

Merkataritza Justuaren produktuen merkaturatzea Estatu Espainolean

**Gonzalo Donaire – Merkataritza Justuaren Estatuko Koordinatzaileko Ikerketen
Arduraduna**

1. Sarrera: geroz eta konplexuagoa den errealitatea kuantifikatuz

Ez da erraza Estatu Espainolean 2009 eta 2010 artean Merkataritza Justuaren produktuen salmentei buruzko txosten kuantitatiboa argitaratzea: azken hamarkadetako krisi ekonomiko txarrenaren urteak, ekonomia errealean krisi honek eragin handiena izan duen herrialdeetako bat eta testuinguru horretan maniobra margen eskasa duen ekonomia solidarioaren sektore bat. Aurrerago ikusiko dugun bezala, krisi honek izan duen eraginetik ez gara kanpo gelditu. Eta, hala ere, eta horregatik bereziki, Merkataritza Justuaren sektoreko azterketa kuantitatibo zehatza egitea ezinbestekoa da eragin konkretuak, puntu ahulak, indarrak eta joerak izango dituen aldaketak antzemateko. Hemen dugu beraz, aldatu nahi dugun errealitatea interpretatzeko eta batez ere eragiteko balioko digun erreminta kaxara sartzeko beste tresna bat gehiago.

Informazio hau duela hamarkada bat baino gehiagotik jasotzen dugula aprobetxatuz, posible da azken urte hauetan krisi ekonomikoak izan duen eragina 2000 urtetik behatu den joerarekin alderatzea. Txosten honen helburua momentuko egoera erakustea eta Merkataritza Justuaren produktuen merkaturatzean aurrera pausoak egiten jarraitzeko tresna bat izatea da, eta modu zabalago batean, justizia soziala, jasangarritasuna, genero ekitatea eta gizakiaren garapena, merkatal zirkuituetako etapa guztietan sartzen dituen mugimendu solidario bat finkatzea dira, horrekin mundu justuago eta solidario bat eraikitzen lagunduz. Beste hitz batzuetan: mundu hobeago bat.

Salmenta zifren eguneratzeaz gain, txosten honen ale berri honek datuen analisiaren perfektionamendu progresiboan aurrerapauso bat suposatzen du, gure herrialdean Merkataritza Justuaren produktuen merkaturatzearen errealitateari gerturatze fin, fidagarri eta zuhurrera gerturatzea. Beharrezko ariketa etengabeko eboluzioaren menpe dagoen eta etengabe eragile eta errealitate berriak sortzen diren geroz eta konplexuagoa den sektore batean.

Txosten honetan azken salmentak aipatzen ditugu, hau da merkatal kateko azken kontsumitzaileek burututako erosketak. Orain arte, salmenta horiek Merkataritza Justuko Estatuko Koordinatzaileko (CECJ) kide inportatzaileek¹ egindako salmentekin identifikatzen genituen, hauek

¹ Adsis-Equimercado, Alternativa 3, COPADE, Espanica, Fundación Vicente Ferrer, Ideas, Intermón Oxfam, Mercadeco, Taller de Solidaridad, Xarxa de Consum Solidari.

arduratzen dira produktu hauen ekoizten diren jatorrizko herrialdetik inportatzeaz eta Estatuko lurralde desberdinetan merkaturatzeaz, euren salmenta kanalen bidez, aurretik produktuak banatzen dizkien beste erakunde batzuetako denden bidez (hauetariko asko CECJko kideak ere) edo geroz eta gehiago eta anitzagoak diren beste banaketa bide batzuen bidez. Hala ere, azken urteetan Espainiako Merkataritza Justuan egon den eragile berrien agerketak, salmenta hauek “Estatu Espainoleko Merkataritza Justuaren produktuen salmentekin” alderatzeko ezintasuna ondorioztatu dute. CECJ kanpoan dauden erakunde txikiek egiten dituzten esanguratsuak ez diren inportazioez gain, ohar metodologiko hau azken aldian Estatu Espainolean egon den Fairtrade ziurtagiria² duten eragile pribatuak ekoiztutako eta merkaturatutako Merkataritza Justuaren produktuen harira botatzen dugu.

Txosten honen aurreko aleetan ez ziren agertzen enpresa pribatuak egindako Fairtrade Zigilua zuten produktuen salmentak, eta agertzen baziren eranskinen batean besterik ez ziren aipatzen. Hau Espainiako merkaturatzean agertu ez zen zerbait zelako edo hauen pisua oraindik ez zelako garrantzitsua gertatzen zen. Hala ere, egun eta hazkunde esponentziala izan eta gero zenbait urtetan, Fairtrade ziurtagiria duten produktuen merkaturatzea CECJko inportatzaile kideen salmentarekin alderatu daiteke, lehen mailako errealitate bat bihurtu delarik eta hauek kontutan hartuko ez balira “Merkataritza Justuaren produktuen salmenten “ zenbaketa ez litzake osatuta edo zehatza izango. Argitalpen hau “CECJren txosten” izan arren, Estatu Espainoleko Merkataritza Justuaren erreferentziarako argitalpena ere bada, beraz zintzotasunean eta holismoan oinarritutako salmentei buruzko azterketa baten artikuluak sektoreko errealitate desberdinak kontutan hartu behar ditu ahal den neurrian behintzat. Fairtrade España-ri eskerrak eman nahi dizkiogu bere ekintza esparruko datuak emateagatik sektorearen perspektiba orokor hau ikusi ahal izateko.

Beraz, artikulu hau salmenta osoen egungo egoera eta azken aldiko bilakaera aztertuz hasiko dugu, bi errealitate hauek lehen atalean sartuz. Jarraian, zehaztasun guztiarekin aztertuko ditugu CECJko inportatzaile kideek bakarrik egindako salmenten datuak, bertako erakundeek zuzenean eman diguten informazioa aztertuz. Posible den neurrian, puntualki beste atal hauek osatzen saiatuko gara, xehetasun gehiagorekin, CECJko datuetan oinarrituta, Fairtrade Zigilua duten salmentak aipatuz Estatu Espainolean gaur egun Merkataritza Justuaren produktuen merkaturatzeak duen egoeraren ikuspegi zehatzena erakusteko helburuarekin. Baina produktu hauen gainean dugun informazio falta dela eta, bateratutako lehen atal honetatik aurrera “Merkataritza Justuaren produktuen salmentei” egiten zaien erreferentziak eta hauetatik ondorioztatutako azterketak orokorrean, eta kontrakoa zehazten ez den bitartean, bakarrik CECJko

² Fairtrade Merkataritza Justuko produktuen ziurtagiri bat da eta enpresei Merkataritza Justuko produktuak ziurtagiriarekin eskaintzea ahalbidetzen die, Merkataritza Justua sektore pribatuetara irekitzea ahalbidetuz. Fairtrade Zigilua bilgarrian duten produktuek Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) erakundeak garatutako nazioarteko estandarrak betetzen dituztela bermatzen dute. Erakunde honek 24 kide ditu, horien artean 23 herrialdeetan ziurtagiriak dituzten 19 ekimen aurkitzen dira, baita ekoizleen hiru Koordinatzaileak (Amerika, Asia eta Afrika). Fairtrade España, FLO-ko kidea da eta Fairtrade Zigilua ziurtagiria erabiltzeko lizentzia ematen die ziurtagiri hau duten produktuak saltzea nahi duten enpresei eta erakundeei. Informazio gehiago www.sellocomerciojusto.org eta www.fairtrade.net webguneetan.

kide diren inportatzaileek egindako salmenei egingo die erreferentzia, produktu hauek ziurtagiria duten edo ez kontutan hartu gabe.

Bestalde, aurretik esan dugun bezala, eskuragarri ditugun azken datuak 2009 eta 2010 urte bitartekoak dira eta bereziki hauetan oinarrituko gara, azterketa osoa salmentek azken hamarkada guztian izan duen eboluzioaren analisi batekin osatuko den arren. Hemen aurkezten diren moneta kopuru guztiak Publikoarentzako salmenta Prezioekin (PSP) bat datoz eurotan, beraz posible da zenbait kasutan datu hauek zifra konkretuekin bat ez etortzea, hala ere desbideratzeak minimoak izango dira. Hau inportatzaile askok eskainitako datuak azken salmentekin (PSP) bat ez datozelako gertatzen da. Hauek salmenta honetaz ondoren arduratzen diren beste eragile batzuei banatzen zaizkie produktuak, kasu horietan PSP merkatuko erreferentzia nagusien arabera kalkulatu da.

Amaitzeko, posible da aurreko urteetako edizioetako irakurleek lurraldekako salmenten gaineko atala faltan botatzea. Aurten Autonomia Erkidego bakoitzaren salmenten zifrak ez sartzea erabaki dugu, datuak jasotzeko orduan zenbait arazo metodologiko antzeman ditugulako eta horrek, lortzea nahi genuen zehaztasuna arriskuan jartzen zuela pentsatu dugulako. Orain arte, Autonomia Erkidego batean, Merkataritza Justuko produktuen kontsumo gisa zenbatzen ziren lurralde honetan inportatzaile batek burututako salmentak, erabilitako banaketa bidea kontutan hartu gabe. Bide horiek Merkataritza Justuaren dendak edo antzerako beste establezimendu batzuk diren neurrian, azken kontsumitzaileari, salmenta hori Autonomia Erkidego berean egiteko probabilitate handia dago. Hala ere, posible da inportatzaileari erosten diona supermerkatu bat edo ostalaritza kate bat izatea. Kasu horretan, erosketa hori erakunde hauek beren erosketa zentrala duten lurraldean zenbatuko da (normalean enpresa geruza handiena duten Autonomia Erkidegoak), ondoren produktu horiek azken salmentarako salmenta puntuak dituzten lurralde desberdinetan banatzeko. Beraz hauetan egingo litzateke Merkataritza Justuaren kontsumoa salmenta horiek beste eskualde batean zenbatuko liratekeen arren. “Egoitza efektu” honek ez luke aurkeztutako informazioaren egiazkotasuna eta zintzotasuna bakarrik kolokan jarriko baizik eta honetatik ondorioztatutako edozein azterketak interpretazio eta ondorio okerrak sustatuko lituzke lurralde mailan. Beraz, metodologia arazo hau konpontzen ez dugunera arte, nahiago dugu arrisku horretan ez erortzea.

Egiturari dagokionez, txosten honek epigrafe desberdinen bidez zehazten du egungo Merkataritza Justuko produktuen salmenten eboluzioa eta bolumenak, banaketa bide nagusietan, gehien saltzen diren produktu talde eta motak, hauen jatorriak eta ekoizten dituzten erakundeen ezaugarri nagusiak. Hemen aurkezten den azterketaren zati handi batean egun bizitzen ari garen krisia agertzen da, eta sakonago aztertuko da hurrengo artikuluan, gainera argitalpen honen ari lotzailea izango da.

2. Salmentak guztira: egungo egoera eta azken aldiko eboluzioa

Aipatu dugun bezala, duela gutxira arte gertatzen zen ez bezala, gaur egun Merkataritza Justuaren Estatuko Koordinatzaileko erakunde kideen salmentak ez datoz Estatu Espainolean saldutako Merkataritza Justuaren salmenta guztiekin bat. Hau, azken urteetan beste eragile eta merkatal ekimenen agerpenagatik gertatu da, horien artean aipatzekoak dira, Fairtrade zigilua duten produktuak, zeintzuk hazkunde handia izan duten eta egun fakturazio bolumen garrantzitsua suposatzen duten.

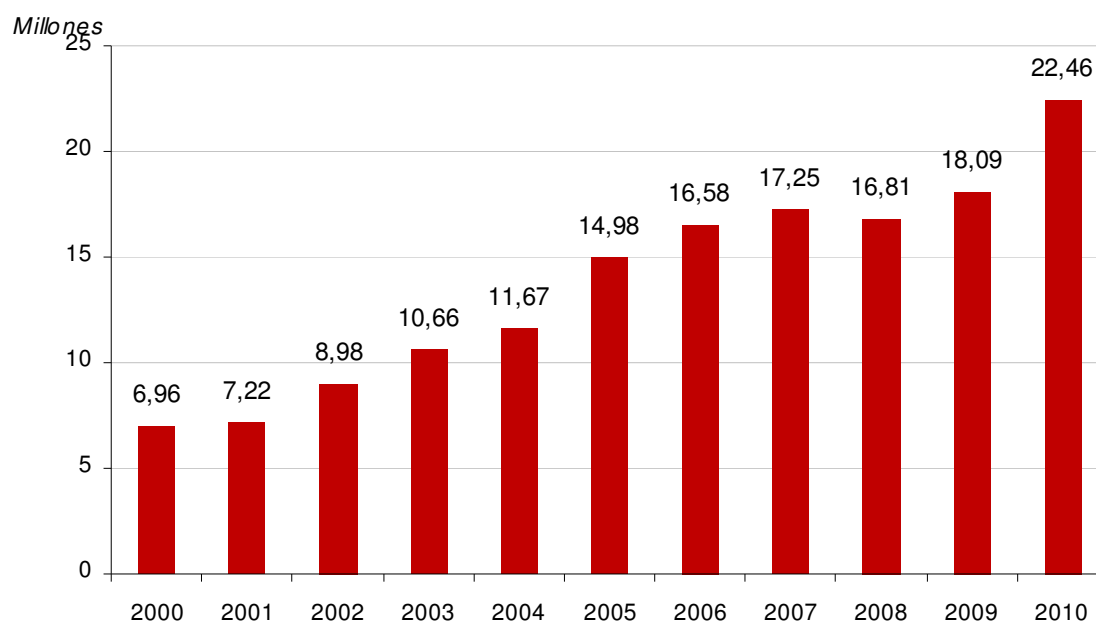
Produktu hauen eta CECJko erakunde kideen bitartez burututakoak ez dira loturarik ez duten errealitateak: erakunde hauetariko batzuk zigilu³ honen ziurtagiria duten produktuak saltzen dituzte, baina ez dute guztiek egiten eta ziurtagiriak dituzten produktuen salmenta guztiak ez dira salmenta bide honen bidez burutzen. Errealitate bakoitza banaka aztertu baino lehen, azter dezagun sektorea bere osotasunean.

Ziurtagiria dutenen eta ez dutenen artean, 2010ean Estatu Espainolean 22,5 milioi euro saldu ziren Merkataritza Justuaren produktuetan. 2008 urtetik, hots, nazioarteko krisi ekonomikoak eztanda egin zuenetik, salmenta hauek %33,6ko hazkunde izango lukete, hazkunde hauekin: %7,6 2009an eta %24,2 2010ean.

Zifra hauekin, Merkataritza Justuak krisi ekonomikoa gainditzeaz gain, atzerapen ekonomiko aldi batean, azken hamarkadan emaitza hobeak lortzea lortu du. Egungo fakturazioak 2000 urtean lortutako 7 milioi eskasak hirukoizten ditu. Hau ordutik izan duen hazkunde iraunkorrari esker gertatu da, urteko batez besteko %11,2ko tasekin. Hau, oso notizia ona da Iparraldean produktu hauek merkaturatzen dituzten erakundeentzako baina batez ere, produktuak ekoizten dituzten erakundeentzako.

³ Berez, Fairtrade Zigilua ziurtagiria duten inportatzaile hauetako produktu propioak dira, FLO-Cert ziurtagiri emaileak beraien produktuak erregistratzeko ezarritako beharrezko izapideak gainditu dituzten lizentziadun erakundeak dira.

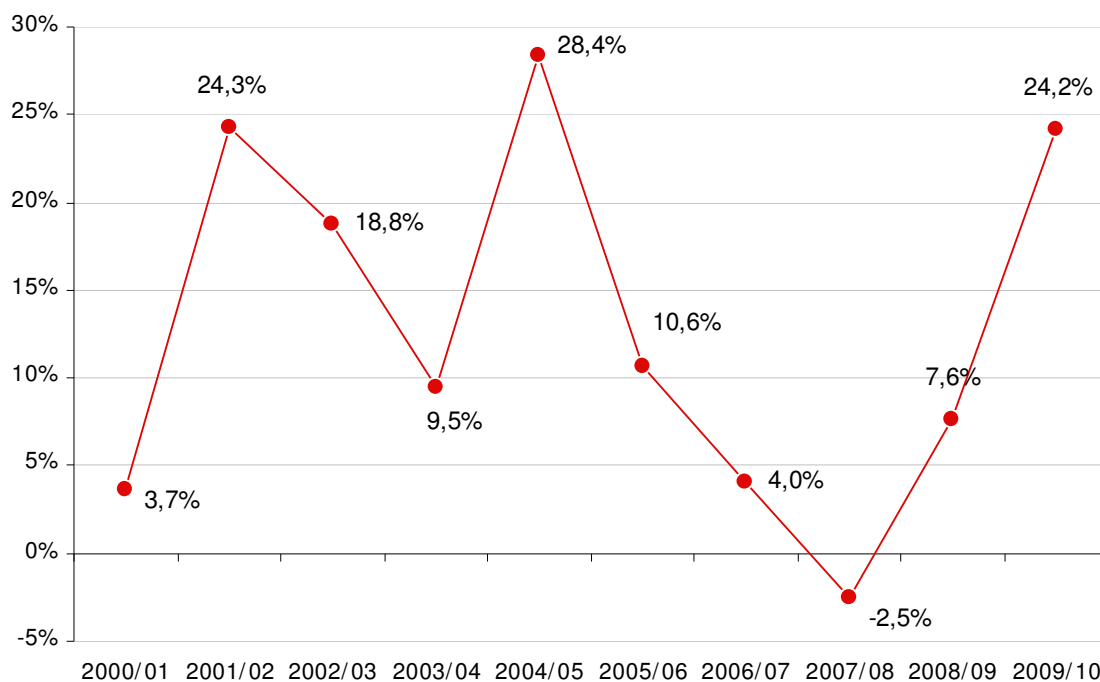
1 grafikoa. Merkataritza Justuko produktuen salmenten eboluzioa, 2000-2010 (milioi euro)



Iturria: elaborazio propioa CECJko erakunde kideek eta CECJ y por Fairtrade España-k emandako datuen arabera

2008an hazkunde joera hau zapuztu zen arren, %2,5eko erorketarekin, herrialdeko egoera makro-ekonomikoarekiko paraleloa den atzerapen aro batean sartzeko aukera, edo merkaturatze bolumenari dagokionez gailurra irisi izanarena, agudo ezeztatu ziren. Erorketa hori egoerak sortutako etenaldi bat besterik ez zuen suposatu eta 2009 eta 2010 bitartean gaintitu zen, bereziki krisi ekonomikoaren urte txarrenetan, aurretik zuen ibilbidea hartuz eta egungo merkaturatze maila lortzea ahalbidetu zuten salmenten hazkundea lortuz.

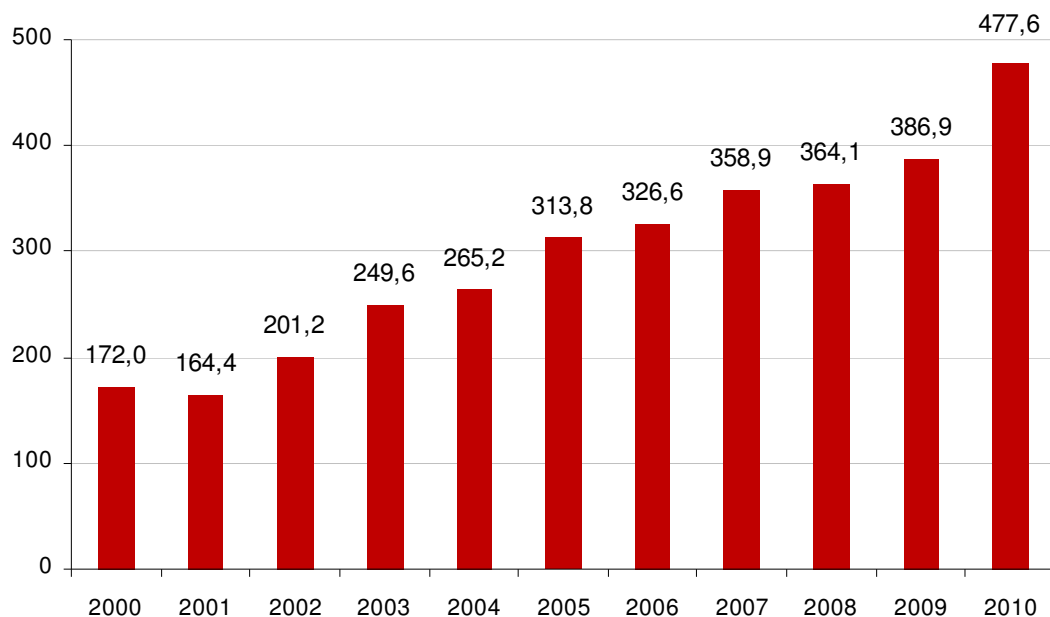
2 grafikoa. Merkataritza Justuko produktuen salmenten eboluzioa, 2000-2010 (urteko aldakuntza tasa %tan)



Iturria: elaborazio propioa CECJko erakunde kideek eta Fairtrade España-k emandako datuen arabera

Baina datuek ez dute beti ondo irudikatzen erakutsi nahi duten errealitatea. Aldi beteko konparaketak salmenten eboluzioa antzematea ahalbidetzen duen arren, salmentak erantsitako zifrak besterik ez dira, eta bolumen hauek oso gutxi esaten dute artikulu baten erosketan konkretua den ohizko praktika bati buruz. Orduan, planteatu beharko genukeen galdera hau izango litzake: zenbat diru gastatzen dugu Espainolek benetan Merkataritza Justuan? 2010ean, zifra honek, mila biztanle bakoitzeko 477,6 euro suposatzen zituen batez beste (hau da, 0,478 euro pertsonako). Logikoa den bezala, honen aldi baterako eboluzioa salmenta guztien hazkunde joerarekin bat dator. 2001 eta 2010 bitartean, *per cápita* gastua %33,1ean handitu zen, azken ekitaldiko hazkundera bereziki esanguratsua izan zelarik. 2000 urtean mila biztanle bakoitzeko erregistratu ziren 172 euroak kontutan hartuta, azken hamarkadan kontsumitzeko modu alternatibo honek gure herrialdean izan duen jauzi kuantitatiboa nolakoa izan den ikus dezakegu.

3. grafikoa. Merkataritza Justuaren produktuen batez besteko gastuaren eboluzioa, 1.000 biztanleko, 2000-2010 (euroak)



Iturria: elaborazio propioa CECJko erakunde kideek eta Fairtrade España-k emandako datuen arabera

Oharra: zifrak CECJk bakarrik egindako salmentekin bat datoz, 2007raino, eta ia bere osotasunean 2008 urteari dagokionez.

Hala ere, krisiarekin edo krisirik gabe eta azken aldiko hazkundera kontutan hartu gabe, kontsumo maila hau oraindik European ematen diren balioen oso azpitik aurkitzen da: Erkidegoko batez besteko kontsumitzaileak 4 euro inguru gastatzen ditu urtean Merkataritza Justuko produktuetan ⁴ (4.000 euro mila biztanle bakoitzeko), ia Espainiako batez besteko kontsumitzaileak baino hamar aldiz gehiago. Erresuma Batuan, Irlandan edo Finlandian ematen diren mailetara iritsi gabe, non erkidegoko neurri hau areagotu egiten den, esan genezake erdi epean, zifra hauek garapen ekonomiko maila antzerakoak dituzten Europako beste herrialde askorekin bat etorriko direla. Zalantzarik gabe, gure herrialdean Merkataritza Justuaren inplementazioa txikiagoa izatea, berandu sartu baitzen, (1980. Hamarkada bukaeran, gainontzeko Europako herrialdeekin alderatuz hogeitaz atzerapenarekin) eta Espainiako gizarteak kontsumo modu alternatibo hori ez ezagutzea bezalako faktoreek azaltzen duten neurri batean, maila hauek baxuak izatea eta hazken hamarkadan emandako hazkunde joerak horrela jarraituko duela aurreikustea ahalbidetzen digu.

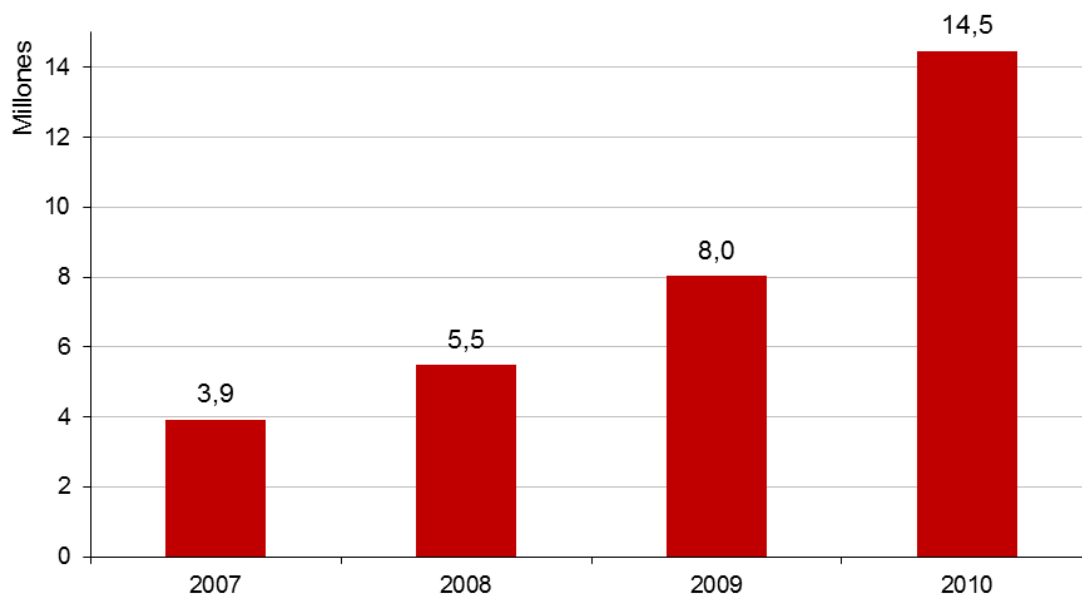
⁴ Estimazio propioa Europar Batasuneko biztanleriaren datu ofizialetatik eta 2009an Fairtrade Internationalek erkidegoko herrialde bakoitzari egindako salmenta datuen arabera egindako estimazioa. Mota honetako produktuen salmentek 2010ean modu esanguratsuan gora egin zuten eta ziurtagiririk ez duten produktuen salmentak gehitu beharko liratekeela kontutan hartuta, "erkidegoko batez besteko gastuaren" zifra hau estimazio baxua dela esan dezakegu. Edozein kasutan, datu hau gutxi gora beherako datua da, beraz ez da erreferentzia zehatz gisa erabili behar.

Baina adi egoten jarraitzea komeni da: azken urteetako krisi ekonomiko sakonenak ere, azken hamarkadako hazkunde joera zapuzteko gai izan ez den arren, konbergentziak ez dira automatikoki edo bakarrik gertatzen, eta gutxiago Europako mailetatik urruntzen gaituen distantzia kontutan hartuta. Merkatuko *esku ikusezinetatik* urrun, lan bateratuaren eta erakunde sozialen, kontzientziatutako hiritar arduratsuen, Administrazio Publikoen eta beste eragile pribatu batzuen arteko elkarlanean oinarritzen da, mundu justuago bat lortzen laguntzeko kontsumorako alternatiba ahalbidetuz. Alde batera utzi gabe beharrezkoak diren taldeko-irtenbideak, badaude ekintza indibidualak ere, hau bezalako txosten batean izan dezaketen islaz harantzako, Iparraldeko-Hegoaldeko sare solidario materialak, egungo nazioarteko merkataritza ereduaren alternatibak eraikitzen lagunduko duten irizpideen baldintzapean ekoiztutako produktuen erosketa, eta denboran ekimen hauek bultzatzeko eta mantentzeko lana eginez.

Eta, hala ere, honen guztiaren erronkan ez datza zenbat handitzen garen edo gure inguruneke herrialdeekin zein puntutaraino konbergitzen dugun, baizik eta azken hamarkadetan egin dugun bezala, gure posiziotik eta beste eragile batzuekin indarrak batuz, egungo krisi ekonomikoa amaitzean, egun bizi dugun egoera globala sortu zuen aurreko logikara ez itzultzea.

Aurreko guztia salmenta gehituei buruzkoa da. Baina, duela urte batzuetatik “dagoeneko bakarrik ez gaudela” esan genuen. Duela gutxikoa den arren, Merkataritza Justuaren irizpideekin eragile pribatuek Estatu Espainolean sortutako eta merkaturatutako eta Fairtrade ziurtagiriarekin bermatutako produktuen agerketak (elikadura gehienetan, kotoia eta futboleko baloiak bezalako ehungintza produktuak ere badauden arren) hazkunde esponontziala bizi izan du: 3,9 milioi eurotatik 2007an, ziurtagiria zuten produktuen salmentak gora egin zuen 14,5 milioi eurotaraino (salmenta bideen %72,4a ziurtagiria duen kafearen salmentari dagokio), honek %268,5eko hazkundea suposatzen du azken lau urteetan bakarrik. Zifra hauek Fairtrade ziurtagiria duten produktuak Estatu Espainolean Merkataritza Justuko lehen mailako errealitate gisa kokatzen ditu.

4. grafikoa Fairtrade zigilua duten produktuen salmenten eboluzioa, 2007-2010 (milioi euro)



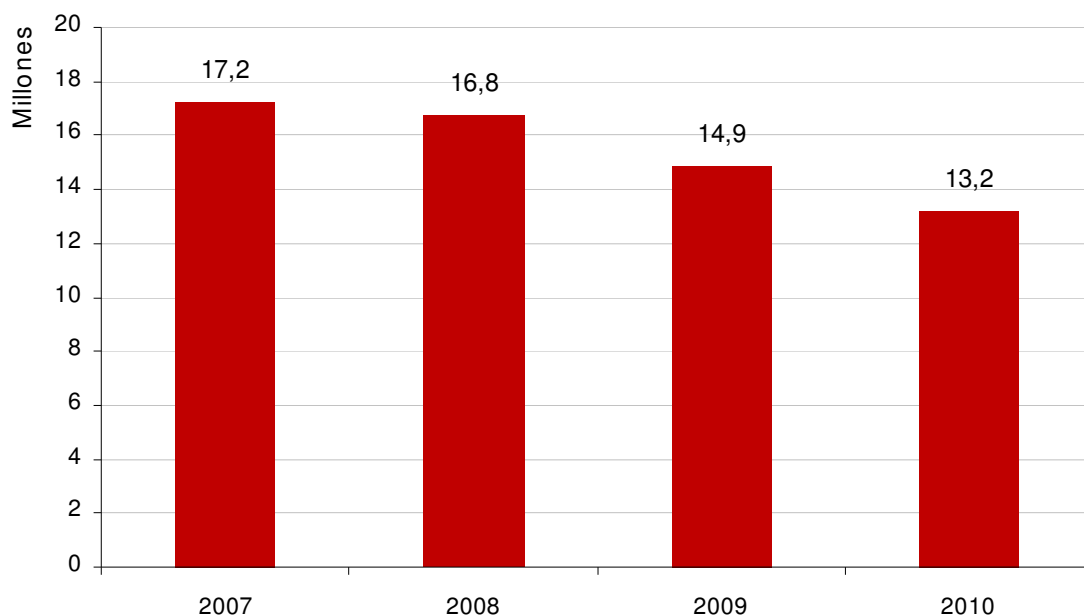
Iturria: elaborazio propioa Fairtrade España-k emandako datuen arabera

Hazkunde honi paraleloki, CECJko inportatzaile kideek erregistratutako Merkataritza Justuaren Produktuen salmentak areagotu egin du 2008an hasi zuen beherakada. 2009an %11,3a jausi zen eta 2010ean %10,8a, krisi ekonomikoak eztanda egin zuenetik, salmentetan metatu den beherakada hori %20,9ra igo da.

2008tik salmentak geroz eta gehiago jaisteak, CECJko erakunde kideen kasuan, salmenta hauen eta krisi ekonomikoaren testuinguruaren arteko harremana indartzen du: 2008an eragin negatiboa izan eta gero, etxebizitzaren eta finantzen burbuilak eztanda egin zuenetik, salmenten beherakada krisiaren sakontasunarekin batera paraleloki joan da, bereziki Estatu Espainolean ekonomia errealean izan duen eraginari dagokionez. 2010ean enpleguari dagokionez datu txarrenak izan dituen urteak, Espainiako familiek erosteko gaitasuna galdu izanagatik etab., Merkataritza Justuaren produktuen salmentak beherakada garrantzitsuena erregistratu zituen urtea izan zen baita ere.

Salmenta hauei erreferentzia egingo diegu artikulu honetan zehar. Aurretik bi taldeen zenbait ezaugarri ikusiko ditugu.

5. grafikoa CECJko erakunde kideen Merkataritza Justuko produktuen salmenten eboluzioa, 2007-2010 (milioi euro)



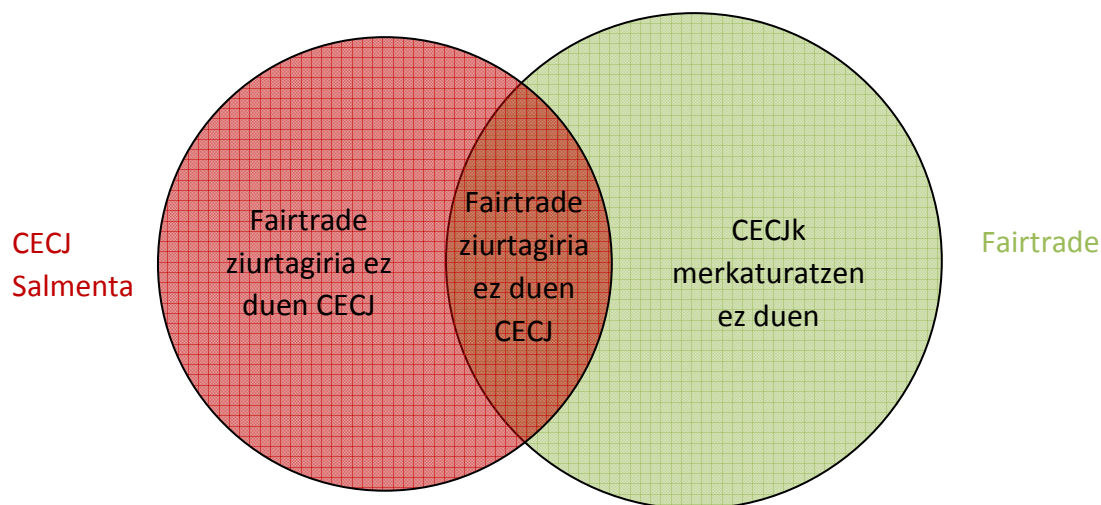
Iturria: elaborazio propioa CECJko inportatzaile kideek emandako datuen arabera

Fairtrade produktuen zenbait salmentek CECJko inportatzaile kideek burutzen dituzte, beren produktu batzuek zigilu hau dutelako. Baina ez dute guztiek egiten eta Fairtrade ziurtagiria duten produktu guztiak ez dituzte CECJko inportatzaileek banatzen, bera komunean zenbait datu dituzten errealitate kuantitatibo desberdinez hitz egiten ari gara. Kontabilitate bikoitza duen arazo posible hoau, bolumen bakoitza banaka batzea litzatekeena, CECJko inportatzaileek saldutako Fairtrade ziurtagiria duten produktuak identifikatuz eta kenduz konpondu da.

Izan ere, 2008raino Fairtrade ziurtagiria zuten produktuen merkaturatze ia osoa egiten zuten CECJko inportatzaileek (gainontzeko bolumena, argitalpen honetako aurreko aleetan batera zenbatu ez izateak azaltzen du, hemen 2008an antzemandako %2,5eko beherakada, aurreko txostenean %2,9ra desbideratu izana, bertan CECJko inportatzaileen bidez egindako salmentak bakarrik hartzen baitziren kontutan).

2009tik aurrera, Fairtrade salmentek gora egiten jarraitu zuten, CECJko inportatzaileen bidez merkaturatuko bolumena aldatu gabe (5 milioi euro baino zertxobait gehiago). 2010ean, CECJko inportatzaileek egindako zigilu honekin ziurtatutako produktuen salmentek Estatu Espainolean Fairtrade zigiluarekin ziurtatuta zeuden produktu guztien merkaturatzearen %36,4a besterik ez zuen suposatzen. Portzentaje hori antzerakoa izan zen kafearen kasu konkretuan (33,5%). Bestalde, CECJko inportatzaile kideek saldutako produktuen %41,5ak zuten ziurtagiri hau. Ziurtagiri mota honen jatorria kontutan hartuta, salmenta hauek elikadura produktuetan eman zen gehienbat, CECJko inportatzaile kideek merkaturatutako elikadura osoaren erdia baino (%59,6). Zigilu hau gehien agertzen den produktuak kafea (kasuen %83,6a), kakaoa (%61), tea eta infusioak (%55,7) eta azukrea dira (%44,7).

6. grafikoa Ziurtagiria duten eta ez duten Merkataritza Justuko produktuen salmenta bolumenen banaketa, 2010



Iturria: elaborazio propioa CECJko erakunde kideek eta Fairtrade España-k emandako datuen arabera

Fairtrade zigilua duten produktuek gora egitea eta CECJko salmentei dagokien termino absolutu eta erlatiboen beherakada ziurtatuta dauden produktu hauek merkaturatzen dituzten geroz eta erakunde gehiago daudelako eta geroz eta eskuragarriagoak direlako gertatzen da. CECJko zenbait banatzailetan gain, Fairtrade zigilua de *vending* direlako erakunde eta enpresa desberdinek merkaturatzen dituzten produktuen artean, supermerkatuetan eta azalera handietan eta ostalaritzan aurki daitezke inportatzaileen edo banatzaileen bidez edo zuzenean ostalaritza establezimenduetan, hauetariko asko enpresa multinazional garrantzitsuen merkataritza kate filialak. Produktu hauen salmenten gorakadaren zergatia enpresek, supermerkatuek, ostalaritzak eta *vending* enpresek ziurtagiria duen kafearen merkaturatzea sustatu izanaren emaitza da.

Artikulu honetan eta hurrengoan ikusiko dugun bezala, CECJko erakunde kideen ezaugarria den modelo bat da. Gure inguruko herrialde gehienetan ehien ematen den eredia alegia, eta ia ziur gorakada garrantzitsua egingo duela Merkataritza Justuaren Espainiako Merkaturan datozen urteetan. Modelo hauetariko bakoitzak, ezaugarri, joera, indar eta ahultasun propioak dituzte eta hauek azaltzen dute ziklo ekonomiko bat edo gehiengoaren kontsumo jarreraren aldaketa bezalako kanpo faktoreen aurrean modu desberdinean erreakzionatu izana. Beraz, ez gaude banaketa eta kontsumo bi eredu ordezkatze efektu baten aurrean (zeintzuk, aurretik ikusi dugun bezala elementu komunak dituzten), baizik eta denbora periodo berdinean eragin desberdina izan duten bi modeloren salmenten beherakadaren eta gorakadaren arteko konpentsazio gehituaren aurrean.

CECJko zenbait inportatzailek ziurtagiria duten produktuak saltzen dituzten arren eta kideen aniztasunak eta pluraltasunak bereizgarritasun handiak egitea saihesten duen arren, CECJko erakundeetatik egiten den Merkataritza Justuaren produktuen merkaturatzea, batez ere, denda propioetan eta salmenta puntetan ematen da, jarraian ikusiko dugun bezala, merkatal jarduera hau sentsibilizazioarekin, eragin politikoarekin eta mobilizazio sozialarekin lotutako beste

jarduera batzuekin konbinatzea ahalbidetzen baitute. Neurri handi batean, zentzu honetan CECJko erakunde kideek azken hamarkadetan egin duten lan jarraitua eta bakarkakoari esker sortu dela irizpide sozial eta jasangarrien baldintzapean ekoiztutako produktuak erosteko joera handiagoa uste dugu. Eskaera honek Merkataritza Justuko eragile berri eta anitzek osatutako eskaintza bati erantzuten dio.

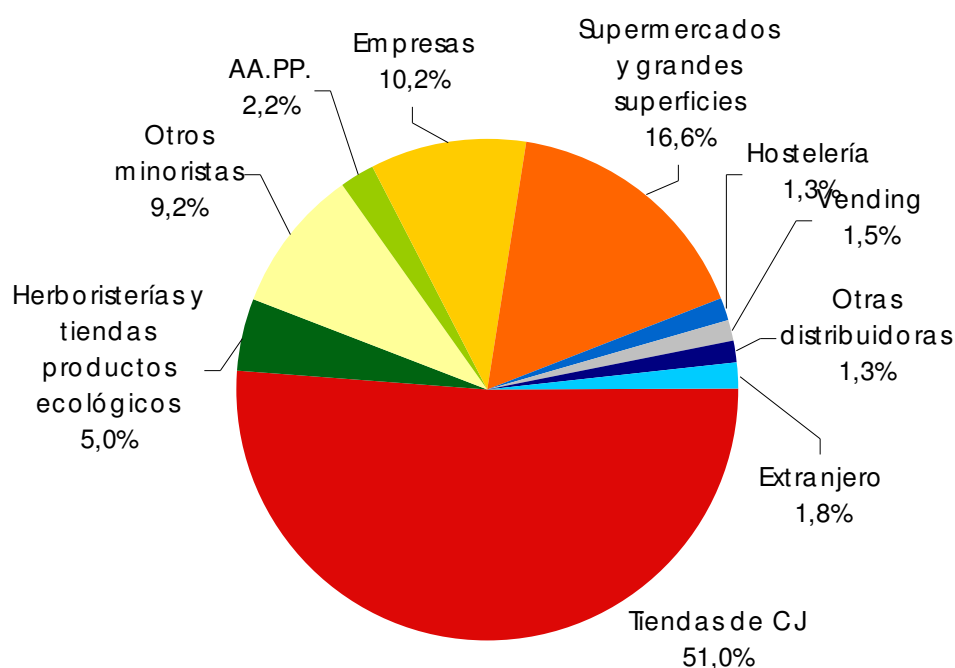
Artikulu honen gainontzeko zatian CECJko erakunde kideen salmentak aztertuko ditugu sakon, bertako erakundeek eman dizkiguten datuen arabera. Posible den neurrian, sektore-perspektiba bat osatzen duten beste elementu batzuk sartuko ditugu. Beraz, hemendik aurrera eta kontrakoa adierazten ez den bitartean “Merkataritza Justuaren salmentei” buruz hitz egiten dugunean CECJko salmentei buruz hitz egingo dugu.

Era berean, jarraian agertzen diren datuak ia bere osotasunean Estatu Espainoleko salmentekin lotutakoak izango dira. Izan ere inportatzaile hauek Hegoaldetik inportatzen dituzten zenbait produktu besterik ez dira Espainiako lurraldean merkaturatzen ez direnak, behin hemen daudela beste herrialde batzuetako erakundeei banatzen zaizkie hauek azken kontsumitzaileari saltzeko. Hau izan da CECJko erakunde kideek Merkataritza Justuko produktuen merkaturatzearen %5aren kasuan azken hamarkadan, zenbait urtetan salmenta guztien %10a suposatu du, egun hemen zenbatu diren salmenten %1,8a besterik ez den bitartean. Izan ere, 2007 eta 2010 bitartean, salmenta mota hau %77,2an jaitsi zen. Beraz, badirudi inportatzaileek alde batera utzi dutela jatorrizko ekoizleen eta Europako beste erakunde batzuen artean egiten zuten bitartekari lana, Espainiako merkatuko banaketan zentratzeko modu eksklusiboan.

3. Banaketa bide nagusiak

Non erosten ditugu Merkataritza Justuaren produktuak? 2010ean, Estatu Espainolean saldu ziren Merkataritza Justuaren produktuen (CECJko inportatzaile kideetatik eratorritakoak) erdia baino gehiago (%51) Merkataritza Justuko erakundeek dituzten dendetan egin zen. Espezializatutako dendekin batera (belar-dendak, produktu ekologikoak, %5) eta gainerako saltoki txikiekin (%9,2), txikizkako establezimenduak izan ziren Merkataritza Justuaren hiru produktutatik biren erosketaren erantzule (%65,2). Beraz, espezializatutako dendak eta gertukoak dira Espainiako kontsumitzaileek aukeratzen dituztenak mota hauetako produktuak erosteko orduan, ziurtagiriak dituzten produktuen salmenten gorakadak (batez ere Fairtrade Zigilua dutenak) etorkizunean banaketa beste bide batzuek gora egingo dutela aurreikustea ahalbidetzen duen arren, batez ere merkaturatze mota honetarako erabiltzen direnak (azalera handiak, *vending*, ostalaritza). Bigarren lekuan supermerkatuak eta azalera handiak kokatzen dira (%16,6), eta jarraian enpresa pribatuetan burututako erosketak (%10,2). Hauez gain, badaude pisu erlatibo txikiagoa duten Merkataritza Justuaren produktuak banatzen dituzten beste bide batzuk, hots, Administrazio Publikoak (%2,2), *vending* makinak (%1,5) edo ostalaritza (%1,3; tabernak, jatetxeak, kantineak, catering enpresak, etab.).

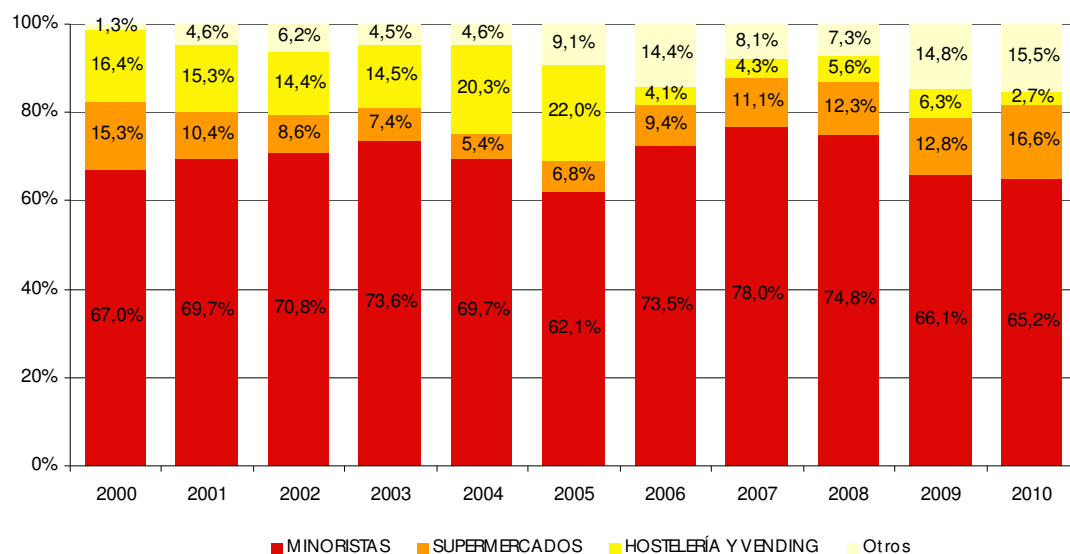
7. grafika Merkataritza Justuaren produktuen salmentak banaketa bidearen arabera, 2010 (%)



Iturria: elaborazio propioa CECJko inportatzaile kideek emandako datuen arabera

Azken hamarkadan zehar jasotako joera aztertzen badugu, txikizkako banaketa bideen eta supermerkatuen bidez egindako salmentek gora egin dutela ikusiko dute%84,8batean eta %106,2an hurrenez hurren 2000 eta 2010 bitartean, bestalde ostalaritzak eta *vending* delakoak behera egin dute bai bolumenari bai pisu erlatiboari dagokionez. Egungo krisi aroan murgiltzen bagara, posible da ekonomia egoera txarragoak banaketa bide hauetariko bakoitzean izan duen eragin diferentziala antzematea. Beraz, *vending*-ak (-%58,7), ostalaritzak (-%64,4) eta txikizkako kanalek (-%31,1) 2008 eta 2010 bitarteko beherakadaren zati gehiena jasan dutela ikus daitekeen bitartean, supermerkatuetako eta azalera handietako salmentek, gorakada ikusgarria izan dute (%7), hortik bide honek Merkataritza Justuko produktuen banaketa bide gisa irabazi duen pisu erlatiboa. Txikizkako atalaren barruan, belar-dendetan eta denda ekologikoetan (-%50,1) eta beste establezimendu txikietan (-%56,4), beherakada handiagoa eman da, Merkataritza Justuko erakundeetako denda propioetan eman dena baino (-%19,7), hala ere azken honen beherakadak esanguratsua eta larria izaten jarraitzen du.

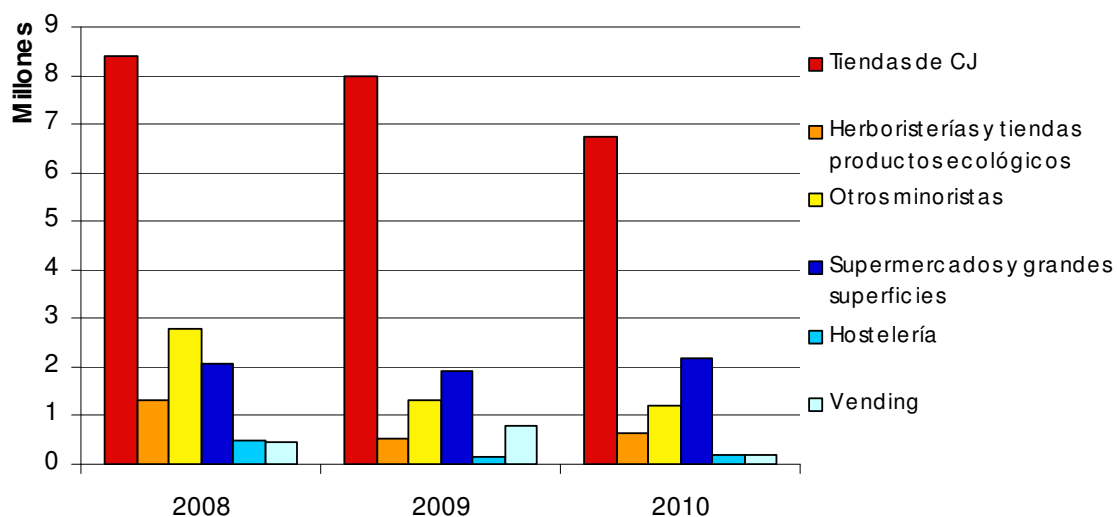
8. grafikoa Merkataritza Justuaren produktuen salmenten pisuaren eboluzioa banaketa bidearen arabera, 2000-2010 (%)



Iturria: elaborazio propioa CECJko inportatzaile kideek emandako datuen arabera

Oharra: kategoriak ez daude 2010an bezala bananduta, ez baitugu xehetasun maila hori sail historiko guztirako.

9. grafikoa Merkataritza Justuaren produktuen salmenten eboluzioa banaketa bidearen arabera, 2008-2010 (milioi euro)

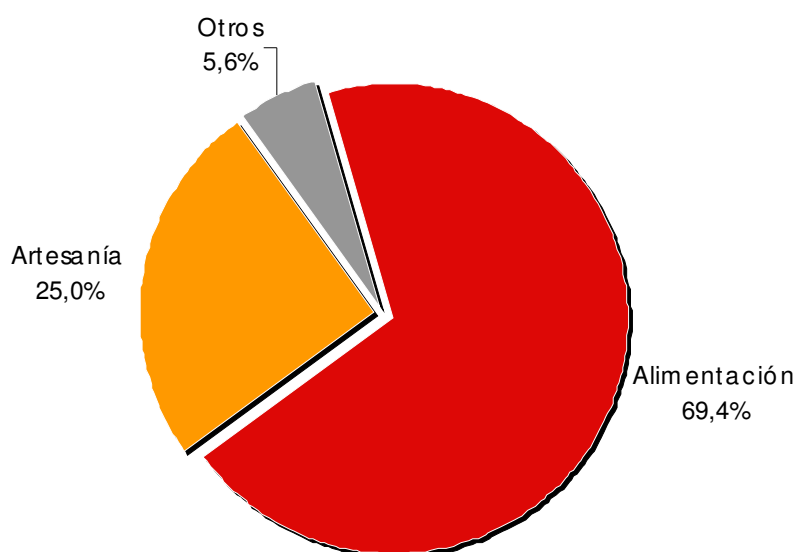


Iturria: elaborazio propioa CECJko inportatzaile kideek emandako datuen arabera

4. Merkataritza Justuaren produktuak

Salmenta osoaren bolumena, azken aldiko eboluzioa, biztanle bakoitzean suposatu duen batez besteko gastua eta hauek merkaturatzen diren lekuak aztertu eta gero, orain, Estatu Espainolean Merkataritza Justuaren saskia zein produktuk osatzen duten ikusiko dugu (azpimarratzen dugu: CECJko inportatzaileen salmenta zifretan oinarrituta). Produktu talde handien artean desberdinduz, 2010ean salmenten %69,4a elikadura produktuena izan zen eta %25a artisautza produktuena. Gainontzeko %5,6a aurreko taldeetan sartuko ez liratekeen produktuei dagokio (merchandising, liburuak, musika, papertegia, etab.).

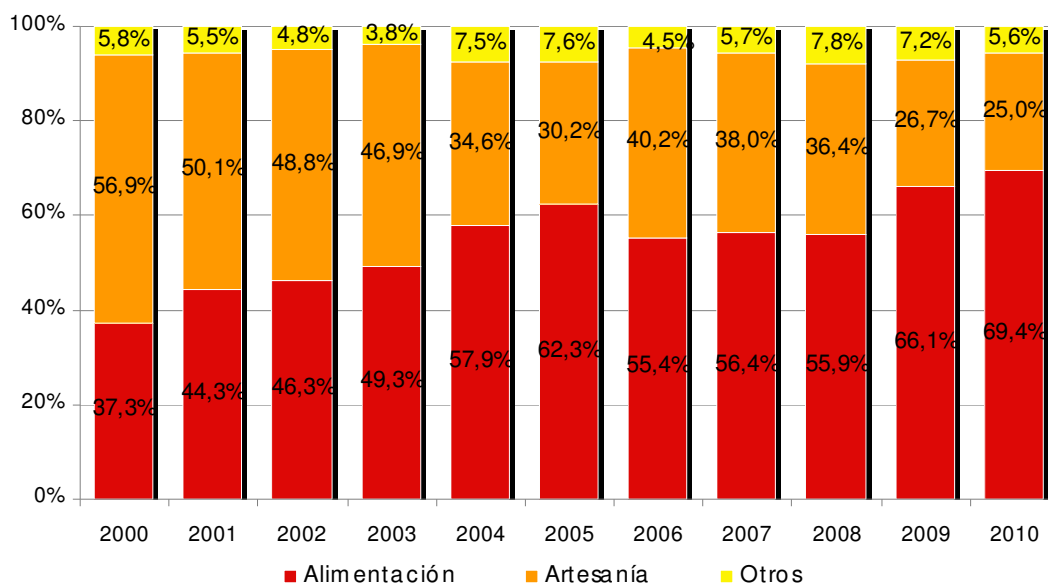
10. grafikoa Merkataritza Justuaren produktuen salmenta produktu-taldeen arabera, 2010 (%)



Iturria: elaborazio propioa CECJko inportatzaile kideek emandako datuen arabera

Aldi baterako azterketa baten arabera, krisiak azken urteetan aurretik aipatutako produktuen bi talde handietako “ordezkapen efektu” progresiboa indartzeko joera indartu duela ikusten da. Beraz, elikadurak, zeinek 2000 urtean Merkataritza Justuaren produktuen salmenten %37,3a besterik ez zuen irudikatzen, artisautza produktuenen %56,9arekin alderatuta, pisu progresiboa irabazi du azken urteetan bigarrenaren salmentak kaltetuz. Izan ere, 2010ean Estatu Espainolean Merkataritza Justuaren elikadura produktuen hirukoitza saldu zen 2000 urtearekin alderatuz, hau da, urtero %12,2ko batez besteko hazkundera izan duela, bestalde artisautza produktuen salmenta bolumena %16,5 txikiagoa izan zen azken hamarkadarekin alderatuz. Modu honetan, posible da ondorioztatzea azken hamarkadan Estatu Espainolean Merkataritza Justuaren produktuen salmenten hazkunderaren motorra elikadura produktua izan direla. Gainera, azken urteetan joera hau indartu egin da bi kategorien arteko desberdintasunak maximo historikoak erregistratu dituelarik. Beraz, 2008 eta 2010 bitartean artisautzaren salmentek %44,5ean behera egin duten bitartean, elikadurak ia ez du inongo eraginik izan krisi ekonomikoaren ondorioz (%0,4ko hazkunde positiboa).

11. grafikoa. Merkataritza Justuaren produktuen salmenten pisua produktu taldeen arabera, 2000-2010 (%)



Iturria: elaborazio propioa CECJko inportatzaile kideek emandako datuen arabera

Orain arte erakutsi ditugun datuak gurutzatuz, posible da krisi azken urteetan Merkataritza Justuaren banaketa bideetan eta produktu desberdinetan sortu den eragina eta bilakaera zehaztea. Nolabaiteko harremana dago krisiaren eragin txikienaren edo nuluaren artean, (erregistratutako salmenten beherakadarekin) elikadura produktuetan supermerkatuetan eta azalera handietan, baita artisautzari eta txikizkako merkataritzari dagokionez baina beherakada moduan, batez ere Merkataritza Justuko dendetan. Lehenengo kasuan egun Espainiako supermerkatuetan aurkitzen diren Merkataritza Justuko ia produktu gehienak elikadura produktuak dira. Bigarren kasuan, duela urte batzuetatik hona Merkataritza Justuaren dendetan artisautza produktuak beharrean elikadura produktu gehiago saltzeko joera ikusi den arren, aurretik aipatutakoak jarraitzen du artisautza produktu honen banaketa bide pribilegiatua izaten.

Honi, gure herrialdean dauden kontsumo joerekin lotutako ezaugarri estrukturalago bat gehitu beharko litzaioke. Joera hauen ezaugarrien artean, geroz eta salmenta toki gutxiagotan erosteko joera eta kontsumoaren gastu gehiena ohizko puntu baten edo bitan metatzea aipa daitezke. Establezimendu espezializatu batetatik, erosketa periodiko bat (astean behin, hilean behin) egiten den merkatal azalera zabal bakarrera desbideratzen duen dibertsifikatutako kontsumoaren ordezkatzeko efektu berdina da. Egia da baita ere, kontsumo modu horrek ez duela guztiz baztertzen denda txikietako eta espezializatutako dendetako kontsumoa, hala ere, hauetara joateko periodikotasuna gutxiagotu egiten da, produktu barietate handiagoa metatzeko gai diren establezimenduei mesede handia eginez, bai produktu gama zabala duten establezimenduak edo denda desberdin ugari biltzen dituzten azalerak (azokak, merkatal-galeriak, etab.).

Hala ere, Merkataritza Justuaren dendek, ez dituzte aurreko premisak betetzen beti: alde batetik, normalean txikizkako merkatal espazio hauetatik urrun dauden lokal independenteetan kokatzen dira (ikus hurrengo artikulua Merkataritza Justuaren dendek ezaugarriak hobeto ezagutzeko); bestalde, eskaintzen diren produktu motek ez dute erosketa periodikotasun handia

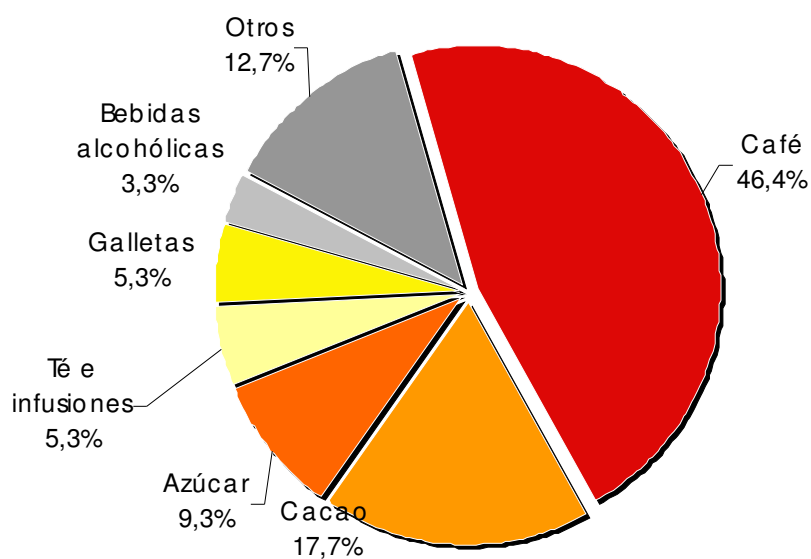
eskatzen, gehienetan artisautza produktuak edo iraunkortasun asko ez duten produktuak direlako (kafea, kakaoa, azukrea). Azken hau merkatal gune handietan ere gertatzen den arren, produktu hauek maiztasunarekin bisitatzen diren kontsumo tokietan egoteak, banaketa bide handi hauetan erosketak egiten direnean saskian sartzearen erabakia hartzea sustatzen du (merkaturatzen diren elikadura produktu motak, gehienetan berdinak direlako), beraz kasu hauetan, aurretik aipatutako efektua ezeztatuta geldituko litzake.

Amaitzeko, Estatu Espainolean ziurtagiria duten Merkataritza Justuko produktu gehiago egoteak, gehienak CECJko erakunde kideak saltzen dituztenak, eta hauek elikaduraren sektoreari zuzenduta egoteak, prozesu bereizi hau indartzea ondorioztatzen du.

Elikadurari dagokionez, 2010ean gehien saldu ziren produktuak kafea (salmenta guztien %32,2a), kakaoa (%12,3a, disolbagarria, krema, txokolatinak, etab) eta azukrea (%6,5) izan ziren. Kafea eta azukrea izan ziren gainera, krisi ekonomikoak sortutako kontsumoaren beherakadaren eragina gutxien jasan zuten produktuak, 2010ean salmenta bolumena indartu zela erakusten zuten zifrak lortuz. Jarraian teak eta infusioak (%3,7), galletak (%3,6) edo edari alkoholikoak (%2,3 rona, ardoa eta garagardoa barne) bezalako produktuak aurkitzen dira. Kafearen kasu partikularra nabarmengarria da zalantzarik gabe: urtean %14,1eko batez besteko hazkunde tasarekin, egun duela hamarkada bat baino lau aldiz Merkataritza Justuko kafe gehiago saltzen da, egun salmenta guztien heren bat suposatzen duelarik, ia elikadura salmenten erdia (%46,4). Honek, kafea Espainiako merkaturako produktu izarra bihurtzen du (hirugarren erakundeek saltzen duten Fairtrade zigilua duten kafearen salmentei buruzko datuak indartuko lituzkeen baldintza).

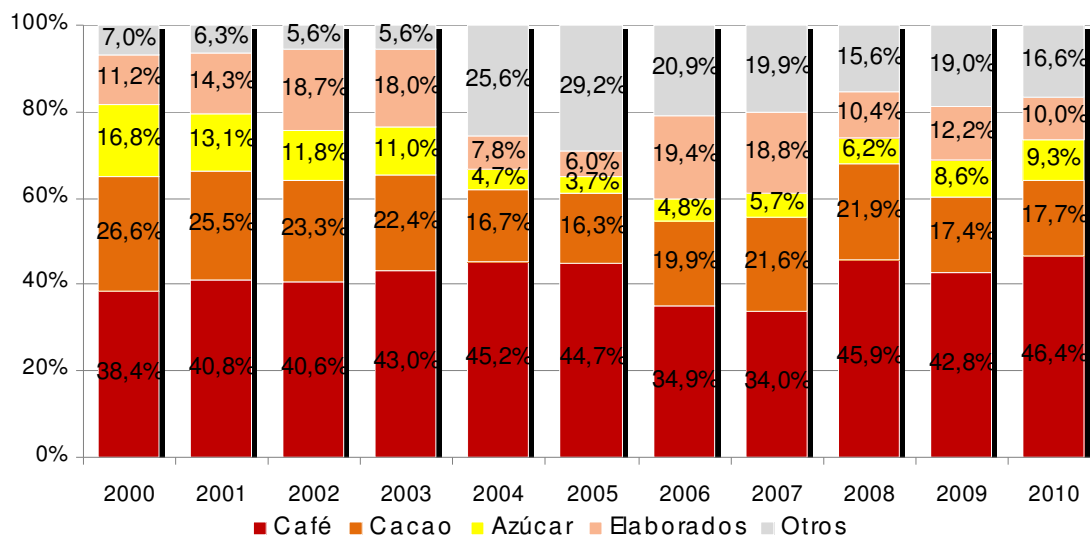
2000. urtetik emandako eboluzioa aztertuz, elikadura produktuen dibertsifikaziorako joera ez dela handitu ikusten da eta hiru produktu dira merkataritza mota honen ordezkari nagusiak (kafea, kakaoa eta azukrea) ia egungo elikadura salmenta guztien %75a.

12. grafikoa Merkataritza Justuaren elikadura produktuen salmenta azpi-taldean arabera, 2010 (%)



Iturria: elaborazio propioa CECJko inportatzaile kideek emandako datuen arabera

13. grafikoa. Merkataritza Justuaren elikadura produktuen salmentaren pisua azpi-taldean arabera, 2000-2010 (%)



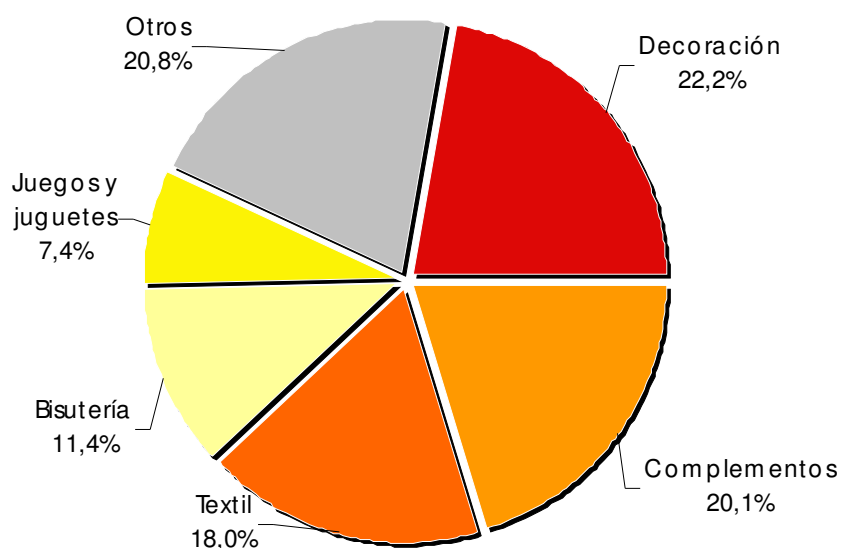
Iturria: elaborazio propioa CECJko inportatzaile kideek emandako datuen arabera

Oharra: kategoriak ez daude 2010an bezala bananduta, ez baitugu xehetasun maila hori sail historiko guztirako.

Artisautzari dagokionez, 2010 urtean gehien saldu ziren produktuen taldeak dekorazioarekin lotutakoak (Espainian saldutako Merkataritza Justuaren produktu guztien %5,6), osagarriak (%5) eta ehungintza (%4,5) izan ziren, jarraian bisuteria eta jostailuak aurkitzen direlarik. Lehen hiru taldeek, egun CECJko inportatzaile kideek egindako artisautza salmenta guztien %60a suposatzen dute.

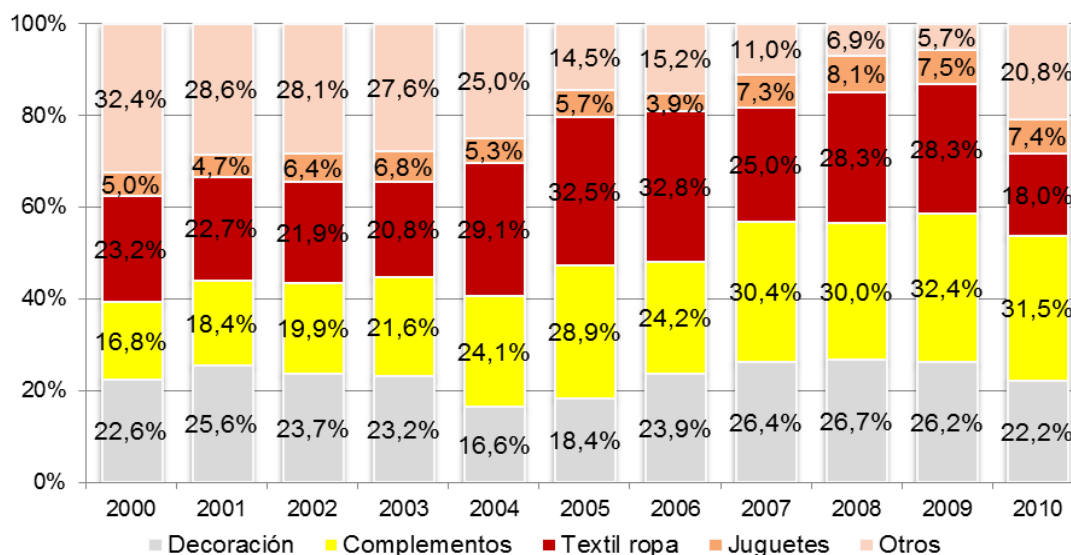
Elikaduraren kasuan ez bezala, azken hamarkadan artisautzaren joera salmentak hiru produktu mota salduenen artean metatzea izan zen (osagarriak, dekorazioa eta ehungintza). 2010ean eboluzio hori beste produktu batzuen sarreraren ondorioz hautsi den arren (hauek "beste batzuk" atalean taldekatzen dira). Oraindik goiz da produktuen dibertsifikazioaren aldeko apustu hau krisi ekonomikoari emandako uneko erantzuna den edo sektoreko joera aldaketa bat suposatuko duen jakitea.

14. grafikoa. Merkataritza Justuaren artisautza produktuen salmentak azpi-taldean arabera, 2010 (%)



Iturria: elaborazio propioa CECJko inportatzaile kideek emandako datuen arabera

15. grafikoa. Merkataritza Justuaren artisautza produktuen salmenten pisuaren eboluzioa, azpi-taldean arabera, 2000-2010 (%)

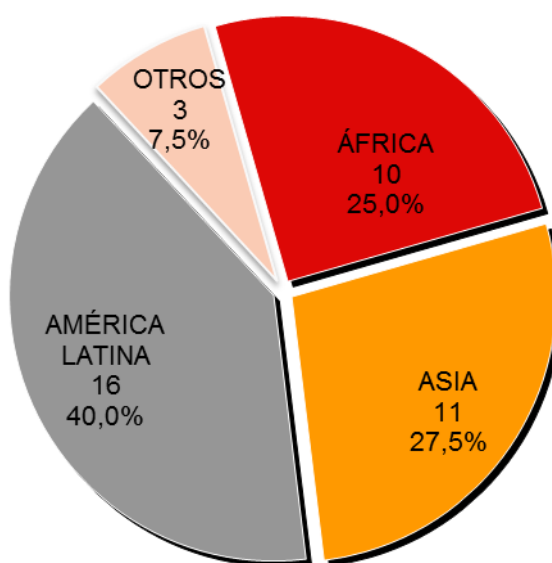


Iturria: elaborazio propioa CECJko inportatzaile kideek emandako datuen arabera

5. Merkataritza Justuaren produktuen jatorria

2010ean Espainian CECJko kide inportatzaileek saldutako Merkataritza Justuaren produktuak 40 herrialde desberdinetatik zetozen: 16 Amerika Latindarretik, 11 Asiatik, 10 Afrikatik eta 3 Europatik eta Ekialde Hurbiletik. Herrialdeen zerrenda hau berdina da duela urte askotatik ia kasu gehienetan, eta honek Merkataritza Justuak defendatzen duen iraunkortasun eta konfiantza printzipioaren erakuslea da.

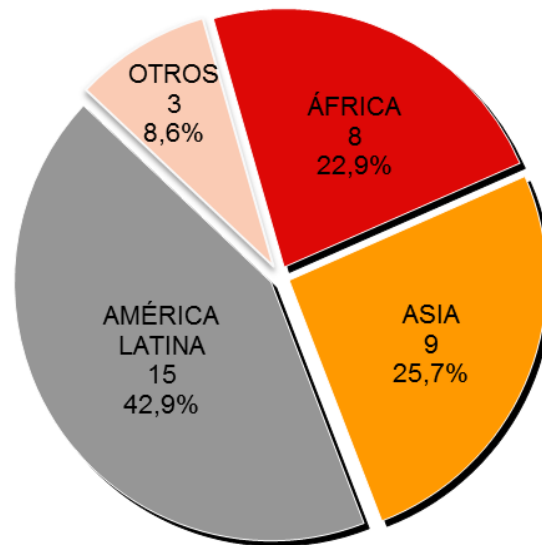
16. grafikoa. Merkataritza Justuko produktuen jatorrizko kontinentea, 2010 (herrialdearen zenbakia eta %)



Iturria: elaborazio propioa CECJko inportatzaile kideek emandako datuen arabera

Elikadura produktuak dira jatorriari dagokionez aniztasun handiagoa erakusten dutenak: 35 herrialde desberdin dira Espainiako Merkataritza Justuaren merkatua hornitzen dutenak, gehienak Amerika Latindarrekoak dira (15), jarraian Asiakoak (9) eta Afrikarrak (8) izanik. Produktuen arabera, kafea da jatorri anitzena erakusten duen produktua (13 herrialde, hauetariko 11 Amerika Latindarrekoak eta 2 Afrikakoak). Jarraian gailetak aurkitzen dira (11 herrialde, 9 Amerika Latindarretik eta 2 Asiatik) eta teak eta infusioak (11 herrialde baita ere, 6 Asiakoak, 3 Afrikakoak eta 2 Amerika Latindarrekoak).

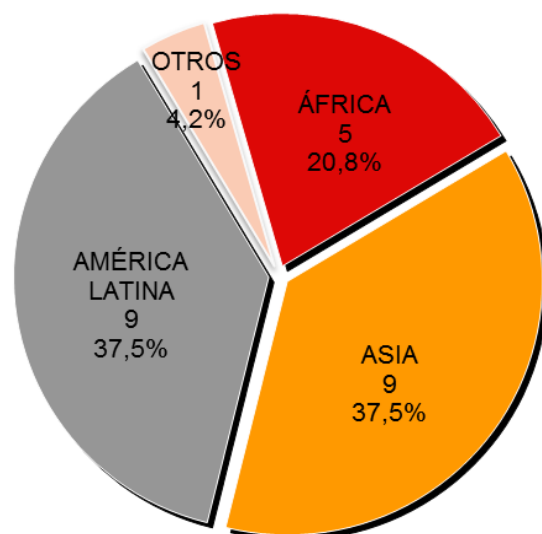
17. grafikoa. Merkataritza Justuko elikadura produktuen jatorrizko kontinentea, 2010 (herrialdearen zenbakia eta %)



Iturria: elaborazio propioa CECJko inportatzaile kideek emandako datuen arabera

Bestalde, Estatu Espainolera CECJko inportatzaile kideek inportatu zuten Merkataritza Justuaren artisautzak 24 herrialde desberdinetako jatorriak zituzten: 9 Amerika Latindarrak, 9 Asiakoak, 5 Afrikakoak eta Ekialde Hurbileko 1. Dekorazio produktuak dira, desberdintasun handiarekin, jatorri aniztasun gehien erakusten dutenak: 19 herrialde kontinente bakoitzean proportzionalki banatuta. Zenbakiaren arabera, osagarriak, bisuteriak eta ehungintzak jarraitzen diote (12 herrialde bakoitzak) eta jostailuak ondoren (11 herrialde).

18. grafikoa Merkataritza Justuaren artisautzen jatorrizko kontinentea, 2010 (herrialdearen zenbakia eta %)



Iturria: elaborazio propioa CECJko inportatzaile kideek emandako datuen arabera

Bai, produktu taldeen ordez, azterketa hau eskualde geografikoetara zuzenduko bagenu, Amerika latindarreko (%93,8, 16tik 15) ia herrialde gehienek Espainiako Merkaturako Merkataritza Justuaren elikadura produktuak esportatzen dituztela ikusten dugu, baina hauetariko erdia baino gutxiago (%56,3, 16tik 9) bakarrik zeuden 2010ean saldutako artisautzen jatorrizko herrialdeen artean. Edozein kasutan, posible da gutxienez Amerika Latindarreko ekoizle bat aurkitzea Estatu Espainolean 2010ean zehar saldutako elikadura eta artisautza produktu mota bakoitzean.

Elikadura produktuetan espezializazio erlatibo hau ere aurkitzen da Afrikako herrialdeetan, non %80ak esportatu zituen elikadura produktuak, artisautza produktuak merkaturatu zituen %50arekin alderatuz. Hala ere, posible da portzentaje berdina aurkitzea Asiatik datozen bi produktu talde handi hauen artean (%81,8), kafea, edari alkoholikoak, marmelada eta ezia ezik.

Aldi baterako azterketak zenbait aldaketa erakusten ditu: Afrikako herrialdeek, duela gutxira arte elikadura eta artisautza produktuen jatorrizko herrialdeak, aurretik agertzen dira kopuruari dagokionez lehen kasuan, Asiako herrialdeetan berriz, tradizionalki artisautzan espezializatuak dudenak, egun inportatutako elikaduran modu berdintsuan agertzen dira. Datu hauek herrialde kopuruari eta ez merkaturatutako bolumenei lotuta egon arren, produktuei buruz aurreko epigrafean aztertutako zifrek eta bereziki elikadura produktuen salmentak azken aldian izan duen pisu erlatiboak joera berdinarekin jarraitzen dela erakusten dute.

6. Erakunde ekoizleak

2010ean Estatu Espainolean saldutako Merkataritza Justuaren produktuak 40 herrialde desberdinetako 125 ekoizle talde desberdinetatik datoz. CECJko inportatzaile kideek zuzenean lan egiten dute ekoizle hauekin (hauei beste erakunde batzuen bidez zeharkako harremana izan zuten ekoizle horien beste 70 erakunde gehiago gehitu behar zaizkie).

Hegoaldeko aurkako alderdi ekoizleen taldea areagotu egiten da urtetik urtera, erakunde hauen eta Iparraldeko inportatzaileen arteko harremanaren egonkortasuna eta iraunkortasuna kaltetu gabe. Izan ere, egun Estatu Espainoleko Merkataritza Justua hornitzen duten 125 erakunde ekoizle horien %89ak, 2007 baino lehen egiten du eta ia kasu guztien erdian (%49,2) merkatal harreman hau gutxienez duela hamarkada batetatik mantentzen da.

Erakunde ekoizle hauek, kasu gehienetan kooperatiba edo elkarte (beraien herrialdeko baliokidea) den forma juridikoa hartzen dute, hala ere posible da fundazioak, erakunde mugatuak eta kooperatiben bigarren mailako taldeak aurkitzea ere. Azkenik, ekoizle hauen %60a dira Merkataritza Justuaren Munduko Erakundeko (WFTO) kide.

7. Ondorioak

Nazioarteko krisi ekonomikoak eragina izan du Estatu Espainoleko Merkataritza Justuaren sektorean. Azken urteetan salmenta mailak eta biztanle bakoitzeko gastuak gorakada bat izan duten arren, faktore desberdinek eragina izan dute sektorearen konposaketan eta izaeran, merkaturatzeko eta kontsumitzeko modu aldernatiba honetako zenbait ezaugarritan eraginez.

Geroz eta konplexuagoa eta anitzagoa den testuinguru batean, Merkataritza Justuaren mugimenduan parte hartzen duten eragile kopuruak gora egin du, baita produktu hauek publiko handira iristeko erabiltzen diren banaketa bideek ere. Aniztasun honek eragin desberdinak sortzen ditu kasu bakoitzean, azken urteetan behatu ahal izan dugun bezala. Beraz, alde batetik Fairtrade Zigilua duten produktuen salmentek gora egin dute, hau salmenta guztien motor garrantzitsuen bilakatu delarik, egun, CECJk duen fakturazio maila berdinerira iritsiz. Bereziki kafearen merkaturatzea lizentzia duten enpresen bidez egitearekin lortu da. Bestalde, CECJko erakundeek salmenta gehigarriek beherakada nabarmena jasan duten 2008tik.

Kasu askotan, aniztasun hau, Merkataritza Justuaren erakundeek eragile publiko eta pribatuak beren erosketetan jasangarritasuna, berdintasuna eta justizia soziala kontutan hartzea lortzeko egiten duten sentsibilizazio eta eragin lan geldo baina tinkoaren emaitza da. Banaketa bideen gorakada hau, kontsumo joera, testuinguru ekonomikoa eta ziurtagiriak dituzten produktuen hazkundera bezalako faktoreekin batera, da produktu hauen salmentak txikizkako merkataritza izan duen pisu galera eragin duena, Merkataritza Justuaren dendak barne. Hau krisi ekonomikoak merkaturatze mailan izan duen eragin negatiboagatik gertatu da, hala ere supermerkatuetan eta azalera handietan hazkundera egon dela behatu da. Izan ere, CECJko erakunde kideek salmenten beherakada txikizkako merkataritza bidez egiten den merkaturatzearen beherakadarekin lotuta dago, eta ziurtagiria duten produktuen salmentaren igoera beste banaketa bide batzuen bidez lortutako emaitzekin lotuta dago.

Krisiak CECJren erakundeek elikadura produktuen salmenten gorakada ahalbidetu du, artisautza produktuena kaltetu duen bitartean. Modu honetan, elikadura, Estatu Espainoleko erakundeek merkaturatzean erregistratutako salmenten bi herena dira dagoeneko. Merkatu honen produktu izarra kafea da, egun artisautza produktu guztien salmentak gaintitzen dituelarik. Kafearekin batera, kakaoa eta azukrea dira elikadura produktuen salmenten buru eta artisautzak eskaintzen diren produktu moten dibertsifikazio handiagorantz doan alderantzizko joera erakusten du.

Merkataritza Justuaren produktu hauek mundu osoko 40 herrialde desberdinetako 125 erakundek egindako lanaren emaitza dira. Espainiako erakundeekin elkarrekotasun, konfiantza eta laguntza harremana mantentzen duten duela urte askotatik. Hau merkaturatzearekin, sentsibilizazioarekin eta eraginarekin nazioarteko laguntasunari, iraunkortasunari, tinkotasunari eta beharrari erantzuteko egungo merkatal sistemak dituen arauak aldatzeko egiten den lanaren erakusle da. Hau guztia beharrezkoa da guztiontzat justuagoa eta jasangarriagoa den mundu bat eraikitzeko aurrera pausoak emateko, hala ere ez da nahikoa.



Coordinadora Estatal de Comercio Justo
C/ Santísima Trinidad, 30 1º 8 28010 Madrid
91 299 38 60 estudios@comerciojusto.org
www.comerciojusto.org