

## INFORME ANUAL 2006/07

EZA - Naturalmente Justo

Página 2:

“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 (as) – 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. es la organización importadora del Comercio Justo más grande de Austria y cuenta con más de 32 años de experiencia en éste campo. Fue fundada en 1975 con el nombre EZA - Dritte Welt GMBH., 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%).

**EZA Fairer Handel GMBH.**  
**Wenger Straße 5**  
**5203 Köstendorf**  
**Tel.: +43 (0)6216 20 200**  
**Fax: +43 (0)6216 20 200 999**  
**Correo electrónico: [office@eza.cc](mailto:office@eza.cc)**  
**Página web: [www.eza.cc](http://www.eza.cc)**

Pie de imprenta: Editor y dueño de la publicación: EZA Fairer Handel GmbH., Redacción: Andrea Reitingger, Andrea Schlehuber. Dirección: Wenger Straße 5, 5203 Köstendorf, DVR Nr. 0419605, Teléfono: 06216 20 200, Fax: 06216 20 200 999, correo electrónico: office@eza.cc, página web: [www.eza.cc](http://www.eza.cc); Ilustraciones en la portada y páginas 3, 7, 11, 13, 15 y 17 Belicta Castelbarco. Diseño e impresión: gugler\*cros media, [www.gugler.at](http://www.gugler.at).  
Tiraje: 1500 ejemplares, publicado el 19.12.2007.  
Traducción del alemán al español: Lic. Luis Cáliz.

Climáticamente impreso en forma neutral con energía renovable y en papel 100% reciclado. La cantidad de dinero necesaria para la neutralización del CO2 es aportada para un proyecto de la WWF de protección del clima en 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)).

## 1. Actividades

### Nuevo Diseño

**La modificación de la apariencia de los productos de la EZA**, iniciada en el año comercial 2005/06, continuó en el período de este reporte, pudiendo ser concluida. El nuevo diseño proporciona a los productos de la EZA una apariencia uniforme, a través de la cual, se elevó el reconocimiento de la marca EZA. Los motivos artísticos provienen de la ilustradora Belicta Castelbarco y describen bien los productos en sus estados originales o diseños inspirados en diversas culturas, hasta la línea infantil, que invita a un mundo animal vivo y colorido. Por otro lado, se iniciaron los primeros pasos de la adecuación de los materiales impresos al nuevo diseño de la EZA, mismos que se continuarán en el próximo año comercial.

### Reunión de las Tiendas del Mundo

**Cerca de 120 participantes asistieron a la reunión general** de las Tiendas del Mundo a nivel nacional entre el 15 y 18 de septiembre del 2006 en Batschuns, Vorarlberg. La EZA Fairer Handel organizó un día de capacitación enfatizada en Uganda y Kenia iniciando de esta manera las semanas promocionales sobre dichos países. Aquí se hizo referencia al viaje de visita a las organizaciones contraparte de la EZA en el Sur, durante la primavera del 2006, en el que participaron 20 personas de las Tiendas del Mundo. Para describir la situación histórica y actual de ambos países africanos, disertó el experto africanista Walter Schicho, autor del libro de tres tomos "Manual Africano". Willington Wamayeye, gerente de Gumutindo Cooperative Enterprise Ltd. de Uganda, expuso sobre la economía cafetalera de su país. Wamayeye así como Alice Musimbi de la ONG keniana y organización del comercio justo Undugu Society of Kenya expusieron en talleres sobre sus trabajos con pequeñas familias cafetaleras y artesanas. Julia Pichler de Südwind presentó una exposición vivencial sobre Uganda para jóvenes. Además se presentaron dos videos cortos sobre las organizaciones contraparte de la EZA en Uganda y Kenia (ver más abajo). Por la noche la bailarina Chandiru Straub-Mawa de Uganda, acompañada de dos músicos, puso en movimiento a todos los presentes a través de su danza vertiginosa.

Foto: Movimientos: Chandiru Straub-Mawa

### Video

**"Naturalmente hecho a mano" y "Jambo – Comercio Justo en Uganda"** son dos nuevos documentales filmográficos de las organizaciones contraparte de la EZA. El material filmográfico fue tomado por Manfred Wimmer durante el viaje a Uganda y Kenia y luego se editó como material de apoyo en cooperación con la EZA. En los videos se presenta el trabajo artesanal con la piedra de talco y la manufacturación de las bolsas de sisal, así como el camino del café orgánico Jambo, desde la cooperativa de pequeños productores hasta el ingenio donde se procesa el grano de café oro para la exportación. Ambos videos están en calidad de préstamo a disposición en la EZA.

Página 4:

„El Comercio Justo posibilita a los participantes de las relaciones comerciales valorar las aportaciones de cada uno...”

Willington Wamayeye, Gumutindo, Uganda.

### **Semanas Promocionales Uganda y Kenia**

**Las semanas promocionales sobre Uganda y Kenia** fueron acogidas y desarrolladas de una sorprendente manera por las Tiendas del Mundo. La EZA apoyó las actividades a través de una jornada de capacitación, con materiales audiovisuales y decorativos, así como mediante la organización de un programa de visita de los señores Willington Wamayeye y Alice Musimbi. Ambos invitados viajaron por toda Austria hasta finales de septiembre del 2006, acompañados por empleados(as) de la EZA.

**Alice Musimbi visitó el oeste de Austria** e hizo estación en Wolfurt, Dornbirn, Bludenz, Imst, Innsbruck, Schwaz, St. Johann en Tirol, Saalfelden y Salzburgo. El amplio programa incluyó además de muchos encuentros en escuelas y Tiendas del Mundo, también contactos con los representantes de los medios de comunicación, además se tuvo tiempo para intercambios personales y visitas turísticas. El vasto programa social de *Undugu Society of Kenya*, el trabajo con los niños de la calle de Nairobi y el significado del Comercio Justo como apoyo de los objetivos de Undugu, fue el tema central de las conversaciones. Alice Musimbi pudo emplear su experiencia como trabajadora de muchos años y como gerenta logística, así como los conocimientos adquiridos en una galería panafricana de artesanías.

Página 5:

**Willington Wamayeye visitó el este de Austria** y conoció Jennersdorf, Weiz, Gleisdorf, Fürstenfeld, Hartberg y Viena. Gracias a la buena organización de parte de las Tiendas del Mundo, al señor Willington se le presentó la posibilidad de exponer en una forma amplia la idea del Comercio Justo y su organización de pequeños productores Gumutindo a un público interesado. En su programa estaban además de entrevistas, las visitas a escuelas, exposiciones públicas, reuniones con alcaldes y representantes de las comunidades del *Globale Fairness – justicia global - de Estiria*, una reunión con el grupo de trabajo de energía renovable de Gleisdorf y vistas a fincas orgánicas, en las cuales quedó ampliamente demostrado que el modelo de producción orgánico actúa como un fuerte lazo de unión cultural muy por encima de las fronteras geográficas.

Foto: Willington Wamayeye de visita donde el productor orgánico Scharler.

### **Reinauguración de la Tienda del Mundo 1070**

**El 11 septiembre del 2006 se reinauguró en la calle Mariahilferstraße 8**, del séptimo distrito vienes, la antigua librería Südwind (Viento del Sur) con énfasis en música étnica mundial. Con la cooperación de EZA Fairer Handel se transformó ésta en una Tienda del Mundo, la cual invita de diferentes maneras a descubrir otras culturas. Aquí se presentan en un ambiente especial y nuevo, artesanías y alimentos de la EZA Fairer Handel, literatura especial sobre las políticas de desarrollo, así como bellas artes y especialidades musicales de las diversas regiones del mundo. Para el diseño de interiores se tomó medida de las Tiendas del Mundo en propiedad de la EZA de los distritos 1010 y 1080 de Viena. El diseño claro del arquitecto vienes Christian Heiss posibilita aquí un espacio

apropiado para una amplia oferta de productos, que transporta la amplitud mundial y la diversidad cultural.

### Revista EZA

**La revista de la EZA de octubre se publicó** como amplio doble número y contenía además del reporte sobre las semanas promocionales con énfasis en Uganda y Kenia, una reseña sobre el congreso con motivo del 30 aniversario de la EZA Fairer Handel y muchos mensajes solidarios de organizaciones amigas, así como un mensaje de felicitación de parte del Presidente de Austria por el trigésimo aniversario de la EZA.

### Cooperación con la „Diosa de la Felicidad“

**Un proyecto piloto especial se desarrolló a inicios del año 2007** con cuatro jóvenes diseñadores(as) de Sofía, Zagreb, Baden y Viena, bajo el título “Diosa de la Felicidad”, creando una moda muy original. El interés por un socio que pueda garantizar un proceso justo, les llevó a contactar a la EZA.

**Para la producción de la colección propia de camisetas** de la primavera del 2007, la EZA había definido los estándares, que a fin de cuentas convencieron a “Diosa de la Felicidad”: Una producción y comercialización transparente desde las parcelas de algodón hasta la tienda, el procesamiento FAIRTRADE certificado del algodón procedente de la producción orgánica controlada, el cumplimiento de los estándares sociales mínimos en la cadena de elaboración (hilado y producción de tela), así como el contacto con la socialmente comprometida empresa procesadora Craft Aid de Mauritius, que se comprometió a observar los criterios del Comercio Justo, y que mantiene una directa relación comercial con la EZA. El colectivo de diseñadores creó los modelos, mientras la EZA coordinó con Craft Aid la producción e importación. El resultado se ensayó en abril del 2007 en las Tiendas del Mundo de la EZA de la Linzergasse en Salzburgo y en los distritos 1010 y 1080 de Viena en el marco del proyecto piloto, logrando una buena acogida en los medios de comunicación y las y los clientes.

### Semanas promocionales del Algodón

**En marzo/abril del 2007 cerca de 60 Tiendas del Mundo** participaron en las semanas promocionales con énfasis en el algodón de la EZA. Con camisetas y prendas comercializadas en forma justa de la organización socia de la EZA, Craft Aid, se ofreció una atractiva colección, producida bajo los mismos criterios y con las mismas organizaciones socias de los modelos de la “Diosa de la Felicidad”. Por las reiteradas reacciones positivas obtenidas quedó ampliamente demostrado que existe una relación entre la producción orgánica, Comercio Justo y diseño contemporáneo, ofreciendo a la vez una atractiva alternativa a la producción anónima del mercado convencional. Puesto que hay cada vez más personas que no sólo dan valor a su apariencia personal.

Página 6:

La pieza comprada tiene que ser agradable y aceptable en todo sentido. Alrededor del tema algodón la EZA proporcionó a las Tiendas del Mundo además de los productos apropiados, un sinnúmero de materiales con información relevante, materiales decorativos y propuestas de actividades sobre el tema del Comercio Justo y la producción textil explotadora.

Fotos: Condiciones dignas de trabajo desde las parcelas de algodón hasta el producto acabado.

### Viaje a Bolivia

**En abril del 2007 se hizo el viaje anual de la EZA** para los empleados de las Tiendas del Mundo con destino a Bolivia. En el árido Altiplano, de la sierra boliviana, a unos 4000 m de altura, el grupo de viajeros obtuvo una idea de las difíciles condiciones de vida de la población cuya mayoría es indígena. En el Alto se visitó la joven organización *Jilata*, un conglomerado de talleres de tejido, en los que se elaboran textiles de lana de alpaca. La implementación profesional de la moda europea impresionó a los visitantes de Austria, tanto como las cordiales reuniones con los miembros de la organización. En la organización Señor de Mayo, una asociación de artesanos y artesanas, que apoya sobre todo a mujeres desfavorecidas del Alto y sus alrededores, posibilitándoles el acceso al Comercio Justo, se sintió la esperanza producto del cambio político en Bolivia. Para Antonia Rodríguez, una activista del actual partido de gobierno MAS y fundadora de la organización Señor de Mayo, la lucha por el Comercio Justo y la lucha política en contra de la discriminación indígena y de los efectos negativos de la globalización, son dos caras de una misma moneda.

**En la cooperativa Anapqui se les explicó a los visitantes** austriacos las peculiaridades del cultivo de quinua y su procesamiento. El difícil viaje hacia el origen de uno de los cultivos más antiguos del mundo quedó olvidado con los tan interesantes encuentros y por el majestuoso paisaje al rededor del lago de sal más grande del mundo. Al grupo le fue prácticamente exigido tener unos nervios templados, necesarios para el impresionante “descenso” al trópico de Alto Beni. Allá vieron muchos de ellos por primera vez las frutas “doradas” del cacao, conocieron los diversos pasos del procesamiento del cacao y a los miembros de la cooperativa de pequeños productores *El Ceibo*, con quienes la EZA mantiene relaciones comerciales desde hace 20 años.

### Ampliación del Edificio de la Sede

**La ampliación del centro de distribución** radicado en Weng/Köstendorf, iniciada en febrero del 2007, fue clausurada en Junio del mismo año. Por el anexo al edificio ya existente se incrementó el área útil de las bodegas de 1.156 m<sup>2</sup> a 2.766 m<sup>2</sup>. Con ello se aumentó el espacio para almacenar otras 1000 tarimas. Con el área restante para la administración y ventas, cuenta la EZA con 3.568 m<sup>2</sup> de área útil. El anexo se construyó basado en los mismos principios ecológicos que el edificio de bajos requerimientos energéticos ya existente, con el que se ganaron varios galardones. El área de los colectores solares fue también expandida.

## 2. Nuestros Socios

### Cooperación

**La cantidad de organizaciones socias**, con las que coopera la EZA ascendió durante el año comercial 2006/07 a más de 130 en alrededor de 30 países de Latinoamérica, África y Asia. Éstas se diferencian por la cantidad de sus miembros, así como por sus estructuras y el tipo de producto, que elaboran. La EZA trabaja tanto con pequeñas asociaciones de artesanos, así como también con organizaciones socialmente comprometidas de mercadeo, que cooperan a su vez con diversos grupos de artesanos hasta con seleccionadas plantaciones de té y asociaciones de pequeños campesinos. 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 mejora la estructura productiva, mejorando además la enseñanza, salud, nutrición y la seguridad del ingreso, que sin el Comercio Justo sería prácticamente imposible.

**La EZA importa directamente una buena parte de los productos**, en artesanías es casi un 100% y otra parte la importa a través de otras organizaciones de importación justa. 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.

Foto: Franz Denk, empleado de la EZA, de visita donde los productores de café en México

### Redes del Comercio Justo

**La EZA es un miembro activo de dos grandes unificaciones** del Comercio Justo, la European Fair Trade Association / Asociación Europea del Comercio Justo (EFTA) y la International Fair Trade Association / Asociación Internacional del Comercio Justo (IFAT). La colaboración de la EZA en dichos gremios desde sus fundaciones, es de singular importancia. Estas posibilitan el intercambio y la cooperación entre las organizaciones importadoras del Comercio Justo en el norte (EFTA), así como organizaciones de importación del norte y organizaciones de productores del sur (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 cumplir con ciertos criterios y obligaciones.

**Como miembro de la IFAT, la EZA aporta sus experiencias** como organización importadora del Comercio Justo en las reuniones 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. Adicionalmente se realizan controles aleatorios externos. Del lado de los productores, los miembros de la IFAT son sobre todo organizaciones de artesanos. Alrededor de la mitad de las organizaciones de artesanos socias de la EZA están integrados al sistema de la IFAT.

## “Otro mundo es posible – con una economía solidaria y el Comercio Justo”

(Eslogan de una pancarta en la sala de reuniones de la organización Señor de Mayo, Bolivia)

**Las organizaciones de importación asociadas a la EFTA**, son en muchos países las pioneras del Comercio Justo. La EZA Fairer Handel GmbH. trabaja activamente en diferentes gremios de la EFTA. Entre otros en el Grupo de Monitoreo, que durante el período comercial de este reporte elaboró una hoja de evaluación uniforme para las organizaciones socias del sur. Con ésta se podrá evaluar entre otras, a las organizaciones contraparte de la EFTA, que no están ni en los registros de productores de la Fair Labelling Organisation FLO, ni pertenecen a la IFAT. Como primer paso se elaboraron unos indicadores, en concordancia con los estándares de la EFTA-, IFAT- y FLO, lo que posibilitará la comprobación del cumplimiento de los estándares por parte de las organizaciones contraparte. En el primer semestre del 2007 se llevaron a cabo ensayos piloto, en los que el nuevo sistema de evaluación presentó buenos resultados en la práctica.

**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 de la Fair Labelling Organisation. Cerca del ochenta por ciento de los socios de la EZA abastecedores de productos alimenticios se encuentran inscritos en el Registro Internacional FLO, así como la organización de los productores de pelotas de fútbol de Pakistán y los y las productoras de algodón de la India.

Foto: La concha del capiz proporciona la materia prima para las originales artesanías de las Filipinas

### **Nuevas organizaciones socias**

**Saber, quienes serán nuestros próximos socios comerciales,** bajo cuales circunstancias viven y producen es para la EZA de central importancia. Debido a la buena inserción de la EZA en la red internacional y europea del Comercio Justo se facilita obtener la información necesaria. Al interior de la EZA hay un comité que decide cuales organizaciones serán aceptadas como socias.

**En el período comercial se aceptaron 19 nuevas organizaciones** como socias. El incremento mayor resulta de las organizaciones de pequeños campesinos, que cultivan café orgánico. El año pasado, la demanda de éste producto tuvo un incremento considerable.

Se aceptaron como socios a: Flor de Campanilla y Kabi Habin (ambos: México, miel de abeja), OTPC San Juan Cancuc, 21 de Septiembre, Juan Sabines Gutierrez, Procafem, Redcafés, Flor del Cafetal, Paluchén, (todos: México, café orgánico), Sidama Coffee Farmers Cooperative Union, Oromia Coffee Farmers Cooperative Union (ambos: Etiopía, café orgánico), ASOCACEN (Paraguay, azúcar orgánica), Kavokiva (Côte d'Ivoire, cacao), La Sureña (Honduras, semillas de marañón), COOPERCUC (Brasil, jaleas), Ikuru (Mozambique, cacahuates), Del Campo (Nicaragua, cacahuates y aceite de cacahuates), ACP (Nepal, productos de fieltro), Streetwires (Sudáfrica, artesanía de alambres).

### Visitas y Viajes

**Visitas de socios y socias del sur** y viajes de los empleados de la EZA a las organizaciones socias fortalecen el contacto directo y posibilitan el análisis acerca de las expectativas reciprocas y el desarrollo de las relaciones comerciales en forma justa.

**Empleados de la EZA visitaron durante el período** de éste reporte a 26 organizaciones socias en seis países. Los viajes de visita fueron a India para visitar a Silence, EMA, SASHA y CRC. Aquí el tema principal era el desarrollo de nuevos diseños para bolsas y bolsones. En Indonesia se visitó nuestra antigua organización socia Pekerti, en las Filipinas a los socios y socias artesanos de Saffy, Preda y ESPC. El viaje anual de visita a nuestros productores de café en México nos llevo en el otoño del 2006 donde FIECH, Flor del Cafetal, Guaya'b, ISMAM, Juan Sabines Gutierrez, OTCP, Paluchen, POSI, Redcafés, Tiemelonla nich k lum, Tzijib Babi, UCIRI y Yeni Navan. En Guatemala visitamos a nuestros socios productores de café y miel de Cecapro y Guaya'b, en Bolivia a las organizaciones de tejedores(as) de lana de alpaca Jilata y Señor del Mayo, así como a la cooperativa de pequeños campesinos Anapqui (quinua) y El Ceibo (cacao).

**Representantes de las siguientes organizaciones** visitaron la EZA Fairer Handel durante el período de éste reporte: Fred Masinde (Undugu Society, Kenia), Wellington Wamayeye (Gumutindo, Uganda), Alice Musimbi (Undugu Society, Kenia), Gabriel Kamudu (Craft Aid, Mauritius), Sundarkumar (Palam, India), Ram Sami (SIPA, India), Lucas und Diana Caldeira (Asha, India), Simón Huanca, Humberto Aruquipa y Brigitte Landauer (Jilata, Bolivia), Orlando Vasquez (Intiraymi, Perú), Cathi Groß (Coopercuc, Brasil), Patrick M. Katingima y Martin K. Malila (Machakos, Kenia), Hernán Pérez y Gerardo Wijant (Viña Chequen y Comparte, Chile), Ruth Salditos (PFTC, Filipinas).

### Velar por los intereses de los y las productoras

**En el período de este reporte la EZA** escuchó la petición de los y las productoras de café sobre un incremento al precio mínimo de FAIRTRADE y la condujo y apoyó mediante una toma de posición en relación a FLO (Fair Labelling Organisation) y EFTA. Después de consultas con los productores, organizaciones de comercio y propietarios de licencias se cambio el sistema de premios a partir del 1° de junio del 2007. El premio orgánico se incrementó de US\$ 15,- a US\$ 20,- por saco, el premio social se incrementó de US\$ 5,- a US\$ 10,-. El precio mínimo garantizado de US\$ 121,- se mantuvo inalterado. Sin embargo, durante el período de este reporte, la EZA tomó el esquema original de precios de FAIRTRADE para el café como una referencia. En la práctica se pagó, debido a un cambio en la situación de mercado, un precio promedio de US\$ 152,- por saco de café Arabica de altura.

Foto: Procesamiento de cueros y seda de los socios EMA de India

### 3. Nuestros Clientes

#### Tiendas del Mundo

**Las Tiendas del Mundo es el grupo más grande** de clientes de la EZA. Con ellos se alcanzó el 40.4% de las ventas totales. Gran satisfacción nos da el incremento de 8.6% con respecto al año pasado, alcanzando 4,8 millones de Euros en ventas. De dichas ventas 1,9 millones de Euros provienen del negocio con las artesanías y 1,1 millones de Euros del café. El resto de las ventas provienen de otros productos alimenticios, de los cuales el chocolate, es el mejor representante de dicho segmento.

**Durante el período comercial de este informe** habían 93 Tiendas del Mundo en toda Austria. Llamativo es el hecho que las Tiendas del Mundo obtuvieron un incremento del nivel de ventas a través de puestos externos de venta. Además del apoyo a los Grupos de Acción, las Tiendas del Mundo suministran con mayor fuerza a instituciones.

Como todos los años se realizaron diversos eventos de concienciación en las Tiendas del Mundo. Durante el período de este reporte, el tema central de las actividades eran los derechos de los niños y el Comercio Justo. El Día de las Tiendas del Mundo, llevado a cabo en Mayo en toda Europa, precisamente sobre este tema, es la expresión más firme de este especial y delicado trabajo. Para llamar la atención del público joven para la causa del Comercio Justo, muchas Tiendas del Mundo instalan y cooperan con los llamados Fair-Points (puestos de ventas en escuelas y colegios atendidos por los escolares mismos).

**Además de las diversas actividades publicitarias**, coordinadas por la Asociación de las Tiendas del Mundo (de parte de la EZA se enfatizó en la promoción de hamacas, productos de cerámica, joyería y bisutería), deben destacarse las semanas promocionales sobre Uganda y Kenia y el algodón orgánico (ver página 5) ofrecidas por la EZA. A través de la consecuente profesionalización de las Tiendas del Mundo, realizada desde hace años, se pudo asegurar y ampliar la supremacía alcanzada por las Tiendas del Mundo austriacas dentro del movimiento de las Tiendas del Mundo europeas. El gran desarrollo de las Tiendas del Mundo en Austria queda documentado con el promedio de ventas anuales de las Tiendas que asciende entre tanto a más de 100.000,- Euros, a pesar de la creciente competencia.

Foto: La Tienda del Mundo de Südwind - Música étnica mundial de Viena

#### Supermercados

**Este año también este canal de venta alcanzó nuevamente un importante crecimiento:** El nivel de ventas ascendió en un 12.2% a 2.9 millones de Euros. El café es el principal producto con 1.7 millones de Euros. La razón principal de este incremento fue la venta de otros productos de nuestro surtido en los supermercados. Los y las consumidoras encuentran los productos de la EZA en los siguientes supermercados: Interspar, Eurospar, supermercados SPAR, diversos otros vendedores de Spar, Spar Gourmet, Merkur, Billa, Adeg, diversos otros vendedores de Adeg, dm - Tiendas de Drogerías, M-Preis, Kastner, Pfeiffer, Maximarkt, Winkler Märkte, Sutterlüty, Unimarkt, Prokaufland, E-Center, Tabor y Wellas Park.

También las campañas publicitarias de la organización del sello de calidad FAIRTRADE aportan para dar a conocer la idea del Comercio Justo a un público cada vez más amplio.

### Revendedores (as)

**La mayoría de estos clientes son tiendas de productos orgánicos** y sus distribuidores. Allí compran consumidores, para quienes es de creciente importancia que la producción no sólo sea ecológicamente sostenible, sino que sea también socialmente justa. Estas ventas crecieron en un 13.7% a casi 1.2 millones de Euros.

### Tiendas del Mundo de la EZA

**La EZA es propietaria de tres Tiendas del Mundo** en Salzburgo (Linzergergasse) y Viena en los distritos 1010 y 1080, que a raíz del buen sitio, la atractiva decoración y del personal capacitado se han vuelto en las Tiendas del Mundo de mayores ventas en toda Austria. Para la EZA, estas tiendas tienen también la función de ser “tiendas-ensayo”, por esa razón se inició aquí, en la primavera del 2007, la cooperación con el grupo de diseñadores “Diosa de la Felicidad” como proyecto piloto (ver página 5). En ventas a los consumidores (as) finales alcanzaron en conjunto un volumen de venta de más de 1.1 millones de Euros, de los cuales cerca del 70% son artesanías.

### Instituciones

**En instituciones privadas y públicas** se cambia cada vez más el consumo interno a productos comercializados en forma justa. En este canal se notan las decisiones del sector público de apoyar al Comercio Justo. Así se consume cada vez más café comercializado en forma justa en las instituciones de enseñanza y oficinas. Pero también nuestros grandes clientes aumentaron sus niveles de compra. Missio ofreció en el marco de su “Acción para la Juventud 2006”, piñas alicitronadas y chocolates, mientras que las compras de la Dreikönigsaktion (Acción Tres Reyes Magos) y de los Salesianos de Don Bosco tuvieron un efecto positivo en el nivel de ventas del sector artesanal.

### Grupos de Acción

**A raíz de la compactación de la red de Tiendas del Mundo** es ahora posible para muchos de los Grupos de Acción efectuar las compras para sus eventos en sus lugares de origen. Esto aclara el descenso de las ventas de este segmento por el orden del 16.8%. La EZA apoya este desarrollo, pues esto más bien fortalece el desarrollo de las estructuras regionales del Comercio Justo. Un aspecto importante es que a través de la red de las Tiendas del Mundo, y la mejor disponibilidad de los productos de la EZA, también en los supermercados, se les posibilita a los y las clientas de los Grupos de Acción el acceso a los productos del Comercio Justo. De cualquier manera, los Grupos de Acción aportan con sus ventas y actividades a la creación de una conciencia alrededor del Comercio Justo. Por eso su trabajo voluntario es de gran valor para el movimiento en general.

Foto: Una fuerte red de Tiendas del Mundo facilita la cooperación directa con los Grupos de Acción

### Consumidores (as) Finales

**Muy halagador es el aumento de 6.0%** en los consumidores (as) finales. Aquí se trata sobre todo de clientes del área rural, que realizan sus compras en nuestra sede en Köstendorf, pero también de personas que nos visitan en grupos de excursiones para ver nuestro edificio ecológico construido con tecnología de bajos requerimientos energéticos. Así logró la EZA después de dos años hacerse de una adecuada clientela en su nueva sede.

## Unión Europea

**Son en primera línea ventas en cooperación** con nuestros socios europeos del Comercio Justo. Estas ventas ascendieron a un 9.7%, pero como éstas tienen un margen menor de ganancia, tienen un efecto menor en el balance comercial. Excelentemente se desarrolló la cooperación con nuestro socio en Eslovenia. Esto permitió establecer una red del Comercio Justo en nuestro país vecino con una fuerte Tienda del Mundo en la capital Lubliana y de aquí asegurar más cooperaciones comerciales. También en Hungría se procuró en cooperación con la EZA establecer una red del Comercio Justo. Una Tienda del Mundo fue inaugurada en Budapest en diciembre del 2006.

## 4. Productos

### Café

**La EZA pudo alcanzar nuevamente un aumento** en la venta del café tostado – su principal producto. En total se vendieron 502 toneladas. De las cuales el 93% proceden de la producción orgánica. También el Café Nica se pudo transformar a café de producción orgánica durante el año pasado. El producto más importante fue sin duda el café orgánico de México, sin embargo el mayor crecimiento lo obtuvo Café Jambo de Uganda, que fue especialmente promocionado en el marco de las actividades de las semanas promocionales sobre Uganda y Kenia. Debido a que muchas personas particulares cuentan en sus casas con cafeteras profesionales, aumentó la proporción de café tostado en grano en un 20% en comparación con el café molido, con lo que ascendió entretanto a 42% de la cantidad total.

### Chocolate

**El segundo producto más importante** en el sector de los productos alimenticios es el chocolate, con una venta total de 16.7%. A pesar de que la competencia en este segmento del comercio aumenta, pudo alcanzarse un incremento de 5.3%. Nuevamente este año Missio, en el marco de su “Acción para la Juventud”, fue nuestro principal cliente de chocolate.

### Otros Alimentos

**Este segmento abarca arroz, té, jugo de naranja,** especias, vino, ron, cereales, miel, frutas deshidratadas, ositos de goma y otros. Aquí se alcanzó un incremento de 5.1%.

### Artesanías

**La EZA coopera entretanto con 58 organizaciones artesanales** socias de Latinoamérica, África y Asia. El incremento de 10.8% en las ventas es más halagador aún, si se considera que el Comercio Justo es muchas veces la única posibilidad de venta para nuestras y nuestros productores. Pocas veces el mercado local significa para ellos(as) una alternativa, pues la capacidad de adquisición en muchos países es limitada. Las artesanías, que representan un 29.0% de nuestras ventas, son vendidas exclusivamente en las Tiendas del Mundo. Debido a la existencia de 93 Tiendas del Mundo, la venta por el orden de los 3.4 millones de Euros - en comparación con el nivel europeo – es muy buena. Por el diseño llamativo y la excelente calidad, nuestros socios europeos del Comercio Justo efectúan cada vez más sus compras a través de la EZA.

Foto: Café Jambo de Uganda alcanzó el crecimiento más pronunciado

## Las ventas totales se componen de los siguientes segmentos:

Café 33.4%, chocolates 16.7%, otros alimentos 20.9% y artesanías 29.0%. Con la aportación de 71% de las ventas en el segmento de los productos alimenticios se pudo consolidar el sector de los productos orgánicos.

### GRÁFICAS:

#### CANALES DE VENTA

Tiendas del Mundo	+8.6%
Supermercados	+12.2%
Revendedores y restaurantes	+13.7%
Tiendas del Mundo de la EZA	+0.4%
Instituciones	+1.6%
Grupos de Acción	-16.8%
Consumidores	+6.0%
EU y otros países	+9.6%

#### VENTAS TOTALES

2005/2006	10,781,728.--
2006/2007	11,589,543.--

#### APORTE A LAS VENTAS

EU y otros países	4.5%
Consumidores	1.2%
Grupos de Acción	2.8%
Instituciones	7.3%
Tiendas del Mundo de la EZA	9.6%
Revendedores y restaurantes	9.8%
Supermercados	24.3%
Tiendas del Mundo	40.4%

#### VENTAS POR GRUPO DE PRODUCTOS

Café	+7.6%
Chocolate	+5.3%
Otros alimentos	+5.1%
Artesanías	+10.8%

#### VENTAS TOTALES

2005/2006	10,781,728.--
2006/2007	11,589,543.--

#### APORTE A LAS VENTAS

Café	33.4%
Artesanías	29.0%
Otros alimentos	20.9%
Chocolate	16.7%

## 5. Balance Comercial Anual

El año comercial de la empresa EZA Fairer Handel GmbH comprende el período entre el 1.7.2006 al 30.6.2007.

### Activos

**El aumento de los activos resulta sobre todo de los valores** en inmuebles (+34,6% en comparación con el año anterior) y las existencias (+20,6% en comparación con el año anterior). De febrero a junio del 2007 se terminó la construcción del centro de distribuciones. La construcción del anexo, programada originalmente para realizarla hasta en el 2008, costó 783.000 €. Con ello el terreno, que compro el Movimiento de Hombres Católicos de Austria y Alta Austria y que alquila a la EZA, queda completamente ocupado. El incremento de las existencias se explica sólo en parte por el incremento de las ventas. Éste resulta sobre todo de las entregas adelantadas de nuestros socios del sur, para poder preparar durante los meses bajos del verano la distribución sin dificultades de sus productos, iniciando ya en septiembre.

### Pasivos

**En el año comercial 2006/2007 se alcanzo una ganancia** de 227,934.- Euros. Conjuntamente con la ganancia del año pasado se obtiene una ganancia acumulada de 972,262.- Euros. Las responsabilidades con los institutos bancarios contienen el crédito por el centro de distribuciones (actualmente de 2.51 millones de Euros), que aumentó en un 33.2 % debido a la construcción del anexo. Hasta junio del 2007, el estado de cuentas de los pequeños préstamos otorgados asciende a 2,256,106.- Euros, monto que ha sido puesto a disposición de la EZA por 643 prestamistas.

### Balance de Ganancias y Pérdidas

**Los ingresos por ventas ascendieron en un 7.5% a 11,589,543.- Euros.** En la primavera del 2007 se vendió la propiedad donde funcionaba la antigua sucursal de la EZA en el quinto distrito vienés. Por la factura del valor nominal se produjo el cuantioso ingreso de 245,142.- Euros. Esto explica el enorme incremento en otros ingresos empresariales. En el segmento del valor de la mercadería en existencia ascendieron las artesanías en mayor forma. Como en este segmento el margen de ganancia es mayor que en los alimentos, esto significa un incremento desproporcionado del valor de la mercadería en existencia. Además nos benefició en general la baja tasa de cambio del US-Dólar. Por otro lado, los gastos de personal aumentaron en menor cuantía que las ventas, lo que condujo a una mejor cuota de personal/ventas. Los gastos de almacenaje se redujeron sustancialmente debido a la construcción de la bodega anexa, con lo que se pudo reducir los gastos de alquiler externo de bodegas a un mínimo. Este segmento contiene entonces los gastos de alquiler del terreno en Köstendorf y los gastos de alquiler de las propiedades donde funcionan las Tiendas del Mundo en propiedad de la EZA, así como sus gastos de mantenimiento.

**El desproporcionado incremento de los gastos de distribución** es debido sobre todo a las actividades necesarias para continuar con el fortalecimiento de la red de distribución, así como por el incremento mismo de las ventas. En los gastos administrativos se incluyen además otros gastos. Los mismos se incrementaron por una limpieza del surtido de productos, así como por los daños por operación causados al suministro de chocolate. La construcción del anexo explica el elevado valor de depreciación y en parte del también elevado valor del gasto financiero, pero además este se basa en el incremento en la tasa de intereses.

**En el período de éste reporte, la EZA contaba con 60 empleados** (en la sede central y en las tres Tiendas del Mundo propias), de los cuales 39 son mujeres y 21 hombres. Haciendo la cuenta a tiempo completo se obtiene un promedio anual de 48 personas empleadas a tiempo completo. Aun cuando el resultado global de este año comercial haya sido influenciado en gran medida por la venta de la propiedad en Viena, en vista de las inversiones realizadas en nuestro centro de distribuciones, estamos muy satisfechos con los resultados alcanzados.

### Balance al 30.6.2007

Todos los valores en Euros	05/06	06/07	Comparación
Bienes inmateriales	3,594.-	5,617.-	56.3%
Inmuebles	2,399,480.-	3,229,863.-	34.6%
Inversiones	42,262.-	36,575.-	-13.5%
<b>CAPITAL FIJO</b>	<b>2,445,336.-</b>	<b>3,272,055.-</b>	<b>33.8%</b>
Existencias	3,589,849.-	4,328,638.-	20.6%
Cuentas por cobrar y otros bienes	1,272,770.-	1,243,591.-	-2.3%
Efectivo y cuentas de ahorro	56,814.-	67,647.-	19.1%
<b>CAPITAL CIRCULANTE</b>	<b>4,919,433.-</b>	<b>5,639,876.-</b>	<b>14.6%</b>
Asientos de delimitación de facturas	79,765.-	74,955.-	-6.0%
<b>ACTIVOS</b>	<b>7,444,534.-</b>	<b>8,986,886.-</b>	<b>20.7%</b>
Capital social	378,000.-	378,000.-	0.0%
Reserva legal	123,628.-	123,628.-	0.0%
Balance acumulado de ganancias y pérdidas	744,328.-	972,262.-	30.6%
<b>CAPITAL PROPIO</b>	<b>1,245,956.-</b>	<b>1,473,890.-</b>	<b>18.3%</b>
<b>FONDO DE PREVISIÓN</b>	<b>418,085.-</b>	<b>472,940.-</b>	<b>13.1%</b>
Obligaciones bancarias contraídas	2,430,158.-	3,237,752.-	33.2%
Pequeños préstamos otorgados	2,075,634.-	2,256,106.-	8.7%
Otras obligaciones	1,244,513.-	1,527,972.-	22.8%
<b>OBLIGACIONES</b>	<b>5,750,305.-</b>	<b>7,021,830.-</b>	<b>22.1%</b>
Asientos de delimitación de facturas	30,188.-	18,226.-	-39.6%
<b>PASIVOS</b>	<b>7,444,534.-</b>	<b>8,986,886.-</b>	<b>20.7%</b>

### Balance de Ganancias y Pérdidas

Todos los valores en Euros	05/06	06/07	Comparación
Ingresos por ventas	10,781,728.-	11,589,543.-	7.5%
Otros ingresos empresariales	50,952.-	282,917.-	455.3%
Valor de la mercadería en existencia	6,463,608.-	6,864,412.-	6.2%
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>4,369,072.-</b>	<b>5,008,048.-</b>	<b>14.6%</b>
Gastos de personal	1,950,552.-	2,073,538.-	6.3%
Gastos de almacenaje	211,733.-	189,693.-	-10.4%
Gastos de distribución	1,072,177.-	1,236,589.-	15.3%
Gastos administrativos	663,011.-	733,917.-	10.7%
Depreciación	253,646.-	290,223.-	14.4%
Gastos financieros	107,147.-	183,789.-	71.5%
Impuestos	34,206.-	72,365.-	111.6%
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>4,292,472.-</b>	<b>4,780,114.-</b>	<b>11.4%</b>
<b>RESULTADO ANUAL</b>	<b>76,600.-</b>	<b>227,934.-</b>	<b>197.6%</b>

## 6. Redes del Comercio Justo

### AGEZ

**La empresa EZA Fairer Handel GMBH. es miembro** de la asociación AGEZ - Grupo de Trabajo para el Desarrollo y Cooperación - y al mismo tiempo forma parte de la red de organizaciones de desarrollo de Austria. La AGEZ ve el Comercio Justo como un aspecto muy importante de la cooperación al desarrollo y de las relaciones comerciales internacionales, además la AGEZ juega un papel central en la formulación de posiciones sobre los temas actuales en las relaciones entre el Norte y el Sur. A nivel nacional desempeña además un trabajo de cabildeo muy importante.

[www.oneworld.at/agez](http://www.oneworld.at/agez)

### La Asociación de las Tiendas del Mundo

**La asociación de las Tiendas del Mundo de Austria** (ARGE Weltläden) representa los intereses de las tiendas especializadas del Comercio Justo desde hace 25 años. Anualmente, esta asociación obtiene el 1.2% del volumen de ventas de las Tiendas del Mundo de la EZA, para fortalecer las estructuras de las Tiendas del Mundo.

**Además existe un acuerdo de cooperación** que abarca los aspectos de promoción, comunicación, capacitación y el establecimiento de temas prioritarios. Reconocemos que el fomento del mercadeo profesional enlazado con información, capacitación y publicidad sobre temas de políticas de desarrollo, es imprescindible para la expansión y aceptación del concepto del Comercio Justo.

**Para acentuar la importancia de las Tiendas del Mundo** como negocios especializados del Comercio Justo, se fundó a iniciativa de la Asociación de las Tiendas del Mundo la Academia del Comercio Justo. En el marco de una enseñanza modular, los y las empleadas de las Tiendas del Mundo y personas particulares interesadas tienen la posibilidad de asistir y capacitarse como “consejeros del Comercio Justo”. La EZA apoya este singular modelo y facilita sus expertos para tratar temas como el monitoreo de la EFTA, cadenas de valor agregado en el Comercio Justo, selección, monitoreo y cooperación permanente de y con las organizaciones socias del sur.

[www.weltlaeden.at](http://www.weltlaeden.at)

### Bio Austria

**El sello de calidad „Campesinos Orgánicos. Socios en Todo el Mundo”** es otorgado desde 1998 por Bio Austria a productos procedentes del Comercio Justo y de la agricultura orgánica certificada. Esto es el resultado de un hermanamiento mundial de campesinos y campesinas empeñados en un modelo económico ecológico y socialmente sostenible. En el período de este informe, la EZA cooperó con Bio Austria de Alta Austria en el marco de una capacitación sobre información de la producción orgánica para productores y productoras con el tema producción orgánica y justa („bio&fair”).

[www.bio-ernte.at](http://www.bio-ernte.at)

### **EFTA**

**La EZA es miembro de la Asociación Europea del Comercio Justo (EFTA)**, que reúne a 11 organizaciones comerciales alternativas de nueve países europeos. La cooperación para el desarrollo de productos y la adquisición de información de y sobre las organizaciones contrapartes del Sur, así como el trabajo de cabildeo y la organización de campañas informativas es lo que caracteriza a dicha asociación. La EZA participó en ocho reuniones a nivel europeo y fue anfitriona de la reunión de los y las encargados(as) de la adquisición de productos alimenticios. Es necesario recalcar el trabajo intenso realizado en el marco del Grupo de Monitoreo de la EFTA, que durante el período de este reporte se concentró entre otras cosas en el diseño de un sistema estandarizado de evaluación (ver más en el capítulo “nuestros socios”). En el marco de su afiliación a la EFTA, la EZA co-financió durante este año comercial el puesto de abogacía de las cuatro grandes redes del Comercio Justo (EFTA, IFAT, NEWS!, FLO) en Bruselas, para que las demandas del Comercio Justo a nivel europeo sean atendidas de una mejor manera.

[www.eftafairtrade.org](http://www.eftafairtrade.org)

### **FAIRTRADE- Comercio Justo**

**Esta asociación independiente está compuesta** de organizaciones de los sectores religiosos, sociales y ambientales y de la cooperación al desarrollo. La asignación del sello de calidad también a ofertantes comerciales permite la participación de éstos en el Comercio Justo de una forma controlada. Además el sello de calidad FAIRTRADE permite en los supermercados un rápido reconocimiento de los productos comercializados en forma justa a diferencia de aquellos comercializados en forma convencional. Desde el principio, la EZA es adjudicataria del sello de calidad FAIRTRADE y ofrece en Austria el más amplio surtido de productos con el sello FAIRTRADE. Recientemente se incluyó en el surtido de la EZA una colección de ropa de algodón procedente de la producción certificada FAIRTRADE de algodón. Una parte del costo que la EZA paga por el uso de la licencia del sello de calidad FAIRTRADE, es destinada para una intensiva campaña publicitaria de FAIRTRADE Austria y otra es conducida hacia las estructuras internacionales de FLO – Fair Labelling Organisation, que asegura los controles externos para el cumplimiento de los criterios del Comercio Justo de parte de las organizaciones de productores e importadores.

[www.fairtrade.at](http://www.fairtrade.at)

### **Foro FAIR TRADE**

**La EZA es parte del Foro Fair Trade (Foro del Comercio Justo)** de Austria. Su fundación en el año 2002 fue por iniciativa de la Asociación de las Tiendas del Mundo (ARGE-Weltläden) y aglutina actores comprometidos en la causa del Comercio Justo. Además de promover el intercambio de información, el objetivo del foro es salir al público con una opinión concertada sobre los temas centrales del Comercio Justo.

[www.fairtradeforum.at](http://www.fairtradeforum.at)

### **IFAT**

**La EZA es miembro de la International Fair Trade Association** – Asociación Internacional del Comercio Justo, una agrupación mundial con actualmente unas 320 organizaciones de comerciantes y productores alternativos afiliados. Posibilita un amplio foro de discusión sobre temas del Comercio Justo y problemas del comercio convencional. Además todos los miembros de la IFAT se comprometen a hacer el llamado Self Assessment (una forma de auto evaluación). En éste se documenta cada dos años y bajo criterios comunes, todas las prácticas propias del Comercio Justo, que son puestas a la

disposición de las demás organizaciones miembro, siendo además controladas en forma externa y aleatoria.

Foto: Signos fuertes para el Comercio Justo dieron los participantes de la conferencia internacional del IFAT en el año 2007 en Blankenberghe (Holanda)

Página 19:

**En este período comercial la EZA participó** en la Conferencia Europea de la IFAT, llevada a cabo en París en septiembre del 2006. Durante esta conferencia se proclamó oficialmente la fundación y registro de la IFAT-Europa – la red regional europea de la misma IFAT - y se discutió sobre el programa de trabajo de la misma. Como tema central se definieron: El fortalecimiento y creación de redes para el trabajo de abogacía en Europa, así como un trabajo proactivo de los miembros europeos de la IFAT en las campañas publicitarias. El gran objetivo de IFAT–Europa es establecer una red amplia y fuerte de las organizaciones del Comercio Justo europeas, que de a conocer el concepto de las organizaciones del Comercio Justo (FTOs) y que lo posicionen frente a otras empresas y asociaciones “éticas”.

**Además la EZA participó en la Conferencia Internacional** de la IFAT en mayo del 2007 en Blankenberghe (Holanda). Allá se dieron cita más de 350 participantes procedentes de 60 países, para debatir sobre el desarrollo de ésta creciente organización internacional. IFAT, fundada mayormente por organizaciones del Comercio Justo del norte en 1989, está ahora principalmente compuesta por organizaciones de productores y productoras del sur. En dicha proporción cambian también los ejes centrales de su trabajo. Mientras los miembros nórdicos de la IFAT ven la necesidad de un sistema de monitoreo efectivo, un trabajo de cabildeo político y de abogacía bien coordinado y el desarrollo de estándares comunes, formulan nuestros socios y socias del sur sobre todo sus deseos de mayores ventas para poder apoyar más y mejor a sus miembros. La calidad y el desarrollo de los productos juegan un papel determinante para la deseada expansión del mercado, así como el desarrollo de un sello de calidad para las artesanías producidas en forma justa, parecido al sello de calidad FAIRTRADE, como es la opinión de muchos. Por dicha razón se instaló un grupo de trabajo para que elabore los posibles aportes en este campo.

[www.ifat.org](http://www.ifat.org)

### **Klimabündnis - Alianza para el Clima**

**También en el período de este informe, la EZA apoyó** la competencia ecológica de relevos. Cada verano la Alianza para el Clima conjuntamente con FAIRTRADE lleva la idea del Comercio Justo y la protección climática a todos los rincones del país.

Como empresa comprometida con la Alianza para el Clima, la EZA puso en práctica su responsabilidad de actuar en forma ecológica en el campo de la construcción. La construcción ecológica de la sede central de la empresa en un estándar alto de calidad (edificio de bajos requerimientos energéticos), se caracteriza por un sistema económico de calefacción basado en la energía solar, la combustión de gránulos de madera comprimida y la utilización del calor residual. Además la EZA compra su energía eléctrica a una tarifa más alta para apoyar la producción sostenible de la misma. En la cocina interna de la empresa se cocina ahora en gran parte sólo con productos orgánicos y/o del Comercio Justo, y se amplió el contingente de productos orgánicos en el sortimento de los productos alimenticios. Durante el período la EZA cooperó con la Alianza para el Clima de Salzburgo en el marco de la Reunión Regional de la Alianza para el Clima 2006 en Bischofshofen.

[www.klimabuendnis.at](http://www.klimabuendnis.at)

### **Agencia Südwind**

**La organización encargada de la información, educación y fomento** de la opinión pública sobre temas de desarrollo es un actor importante en el concierto del Comercio Justo. Se realizaron muchos talleres y exposiciones que integran el aspecto del Comercio Justo, facilitando sobre todo en escuelas y colegios un trabajo motivador y vívido. Durante el año comercial 2006/2007 la EZA apoyó una exposición sobre Sri Lanka de la Agencia Südwind. Además la EZA cooperó con la asociación regional independiente de Südwind-Políticas de Desarrollo de Salzburgo.

[www.suedwind-agentur.at](http://www.suedwind-agentur.at), [www.suedwindsalzburg.at](http://www.suedwindsalzburg.at);

### **Casa del Mundo**

**La Casa del Mundo es una iniciativa sobre políticas de desarrollo** de la iglesia católica en siete capitales de los estados federales de Austria. En el año comercial recién pasado y por invitación de la Casa del Mundo de Linz expuso una empleada de la EZA en Praga sobre el Comercio Justo. Anfitriona fue la Academia Ecuménica local. Además la EZA cooperó con la Casa del Mundo de Linz en el marco de una capacitación de multiplicadores del proyecto "Merienda Orgánica y Justa".

[www.welthaus.at](http://www.welthaus.at)

Foto: La Conferencia Europea IFAT 2006 se dio cita en Paris.

**EZA - Naturalmente Justo  
Diciembre del 2007**