comercio Justo.

Publicado a principios de este año, el informe brinda una mejor comprensión de la revolución en los negocios por la que luchan estas empresas dirigidas por una misión.

NUESTRO TRABAJO EN LA POLÍTICA

Para cambiar sustancialmente el comercio de las formas convencionales hacia modelos social y ambientalmente sostenibles se necesita un debate y una colaboración en varios niveles. Por ello, uno de los pilares de nuestro trabajo consiste en el trabajo político, a menudo junto con otros actores del Movimiento de Comercio Justo o la amplia red de Economía Social. Por el momento, los dos temas principales en los que incidimos son los siguientes:

EL PACTO VERDE EUROPEO

La Unión Europea tiene como objetivo la obtención de la neutralidad climática para el año 2050. Para enfatizar constantemente los valores del Comercio Justo a nivel europeo, proporcionamos información sobre diferentes propuestas realizadas para la Comisión Europea, como los objetivos climáticos para el 2030 o la Ley Europea sobre el Clima

En estas discusiones acordamos nuestros puntos clave con otros actores del movimiento para garantizar una transición justa y equitativa hacia una Europa climáticamente neutra:

1. Orientación y apoyo a las PYMES;
2. Impacto internacional y cohesión política de la UE;
3. Apoyo a los enfoques empresariales integrales y mejora de las prácticas comerciales justas.

Con toda nuestra colaboración, representamos los valores de nuestros miembros y del Comercio Justo con un énfasis constante en la importancia de los modelos empresariales alternativos y en cómo éstos ofrecen posibilidades viables hacia un futuro más sostenible desde el punto de vista social y medioambiental.

UNA ESTRATEGIA ALTERNATIVA PARA TEXTILES SOSTENIBLES

Una amplia coalición de ONGs del ámbito social y ambiental ha elaborado una Estrategia Europea para textiles, prendas de vestir, cuero y calzado sostenibles, dirigida a la sociedad civil, en la que se exponen las repercusiones sociales, ambientales y de gobernanza del sector textil en un documento de carácter prospectivo, previo a la estrategia general de la UE para los textiles, prevista para el 2021.

Pedimos a la UE que promueva y apoye el desarrollo de una sólida industria circular de textiles, prendas de vestir, cuero y calzado que respete los derechos humanos, cree puestos de trabajo decentes y se adhiera a normas ambientales y de gobernanza responsables en toda su cadena de valor, en la UE y fuera de ella.

“Esta "Estrategia Alternativa" ofrece a la Comisión los conocimientos especializados combinados de 65 organizaciones de la sociedad civil que tienen años de experiencia en el manejo de las diversas repercusiones del sector. No se trata de un menú del que la Comisión pueda escoger iniciativas específicas y dejar otras atrás, sino de una estrategia global en la que la adopción de medidas en cada campo fortalece los esfuerzos realizados en otros”.

Sergi Corbalàn- Director Ejecutivo de Fair Trade Advocacy Office

EL MUNDO EN EL QUE VIVIREMOS MAÑANA

El Comercio Justo es ampliamente conocido por sus estándares sociales, por su trabajo y su eficacia en la mitigación de la pobreza. Parece haber menos conocimiento del trabajo y la importancia del Comercio Justo en las preocupaciones ambientales y en particular en la crisis climática. Aquí, deseamos demostrar algunas formas concretas en las que las empresas de Comercio Justo dentro de la membresía de WFTO abordan y contribuyen positivamente a la protección del medio ambiente y a la mitigación de la crisis climática.

"El respeto por el medio ambiente" siempre ha estado entre los 10 Principios de Comercio Justo de WFTO. Incluye criterios sobre la mitigación de la contaminación del agua y el suelo, así como criterios sobre el ahorro de energía durante la producción, el transporte de productos principalmente por mar, la reducción de los desechos y el uso de embalajes respetuosos con el medio ambiente. En la última reunión general anual de WFTO, los miembros a nivel mundial votaron a favor de reforzar estos criterios y añadir criterios específicos sobre la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y la eliminación del uso de plásticos. Como tal, el Comercio Justo ya contribuye a la protección de nuestro planeta y también incluye cada vez más la acción climática.

Sin embargo, su contribución más importante sigue siendo la innovación en modelos alternativos de negocio. Décadas de acciones empresariales convencionales sobre una base voluntaria han mostrado, en su mayoría, un progreso modesto y mucho compromiso con el medio ambiente. Cuando la quema de ropa nueva y sin vender se convierte en una práctica comercial válida, es evidente que el modelo comercial en sí mismo es el problema de fondo. Nuestros miembros aquí destacados demuestran cómo las empresas orientadas por su misión son capaces de contribuir significativamente a los esquemas de producción sostenible y responsable y a la acción climática (ODS 12 y 13) a través de sus prácticas comerciales fundamentales. Poner a las personas y al planeta ante los beneficios económicos es la clave de su enfoque: no estar obligados a aumentar los beneficios económicos para obtener dividendos para los inversionistas y los accionistas les permite y anima a perseguir estándares más altos alineados con su misión (y los ODS) en todo su trabajo y en sus prácticas comerciales. Los beneficios que obtienen se reinvierten en la empresa y su misión, o se redistribuyen entre los/as trabajadores/as y productores/as con los que trabajan o emplean.

Las Empresas de Comercio Justo no son sólo un nicho; son un laboratorio de lo que toda empresa debe llegar a ser. En un mundo de recursos escasos y crecientes desigualdades, el mundo empresarial debe reinventarse a sí mismo.

Prof. Olivier De Schutter
Ex Relator Especial de las Naciones Unidas sobre el Derecho a la Alimentación, Miembro del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas

UN ENFOQUE INTEGRAL

A estas alturas es de conocimiento público que las comunidades más pobres y marginadas se encuentran sistemáticamente entre las más afectadas por los efectos negativos de la crisis climática. Sectores como el del café y el cacao tienen ejemplos reales de productores/as primarios/as que sufren por la falta de medios para invertir en una producción más sostenible mientras que se les deja asumir los costos de una producción insostenible. Aunque están proveyendo la materia prima indispensable para dos sectores altamente rentables, luchan con una eterna situación de pobreza, con precios de producción por debajo del costo y costos adicionales por " factores externos" como la contaminación del suelo, el agua y la deforestación. A demás, la huella ecológica habitual del café y el cacao se ve agravada por la existencia de estos problemas. Con el enfoque integral del comercio justo, los miembros de WFTO-Europa abordan ambas cuestiones, dándose cuenta de que están interrelacionadas y que ambas son fundamentales para mejorar los medios de vida de esas comunidades. Mediante relaciones comerciales a largo plazo, el pago justo, el empoderamiento de la mujer y la creación de capacidades, los miembros ayudan a sus productores a ganarse la vida con métodos de producción más sostenibles y a seguir mejorándolos por el bien tanto de sus comunidades locales como del planeta.

CUIDADO DE LA PIEL Y DE LA COMUNIDAD

Los aceites de plantas naturales de procedencia ética y los ingredientes de alta calidad combinados con el empoderamiento de las comunidades marginadas definen el carácter y la misión del Ojoba Collective. Esta empresa social y miembro garantizado de WFTO muestra cómo apoyar de forma impactante a las comunidades rurales de Ghana.

Misión

El objetivo de Ojoba Collective es utilizar los principios del Comercio Justo como vehículo para crear comunidades rurales saludables, empoderadas y ambientalmente sostenibles. Lo hacen a través de seis puntos que definen su misión:

1. Adherirse a los más estrictos estándares de Comercio Justo
2. Empoderar a las mujeres de África Occidental
3. Apoyar el desarrollo de la comunidad
4. Ser ambiental y económicamente sostenible
5.Proporcionar ingredientes seguros y de alta calidad para la industria de los cosméticos naturales
6. Inspirar a Otros!

Desafíos

Los/as socios/as de Ojoba Collective, agricultores tradicionales que viven al borde del desierto del Sahara, sienten las amenazas directas del cambio climático, la deforestación y la erosión que afectan a sus medios de vida. Ellos/as tienen que hacer frente a lluvias impredecibles, a un suelo rocoso pobre y sienten la creciente inseguridad debido al cambio climático.

El enfoque central de Ojoba Collective aborda la acción climática, trabajando en estrecha colaboración con sus productores/as en Ghana para desarrollar juntos soluciones sostenibles.

Soluciones

Ojoba Collective ha estado trabajando en la misma aldea y región durante los últimos 18 años, ejecutando un modelo de comercio justo y desarrollo sostenible. Gracias a un pago justo y a un socio confiable, la comunidad pudo eliminar el hambre, permitir la educación de sus hijos y mejorar constantemente sus prácticas.

La combinación de la sostenibilidad ambiental y social es crucial para Ojoba Collective. Durante los últimos años, han podido reducir la leña utilizada para la producción de karité en un 80 % gracias a la aplicación de tecnologías solares, de simples estufas cohete y mediante el uso de residuos de manteca de karité como biocombustible alternativo. Además, se ha impartido capacitación en permacultura y talleres sobre prácticas agrícolas orgánicas adecuadas con los/as agricultores/as, que luego han difundido los conocimientos en su comunidad.

En el mercado internacional, Ojoba Collective mejora su impacto ambiental mediante la reutilización, el reciclaje y el compostaje, especialmente en el caso de los embalajes, todos reciclables. Además, también sus artículos de oficina e impresiones son reciclados y respetuosos con el medio ambiente.

Para reflexionar

Vea el panorama general

Ojoba Collective no sólo está interesado en sus socios de producción, sino en las comunidades en su conjunto. Por lo tanto, inician y cofinancian múltiples proyectos de desarrollo social en las aldeas donde operan junto con su socio comercial LUSH. Estos proyectos van desde la atención sanitaria y la educación gratuitas sobre el paludismo hasta las clases de alfabetización de adultos y una biblioteca comunitaria construida con fondos de microcrédito. Todos estos proyectos muestran la importancia de los múltiples aspectos del apoyo a las personas marginadas, especialmente con el objetivo de darles acceso a la educación, al capital y a las posibilidades de vivir una vida más saludable

Conductor del cambio

Cuando se fundó la Cooperativa de Mujeres Baobab en el 2013, la alianza de Ojoba Collective con ellas fue de gran importancia. Proporcionaron maquinaria y capacitación sobre cómo utilizar las semillas de los frutos del árbol baobab para obtener un aceite valioso. Mientras que antes el fruto del baobab sólo se utilizaba para el consumo local, ahora estas mujeres tienen una nueva fuente de ingresos: la recolección de las semillas de esta planta para crear un aceite no elaborado de alta calidad, perfecto para el mercado internacional y la industria cosmética.

MERCADO MUNDIAL DE LOS/AS PRODUCTORES/AS

Gebana tiene un enfoque innovador hacia la sostenibilidad y los negocios. Una empresa que vende frutas frescas y secas, nueces, café y cacao de alta calidad en el mercado europeo, además de inversionista, una plataforma para compartir conocimientos y una entidad que conecta a los/as agricultores/as y los/as consumidores/as.

Misión

La misión de Gebana es crear cadenas de valor directas desde el/la pequeño/a agricultor/a hasta el consumidor. De esta manera, Gebana asegura la producción de alimentos auténticos con el máximo valor social y ambiental. Gebana se caracteriza por su persistencia y resiliencia, especialmente en regiones arriesgadas y difíciles. Una vez que deciden colaborar con los/as agricultores/as de una determinada región, Gebana no se retira hasta que se haya logrado el éxito.

Con su enfoque global y sostenible, Gebana está "cambiando las reglas" del juego: múltiples pequeños pasos y la mejora constante definen su enfoque para hacer negocios.

Desafíos

La visión integral de Gebana hace que se perciban y luchen contra múltiples problemas, desde las mejores soluciones de transporte y embalaje hasta un pago justo a todos. Además, el consumidor desempeña un papel importante en este proceso al comprar en grandes cantidades, mediante el pedido previo y el consumo estacional.

Soluciones

Gebana pone al/la **productor/a en el centro del comercio** y del desarrollo sostenible. Las visitas regulares, la creación de capacidades y la prefinanciación proporcionan productos sostenibles y de alta calidad. Por ejemplo: para evitar el uso de plaguicidas abolidos, profesionales externos visitan las granjas para ayudar a los/as productores/as con el tratamiento orgánico de las plantas.

Evitar el desperdicio de alimentos, el re-envasado innecesario y los medios de transporte más largos son cruciales para Gebana: los productos frescos se pueden pedir por adelantado en línea, lo que permite el **envío directo al consumidor**. En general, Gebana **entrega paquetes grandes**: ¡esto evita las múltiples estaciones de re-envasado y el almacenamiento intermedio en refrigeradores, resultando en menos residuos y menos gases de efecto invernadero! Además, todos los productos, excepto la piña fresca, se entregan sin necesidad de transporte aéreo.

Gebana ha construido desde cero sus propias plantas de producción. Esto no sólo garantiza altos niveles de calidad a lo largo de toda la cadena de suministro, sino que también genera nuevos empleos: por ejemplo, 4.100 agricultores/as trabajan para Gebana en Burkina Faso, de los/as cuales 2.800 están amparados/as por el certificado orgánico propio de Gebana

Para Reflexionar

Plataforma de fondos colaborativos

Gebana comparte públicamente sus conocimientos en su plataforma para permitir que proyectos interesantes accedan a los mercados y sean apoyados por los consumidores. Actualmente, 21 proyectos han sido completados con éxito!

¡Un enfoque revolucionario!

Gebana está implementando gradualmente un sistema innovador en el que el 10 % de los precios de venta al cliente final vuelven directamente a los agricultores, en forma de un pago adicional sobre el precio de compra regular. Gebana demuestra que son posibles formas alternativas de hacer negocios: ¡en el 2019 redistribuyeron un extra de 120.000€ a sus agricultores!

Siempre hacia adelante

Gebana quiere que sus agricultores mejoren continuamente. No sólo aprendiendo sobre las prácticas sostenibles y el uso del campo, sino también a través de la educación en otras áreas: por ejemplo la práctica de la apicultura - esto permite a los agricultores producir una miel sabrosa, mientras que se cuida la biodiversidad.

FINANCIANDO EL COMERCIO JUSTO

Shared Interest Society ha estado ofreciendo préstamos y facilidades financieras para empresas y cooperativas de comercio justo desde 1990. La mayoría de sus prestatarios (70%) no tienen ningún otro acceso a la financiación y su enfoque único también cubre a productores/as de artesanía.

Misión

Shared Interest trabaja con la creencia de que los pequeños/as agricultores/as, los/as productores/as y sus comunidades deberían poder salir de la pobreza mediante el comercio. Para que puedan hacerlo, se requieren: condiciones comerciales justas y acceso a la financiación. La misión de Shared Interest es proporcionar financiación a este tipo de productores/as que de otro modo no tienen medios, por ejemplo, de prefinanciación para cubrir los gastos de producción hasta el momento de la cosecha.

Desafíos

Shared Interest trabaja con productores/as pobres y marginados/as, que generalmente son considerados/as demasiado arriesgados/as por los prestamistas "ordinarios", ya que tienen poca o ninguna seguridad. Muchos de sus prestatarios no tienen ningún otro medio para acceder a la financiación. Últimamente, el cambio climático se está sumando a los desafíos de los/as productores/as con quienes Shared Interest trabaja, como la pérdida de rendimiento a causa de las sequías y/o inundaciones, al igual que los tiempos de cosecha cada vez más impredecibles. Esto no es sólo un problema para los/as productores/as, sino también para Shared Interest, ya que están programando los préstamos pendientes y el tiempo de reembolso, que por lo general se reparte en diferentes momentos del año. Otra parte singular de su labor es la concesión de préstamos a los/as productores/as de artesanías, que difiere notablemente de la mayoría de los prestamistas sociales.

Soluciones

Shared Interest ha diversificado sus préstamos y ofertas financieras en más de 48 categorías a fin de llegar a más productores/as y también distribuir - y por lo tanto reducir - su riesgo. La organización está muy orgullosa que desde su creación nunca han perdido ninguna de las inversiones de sus miembros. Para fortalecer y capacitar aún más a los/as productores/as, la Fundación de Shared Interest, una organización benéfica hermana, se centra en la creación de capacidades y en proyectos de mejora para los/as productores/as. Uno de los objetivos en el futuro será la mitigación del cambio climático y la resiliencia.

Este año, Shared Interest ha sido galardonada por tercera vez con el **Premio de la Reina al Desarrollo Sostenible**, por sus productos y servicios comercialmente exitosos para el beneficio de la sociedad, el medio ambiente y la economía. Es un símbolo del compromiso de Shared Interest de combinar la sostenibilidad social y ambiental.

Un ejemplo de los clientes más antiguos de Shared Interest es también un miembro de WFTO, Candela Perú. Ellos han logrado mantener una preciosa relación en la Amazonía peruana. Fundada en 1989, la visión de Candela es fortalecer las cadenas de valor de la producción amazónica y andina capacitando a los/as productores/as rurales para que hagan un uso sostenible de sus ecosistemas nativos.

Para Reflexionar

Inversión para el cambio

Más de 11.500 miembros del Reino Unido invierten un total de £44 millones en Shared Interest. Los miembros obtienen una tasa de interés del 0,25% en su inversión, pero muchos renuncian a ella. Esto es a pesar del hecho de que invierten con riesgo ya que Shared Interest no está cubierto por garantías gubernamentales en caso de quiebra. De hecho, los miembros en promedio han invertido durante 14 años con Shared Interest. Estas personas - que invierten desde 100£ hasta 100.000£ - lo hacen para ayudar a los marginados a salir de la pobreza y confían en el enfoque del Comercio Justo. En 2019 estos miembros permitieron que Shared Interest apoyara a casi 400.000 productores/as en 55 países.

Financiación de asociaciones comerciales

Shared Interest también presta y ofrece facilidades a los/as compradores/as de Comercio Justo, de modo que puedan comprar de productores/as de artesanía que de otro modo no podrían. De hecho, Shared Interest es el único para conceder préstamos a productores/as de artesanía (mediante la prórroga), ya que no tienen otro lugar a donde acudir para obtener financiación. El riesgo es mucho mayor cuando se presta a esos grupos y las cantidades que se necesitan son muy pequeñas, pero el impacto es significativo. Las artesanías constituyen actualmente el 12% de la cartera de Shared Interest – lo cual es bastante teniendo en cuenta que el cacao es su mayor producto, con un 24%.

HACER Y SENTIR LA BUENA MODA

El camino hacia los bolsos con diseño de alta calidad y con impacto social y ambiental no es fácil. Pero gracias a la misión y el compromiso de MYoMY, los/as artesanos/as asiáticos están capacitados/as para producir bolsos con estilo y de gran calidad, hechos de materiales sostenibles y que cuentan una historia positiva

Misión

Con la misión de "hacer lo correcto", MYoMY ha dividido sus principios básicos en tres partes:

1. Empoderar a las Personas

MYoMY pone a las personas y a sus comunidades en el centro de su trabajo. Especialmente, la colaboración con sus dos productores en la India y Bangladesh muestra el compromiso de MYoMY en el apoyo, la capacitación y el desarrollo de asociaciones equitativas a largo plazo.

2. Materiales Sostenibles

La elección del material es muy importante para MYoMY y se lleva a cabo con cuidado. Más información en "Soluciones".

3. Estilo de Vida Consciente

Mediante la creación de una comunidad con iconos positivos y a través de la narración de historias, MYoMY crea conciencia sobre la importancia de la moda sostenible.

Desafíos

Algunas de las dificultades más grandes que MYoMY enfrenta son la corrupción y las reglamentaciones en Bangladesh, que complican la producción sostenible. Otros desafíos incluyen el transporte y la búsqueda de materiales alternativos de embalaje

Soluciones

Los materiales sostenibles son parte de la misión de MYoMY. Su cuero producido en la India está certificado y puede llamarse con orgullo cuero ecológico. Además, gracias a la cooperación con la empresa "Waste2Wear", MYoMY avanzó con el forro que ahora está hecho de residuos que se recogen en Nueva Delhi y en China y que se transforma en material de forro 100% reciclado.

MYoMY trabaja en estrecha colaboración con el gobierno holandés para luchar contra la corrupción en Bangladesh. Juntos, influyen en la industria del cuero al unir recursos, mejores prácticas y conocimientos locales. MYoMY considera que es su responsabilidad comercializar de forma justa, pero también cambiar el sistema cuando sea posible.

La transparencia es la clave de MYoMY. Al informar al público sobre los aspectos de la sostenibilidad con los que lucha, MYoMY demuestra su compromiso con la mejora permanente y la necesidad de dar un paso tras otro. Por ejemplo, el transporte es un gran problema ya que los pedidos son estacionales y demasiado pequeños para llenar un contenedor entero. Por ahora la mejor opción de MYoMY es el transporte aéreo como una decisión consciente para evitar el doble transporte por barco y avión.

Para Reflexionar

Comience cuando otros renuncian

Poco después de la catástrofe de Rana Plaza en Bangladesh, en la que muchas empresas abandonaron el país, MYoMY vio la necesidad de mejorar la situación local. Junto con la agencia gubernamental holandesa RVO, MYoMY logró apoyar a su socio Leatherina para crear una fábrica que ahora emplea a 40 personas - en 2017 era sólo una mujer con una visión.

Empoderarse mutuamente

Majeda trabajaba como señora de la limpieza para el socio de MYoMY, Leatherina, pero en sólo dos años Majeda obtuvo responsabilidades administrativas y de gestión. Durante las visitas regulares de MYoMY, ellos pueden ver cómo no solo Majeda, sino muchas personas crecen y desarrollan sus habilidades a través de las posibilidades que ofrecen MYoMY y Leatherina.

Nunca dejes de explorar

Para ser un agente de cambio positivo, MYoMY dedica mucho trabajo a probar nuevos materiales. Cuero de champiñón, Piñatex (tela de hojas de piña) o material vegano: MYoMY trabaja con estos materiales para descubrir su potencial y seguir evolucionando como empresa.

COMERCIO + RED+ INCIDENCIA

Con 131 socios comerciales en 45 países y una facturación anual de venta al por mayor de aproximadamente 74 millones de euros, GEPA es la mayor empresa de comercio justo de Europa que ofrece una variedad de productos que van desdealimentos, hasta decoración y ropa bellamente elaborada. Pero el trabajo de GEPA no sólo se centra en el comercio. En efecto, su misión se basa en tres pilares

Misión

El objetivo corporativo de GEPA consiste en tres ideas principales sobre las cuales GEPA construye sus estrategias y prácticas:

1. Promover a los/as productores/as desfavorecidos/as, especialmente en el Sur Global
2. Influenciar y cambiar las actitudes de compra de los consumidores en el Norte
3. Influenciar y cambiar las estructuras injustas del comercio internacional mediante el trabajo de lobby y de promoción

Para GEPA, uno de los tres pilares no está en todo su potencial sin los otros, por lo que GEPA tiene un enfoque único de unir las tres partes en su negocio principal.

Desafíos

Es fundamental comprender que el trabajo con los/as pequeños/as agricultores/as es en sí mismo una gestión de crisis constante con nuevas dificultades que afrontar. Además, el cambio climático también presenta otros desafíos: las condiciones meteorológicas hacen que los tiempos de cosecha sean más difíciles y menos predecibles y los extremos meteorológicos causan altos costos, menores rendimientos y, en última instancia, escasez de suministro para la propia GEPA.

Soluciones

Durante casi 45 años, GEPA ha trabajado para mejorar la vida de los/as productores/as marginados/as, y siempre respetando la naturaleza. Ya sea utilizando materiales de embalaje alternativos, combatiendo la escasez de suministro mediante combinaciones de ingredientes alternativos o asegurando la biodiversidad en los campos. Pero en general el enfoque de GEPA es que:

> **La prevención es la mejor solución**
>
> Veseliina Vasileva - Asesor de Política GEPA

GEPA se centra en la creación de sólidas asociaciones con sus productores mediante la facilitación de talleres, la prefinanciación a pedido y la solución cooperativa de problemas. Esto permite a sus agricultores/as cultivar de manera sostenible y estar preparados/as para nuevos desafíos.
Su objetivo es abordar los problemas de la pobreza y del cambio climático a través de su labor de promoción. En colaboración con otras organizaciones, son muy activos en la influencia de los tomadores de decisiones y políticas y en la realización de investigaciones de alta calidad. GEPA destaca las necesidades de los/as pequeños/as agricultores/as, ya que estos actores involucrados suelen ser supervisados por los responsables de las políticas.

Para Reflexionar

Confianza y Apoyo para el cambio
El 84% de los productos de GEPA están certificados como orgánicos. Para asegurar una transición sin problemas para sus agricultores, GEPA a menudo paga la prima orgánica durante el proceso y no sólo una vez que el cambio se ha logrado, dándoles a los/as agricultores/as más posibilidades, apoyo y seguridad.

Facilitar, no reinventar
Escuchar es más importante que forzar soluciones: durante los talleres en el Perú y Uganda, GEPA estructuró los conocimientos que ya existían en la comunidad para desarrollar estrategias de adaptación al cambio climático.

En tu propia puerta - empieza contigo mismo
La sostenibilidad consiste en la mejora constante en todos los factores. GEPA está tomando múltiples medidas para reducir las emisiones de su sede:

- Una central térmica propia para la electricidad verde
- Casi 2000 metros cuadrados del techo de la sede están verdes con diferentes plantas
- En bicicleta al trabajo: el personal de GEPA obtiene precios especiales para las bicicletas.
- Medir la huella de CO_2 para ver si hay espacio para la mejora
- Compensar las emisiones inevitables plantando diferentes árboles con su socio en las Filipinas
- Entrega CO_2-neutral a través de DHL GoGreen

MODA DE ALTA COSTURA RESPONSABLE

Elvang es una marca de diseño de alta costura, que combina la lana de alpaca peruana con el diseño escandinavo. Durante 15 años, han demostrado el valor del diseño de calidad producido de manera responsable, desde el esquileo de la alpaca hasta el embalaje de los productos para los clientes o minoristas.

Misión

El principal impulso de Elvang es ser responsable en todos los aspectos de su negocio. En la práctica, esto se lleva a cabo a través de

- Altos estándares para las condiciones de trabajo y un pago justo para los pastores de alpacas que viven en zonas inaccesibles, en lo alto de las montañas de los Andes.
- Medidas rigurosas sobre el impacto ambiental y,
- La reducción de los embalajes y los residuos.

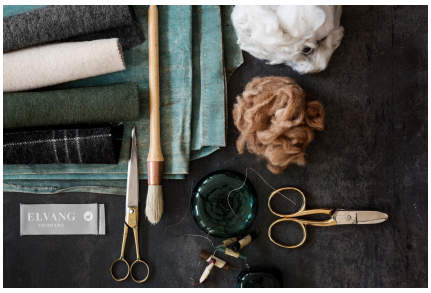
Para Elvang, la sostenibilidad social y ambiental van de la mano, y esta es la base de su enfoque para ser una empresa responsable.
Elvang comenzó en un ambiente de moda donde era poco común asociar el Comercio Justo con productos de diseño de alta costura.

Desafíos

Los pastores de alpacas, que proporcionan la lana que es la base de todos los productos de Elvang, viven en lugares remotos e inaccesibles en lo alto de la Cordillera de los Andes, donde pastan las alpacas. Son en su mayoría analfabetos y no tienen forma de acceder a los mercados para su lana de alpaca por sí mismos. La industria de la moda también es conocida por lidiar con varios impactos ambientales y climáticos negativos de la producción, especialmente el teñido

Soluciones

Cuando los fundadores Lasse y Tina Elvang descubrieron las maravillas de la lana de alpaca en un viaje al Perú, elaboraron una lista de productores que se comprometieron a colaborar de manera buena y responsable con los pastores. El productor de tejidos que eligieron - con el que han colaborado desde sus inicios hasta hoy- se destacó en particular por su apoyo y por las condiciones comerciales justas con los pastores, así como con los empleados directos de la empresa de tejidos.



Los textiles de Elvang están teñidos con colores certificados por Eco-tex y están compuestos principalmente de fibras recicladas para minimizar los residuos. Además, Elvang envía al menos el 90% de las remesas por mar, y en 2018 alcanzaron el 93%.

Asimismo, Elvang tiene un enfoque innovador de los embalajes: reutilizan todos los embalajes de su proveedor en el Perú, cortándolos de nuevo para ajustarlos a lo que hay que enviar, por ejemplo, a los minoristas. Para asegurarse de que está claro que el empaque es de Elvang, han desarrollado ciertas pegatinas para pegar en la caja del embalaje reajustado.

Para Reflexionar

Beneficios para socios y trabajadores

El trabajo de Elvang con su productor en Perú también ofrece desde cursos gratuitos de esquila de alpaca hasta bonificaciones del 20 al 40% por una buena calidad de esquila. Los tejedores y pastores reciben servicios de salud gratuitos, asistencia jurídica y apoyo educativo para sus hijos, por mencionar sólo un par de beneficios

Lana de impacto suave

La lana de alpaca suele tener un impacto menor en el medio ambiente en comparación con la de oveja y otros animales domésticos.
La lana de alpaca tiene bajos niveles de grasa y requiere menos agua y energía para limpiarla antes de su hilado. A diferencia de otros animales domésticos, las alpacas no arrancan de raíz el pasto del que se alimentan y, por lo tanto, preservan mejor las zonas de pastoreo. Además, la lana es muy duradera y sus productos duran muchos años.

Ayudar a construir un futuro para los pastores

El trabajo de Elvang en el Perú también asegura el aumento del tamaño de los rebaños de los pastores: se les enseña por medios sencillos a aumentar la tasa de fertilidad de las alpacas desde el 60% de las hembras que se embarazan hasta el 90%. Considerando la creciente demanda y el bajo impacto de la lana en el medio ambiente local y mundial, esto les ayuda a expandir la producción mientras se asegura un trabajo decente para más pastores, hilanderos, tejedores, etc..

DESAROLLO INTEGRAL A TRAVÉS DE LAS E³

Desde 2009, DECE está creando una moda artesanal y sostenible. Pero DECE es mucho más: es parte de un programa de desarrollo comunitario integral, ayudando a las comunidades rumanas a escapar de los ciclos de pobreza generacional, desarrollando habilidades y potencial en los individuos, restaurando la dignidad y capacitando a las personas para proveer a sus familias.

Misión

NetWorks se creó en el 2001 después de que se establecieran relaciones profundas en las comunidades rumanas pobres. Aprendieron sobre los complejos problemas que han unido a las comunidades en la pobreza durante generaciones. El modelo E³ (**Educación x Empoderamiento x Empleo**) surgió a través de amistades y después de mucho escuchar. La **Educación** como una inversión a largo plazo en la vida de los niños para crear oportunidades. El **Empoderamiento** para permitir a las familias comprender mejor sus derechos legales y utilizar los recursos que tienen a su disposición. Pero NetWorks ha visto que las personas se empoderan plenamente cuando tienen un trabajo seguro. Por lo tanto, el **Empleo** es la tercera E.

Desafíos

En toda Rumania hay comunidades en las que las familias viven en pequeñas casas de ladrillo de barro con suelo de tierra y sin agua corriente ni desagües, luchando en inviernos en los que las temperaturas pueden bajar hasta -25 grados centígrados. Los medicamentos son a menudo demasiado caros y muchas familias luchan por satisfacer necesidades simples como zapatos, ropa básica y alimentos.

Soluciones

DECE (que significa POR QUÉ en rumano) es la marca registrada de NetWorks Trading SRL, una empresa comercial de propiedad exclusiva creada por la organización sin fines de lucro con el objetivo específico de crear ese tan necesario empleo.

Como uno de los dos únicos productores europeos miembros de WFTO, DECE emplea actualmente a 17 personas en la empresa comercial y están deseando expandirse porque han visto lo efectivo que puede ser el empoderamiento combinado con la creación de oportunidades de trabajo en Europa.

En el proceso de producción, DECE se centra en varios aspectos para crear ropa y accesorios sostenibles y conscientes. No sólo son miembros productores certificados de WFTO, sino que también trabajan con el estándar OEKO-TEX (textiles para sustancias nocivas) y el Global Organic Textile Standard (GOTS) - reconocido como uno de los estándares de procesamiento más importantes del mundo para textiles hechos de fibras orgánicas - y ahora están trabajando duro en una nueva gama de productos hechos de materiales reciclados y upcycled. Además, a través de la producción artesanal DECE minimiza sus emisiones de carbono.

Para Reflexionar

En 24 años de vivir y trabajar junto a los pobres en Rumania no hemos visto nada que tenga un impacto tan poderoso como el de guiar a alguien hacia un trabajo. Porque un trabajo es más que un simple trabajo. Ayuda a restaurar la dignidad y la autoestima, la confianza y la seguridad, y crea un entorno en el que, a través de su propio trabajo, las personas pueden proporcionar no sólo alimentos, sino un hogar y un futuro para sus hijos. Además, como NetWorks ha construido sus centros de trabajo junto a sus escuelas de juego y clubes de tareas, en comunidades donde pocas personas han tenido contratos de trabajo legales, los niños han podido ver a sus padres y vecinos, orgullosos de sus habilidades y disfrutando de su trabajo, y los niños han comenzado a desarrollar una visión real de su propio futuro. Para ampliar sus actividades, crear más puestos de trabajo y ayudar a más familias, DECE necesita impulsar las ventas y está buscando activamente clientes y socios.

¿QUÉ PUEDE HACER?

La acción climática y la lucha por un mundo mejor es cosa de todos nosotros, ¿verdad? En esta página queremos darle algo en que pensar y algunas ideas sobre qué pasos puede dar para contribuir a un mañana más sostenible. Porque cada paso cuenta y juntos somos fuertes!

ENTENDER-REPLANTEAR-REACCIONAR

¿Qué consumo yo?

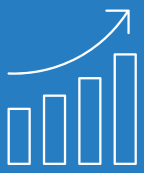
Pregúntese qué consume, de dónde viene, está en temporada y cuáles son sus emisiones de CO2. Tal vez haya cosas que pueda consumir menos o sólo en estaciones específicas, por ejemplo, carne roja o bayas. Y elija la opción orgánica.

Cuanto más duraredo, mejor

La industria de la moda genera más emisiones de efecto invernadero que todos los vuelos y envíos internacionales juntos. Cuide su ropa, cómprela de buena calidad y arréglela si se rompe. ¡Las empresas de comercio justo le proveen de productos hermosos y de calidad duradera con un alto valor social y ambiental!

Mejora constante

Nadie es perfecto y no tenemos que culparnos por ello. Lo más importante es esforzarse siempre por mejorar, incluso con pasos pequeños. Las empresas de comercio justo hacen lo mismo, con una mejora constante en su misión. ¿Tal vez llevar la bicicleta al trabajo mañana o cocinar su primera comida vegetariana?



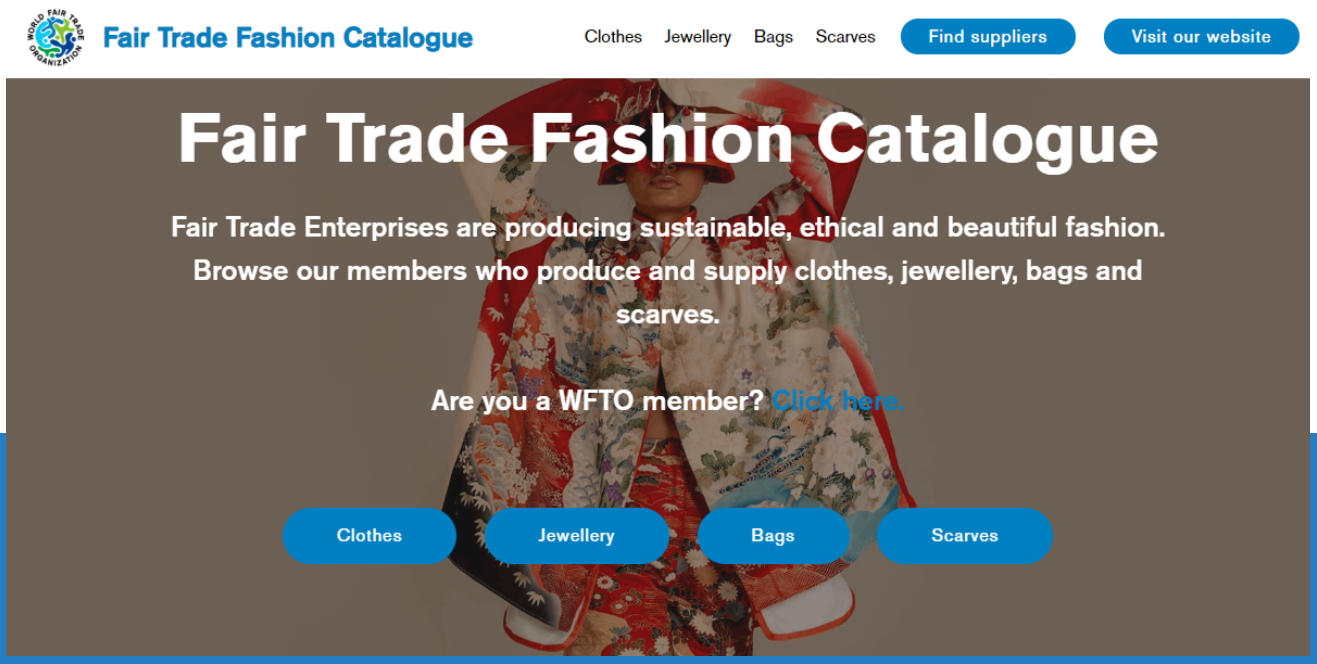
CONSUMO Y PRODUCCIÓN RESPONSABLES

Este es el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12 y todos nosotros podemos implementarlo gradualmente en nuestras vidas. En primer lugar, significa conciencia: de lo que consumimos y cómo se produjo. El segundo paso es descubrir áreas donde podamos consumir menos y más conscientemente. Por último, pero no menos importante, debemos comprar los productos que consumimos a empresas dirigidas por una misión, como los productores orgánicos o las empresas sociales. Si compra productos de un miembro de WFTO, puede estar seguro de que la producción responsable es una de las principales prioridades de esta empresa. Así que no sólo usted, sino todos en la cadena de valor se benefician de su compra!

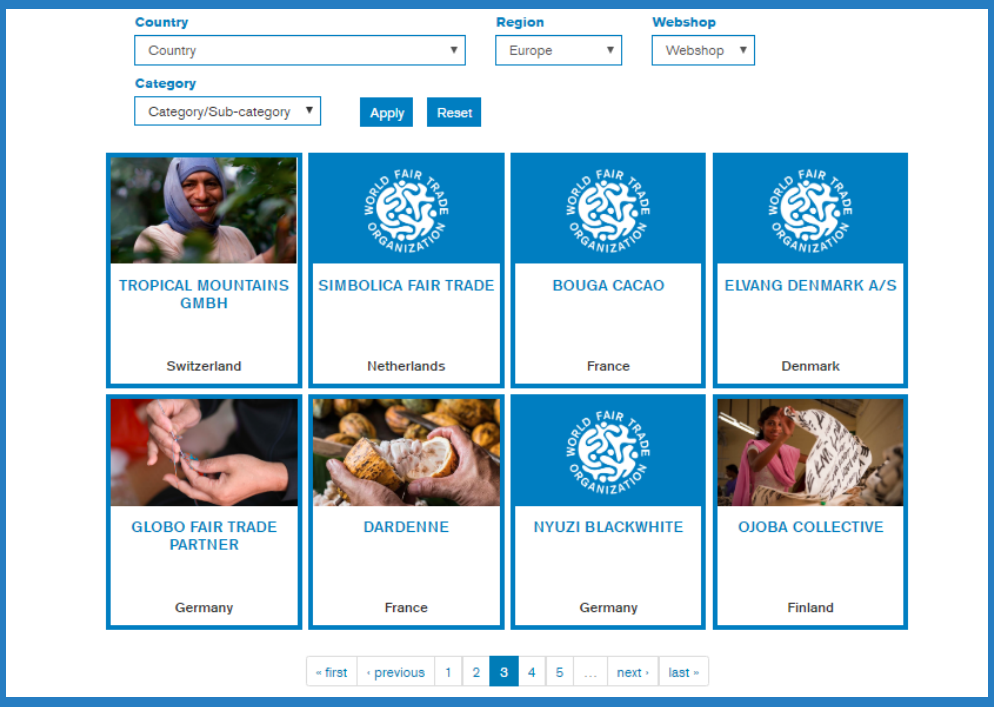
TIENDA WEB DE COMERCIO JUSTO

Como se ha señalado en la página anterior, debemos esforzarnos por lograr un consumo y una producción responsables. Si ahora desea encontrar algunos hermosos productos de nuestros miembros consulte la tienda web de Comercio Justo que cuenta con varios de nuestros miembros, incluso a escala mundial. Todos los productos que encuentre allí están elaborados y producidos siguiendo los 10 principios del Comercio Justo y proporcionan un futuro a los grupos marginados.

wfto.com/fashion



wfto.org/webshops



“

Poner a las personas y al planeta en primer lugar en los negocios es de sentido común. Hablar es fácil, así que preguntémonos si los beneficios se dirigen a las personas y al planeta

ERINCH SAHAN, DIRECTOR EJECUTIVO de WFTO

World Fair Trade Organization Europa ASBL

Rue Washington 40, 1050 Brussels (Belgium)

(Registre des personnes morale) 888.374.005

http://wfto-europe.org

(+32) 2 386 62 68

projects@wfto-europe.org
administration@wfto-europe.org

Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero de la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de la World Fair Trade Organization Europe y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Unión Europea.

TRADE FAIR LIVE FAIR

WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION EUROPE