

El Comercio Justo en la CAPV

Setem



¿Qué es el comercio justo?

1. Objetivo: reclamar Justicia y crear alternativa al comercio internacional actual. Herramienta en la promoción del Consumo Responsable.
2. Existe una primera definición consensuada desde 1999 (FLO-I, WFTO - antigua IFAT-, NEWS y EFTA)
3. Principios fundamentales
 - Salario justo y digno
 - Grupos productores destinan parte de su beneficios a la comunidad
 - Establecer relaciones comerciales a largo plazo
 - Evitar la explotación infantil
 - Funcionamiento democrático y participativo
 - Promover la igualdad entre mujeres y hombres
 - Promover la protección del medio ambiente
4. Dimensiones: Sensibilización, Incidencia Política, Comercialización

¿Cuál es la situación del CJ en Euskadi?

ALGUNOS DATOS ESCLARECEDORES

En cuanto a las ventas

- 14 puntos de venta de productos de CJ en Euskadi
- Gasto en productos por cada 1.000 hab. En Euskadi: 527 euros (media estatal 391 euros)
- Porcentaje medio anual de incremento de ventas del 5,3% desde el 2000 hasta 2007, una de las tasas más bajas.
- Relación Calidad/precio-información-accesibilidad

¿Cuál es la situación del CJ en Euskadi?

ALGUNOS DATOS ESCLARECEDORES

Grado de conocimiento del sector consumidor

- 33% consumidores y consumidoras vascas ha oído hablar frecuentemente
- 17% tiene mucho o bastante conocimiento
- Desconocimiento general "Productos alternativos"

¿Cuál es la situación del CJ en Euskadi?

ALGUNOS DATOS ESCLARECEDORES

Lugar de adquisición de productos de CJ

- Tiendas especializadas 90%, supermercados 10% (incremento)
- Sector consumidor potencial demanda accesibilidad. Descentralización del ámbito urbano.

¿Cuál es la situación del CJ en Euskadi?

ALGUNOS DATOS ESCLARECEDORES

Tipos de productos más vendidos

- Alimentación 56%, artesanía en auge hasta 38%
- Alimentos "estrella": café (33%) y cacao (22%)

¿Cuál es la situación del CJ en Euskadi?

RESPUESTAS DESDE LAS ORGANIZACIONES DE CJ

- Debilidades encontradas al interior del movimiento:
 1. Información/comunicación (identificación)
 2. Organización comercial (distribución, voluntariado)
- Contexto: debates y estancamiento de las ventas
- Arranque del consorcio formado por SETEM Hego Haizea, Kidenda, Mercadeco, Solidaridad Internacional, Intermón Oxfam, Médicus Mundi Álava, Cáritas Gipuzkoa, Emaús Fundación Social
- Objetivos del proceso e implicación agentes externos (Norte-Sur)
- Situación actual : Definición de estrategia coordinada y conjunta

¿APUESTAS DESDE SETEM HEGO HAIZEA?

1. Distribución/comercialización

- Apuesta pequeños establecimientos comerciales
- Articular canales de distribución conjunta (Bio, Comercio Justo, Local...)

2. Certificación

- Necesidad sello garantía (demanda grupo consumidor). Ampliar cadena.
- Identificar y diferenciar con respecto a nuevas iniciativas de transnacionales.
- Superar inconvenientes de los procesos de certificación

¿APUESTAS DESDE SETEM HEGO HAIZEA?

3. Producción local sostenible

- Priorizar producción consumo local y de temporada en condiciones justas.**
- Fortalecer alternativas comerciales en origen (excepción productos específicos, café, cacao...)**
- Conciliación soberanía alimentaria-comercio justo (apertura de mercados paralela y progresivamente Norte-Norte, Sur-Sur)**