

Comercio Justo

La alternativa a la explotación del Sur



Un informe de Solidaridad Internacional

(2001 / revisado 2003)

Ocho de cada diez españoles estarían dispuestos a pagar algo más para evitar la explotación en el Tercer Mundo

Un sondeo de Solidaridad Internacional revela que un 11 % de la población ha comprado algún producto de comercio justo

El Comercio Justo – un intercambio comercial que respeta los derechos de los trabajadores en los países en vías de desarrollo, les proporciona salarios dignos, protege el medio ambiente y reduce el número de intermediarios – es una realidad todavía poco conocida en España pero que se va abriendo camino. Un sondeo de Solidaridad Internacional mostró que el 22 % de los españoles habitantes de las grandes ciudades afirma conocer el término de “comercio justo”. Un 11 % ha comprado algún producto importado por esta vía más solidaria.

Algo más de la mitad de quienes afirman estar familiarizados con la idea del Comercio Justo ofrecen una definición acertada tal y como “comercio que no explota al trabajador”, “sin trabajo infantil”, “sin intermediarios”, “que da más beneficios al productor” o “que ayuda a los países menos desarrollados”.

No todos los encuestados que dicen conocer el término ofrecen una definición correcta

Un 17 % de las personas afirma conocer alguna tienda de comercio justo, aunque la mitad no sabe indicar su nombre. Un 11,5 % afirma haber comprado algún producto de comercio justo. Esto significa un incremento muy importante frente al 0,4 % de españoles que fueron clientes de este tipo de tiendas hace cinco años.

El potencial de desarrollo, en todo caso, parece ser muy alto en nuestro país: el 88 % de los encuestados dice estar dispuesto a pagar un precio algo más alto en su compra para adquirir productos fabricados sin la explotación de los trabajadores. Esta cifra está muy por encima de la media europea: según estudios realizados por EFTA, la federación europea de organizaciones de Comercio Justo, en 1995 y 1998, un 64 % de los suecos y un 68 % de los británicos estaban dispuestos a desembolsar un precio algo superior al habitual a favor de una mayor ética laboral.

La disposición a pagar más para un producto ético es mucho más alta en España que en otros países

El porcentaje de consumidores que afirman estar dispuestos a poner en práctica su solidaridad a la hora de la compra baja a un 17-26 % en Austria y un 14 % en Países Bajos. Sin embargo, es en este último país donde nació el Comercio Justo y donde está hoy especialmente arraigado. Probablemente, este porcentaje refleje con mayor fidelidad un potencial real de clientes que la teórica buena disposición en España, donde todavía no es tan fácil acceder realmente a estos productos.

El café justo alcanza en Suiza una cuota de mercado del 3 %. Los plátanos de comercio justo, incluso una cuota del 15 %.

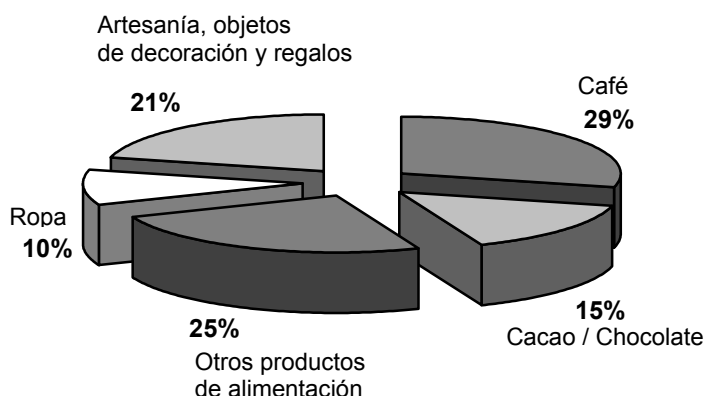
La hora de la compra

La encuesta de Solidaridad Internacional, realizada en abril de 2001 por la empresa Fieldnet sobre una muestra representativa de 500 personas en Madrid, Barcelona y Valencia, arroja ligeras diferencias entre estas tres ciudades. En la capital catalana, un 26 % de los encuestados dice conocer el término, frente al 13 % en Valencia. Madrid, con el 22 %, se sitúa justo en la media nacional. Sin embargo, estas diferencias se difuminan algo cuando se trata de poner en práctica la solidaridad: el 11,5 % de los madrileños, el 13,3 % de los barceloneses y el 9,4 % de los valencianos han adquirido alguna vez productos de comercio justo.

Algo similar ocurre con la diferencia entre los sexos: si bien el 27,8 % de los hombres afirman conocer el Comercio Justo, frente a un 17,1% de mujeres, no hay ninguna diferencia entre ambos sexos a la hora de la compra. La franja de edad – tener entre 25 y 35 años o entre 36 y 45 – es totalmente irrelevante. Ni siquiera la clase social es muy significativa: un 8,5 % de ciudadanos de clase alta o media-alta han pasado por los mostradores de las tiendas, frente a un 13,5 % de personas de clase media y un 9,5 % de clase media-baja. Además, en todas las clases la disposición de pagar un precio algo superior es exactamente la misma.

¿Qué compran los españoles?

Sobre todo café (29 %), cacao o chocolate (15 %) u otros productos de alimentación (25 %). Las prendas de vestir ocupan una cuota del 10 %, al igual que la artesanía. Los objetos de decoración y los regalos son otra mención frecuente. Estos son datos obtenidos en la mencionada encuesta de Solidaridad Internacional en abril pasado. Reflejan la preferencia de los clientes, pero no el volumen de artículos importados o vendidos.



Un paquete de café de 250 gramos de una marca comercial conocida suele valer alrededor de 230 pesetas en un supermercado español. Un paquete de café 'justo', 290 pesetas. Es decir, un 25 % más. Este margen se reduce al 10 % o desaparece si comparamos el café justo con marcas comerciales de prestigio. Se trata de una diferencia que muchos ciudadanos están dispuestos a pagar de forma habitual. Reciben la garantía adicional de consumir un café elaborado sin abuso de pesticidas o insecticidas.

Barcelona, ligeramente por encima de Madrid o Valencia.

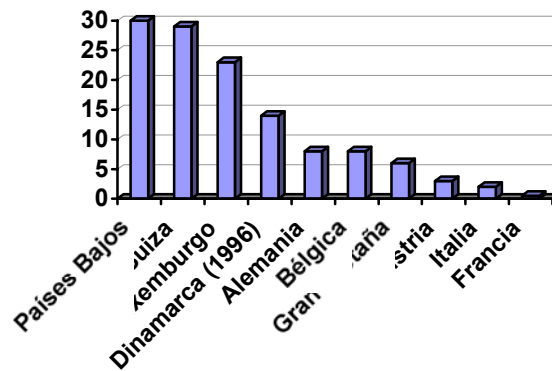
Más hombres dicen conocer el comercio justo, pero compran en la misma proporción que las mujeres.

La clase media compra más que la media-alta o alta.

El café es el producto estrella.

El café 'justo' suele valer un 10-20 % más que un café de marca tradicional.

Promedio de tazas de café justo por habitante en 1998



En Suiza y Países Bajos, cada ciudadano se tomaba una media de 30 tazas de café 'justo' en 1998. En Francia era apenas media taza. No hay datos de España.

Una alternativa real

La primera tienda de comercio justo se creó en los Países Bajos en 1969. Treinta años después, este movimiento se ha consolidado en toda Europa, en Estados Unidos, Canadá y Japón. Europa cuenta con 2.700 tiendas de comercio justo, aunque sus productos también se venden en unos 43.000 supermercados, en locales de ONGs, ferias etc. Existen así un total de 63.000 puntos de venta. Aunque es difícil dar cifras exactas, EFTA estima que todos los productos de comercio justo vendidos en 18 países mueven anualmente más de 43.000 millones de pesetas. A esto se añaden unos 1.600 millones de pesetas en campañas de sensibilización. Estos datos incluyen todos los países de la Unión Europea, más Noruega, Malta y Suiza.

Un movimiento con 30 años de historia en Europa.

Europa mueve más de 43.000 millones de pesetas al año en comercio justo.

En España se trata de un movimiento muy joven: La primera tienda se abrió en 1986, pero fue en 1994 cuando empezó a cobrar fuerza. Aquel año, el comercio justo movía 200 millones de pesetas. Hoy se sitúa por encima de los 630 millones de pesetas. Esta cifra sólo incluye las importaciones por parte de las tres organizaciones más importantes, pero no las ventas al por menor, más difíciles de determinar.

España se sumó en 1986. A partir de 1994 hay una evolución fuerte.

La artesanía estuvo en el inicio del comercio justo español y sigue representando el 54 % de las ventas. La alimentación – café, té, cacao, chocolate – irrumpió con fuerza más tarde, alcanzó el 30 % de las ventas en 1996 y sigue creciendo.

En España existen 83 tiendas de comercio justo que dan empleo a jornada completa a unas 40 personas y cuentan con la colaboración de más de 1.500 voluntarios. La gran mayoría de las tiendas ha sido abierta en la segunda mitad de la década de los 90, aunque alguna ya existe desde hace 15 años.

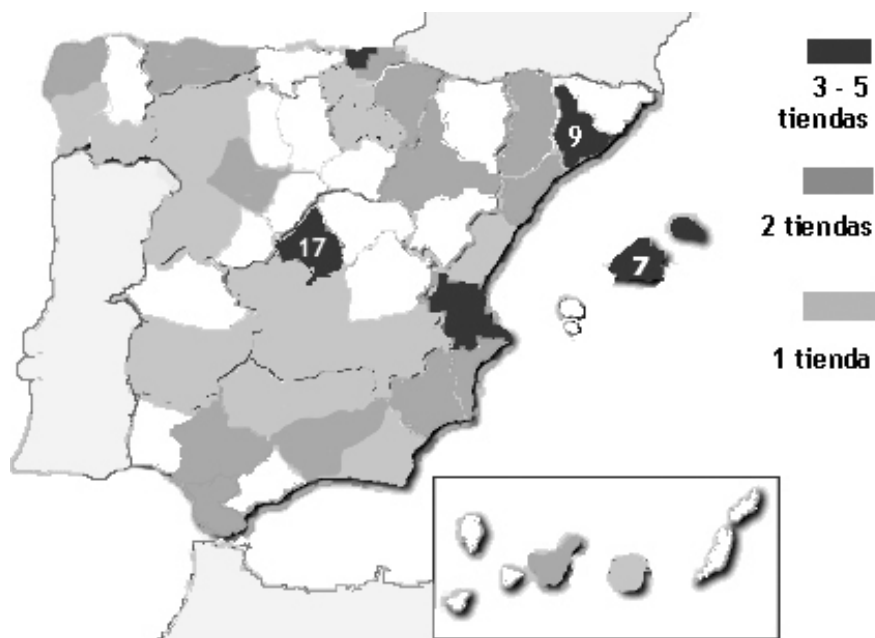
Hay 83 tiendas en 16 comunidades autónomas.

Madrid es la comunidad autónoma con más tiendas: 17 establecimientos se dedican a este intercambio comercial más solidario. En un segundo lugar viene Cataluña con 13 tiendas y en tercero, Andalucía, con 9 tiendas. La

Madrid, por delante de Cataluña, País Vasco y Andalucía.

cuarta comunidad es Baleares con 7 tiendas. En el otro extremo está Extremadura, con sólo un establecimiento. Cantabria es la única comunidad – aparte de Ceuta y Melilla – que no tiene tiendas de comercio justo.

Tiendas de Comercio Justo en España



Diversas ONGs e iniciativas privadas participan en el sector del Comercio Justo. El número y la ubicación de las tiendas están así sujetas a ciertas variaciones.

Este mapa no incluye los supermercados que ofrecen productos de comercio justo.

El reparto por provincias es desigual. Madrid, con 17 tiendas, encabeza la lista. Siguen Barcelona con 9 y Baleares con 7 tiendas, Bizkaia con 3 y Valencia con tres tiendas. A Coruña, Alicante, Cádiz, Gipúzcoa, Granada, Lleida, Murcia, Oviedo, Pamplona, Sevilla, Tarragona, Tenerife, Valladolid y Zaragoza disponen de dos tiendas, y Álava, Albacete, Almería, Badajoz, Castellón, Ciudad Real, Córdoba, Gran Canaria, Jaén, León, Lugo, Salamanca, Logroño, Pontevedra, Toledo, Zamora, con un establecimiento. 15 provincias carecen aún de tienda de Comercio Justo (Datos de septiembre 2003).

Importadoras y redes

Solidaridad Internacional es una de las once organizaciones españolas que importan productos de comercio justo y los distribuyen a las tiendas minoristas. Los artículos de Solidaridad Internacional llegan hoy por hoy a 60 establecimientos de todo el país. Durante el año 2000, la ONG ha distribuido artículos por valor de más de 11 millones de pesetas, un 30 % más que el año anterior. Es en Navidad cuando el interés de los consumidores en estos artículos crece de forma espectacular: el 65 % de las ventas se realizaron en esta época. Ello se puede deber en parte a que Solidaridad Internacional importa una gran gama de artículos de artesanía y está menos presente en el sector de la alimentación, que constituye una compra más cotidiana.

Alternativa3, Ideas e Intermón-Oxfam son las tres organizaciones importadoras más destacadas de España.

Solidaridad Internacional forma parte de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo y de la federación IFAT (International Federation for Alternative Trade), que reúne a cooperativas y ONGs de todo el planeta.

Las ventas aumentan

Un sondeo realizado por Solidaridad Internacional el mes pasado, y en el que han participado 22 tiendas de todo el país, indica que casi todas han visto aumentar sus ventas con respecto a años anteriores, sobre todo en las campañas de Navidad, y algunas también en verano, sobre todo aquéllas situadas en lugares de afluencia turística en esta época del año. Sólo 2 de las 22 tiendas encuestadas han disminuido sus ventas y dos se han mantenido igual.

Los responsables de las tiendas señalan que el interés de la gente por el Comercio Justo está aumentando, aunque todos lo ven como un proceso muy lento. Añaden que aún es necesario difundir mucha información sobre este intercambio comercial con los países del Sur y explicar mejor la procedencia y el proceso de producción de los productos.

Los obstáculos para el desarrollo de las tiendas que se citan en la encuesta coinciden bastante. Uno de los inconvenientes más comunes es la ubicación de las tiendas, habitualmente en lugares poco comerciales, y aún así, con rentas altas si se compara con el margen de beneficios. La falta de información sobre el comercio justo y al mismo tiempo, la falta de recursos (dinero, tiempo, y personal) para hacer campañas de publicidad y estudios de mercado es otro punto débil. Varios responsables afirman que sin el apoyo de los voluntarios, les sería prácticamente imposible sacar adelante la tienda.

No confundir

Los encuestados destacan que muchos de estos productos son similares a los que se pueden adquirir en tiendas "étnicas" y que es fácil confundir estos establecimientos con tiendas de comercio justo, cuando aquéllas en realidad no suelen controlar el origen ni las condiciones laborales de quienes fabrican el producto.

Por otra parte, los precios de los productos suelen ser algo más elevados que los de artículos importados de manera tradicional, sobre todo en artesanía y ropa. Aparte del precio, otro inconveniente de los productos de comercio justo es la escasa renovación de los artículos. El diseño de los objetos no siempre está adaptado a los hábitos de consumo europeos. Algo que es necesario mejorar, en la opinión de muchas tiendas, ya que el mero hecho de ser un producto de comercio justo no garantiza la aceptación de los consumidores occidentales.

Una continua renovación de los productos - sobre todo de artesanía y textiles - y la mejora del embalaje podrían dar un impulso a la venta. En opinión de los vendedores, el máximo tiempo que se puede ofrecer el

Solidaridad Internacional distribuye sus importaciones a 60 tiendas.

Casi todas las tiendas de España han aumentado sus ventas en el año 2000.

Navidad es la época en la que se realizan más ventas.

La ubicación de las tiendas en zonas poco comerciales es un inconveniente que frena este comercio.

Muchas personas confunden los artículos del Comercio Justo con los que se venden en tiendas étnicas.

Es necesario

mismo artículo al público es de tres temporadas seguidas. Esta regla probablemente no valga para alimentos como café, té, chocolate o azúcar que pueden entrar a formar parte de la dieta habitual de los clientes.

renovar con más frecuencia la oferta.

Todo entra por los ojos

La publicidad es la gran asignatura pendiente de este comercio, a tenor de las opiniones de quienes dirigen las tiendas. Algo casi lógico porque el margen de ganancia que las grandes empresas tradicionales dedican a la promoción de sus productos, se destina en este caso a los salarios de los trabajadores y beneficios sociales. Sin embargo, dar a conocer estas tiendas es importante; y la edición de material de difusión y catálogos atractivos es una de las sugerencias más frecuentes. También sería útil que haya detallada información en español en las etiquetas de los productos, sobre el origen de éstos, las formas de fabricación y a quién llegan los beneficios.

El Comercio Justo también necesita publicidad.

Por último, la elaboración de etiquetas estandarizadas de comercio justo es una propuesta fundamental para evitar confusiones y permitir una distinción rápida y fácil de qué artículos provienen de comercio justo y cuales no. Este detalle será especialmente importante cuando España siga la vía de otros países europeos y empiece a ofrecer productos de este comercio solidario en grandes cadenas de supermercado. Se trata de una evolución que a primera vista puede parecer contradictoria pero que ha conseguido aumentar y consolidar este novedoso intercambio comercial en Países Bajos, Bélgica o Suiza. En España, actualmente varias cadenas de supermercados – sobre todo en Canarias y Cataluña - están ofreciendo cierta gama de productos de comercio justo a sus clientes.

Las tiendas no sólo venden. También ofrecen información, difunden campañas y organizan actividades culturales.

Los stands en ferias, mercadillos de navidad, festivales solidarios y otros eventos puntuales suelen ser importantes no tanto por el volumen de las ventas como por la oportunidad de dar a conocer la idea del Comercio Justo y acercarse a un público que desconoce este tipo de intercambio comercial y solidario.

Algunos supermercados también venden productos de comercio justo.



Voluntarias de Solidaridad Internacional atienden un stand en Madrid

El 19 de mayo, Día Europeo del Comercio Justo, Solidaridad Internacional colocaba stands de venta en cinco comunidades autónomas.

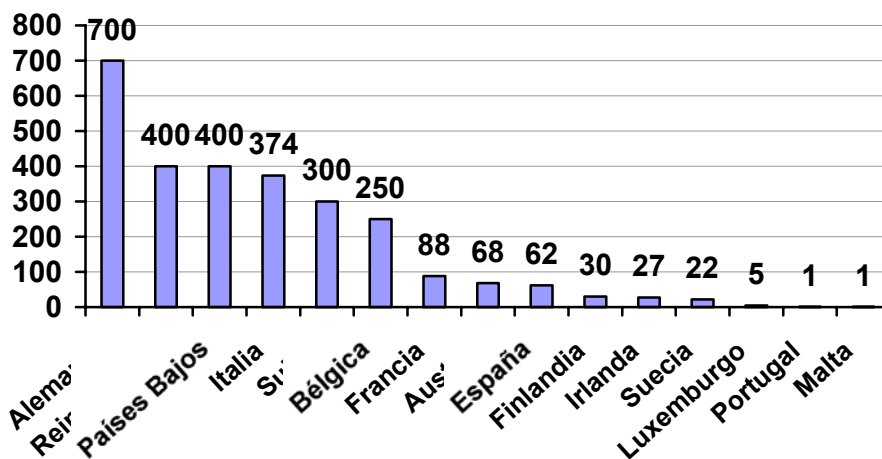
España, en el octavo lugar en Europa

España es el noveno país europeo en número de tiendas de comercio justo, si aplicamos los datos de EFTA; aunque estaría por delante de Austria, según la última lista de tiendas compilada por Solidaridad Internacional, que recoge 81 establecimientos. Por otra parte, el número de establecimientos no es decisivo. Así, Noruega no dispone de ninguna tienda de comercio justo, pero distribuye los productos a través de 3.000 supermercados.

La cifra de España, 62 tiendas según EFTA, está algo por debajo de la real, 81 tiendas.

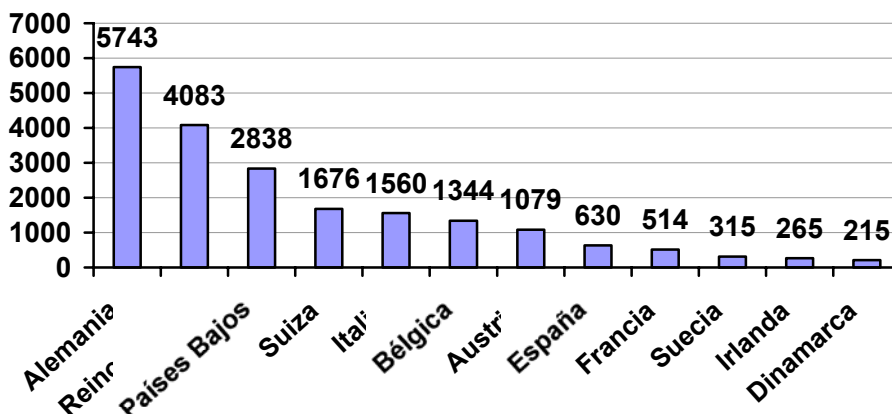
En cifras de importación, España ocupa el octavo lugar, por delante de Francia, Irlanda y Suecia. Todas estas cifras, ofrecidas por EFTA, son siempre mínimos comprobados. Las cantidades reales pueden ser más altas.

Número de tiendas de comercio justo



España se disputa con Austria el octavo lugar en número de tiendas

Transacciones de las importadoras (en millones de pesetas)



España es el octavo país europeo en cifras de importación.

Fuente: Anuario EFTA, 2001

Las 10 reglas del Comercio Justo

Las organizaciones del Norte (Europa, Estados Unidos, Canadá, Japón) importan y distribuyen bienes por cooperativas, artesanos y campesinos del Sur (Latinoamérica, Asia, África). No se trata de una ayuda o donación solidaria sino de una forma de comercio, con un determinado margen de ganancias, que hace llegar al productor un mayor porcentaje del precio de venta final. En este intercambio comercial se garantizan los criterios del Comercio Justo:

- **Reducción de la cadena de intermediarios**
- **Pago de un precio justo**
- **Condiciones laborales dignas**
- **Sin discriminación por sexo, raza, religión...**
- **Condena de cualquier forma de explotación infantil**
- **Relaciones comerciales a largo plazo**
- **Pago por adelantado de la mercancía (hasta un 60 %)**
- **Inversión de los beneficios en el desarrollo de la comunidad**
- **Respeto al medio ambiente**
- **Productos de calidad**

El respeto al medio ambiente y la igualdad entre mujer y hombre son dos condiciones fundamentales del Comercio Justo.