

# INFORME ANUAL 2005/06

## EZA

### Naturalmente Justo

“El Comercio Justo - Fair Trade - es un hermanamiento comercial basado en el diálogo, transparencia y respeto, con el afán de lograr un comercio internacional más justo. Contribuye al desarrollo sostenible, ofreciendo mejores relaciones comerciales, asegurando los derechos de productores (as) y trabajadores (as) desfavorecidos – especialmente aquellos en los países del Sur.

Las organizaciones del Comercio Justo – fortalecidas por los y las consumidores (as) - apoyan decididamente a los productores y productoras, para concienciar y organizar campañas públicas con el objetivo de mejorar las reglas y prácticas del comercio convencional.”<sup>1</sup>

EZA Fairer Handel GmbH (antes EZA - Dritte Welt GmbH) es la organización importadora del Comercio Justo más grande de Austria y cuenta con más de 30 años de experiencia en éste campo. Fue fundada en 1975, siguiendo el ejemplo de Los Países Bajos. Los propietarios son A3W e. V. / Acción Tercer Mundo (40%) y el Movimiento de los Hombres Católicos de Alta Austria (23,33%), Austria (20%) e Innsbruck (16,67%).

---

## 1. ACTIVIDADES

### JULIO 2005

**NUEVO EDIFICIO - NUEVO NOMBRE.** El nuevo año comercial de la EZA comenzó en la nueva sede de la empresa en el poblado de Weng, condado de Flachgau. En un edificio ecológico de bajos requerimientos energéticos, situado a unos 25 Km. al norte de Salzburgo, se comenzó las operaciones en Julio del 2005, con el diseño y nombre ligeramente cambiado a EZA Fairer Handel GmbH.

### SEPTIEMBRE 2005

**FIESTA DE INAUGURACIÓN.** La EZA invitó el 16 de Septiembre a una fiesta del Comercio Justo con el motivo de celebrar la inauguración de la nueva sede central de la empresa. A los más de mil invitados les atrajo la construcción ecológica, el gran surtido de productos justos expuestos en la nueva sala de ventas, así como el programa multicultural ofrecido en la fiesta.

Invitados especiales entre otros como la presidenta del Estado de Salzburgo la señora Gabi Burgstaller, el alcalde de Köstendorf Josef Kroiss, el diputado del congreso salzburgués Michael Neureiter, el vicepresidente de la Cámara de Trabajo Walter Androschin, el presidente del Movimiento de Hombres Católicos de Austria Padre Anton Ringseisen en representación del Arzobispo Kothgasser, la superintendente Luise Müller, así como más de cien representantes de las Tiendas del Mundo - tiendas especializadas del Comercio Justo-, dieron sus felicitaciones a la empresa. En representación de las organizaciones socias de la EZA en los países del Sur se encontraba Moon Sharma, Shaista Habib Begum y Ram Ramasamy de la India.

---

<sup>1</sup> Ésta es la definición del Comercio Justo concertada en diciembre del 2001 por agentes de la FLO (Fair Labelling Organisation / Organización Certificadora del Comercio Justo, [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)), IFAT (International Fair Trade Association / Asociación Internacional del Comercio Justo, [www.ifat.org](http://www.ifat.org)), NEWS! (Network of European Worldshops / Red Europea de las Tiendas del Mundo, [www.worldshops.org](http://www.worldshops.org)) y EFTA (European Fair Trade Association / Asociación Europea del Comercio Justo, [www.eftafairtrade.org](http://www.eftafairtrade.org)).

**VISITAS DE LOS PRODUCTORES Y PRODUCTORAS.** Por invitación de la EZA Fairer Handel estuvieron presentes en la fiesta de inauguración de la sede central de la EZA, Moon Sharma presidenta de la organización del Comercio Justo de la India TARA y Shaista Habib Begum artesana de perlas procedente de la Vieja Delhi. Ambas participaron como expositoras en la conferencia de las Tiendas del Mundo en Salzburgo. Allí se mostraron una vez más muchas Tiendas del Mundo como verdaderas socias de la EZA. Moon Sharma y Shaista Habib Begum visitaron Salzburgo, Scheibbs, St. Pölten, Tulln, Graz y Viena e informaron, en el marco de varias visitas a escuelas, entrevistas con periodistas, eventos públicos y mesas redondas con empleados(as) y voluntarios(as) de la Tiendas del Mundo, sobre la situación de los artesanos(as) del Norte de la India y sobre las perspectivas que les abre el Comercio Justo.

Los representantes de las Tiendas del Mundo que participaron en uno de los viajes de la EZA a la India en la primavera del 2005 obtuvieron así la oportunidad de enlazar sus experiencias y mostrarles a las visitantes “su mundo del Comercio Justo”.

#### **OCTUBRE 2005**

**PREMIO POR EL NUEVO EDIFICIO.** La sede central de la EZA Fairer Handel GmbH en Weng /Köstendorf fue galardonada el 6 de Octubre con el Premio Salzburgués de Energía. El jurado calificador demostró amplia satisfacción con la utilización de madera y otros materiales naturales de construcción, ventanas especiales para casas de bajos requerimientos energéticos, una buena capa de material aislante y un sistema ecológico de calefacción basado en la energía solar, resto calorífico de las oficinas y cuartos de computación, así como la utilización de comprimidos de madera para la caldera de calefacción. El jurado quedó satisfecho porque de esta manera se pudo construir casi en un 100% un edificio de bajos requerimientos energéticos. Sobresaliente también es el hecho que esto vale tanto para las oficinas como para la bodega.

Entre todos los galardonados, la construcción del edificio de la EZA Fairer Handel ganó además el premio del Energy Globe Salzburg 2005 y alcanzó además en noviembre del 2005 un buen lugar entre los premiados del Energy Globe Austria en la categoría Tierra.

#### **NOVIEMBRE 2005**

**NUEVO DISEÑO.** Los primeros resultados del amplio cambio de la apariencia de los productos de la EZA fueron visibles en Noviembre del 2005. El Café Orgánico se presentó en su nuevo diseño. Sucesivamente se han ido cambiando otros productos. Con esto, la EZA brinda a sus productos una imagen moderna, que refleje de una vez el excelente contenido y eleve al mismo tiempo el reconocimiento de la marca EZA. El concepto general fue elaborado conjuntamente con la agencia de publicidad vienes Büro16; las ilustraciones provienen de Belicta Castelbarco.

**REGALOS JUSTOS.** Todos los años – y año con año más aún. Así se presenta el envío postal prenavideño titulado “Regalos Justos” en el cual la EZA, en cooperación con las Tiendas del Mundo, presenta una serie de ideas para regalar con estilo y sentido en la época navideña. En Noviembre del 2005 el envío fue a 500,000 hogares en toda Austria – 50,000 más que el año pasado.

#### **DICIEMBRE 2005**

**EZA-INFO 12/05.** “Espacio para el cambio” fue titulada la revista EZA-Info de Diciembre del 2005. Informa entre otras cosas sobre la construcción de la nueva sede empresarial, acerca de los motivos y objetivos de la modernización del diseño de los productos, así como acerca de las organizaciones socias de la India (artesanías y té).

#### **FEBRERO/MARZO**

**VIAJE A UGANDA y KENIA.** Desde el año 2000 se organizan viajes de la EZA a organizaciones socias de la empresa en los países del Sur. Hasta ahora se visitó países como México, Nicaragua, Ghana, Sri Lanka e India. En Febrero/Marzo se viajó a Uganda y Kenia por dos semanas. Primero se visitó a la Gumutindo Cooperative Union, una

unificación de pequeñas familias campesinas productoras de café orgánico de altura, asentadas en las faldas del volcán Monte Elgon en el oeste de Uganda. Desde las fincas de los y las campesinas hasta el procesado en Mbale pudieron los visitantes apreciar cada paso y se mostraron complacidos del enorme valor que le dan al control de calidad en todas las etapas del proceso productivo.

De Uganda continuamos a Kenia a la muy comprometida ONG Undugu Society con sede en la capital Nairobi. Allí se presentó a los y las visitantes el programa social dirigido a niños (as) de las calles y se acompañó al grupo a una visita donde los artesanos de esteatita de la región Kisii. Con la organización de Comercio Justo Mango True se visitó los talleres de tallado en madera y con los representantes de la cooperativa Machakos se continuó a un pueblo remoto, donde las mujeres generan su ingreso con el tejido de bolsas de sisal. En todas estas visitas quedó claro el enorme papel desempeñado por las muy comprometidas organizaciones de mercadeo. Estas significan no sólo un enlace con las organizaciones importadoras en Europa, sino que además son un verdadero apoyo para los y las artesanas en sus lugares de trabajo.

#### ABRIL 2005

**REUNIÓN DEL COMERCIO JUSTO.** Con motivo de la celebración del trigésimo año de existencia, la EZA Fairer Handel organizó el 29 de Abril del 2006 una reunión del Comercio Justo en la Kolpinghaus de Salzburgo. El título del evento fue “¿Será posible comprar un mejor mundo?”. El señor Christian Felber, periodista independiente y co-fundador de ATTAC, atrajo la atención al contexto global. Ernst Halbmayr, productor orgánico y miembro de la asociación lechera alternativa IG-Milch, y Ofelio Angeles Ortega, productor de café de México, brindaron sus opiniones sobre lo que significa el Comercio Justo. Sobre “control y hermanamiento en el Comercio Justo” discutieron los representantes de las redes europeas e internacionales de Comercio Justo Gerd Nickoleit (gepa/EFTA), Stefan Durwael (IFAT) y Alfred Elbertse (FLO). Roopa Metha de la organización de artesanos de la India SASHA y Lan Tran Tuyet de Craft Link de Vietnam expusieron sobre la producción artesanal entre la demanda de estética y la seguridad existencial. La programada visita de Mohammed Tanko Bitugo de la cooperativa de artesanos Kalangu, no tuvo lugar debido a las exigencias burocráticas del Gobierno austríaco. En su representación vino el señor Bella Bello Bitugo, quien vive en Austria, ha participado en la formación de dicha cooperativa y brinda sus experiencias a la EZA mediante una consultoría. Después de un intenso e interesante día de trabajo, se clausuró con una fiesta en el Salón de Mármol de Salzburgo.

**VIDEO.** “En la riqueza de las culturas” es otra video-producción de la EZA Fairer Handel y Manfred Wimmer que documenta las experiencias de visitas a organizaciones socias de la EZA. Para ello se escogieron los ejemplos de Guatemala (Café de CECAPRO) e India, enfocando la producción artesanal (bolsas de cuero y bordados en seda de SASHA). Estos ejemplos representan las habilidades y creatividades de las organizaciones socias en Latinoamérica, África y Asia, cuyos productos se ven reflejados en el surtido de la EZA, pero también demuestran los efectos del Comercio Justo en los diversos contextos culturales. El video se presentó en el marco de la reunión del 30° aniversario de la EZA y fue obsequiado a las Tiendas del Mundo. El mismo está disponible en calidad de préstamo en la EZA.

#### MAYO 2006

**VISITA DE LOS PRODUCTORES.** Después de la reunión del Comercio Justo en abril del 2006, Roopa Metha de la India, Ofelio Angeles Ortega de México y Bella Bello Bitugo en representación de Mohammed Tanko Bitugo de Gahna absolvieron un intenso programa de visitas en toda Austria. Durante las visitas fueron entonces acompañados por empleados (as) de la EZA. Los eventos fueron en su mayoría organizados en cooperación con las Tiendas del Mundo, quienes obtuvieron así la posibilidad de presentar localmente su trabajo y entusiasmo en una forma auténtica y con un buen efecto publicitario.

En muchos encuentros pudieron los visitantes reportar sobre sus organizaciones, las condiciones de vida y trabajo de los (as) productores, sobre la elaboración de los productos y en general sobre las condiciones imperantes en sus países de origen. Por otro lado, se les permitió a muchas personas interesadas (en escuelas, en las Tiendas del Mundo, en entrevistas con periodistas o en eventos públicos) hacer personalmente sus preguntas a los representantes de los productores.

Ofelio Angeles Ortega, el presidente de la cooperativa de productores de café Yeni Navan, se pudo asegurar que « su » café (Café Orgánico) estaba presente en todos los lugares visitados: En las Tiendas del Mundo, en la universidad, en muchas oficinas y supermercados. Pero también el marcado interés en Yeni Navan fue para él una gran fuente de motivación. Para él, quien por primera vez viajaba fuera de México, el viaje por Austria le brindó una cantidad y variedad incomparable de impresiones. Para Roopa Metha, la presidenta de la organización de mercadeo SASHA/India, fue una experiencia especial encontrar sus productos finamente exhibidos en una Tienda del Mundo de Viena. Ella pudo dar respuesta de manera muy categórica a las preguntas sobre el papel de la mujer en la India y en su organización, así como sobre el concepto del Comercio Justo de SASHA. En sus presentaciones sobre la cooperativa Kalangu Bella Bello Bitugu despertó mucho el interés de personas jóvenes y mayores.

Las siguientes Tiendas del Mundo cooperaron con la EZA Fairer Handel en el marco de la visita del señor Ofelio Angeles Ortega: Steyr, Weyer, Amstetten, Waidhofen, St. Pölten, Stammersdorf, 1080 y 1010 de Viena, Scheibbs, Graz Citypark; además Welthaus de Graz y el grupo solidario con Latinoamérica de Graz, así como la academia Spar de Viena. Durante el programa de visita del señor Bella Bello Bitugu cooperaron las Tiendas del Mundo de Bischofshofen, Golling, Klagenfurt, St.Veit, Feldkirchen, Lienz y Saalfelden, así como la ARGE Weltläden. Roopa Metha fue recibida en St. Johann in Tirol, Vöcklabruck, Vorchdorf, Stadl-Paura, Linz, Bad Schallerbach, Freisadt y Viena (cooperación 1080,1010 y 1090).

### WORLD FAIR TRADE DAY

La Red Europea de las Tiendas del Mundo - NEWS! - inició en el año 2005 una campaña de tres años sobre el trabajo infantil y las condiciones de trabajo en general. La campaña titulada „Stand up for their Rights“ tiene el objetivo de despertar el interés en jóvenes y adultos jóvenes, por la situación y realidad de personas de sus mismas edades en otros países del Sur y sensibilizarlos para el Comercio Justo. En el año 2006 el tema central de las actividades era el Fútbol, aprovechando el Mundial de Fútbol en Alemania. Para este tema en especial, la EZA puso a disposición de las Tiendas del Mundo un paquete completo de materiales. Además la cooperación realizada en mayo con muchas de las Tiendas del Mundo en ocasión del recibimiento de los productores sirvió para ponerse a tono e ir haciendo los preparativos para las actividades de este tan importante día.

### JUNIO 2006

**UNA PRÁCTICA UN POCO DIFERENTE.** Cuando recibimos la petición de nuestra organización socia EMA (India) en la primavera del 2006, sobre nuestra anuencia de recibir a un estudiante para mostrarle por un lado el mundo del Comercio Justo en Austria, y por otro lado permitir que nuestros clientes conozcan a la organización de Comercio Justo de la India EMA, sus visiones, proyectos y productos, no estábamos completamente seguros de como terminaría dicho proyecto. Después de tres semanas de permanencia de Sujaan Das, hijo de una empleada de muchos años de EMA, pudimos hacer un balance muy positivo de dicha visita: Después de tres días de conocer la EZA Fairer Handel, el estudiante de 20 años, quien en sus vacaciones de verano trabaja en EMA, visitó a 11 Tiendas del Mundo e igual cantidad de escuelas en todo el país, así como un campamento juvenil sobre el Comercio Justo en el lago Attersee. En muchas exposiciones y discusiones informó sobre el trabajo, programas sociales y filosofía de EMA, sobre la cooperación con los grupos de productores y productoras locales y sobre cada uno de los pasos para la producción de artículos de seda y cuero. El material fotográfico que trajo fue añadido con sus sólidas explicaciones. Sujaan Das pudo recabar para sí mismo muchas experiencias.

„Mi imaginación sobre Austria había sido grabada por la película la Novicia Rebelde (Sound of Music). Entonces pensaba que Austria se asemejaba con Alemania. Pero eso no es así”, dijo al hacer un balance al final de su visita. No solamente su idea sobre Austria recibió un claro perfil, sino también el entorno de los socios del Comercio Justo del Norte recibió a través del intercambio con los (as) empleados (as) de la EZA y muchas Tiendas del Mundo una clara definición.

## 2. NUESTROS SOCIAS Y SOCIOS

### COOPERACIÓN

Con el crecimiento económico de la EZA aumentó también la cantidad de organizaciones socias, con las cuales la EZA coopera. En el año comercial 2005/2006 contaba la EZA con 130 organizaciones socias en 30 países de Latinoamérica, África y Asia. El abanico abarca desde muy pequeñas asociaciones de artesanos con menos de 50 integrantes, organizaciones de mercadeo socialmente comprometidas, quienes cooperan con diferentes grupos de artesanos (as) apoyándolos en el desarrollo de sus habilidades, hasta agrupaciones campesinas de hasta 40,000 mil asociados. La EZA u otras organizaciones del Comercio Justo, muchas veces pueden comprar apenas una pequeña cantidad de la cosecha procedente de grupos campesinos muy grandes. Sin embargo, a través de esa porción de la cosecha vendida a precios razonables, se fortalece la estructura productiva, mejorando además la enseñanza, salud, nutrición y la seguridad en el ingreso, que sin el Comercio Justo seria prácticamente imposible. Una parte de los productos los importa directamente la EZA, en artesanías es casi un 100%; otra parte la importa la EZA a través de otras organizaciones importadoras del Comercio Justo. Sobre todo para productos que se terminan de elaborar en Europa como el chocolate o jugos de frutas, pero también productos cuya cantidad de importación es muy pequeña para ser transportada a costos razonables, la EZA busca la cooperación con otras organizaciones de importación justa - procedimiento que facilita además la exportación para nuestros socias y socios del Sur. La integración de la EZA en una red internacional de Comercio Justo es un punto medular. Esto posibilita, entre otras cosas, la cooperación en aspectos como el desarrollo de productos, el suministro de los mismos, la obtención de información y acompañamiento de las organizaciones contrapartes del Sur. Lo importante es que se pueda garantizar la transparencia desde el principio de la cadena productiva hasta los estantes de las tiendas y que los beneficios del Comercio Justo lleguen hasta aquellos que están al inicio de dicha cadena.

### RED DE COMERCIO JUSTO

La EZA es un miembro activo de dos grandes unificaciones del Comercio Justo, la European Fair Trade Association (EFTA) y la International Fair Trade Association (IFAT). La EZA colabora en dichos gremios desde sus fundaciones. Estas posibilitan el intercambio y la cooperación entre las organizaciones importadoras del Comercio Justo en el Norte (IFAT), y por otro lado, facilita el desarrollo en común de los criterios del Comercio Justo, su estandarización, acompañamiento y control. Al mismo tiempo la EZA Fairer Handel, como miembro de dichos gremios se ve forzada a tomar y mantener ciertos criterios y obligaciones.

En el marco de EFTA, las organizaciones importadoras organizadas son en muchos países las pioneras del Comercio Justo. Hoy día muchas de las relaciones comerciales existentes fueron generadas por ellas a través de los años. Los criterios actuales de las organizaciones que otorgan los sellos de calidad provienen en parte de estas experiencias. La EZA es miembro fundador de la EFTA y asiste a las reuniones periódicas de los (as) responsables sobre temas alimenticios, de los (as) responsables sobre temas artesanales, a las reuniones de los (as) gerentes y de los (as) responsables del acompañamiento de las organizaciones socias. En el período de este reporte el grupo de monitoreo de la EFTA

elaboró una encuesta estandarizada para las organizaciones socias. La misma sirve para recabar información primaria y para documentar continuamente los cambios en nuestras organizaciones socias. Además se desarrolló una hoja de evaluación, que conjuntamente con la encuesta brinda un perfil detallado de nuestras organizaciones socias. La EFTA cuenta con un banco de datos común, en el que se documenta las informaciones actuales de los diferentes socios y el mismo está disponible para todos los miembros de la EFTA.

Como miembro de la IFAT, aporta la EZA sus experiencias como organización importadora del Comercio Justo durante los encuentros internacionales. La IFAT fijó para sus miembros un proceso de auto-evaluación. Los miembros están comprometidos a brindar periódicamente reportes acerca de su política empresarial. Además se introdujo la evaluación recíproca. También se realizan controles aleatorios externos. Del lado de los productores son miembros de la IFAT varias organizaciones de artesanos. Al rededor de la mitad de las organizaciones de artesanos socias de la EZA están integrados al sistema de la IFAT.

Por otra parte la EZA es adjudicataria del sello de calidad FAIRTRADE. Este asegura controles externos de los criterios del Comercio Justo para ciertos productos, especialmente alimenticios. Para ello las organizaciones, de las cuales se adquieren los productos tienen, entre otras cosas, que estar registradas en un registro internacional de productores. Ochenta por ciento de los socios de la EZA de productos alimenticios se encuentran inscritos en el registro internacional de FAIRTRADE (registro FLO).

### NUEVAS ORGANIZACIONES SOCIAS

Al inicio de toda relación comercial la EZA indaga extensamente. Saber quienes serán nuestros socios comerciales futuros, bajo cuales circunstancias viven y producen es de gran interés. Al interior de la EZA hay un comité que decide cuales organizaciones serán aceptadas como socias. En el campo artesanal se tomó durante el período de este reporte a ocho nuevas organizaciones socias: Third World Craft de Nepal (bolsas de fieltro), CRC de la India (artículos de cuero y textiles), Mikono de Tansania (figuras de madera), Mai Vietnamese Handicrafts de Vietnam (bolsas), Mango True Mirage de Kenia (figura de piedra y madera), Agrocel de la India (T-shirts de algodón orgánico), Craft Aid de Mauricio (T-shirts de algodón orgánico).

En el campo de los productos alimenticios se adicionaron seis nuevas organizaciones socias: Sindyanna de Israel (condimentos), Coronilla de Bolivia (dulces de quinua), Masfa de Malawi (cacahuates), Viña Chequen de Chile (vino), Cosatin de Nicaragua (miel) y CDS de Burkina Faso (mangos para las barritas de mango).

### VISITAS Y VIAJES

Visitas de nuestros socios del Sur y viajes de los empleados de la EZA a nuestros socios comerciales fortalecen el contacto directo y posibilitan una discusión sobre las reciprocas expectativas y el desarrollo de las relaciones comerciales en forma justa. En nuestras visitas nos es importante conocer las estructuras de mercadeo y exportación, pero además visitar a los productores mismos en sus lugares de origen, para obtener una imagen lo más completamente posible de las cadenas comerciales y además para obtener información en la fuente de origen.

Los empleados de la EZA visitaron durante el período de este reporte a 15 organizaciones socias de la EZA en 7 países diferentes: Los viajes fueron a México para visitar a UCIRI, Yeni Navan - Michizá, FIECH, ISMAM, Posi (todos productores de café orgánico), a Guatemala para visitar a Guaya'b (miel y café) y CECAPRO (café y en parte café orgánico), a Vietnam para visitar a Craft Link (cerámica, bordados en seda y artesanías de bambú), a la India para visitar a SASHA (bolsas de cuero), a Ghana para visitar a Getrade y Kalungu (tambores y diversas artesanías de madera, canastas), a Kenia para visitar a Undugu (artesanías de esteatita), Mango True Mirage (artesanías en madera y sisal),

Machakos Cooperativa Union (bolsas de sisal) y a Uganda para visitar a la Gumutindo Cooperative Union (café orgánico).

Representantes de las siguientes organizaciones visitaron a la EZA durante el período de este reporte: Allpa (Perú; adornos, cerámica Chulukana), Pop Atziak (Guatemala; hamacas), Getrade (Ghana; Djemben, canastas de bolga), Sipa (India; textiles, figuras de vidrio y esteatita), EMA (India; instrumentos musicales, pañuelos de seda, artículos de cuero entre otros), TARA (India; adornos de moda, artículos decorativos y de esteatita), SASHA (India; bolsas de cuero, pañuelos de seda), Grameen Craft (India; cerámica, mantas para bebés), Safrudi (Filipinas; artículos de capiz y fibra de coco), Craft Link (Vietnam; cerámica, artesanías de bambú, bordados en seda), Craft Aid (Mauricio; T-Shirts), ACP (Nepal; artesanías de fieltro), Sagrada Familia (Chile; vino) y Yeni Navan (México; café orgánico).

### DONACIONES PARA LOS DAMNIFICADOS DEL HURACÁN

Ya hace más de un año que el huracán Stan azotó grandes partes del Sur de México. Sobre todo nuestros socios de la organización ISMAM y POSI fueron masivamente dañados por la catástrofe del huracán. Pero también el compromiso de parte de la EZA, las Tiendas del Mundo y de algunos (as) clientes fue grande. En total se recaudaron donaciones por el valor de 21,280,- Euros, entre las que se encontraba una donación de la EZA de 10,000,- Euros. Las donaciones fueron repartidas en un 50% a cada una de nuestras organizaciones socias.

En ISMAM se tomó la decisión en pleno de repartir la donación a cada uno de los 930 miembros, pues casi todas sus familias fueron directa o indirectamente dañadas por el huracán. Ellos ocuparon las donaciones para la compra de víveres, pues las siembras de granos básicos - además del café sufrieron grandes daños los campos de maíz y frijoles - fueron completamente destrozados y había una gran demanda de alimentos. Otros invirtieron las donaciones en reparaciones necesarias y mantenimiento de sobre todo caminos de acceso a las fincas de café, que habían sido masivamente dañadas. También en POSI decidieron los delegados de la plenaria repartir los fondos a las familias de miembros damnificados. Según el informe de POSI los fondos fueron destinados a la reconstrucción de las fincas y en medidas para mantener o recobrar la fertilidad natural del suelo.

## 3. CLIENTES

### TIENDAS DEL MUNDO

Con las Tiendas del Mundo se alcanzó un nivel de ventas de 4,4 millones de Euros. El crecimiento de 5,6% con respecto al año anterior resulta por un lado, del incremento de ventas de las Tiendas del Mundo con productos de la EZA, sobre todo artesanías. Por otro, en el período comercial recién pasado se inauguraron más Tiendas del Mundo, alcanzando una totalidad de 90. Con una cuota de 40.1% del total de ventas, las Tiendas del Mundo siguen siendo nuestra principal clientela.

Las Tiendas del Mundo realizan diversas actividades. Además de las ya tradicionales y exitosas actividades „estándar“, como por ejemplo el Día de las Tiendas del Mundo en Mayo y las semanas con temas y países focales en otoño, las Tiendas del Mundo retoman muchas de las recomendadas acciones publicitarias hechas por la Federación de las Tiendas del Mundo, en las que la EZA también tomó parte (hamacas, cerámica para exteriores, joyas). Los esfuerzos de las Tiendas del Mundo, de crear un programa propio para jóvenes ha incrementado el interés por el Comercio Justo en este segmento de la población, interés que ha venido siendo además incrementado con los Fair Trade Points (puestos de ventas en escuelas operados por escolares).

A través de diversos eventos, a los cuales se invita como expositores a productores de las organizaciones socias de la EZA, aportan las Tiendas del Mundo un papel preponderante en la cimentación de una conciencia hacia el Comercio Justo de la población en general.

### SUPERMERCADOS

Este segmento reporta con 34,6% un crecimiento significativo. Las ventas ascienden a 2,6 millones de Euros. Este crecimiento pudo ser alcanzado primeramente por el aumento del surtido de la EZA y por un mejor servicio en situ. Además de los productos clásicos como el té, café y chocolate, encuentran nuestros clientes un amplio surtido de productos alimenticios en estantes propios de la EZA. Los siguientes supermercados venden productos de la EZA: Interspar, Eurospar, supermercados SPAR, diversos compradores de Spar, Spar Gourmet, Merkur, Billa, M-Preis, Adeg, diversos compradores de Adeg, E-Center, dm-Drogeriemärkte, Nah&Frisch (Kastner & Pfeiffer), Maximarkt, Winkler Märkte, Sutterlüty, Unimarkt, Prokaufland, Tabor, Wellas Park y otros como C+C Märkte (Kastner & Pfeiffer). También las campañas de la organización del sello de calidad FAIRTRADE tienen un efecto positivo para ganar más personas interesadas en el Comercio Justo.

### TIENDAS DEL MUNDO DE LA EZA

Debido a los excelentes sitios comerciales, diseño de la tienda en general y por la atención por parte del personal calificado, pudieron las Tiendas del Mundo en pertenencia de la EZA, aumentar sus niveles de venta en un 5,6% y con ello están una vez más entre las Tiendas del Mundo más lucrativas de Austria y de Europa.

La cifra del negocio de los tres sitios (Salzburgo, Viena 1010 y Viena 1080) asciende a 1,1 millones de Euros y fue alcanzado con la venta de artesanías en un 70%.

### REVENDEDORES

En este segmento se trata sobre todo de tiendas de productos orgánicos. A clientes que les importan los aspectos ambientales de los productos, les interesa también el componente social de la producción. Las ventas de este segmento ascienden a 1 millón de Euros, un incremento de 9,3%.

### INSTITUCIONES

Muchas instituciones privadas y públicas cambiaron su consumo interno a productos comercializados en forma justa. Así se consume el café del Comercio Justo en instituciones de enseñanza y oficinas. Pero también nuestros grandes clientes aumentaron sus niveles de compras. Por ejemplo Missio, en el marco de su Acción para Jóvenes 2005, ofreció a la venta los codiciados chocolates de la EZA, mientras que las compras de la Acción de los Tres Reyes y de los Salesianos de Don Bosco tuvieron un efecto muy positivo en las ventas de los productos artesanales.

### GRUPOS DE ACCIÓN

En los Grupos de Acción se ve un buen incremento de grupos de jóvenes interesados que apoyan a través de sus actividades de venta e información al Comercio Justo. Esto demuestra el porque las ventas de este segmento, a pesar de una amplia disponibilidad de productos alimenticios en los supermercados, después de mucho tiempo han venido aumentando.

### CONSUMIDORES FINALES

Un aumento sustancial en las ventas de 24,5% se alcanzó con los consumidores finales. A pesar del cambio de la sede empresarial y de la pérdida de leales clientes en Bergheim, pudimos ganar a muchos nuevos clientes para la idea del Comercio Justo en los alrededores de la nueva sede mediante una exitosa inauguración y campañas publicitarias.

### UNIÓN EUROPEA

En este caso se trata de la posibilidad de realizar compras en cooperación con nuestros socios (as) europeos del Comercio Justo. Las ventas subieron en un 54,1%, sin embargo,



las mismas están condicionadas a un margen de ganancia reducido, por lo tanto el efecto en el balance general es menor. La cooperación con la Tienda del Mundo en Lubliana, fundada con el apoyo de la EZA, se pudo expandir de manera que el movimiento del Comercio Justo en Eslovenia crece también gracias al apoyo de la EZA.

## GRÁFICAS

### VENTAS POR CLIENTES

Tiendas del Mundo	+5.6%
Supermercados	+34.6%
Revendedores y restaurantes	+9.3%
Tiendas del Mundo de la EZA	+5.6%
Instituciones	+17%
Grupos de Acción	+3.8%
Consumidores finales	+24.5%
UU.EE. y otros países	+54.1%

### VENTAS TOTALES

2004/2005	9,476,593
2005/2006	10,781,728

### APORTE A LAS VENTAS

UU. EE. y otros países	4.4%
Consumidores finales	1.2%
Grupos de Acción	3.6%
Instituciones	7.8%
Tiendas del Mundo de la EZA	10.3%
Revendedores y restaurantes	9.3%
Supermercados	23.3%
Tiendas del Mundo	40.1%

## 4. PRODUCTOS

El aumento de las ventas se pudo alcanzar tanto con productos alimenticios como con productos artesanales. En los productos alimenticios tuvo mucha influencia el nuevo diseño del empaquetado de los productos y en los productos artesanales, la EZA aumentó la atractividad de los mismos con un amplio surtido de productos.

Satisfactoriamente nuestro surtido cuenta con un alto porcentaje de productos alimenticios provenientes de la agricultura orgánica, el cual ascendió a 70% durante el período comercial recién pasado.

Las ventas totales se componen de las ventas en los siguientes segmentos: Café 33,4%, chocolates 17,0%, resto de los productos alimenticios 21,4% y artesanías 28,2%.

### CAFÉ

La EZA compró 485 toneladas de café oro de sus organizaciones socias en Centroamérica y Uganda. Por otro lado, se vendieron 457 toneladas de café tostado. Eso representa un incremento de 15,5%. Con esto pudo la EZA duplicar las ventas de café durante los últimos cinco años. Puesto que el mercado de café está caracterizado por una alta presión de precios y una lealtad de marcas, este crecimiento es aún más significativo. El más alto crecimiento lo obtuvo nuevamente el Café Orgánico, pero también los otros dos cafés de producción orgánica controlada Jambo y Mundo pudieron ganar el paladar de muchos

nuevos clientes. El nuevo diseño del empaque tuvo también una muy positiva resonancia en los clientes.

### CHOCOLATE

También el chocolate tuvo un aumento de 20,8%, que resulta principalmente de las ventas en los supermercados. En las Tiendas del Mundo se pudo apreciar un leve descenso motivado por la fuerte competencia. Este año fue nuevamente Missio, en el marco de su Acción para Jóvenes, nuestro principal cliente en la compra de chocolates.

### OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

Este segmento abarca arroz, té, jugo de naranja, condimentos, vino, ron, frutas secas, cereales, miel, azúcar, ositos de goma dulce y otros. Aquí alcanzamos un aumento de 6,9%. Especialmente la venta del tradicional arroz aromático Hom Mali de Tailandia de producción orgánica se desarrolló satisfactoriamente.

### ARTESANÍAS

Actualmente la EZA coopera con 54 organizaciones artesanales socias de Latino América, África y Asia. Para ellos el Comercio Justo muchas veces significa la única posibilidad de venta, pues el mercado local no puede adquirir tantos productos de la calidad y a precios que les permita obtener una ganancia. Por lo tanto el incremento de las ventas de productos artesanales en un 15,2% es sin duda una fuente de satisfacción. El porcentaje de las ventas totales asciende entonces a 28,2%.

### VENTAS POR GRUPO DE PRODUCTOS

Café	+15.5%
Chocolate	+20.8%
Otros alimentos	+6.9%
Artesanías	+15.2%

### VENTAS TOTALES

2004/2005	9,476,593
2005/2006	10,781,728

### APORTE A LAS VENTAS

Café	33,4%
Artesanías	28,2%
Otros alimentos	21,4%
Chocolate	17%

## 5. BALANCE COMERCIAL ANUAL

El año comercial de la empresa EZA Fairer Handel GmbH comprende el período entre el 1.7.2005 al 30.6.2006.

### ACTIVOS

Los valores más grandes son los inmuebles, incluyendo la construcción del nuevo centro de distribuciones en Weng/Köstendorf y las existencias de productos. Estas últimas aumentaron en el año comercial 05/06 a 15,4%. Esto se aclara por un lado por el aumento mismo de las ventas y por otro por el hecho de que es necesario mantener en existencia grandes cantidades de productos destinados a la venta en los supermercados.

El ascenso de las cuentas por cobrar y otros bienes resulta de la prolongación del pago de los préstamos, necesarios para la fundación, renovación o mudanza de las Tiendas del Mundo.

### PASIVOS

En el año comercial 2005/2006 se alcanza una ganancia de 76,600 Euros. Conjuntamente con la ganancia del año pasado se obtiene una ganancia acumulada de 744,328 Euros. Las responsabilidades con los institutos de crédito contienen el crédito de 2 millones de Euros para la construcción de la nueva sede empresarial. Al 30.6.2006 el estado de cuentas de los pequeños préstamos otorgados asciende a 2,075,634 Euros, monto que ha sido puesto a disposición de la EZA por 622 prestamistas.

### BALANCE DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

Las ventas ascendieron en un 13,8% a 10,781,728 Euros. El alto valor de los productos es debido en parte al alto precio de compra del café, situado muy por encima del precio FAIRTRADE-mínimo, así como por una sobre valoración de los productos artesanales en el marco de la mudanza al nuevo edificio de la EZA. Los gastos en personal ascendieron en menor medida que las ventas, lo que indica una mejoría en la cuota personal vrs. ventas. Los gastos de almacenaje son menores y contienen el alquiler del terreno en Köstendorf, así como los alquileres de las tres Tiendas del Mundo en propiedad de la EZA y el alquiler de la bodega en Bergheim hasta finales del 2005. El aumento desproporcionado de los gastos de distribución se debe principalmente a las actividades de expansión de la red de distribución, así como por el aumento de diversos pagos provocados por el aumento del nivel de ventas. Además incluye los gastos del concurso para la nueva línea de CD, así como los gastos de la fiesta de inauguración y trigésimo aniversario. También se incluye una donación de 10,000 Euros para nuestros productores y productoras socias de México damnificados por la catástrofe del huracán. Las amortizaciones y el aumento de intereses son motivados por el nuevo edificio de la empresa.

Tomando el hecho que la construcción del nuevo centro de distribuciones es la inversión más grande en la historia de la empresa y que la mudanza a la nueva sede significó muchos gastos adicionales, nos sentimos muy satisfechos de los resultados comerciales expuestos en este informe de operaciones.

En el período de éste reporte, la EZA contaba con 56 empleados (en la sede central y en las tres Tiendas del Mundo propias), de los cuales 37 son mujeres y 19 hombres. Haciendo la cuenta a tiempo completo se obtiene un promedio anual de 44,2 personas empleadas a tiempo completo.

BALANCE AL 3.6.2006

Todos los valores en Euros	04/05	05/06	Comparación
Bienes inmateriales	5,328	3,594	-32.5%
Inmuebles	2,444,090	2,399,480	-1.8%
Inversiones	42,262	42,262	0.0%
<b>CAPITAL FIJO</b>	<b>2,491,680</b>	<b>2,445,336</b>	<b>-1.9%</b>
Existencias	3,111,528	3,589,849	15.4%
Cuentas por cobrar y otros bienes	970,389	1,272,770	31.2%
Efectivo y cuentas de ahorro	118,321	56,814	-52.0%
<b>CAPITAL CIRCULANTE</b>	<b>4,200,238</b>	<b>4,919,433</b>	<b>17.1%</b>
Asientos de delimitación de facturas	76,632	79,765	4.1%
<b>ACTIVOS</b>	<b>6,768,550</b>	<b>7,444,534</b>	<b>10.0%</b>
Capital social	378,000	378,000	0.0%
Reserva legal	123,628	123,628	0.0%
Balance acumulado de ganancias y pérdidas	667,727	744,328	11.5%
<b>CAPITAL PROPIO</b>	<b>1,169,355</b>	<b>1,245,956</b>	<b>6.6%</b>
<b>FONDO DE PREVISIÓN</b>	<b>404,258</b>	<b>418,085</b>	<b>3.4%</b>
Obligaciones bancarias contraídas	2,254,285	2,430,158	7.8%
Pequeños préstamos otorgados	1,756,300	2,075,634	18.2%
Otras obligaciones	1,184,352	1,244,513	5.1%
<b>OBLIGACIONES</b>	<b>5,194,937</b>	<b>5,750,305</b>	<b>10.7%</b>
<b>PASIVOS</b>	<b>6,768,550</b>	<b>7,444,534</b>	<b>10.0%</b>

## BALANCE DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

Todos los valores en Euros	04/05	05/06	Comparación
Ingresos por ventas	9,476,593	10,781,728	13.8%
Otros ingresos	81,486	50,952	-37.5%
Valor de la mercadería en existencia	5,409,540	6,463,608	19.5%
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>4,148,539</b>	<b>4,369,072</b>	<b>5.3%</b>
Gastos de personal	1,732,554	1,950,552	12.6%
Gastos de almacenaje	269,885	211,733	-21.5%
Gastos de distribución	862,016	1,072,177	24.4%
Gastos administrativos	635,394	663,011	4.3%
Depreciación	196,624	253,646	29.0%
Gastos financieros	82,405	107,147	30.0%
Impuestos	33,245	34,206	2.9%
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>3,812,123</b>	<b>4,292,472</b>	<b>12.6%</b>
<b>RESULTADO ANUAL</b>	<b>336,416</b>	<b>76,600</b>	<b>-77.2%</b>

## SUBTÍTULOS DE LAS FOTOS

Foto (página 4): “Austria es otro mundo: Aquí van todos los niños a la escuela, hay agua en abundancia y aún la finca más alejada cuenta con una calle bien pavimentada... Todo esto en México es impensable.”

Ofelio Ángeles Ortega de México visita a Richard Schweighuber, campesino orgánico en Konradsheim, Waidhofen.

Foto (página 5): “Brindamos nuestro apoyo para elevar el ingreso de las artesanas, para que los niños asistan a las escuelas. Nosotros estamos en la situación privilegiada de poder hacer algo, entonces también tenemos la obligación de trabajar para la sociedad.”

Moon Sharma, Tara Projects, India.

En la foto: Shaista Habib Begum de TARA, India, demuestra durante su visita en Austria sus habilidades manuales en el bordado de perlas.

Foto (página 6): Gerhard Wimmer (izq.), EZA, con Mohammed Tanko Bitugu de la Cooperativa Kalungu en Ghana en una reunión con miembros de la cooperativa.

Foto (página 7): Franz Denk (en medio) en Guatemala con miembros de la Unión de Caficultores Cecapro. El nuevo diseño de los paquetes de café es detenidamente observado.

Foto (página 8): De visita en la cooperativa Gumutindo en Uganda. Andrea Stehrer, EZA es rodeada de niños de Buginyanya, quienes aprecian las fotos tomadas con la cámara digital.