



Nombre de la organización: **ESPANICA S. COOP.**

Áreas de trabajo: **COMERCIO JUSTO**

Lugar (ciudad): **Coslada- MADRID**

Persona de contacto: **JUAN JOSÉ ANAYA FUERTES**

Correo electrónico: espanica@espanica.org

Web: www.espanica.org

Dirección postal: **c/ Puerto de Barcelona, 4 – 28821 – Coslada (Madrid)**

Nº de integrantes de la experiencia (personas u organizaciones desagregadas por sexo):

3 hombres, 0 mujeres como personas socias; 2 Entidades Asociadas: Fundación Rubén Darío-Campo Ciudad y Ciprés, como personas voluntarias: 2 hombres y 8 mujeres, que se suman a las 12 mujeres y 18 hombres que distribuyen como voluntarios por todo el Estado (Facilitadores).

Año de comienzo de las actividades: **1997**

Introducción o breve reseña.

ESPANICA es un proyecto de economía alternativa, creado por dos Organizaciones sin ánimo de lucro: CIPRÉS es Organización de Nicaragua dedicada al desarrollo del campesinado de dicho país; y una Organización nacida en Madrid a principios de los años 80 del siglo XX, la Asociación Rubén Darío de amistad hispano-nicaragüense, cuyo trabajo se basa en el apoyo a la Economía Popular nicaragüense.

La actividad de ESPANICA se centra en la importación y comercialización de productos de cooperativas nicaragüenses. Fomenta el comercio justo como una herramienta de empoderamiento de pequeños productores a través de la participación en la toma de decisiones, en la producción y en la comercialización.

Origen.

Somos una organización de Comercio Justo que, desde el año 1997, viene trabajando en la **importación y comercialización** de un excelente CAFÉ DE NICARAGUA, proveniente de cooperativas de este país centroamericano.

Esta iniciativa surgió en el año 1994. La Asociación RUBEN DARÍO de amistad hispano-nicaragüense –que durante años había venido realizando **proyectos de cooperación** en apoyo del sector campesino cooperativo- hizo en esa fecha una evaluación de impacto de los mismos. La conclusión fue esclarecedora: los beneficios resultantes de la realización de dichos proyectos se perdían –como en un saco roto- a la hora en que estos campesinos vendían sus productos al mercado nacional e internacional, caracterizado por la tendencia a la baja de todas las materias primas.

El estudio de lo que ya existía en cuanto Comercio Justo en España y en Europa no satisfizo nuestras aspiraciones. Desde nuestro análisis, **el problema no estaba tanto en pagar a los productores un precio mínimo por el café por encima de los costes de producción** –lo que propone el Comercio Justo tradicional-, **sino en que los campesinos nunca han controlado los procesos de transformación de sus productos**

ni los beneficios que de estos se derivan. Se trataba por tanto más bien de que los productores de las materias primas **se apropiaran** de la fase de industrialización y comercialización y de los consiguientes beneficios. Aquí entra en juego la clave de ESPANICA: **el mecanismo por el que los productores nicaragüenses podían apropiarse de la intermediación, era su participación en el capital** de la entidad que la llevara a cabo, aunque ésta estuviera radicada en España. En 1996 se crea ESPANICA 2000 S.L. como empresa mixta hispano-nicaragüense cuyo capital se divide al 50% entre la **Fundación Campo Ciudad**, creada por la Asociación Rubén Darío; y **UNAPA**, organización nicaragüense que agrupaba a más de 20.000 familias cooperativistas. En el año 2003, la Sociedad Limitada se convirtió en cooperativa, formada por tres socios que venían siendo los trabajadores de la empresa, más dos entidades, la ahora llamada FUNDACIÓN RUBÉN DARÍO - CAMPO CIUDAD (FRD-CC), y el Centro para la Investigación y la Promoción del Desarrollo Rural (CIPRES), también nicaragüense.

OBJETIVOS. Se reducen básicamente a dos:

- I. Revertir todo el excedente posible (en dinero) al pequeño productor asociado, proveedor del café verde y otros productos.**
- II. Sensibilización del consumidor del Norte.**

Trabajando por estos dos objetivos fundamentales, intentamos hacer realidad –a través de una modesta experiencia- un modelo alternativo de relaciones económicas entre los pueblos del Sur y del Norte, apoyamos la lucha permanente de los campesinos nicaragüenses por asegurar su soberanía alimentaria, económica, social y cultural. Promovemos el conocimiento, la reflexión y el debate en torno a la necesidad de establecer otras formas de consumo, de otra economía más solidaria.

PRINCIPIOS.

- Desarrollamos nuestra labor sin ánimo de lucro, ya que los socios trabajadores de la cooperativa no reciben dividendos de los beneficios anuales.
- Promovemos la toma de conciencia a través de la acción; en el seno de los grupos de consumo, las personas se convierten en dinamizadores que sustentan este proyecto
- Impulsamos la cooperación entre entidades y redes que participan en la construcción de relaciones alternativas, tanto en el ámbito del comercio como en el de las finanzas, la comunicación, etc., y con las Cooperativas de Nicaragua proveedoras del café y beneficiarias del Comercio Justo.

Una ALIANZA internacional en apoyo de la estrategia de los pequeños productores. Así, desde 1997 –año en que llegó el primer contenedor de café- hemos creado una red de más de 700 grupos de consumo, unos ya existentes y otros formados expresamente en torno al CAFÉ DE NICARAGUA y a otros productores próximos. Prácticamente cualquier colectivo humano puede participar y entrar a formar parte de la red: un centro de trabajo, una ONG, un sindicato, una comunidad de base,... y cualquier persona puede promover la formación de un nuevo grupo. No hay límites a la participación.

Cuando las personas que trabajamos y consumimos en el Norte nos sentimos plenamente identificadas y solidarias con las que también trabajan en el Sur, como pequeñas productoras, estamos activándonos y cerrando el círculo que conforma una alianza internacional con aquellas.

ESPANICA lanza esta propuesta de Alianza a toda persona o colectivo -con voluntad crítica y ganas de activarse-. Se trata de una propuesta dinámica que admite grados de participación creciente; desde el mero consumo particular de café, hasta la creación de un grupo de consumo, la difusión del proyecto e incluso la facilitación de nuevos clientes.

El proyecto estratégico de la economía popular nicaragüense, por el que los pequeños productores y trabajadores por cuenta propia se empoderan del mercado, es el que nos orienta y da sentido a esta alianza global. Sin él, sin este proyecto, nuestra labor estaría “descafeinada” y se quedaría en un mero ejercicio de solidaridad. Es hora de darnos cuenta de que tenemos que meternos en el fango del mercado y la economía si queremos de verdad un mundo más solidario y más justo.

Actividad.

Cuáles son las actividades de ESPANICA? Comercialización, sensibilización, cooperación al desarrollo.....

Consideramos que la sensibilización es la base fundamental para el desarrollo de nuestro proyecto. La actividad puramente comercial debe ir unida indefectiblemente a las tareas de sensibilización hacia los consumidores; no se consigue el objetivo, si el acto de la compra de un paquete de café, no va acompañado de una labor previa y continuada de concientización, que tiene como objetivo la transformación del individuo en sujeto consciente, responsable, activo y solidario con los pequeños productores.

Para lograrlo, debemos trabajar intensamente, aprovechar toda oportunidad de participación, en la medida de nuestras fuerzas, en los distintos foros aportando nuestra experiencia y nuestras reflexiones.

La cooperación al desarrollo es tarea que corresponde a la Fundación Rubén Darío-Campo Ciudad desde el año 1985, mediante la elaboración de Proyectos de Cooperación al Desarrollo, destinados al campesinado nicaragüense. Estos proyectos son ejecutados por CIPRES, su contraparte en Nicaragua. Los proyectos que se han ejecutado hasta la fecha, han ido dirigidos al área productiva, mejoramiento de fincas, de apoyo a programas alimentarios y mejoras en hogares de familias campesinas, promoviendo el empoderamiento de la mujer como uno de los ejes centrales.

ESPANICA ha importado desde 1997, hasta la fecha de redacción de este documento, un total de 39 contenedores de un café de alta calidad, producido en las montañas de Matagalpa y Estelí por cooperativas campesinas. El café se trae sin tostar por barco, es tostado y envasado por una pequeña empresa en Cantabria, y una vez trasladado a nuestro almacén en Coslada de la Comunidad de Madrid, es distribuido a nuestra red de grupos consumidores. Desde el año 2001 igualmente venimos importando anacardo natural, proveniente de cooperativas de mujeres de los departamentos de León y Chinandega; se comercializa en bolsas de 85 grs., y se han importado alrededor de 7 toneladas de producto. Todo ello con los recursos obtenidos de la comercialización, que

han contribuido al sostenimiento de las economías de los productores y productoras para poder reproducir su capital.

Logros alcanzados hasta el momento y quienes participan en el proyecto.

■ Se ha logrado constituir una fuerza de trabajo, (socios trabajadores, entidades asociadas y colaboradores), consciente del significado de este proyecto, y dispuesta a implicarse solidariamente en el apoyo a los pueblos del Sur, y en particular con el campesinado nicaragüense y su proyecto de Economía Popular.

Esto permitió a partir de 2003 la conversión de ESPANICA en cooperativa de trabajo asociado, formada inicialmente por tres trabajadores socios, además de las dos Entidades asociadas.

■ Se ha mantenido la participación de las entidades solidarias en esta cooperativa, mediante la participación como asociadas de la Fundación Rubén Darío - Campo Ciudad y la Fundación nicaragüense CIPRES. Estas poseen prácticamente la mitad del capital de la cooperativa y son determinantes en cualquier aspecto que pueda afectar a las líneas estratégicas del proyecto.

■ La cooperativa se constituyó sin ánimo de lucro, esto es, los socios no reciben remuneración de los beneficios ni anualmente, ni en el momento de su salida de la cooperativa. Percibiendo tan solo, y como corresponde, un anticipo societario como remuneración salarial, suficiente para sus economías familiares.

Hay que reseñar el aporte solidario, traducido en tiempo voluntario de trabajo extra sin remunerar, tanto por parte de los tres trabajadores socios, como del Patronato de la Fundación Rubén Darío-Campo Ciudad, y el trabajo voluntario aportado por las 10 personas que, desde 1997, han ayudado a ESPANICA al empaquetado del café, para su posterior envío a los consumidores.

■ Se ha superado el umbral de ventas que permite obtener resultados positivos, estando actualmente situado en 50.000 kilos anuales de café procesado final –equivalentes a 64.000 kilos de café verde –algo más de 3 contenedores y medio–.

Esto permite retornar a los proveedores de las Cooperativas nicaragüenses recursos de capital-dinero, suficientes para reponer el capital empleado en la producción, incluyendo aquí la mejora del ingreso familiar. Con estas cifras, no se puede afirmar que ESPANICA esté resolviendo de manera completa, los problemas de los pequeños productores, ya que la capacidad comercializadora está limitada por la extensión de la propia Red de ESPANICA; de ahí la necesidad de seguir construyendo y ampliando nuestra Red Solidaria y Alternativa.

En resumen, ESPANICA lleva 14 años importando café de Nicaragua, ha comercializado más de 600 toneladas de café, ha pagado más de un 20% de media por encima de los costes de producción a los pequeños productores, ha creado una Red de Comercialización propia de más de 700 grupos de consumo que conectan a más de 20.000 personas en todo el Estado Español, incluyendo a varios puntos en Europa, aunque de manera testimonial por ahora.

Canales de participación de las personas productoras.

Las familias campesinas nicaragüenses, están asociadas en Cooperativas de Base que, a su vez, conforman las distintas Uniones y Centrales de Cooperativas que componen FECODESA (Federación de Cooperativas para el Desarrollo sin ánimo de lucro), integrada por un total de 3.600 Productores Asociados aproximadamente. Fue creada e impulsada por CIPRÉS con el objetivo de que los pequeños productores defiendan sus intereses con su plena participación en las Asambleas, que deciden las estrategias productivas y de comercialización; que se organicen para producir, transformar y comercializar sus productos dentro de la estrategia de la llamada de ECONOMÍA POPULAR. Las decisiones tomadas en las asambleas son elevadas a ESPANICA a través de CIPRÉS y son la base de las estrategias que se adoptan como líneas de trabajo.

Alcances. ¿Qué hace relevante a ESPANICA? Cuál es su impacto?

La diferencia más notable entre nuestro proyecto y otros proyectos de Comercio Justo radica en el hecho de que los pequeños productores nicaragüenses son co-dueños de ESPANICA, lo que les garantiza participar en los beneficios obtenidos, en la toma de decisiones y en el crecimiento del capital social.

Otro punto relevante es que ESPANICA ha sido capaz de construir una Red propia de comercialización, basada en grupos generados a partir del consumo responsable del café de Nicaragua, y en grupos ya organizados previamente por otras Organizaciones diversas, que desarrollan su solidaridad por todo el Estado.

El impacto de ESPANICA no debe ser medido en términos cuantitativos, dado que nos movemos en un ámbito de Economía de Mercado que controla todos los resortes de la comercialización mundial. No hay que olvidar que 4 ó 5 multinacionales controlan a 25 millones de productores de café en todo el mundo, y ESPANICA canaliza el café producido por unas 300 familias aproximadamente.

Nuestra meta nos es el “crecimiento” en los términos habituales de un proyecto económico al uso; sino tratar de demostrar que es posible caminar hacia otro modelo de economía, en términos Norte-Sur y Norte-Norte.

Que 14 años de experiencia alternativa deben significar mucho, para quienes quieran formar parte de la lucha por un mundo verdaderamente mejor.

Concebimos el Comercio Justo como una crítica al modelo global de relaciones económicas, por lo que su ámbito de interés no puede reducirse a determinados flujos comerciales. Promovemos una visión en la que la producción y el consumo no sean determinados por un número cada vez menor de agentes económicos; da igual el ámbito geográfico donde nos movamos, porque la necesidad de un modelo alternativo es global. Creemos que el Comercio Justo debe estar al servicio de la Soberanía Alimentaria de los Pueblos. Este es el verdadero reto para nosotros.

El modelo de desarrollo que subyace a la iniciativa está basado en la no explotación de la fuerza de trabajo ni de los recursos naturales, aunque ello signifique no identificar solo el desarrollo con crecimiento, sino sobre todo con bienestar y soberanía. Para ello se fomentarán la asociatividad y la inter-cooperación (frente al principio de competencia) como garantes de lo anterior. Creemos que la unión hace la fuerza para defender la soberanía y el progreso.

Vinculación con otras organizaciones.

¿Con qué actores y redes interactúa ESPANICA?

Formamos parte de:

- ESPACIO POR UN COMERCIO JUSTO
- COORDINADORA ESTATAL DE COMERCIO JUSTO
- REAS MADRID Y
- COOP 57

Sostenibilidad.

Cuáles son las fuentes de financiación de ESPANICA?

En la actualidad, ESPANICA se sostiene de los recursos propios generados por la propia actividad comercial para la que está destinada, y debido a las dificultades de los últimos dos años, ha tenido que echar mano de créditos solidarios por una parte, y de crédito bancario por otra, para poder hacer frente a sus obligaciones de pago anticipado a las Cooperativas de pequeños productores asociados.

No sería justo olvidar que los primeros pasos de ESPANICA fueron dados con ayudas conseguidas a través de la Fundación Rubén Darío, su fundadora junto con CIPRES.

Principales desafíos.

El reto principal en la actualidad es el alto precio del café verde que se ha experimentado en el mercado mundial (2010-2011), con subidas del 100% respecto al 2009; esto representa un gran desafío para ESPANICA que se ve obligada, a su vez, a subir los precios del café procesado final para evitar caer en pérdidas, que harían insostenible la cooperativa. Esto nos obliga a hacer un esfuerzo extra para transmitir a toda la Red de consumidores el problema, sensibilizándoles para obtener un apoyo solidario en estos momentos de subidas desorbitadas de las materias primas.

Lograr un precio de garantía que asegure la capitalización progresiva de las Cooperativas, de esta Economía Social Solidaria en el contexto actual de crisis económica.

**ASAMBLEA DE ESPANICA
Coslada, 23 de Marzo de 2011**