

ESTUDIO SOBRE EL COMERCIO JUSTO

Realización estudio: Abril 2008

INDICE

1. Técnica Utilizada.....	3
2. Universo.....	3
3. Margen de error y nivel de confianza.....	3
4. Trabajo de campo.....	3
5. Tamaño muestral.....	4
6. Informe del Estudio.....	5
6.1. Conocimiento sobre el Comercio Justo.....	5
6.2. Consumo de productos de Comercio Justo.....	5
6.3. Frecuencia de compra de productos de Comercio Justo.....	6
6.4. Valoración sobre los productos de Comercio Justo	7
6.5. Razones para no comprar productos de Comercio Justo	7
6.6. Productos de Comercio Justo en el lugar de trabajo.....	8
6.7. Probabilidad futura de compra de productos de Comercio Justo	8
7. Informe del estudio por ciudades.....	10

1. TÉCNICA UTILIZADA

Realización de 530 entrevistas telefónicas CATI.

Se ha usado una metodología cuantitativa consistente en la realización de entrevistas telefónicas utilizando un sistema CATI (entrevistas asistidas por ordenador).

La muestra ha sido representativa de la población española siguiendo cuotas de sexo y edad y ciudades.

Se ha planteado una distribución de la muestra donde se asigne un número fijo de 15 entrevistas por ciudad, con el fin de poder tener un mínimo muestral en cada una de las 15 ciudades, y el resto de las entrevistas (305n) se repartieron de manera proporcional al peso poblacional de cada ciudad sobre el total de las 15 ciudades.

Se ha planteado una selección de la muestra siguiendo un muestreo estratificado en varias etapas según:

- Selección de las ciudades donde se llevará a cabo las encuestas
- Selección aleatoria de los hogares mediante guía telefónica.
- Selección aleatoria de los individuos por cuotas de sexo y edad.

2. UNIVERSO

El universo de la investigación esta formado por individuos de mayores de 15 años.

El ámbito geográfico han sido las siguientes ciudades:

- Andalucía: Sevilla, Córdoba
- Aragón: Zaragoza
- Comunidad de Madrid: Leganés, Alcobendas
- Cataluña: Mataró
- Castilla la Mancha: Albacete y Toledo
- Castilla y León: Valladolid
- Extremadura: Cáceres
- Galicia: Vigo, A Coruña
- País Vasco: Donosti-San Sebastián

3. MARGEN DE ERROR Y NIVEL DE CONFIANZA

Con un tamaño muestral de 530 entrevistas:

- El error muestral quedaría fijado en el +/- 4,34% para datos globales
- $p=q0,5$
- con el nivel de confianza del 95,5%.

4. TRABAJO DE CAMPO

- Fechas de realización: del 25 al 28 de marzo 2008.
- Control de calidad: Se ha revisado la totalidad de las entrevistas realizadas y se han supervisado el $\geq 10\%$ de las mismas.

5. TAMAÑO MUESTRAL

Con el fin de poder ofrecer datos con la suficiente representación estadística, se han realizado 530 entrevistas.

Estas 530 entrevistas se desglosarían del siguiente modo:

CIUDAD	POBLACIÓN	%	MUESTRA FIJA	MUESTRA PROPORCIONAL	MUESTRA
Valencia	797.654	16,56%	15	51	66
Sevilla	699.145	14,52%	15	44	59
Zaragoza	654.390	13,59%	15	41	56
Málaga	561.250	11,65%	15	36	51
Córdoba	323.600	6,72%	15	20	35
Valladolid	316.564	6,57%	15	20	35
Vigo	294.772	6,12%	15	19	34
A Coruña	244.388	5,07%	15	15	30
Donosti- San Sebastián	183.090	3,80%	15	12	27
Leganés	182.431	3,79%	15	12	27
Albacete	164.771	3,42%	15	10	25
Mataró	119.035	2,47%	15	8	23
Alcobendas	105.951	2,20%	15	7	22
Cáceres	90.802	1,89%	15	6	21
Toledo	78.618	1,63%	15	5	20
		1	225	305	530

Tabla 1

6. INFORME DEL ESTUDIO

6.1. CONOCIMIENTO SOBRE EL COMERCIO JUSTO

El 37% de la población tiene un conocimiento completo de lo que es el Comercio Justo, porcentaje basado en el número de personas que a la hora de definir lo que es Comercio Justo han señalado única y exclusivamente que el Comercio Justo consiste en “el cumplimiento de condiciones laborales dignas en los países menos desarrollados”, “gracias al comercio justo se respeta el medio ambiente” y “a través del comercio se garantiza que los trabajadores tengan un salario justo en los países donde se fabrican estos productos”.

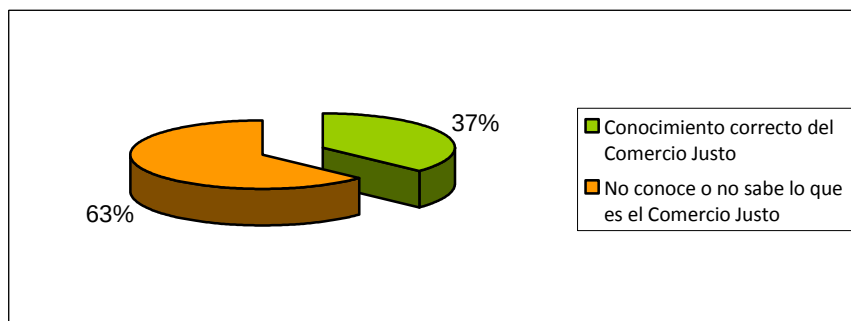
Si bien no se producen diferencias significativas, son los grupos de edad más mayores (a partir de 50 años) los que mayor conocimiento tienen del comercio justo, frente a los grupos de edad más jóvenes que muestran un mayor desconocimiento.

Por ciudades, es en Zaragoza (59%), Córdoba (54%), A Coruña (53%), Cáceres (52%) y Toledo (52%) donde de manera significativa existe un mayor conocimiento del Comercio Justo frente a San Sebastián (85% tienen un conocimiento incompleto), Sevilla (83%) y Málaga (78%).

CONOCIMIENTO SOBRE EL COMERCIO JUSTO

Conocimiento correcto del Comercio Justo	37%
No conoce o no sabe lo que es el Comercio Justo	63%

Tabla 2



6.2. CONSUMO DE PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO

Una vez explicado que es el Comercio Justo, el 36% de entrevistados afirma comprar este tipo de productos, y sobre este porcentaje de la población, sólo el 17% lo hace mensualmente, siendo un 8% de entrevistados los que indican que compran dichos productos todas las semanas o cada quince días.

Casi la mitad de entrevistados (49%) que señala que compra productos de Comercio Justo lo hace con una frecuencia esporádica de menos de una vez al año.

Frente a los jóvenes de 15 a 24 años y los mayores de 65 o más años, vienen a ser aquellos encuestados entre 25 y 64 años los que de manera más destacable señalan comprar productos de comercio justo.

Al considerar los datos desglosados por ciudades, frente a ciudades como Leganés (21%), Málaga (24%) y Valencia (25%) donde menor es el porcentaje de personas que señalan

comprar productos de comercio justo, es en Toledo (67%) y Mataró (57%) donde el número de personas que compran productos de comercio justo es mayor.

6.3. FRECUENCIA DE COMPRA DE PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO

Al tener en cuenta la frecuencia de compra, si bien las diferencias no llegan a ser significativas, sí se percibe que son las personas entre 50-64 años las que con mayor regularidad compran productos de comercio justo (8% todas las semanas), mientras que los jóvenes entre 15-24 años son los que menos de una vez al año compran éstos productos (59% señalan que con menor frecuencia).

Realizando la comparación por ciudades, destaca significativamente Málaga (92%) y San Sebastián (88%) como las ciudades donde los compradores de productos de comercio justo realizan dichas compras de manera más esporádica. Por el contrario, son los ciudadanos de Sevilla y Albacete los que con mayor frecuencia señalan comprar productos de comercio justo, en concreto el 9% señalan que compran todas las semanas.

Los productos que más se consumen de Comercio Justo son: Café/té e infusiones (un 40% de los productos consumidos), galletas/chocolates y dulces (39%), los productos de artesanía (26%), otros productos de alimentación (21%) y Ropa (19%).

PRODUCTOS COMPRADOS DE COMERCIO JUSTO

Tabla 3

Café/té/infusiones	40%
Galletas/Chocolates/Dulces	36%
Productos de Artesanía	26%
Otros productos de Alimentación	21%
Ropa	19%
Complementos del hogar	7%
Juguetes	4%
Bisutería	3%
Cereales y legumbres	3%
Bebidas frías	3%
Cosmética	2%
Otros	9%
NS/NC	4%

En este caso, son las mujeres y los mayores de 65 años los que de manera más destacada señalan productos como el café / te / infusiones y galletas / chocolate / dulces.

El café / te / infusiones se menciona de manera más significativa en Zaragoza (67%) y Valencia (65%); mientras que las galletas /chocolate / dulces tiene mayor significación en San Sebastián (75%) y Cáceres (67%).

Las principales razones argumentadas por aquellos que señalan comprar productos de Comercio Justo se encuentran en el hecho de ser solidarios (58% de los encuestados que consumían productos de este tipo), pero además, el 43% lo compran porque les atrae sus características.

RAZONES PARA COMPRAR PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO

Tabla 4

Por solidaridad	58%
Le gusta	43%
Para regalar	20%
Precio Económico	4%
Otros	10%

El factor solidario se nombra de una manera más significativa en Alcobendas (90%), Leganés (83%) y Cáceres (83%) frente a Vigo (42%) y San Sebastián (38%).

En cuanto al argumento de compra basado en el gusto por las cualidades, destacan las ciudades de Valencia (77%) y Zaragoza (71%) frente al resto.

6.4. VALORACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO

El 92% de la población que consume productos de Comercio Justo tiene una valoración de los mismos entre buenos y muy buenos.

VALORACIÓN GLOBAL PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO

Tabla 5

Muy buenos/buenos	92%
Regulares/Malos	8%

En comparación con el resto de grupos de edad, son las personas entre 50 y 64 años las que se muestran más críticas con los productos de Comercio Justo. En concreto, el 18% de los mismos valoran estos productos como regulares o malos. Y de igual modo, son los ciudadanos de Sevilla los que les dan una valoración más baja -23% califican estos productos como regulares o malos.

6.5. RAZONES PARA NO COMPRAR PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO

La principal razón esgrimida para no haber comprado nunca productos de comercio justo reside en la falta de conocimiento que se tiene de los mismos; en concreto el 51% de los que nunca han comprado estos productos señalan que desconocían que existieran tales productos.

La razón principal para no consumir este tipo de productos un 23% no sabe donde comprarlos.

Otras razones esgrimidas tienen que ver con el hecho de que nunca se lo hayan planteado (25%) y el desconocimiento sobre el lugar donde pueden adquirirlos (23%). Sólo un 6% de considera que son productos más caros de los productos convencionales.

RAZONES PARA NO COMPRAR PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO

No los conocía/No sabía de su existencia	52%
Nunca se lo ha planteado	25%
No saber dónde comprarlos	23%
Son más caros que los productos normales	6%
No creer en la finalidad de estos productos	1%
No considera que sean de calidad	0%
Otros	9%

Tabla 6

El conocimiento de su existencia es más apreciable entre las mujeres frente a los hombres (60%), así como entre los mayores (61%) frente a los jóvenes donde el 37% dicen que no los conocían.

En cuanto al hecho de no haberse planteado nunca la compra a pesar de conocer su existencia, destaca dicho argumento de manera significativa en los hombres (31%) y los jóvenes (36%).

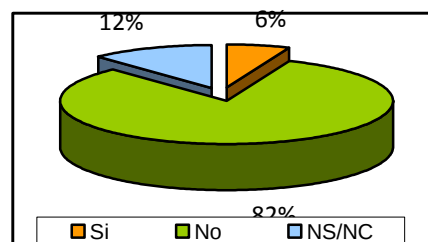
Al desglosar los datos por ciudades, nos encontramos que en comparación con el resto de ciudades, destacan Alcobendas (90%), Cáceres (83%), Mataró (80%) y Málaga (72%) como aquellas donde más se incide en el desconocimiento existente de productos de comercio justo para no haber comprado nunca estos productos.

6.6. PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO EN EL LUGAR DE TRABAJO

En sólo un 6% de los lugares de trabajo ofrecen productos de comercio Justo. En concreto son 17 personas entrevistadas sobre la base de 539 las que señalan que en su trabajo se ofrece este tipo de productos.

OFERTA DE PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO EN EL LUGAR DE TRABAJO	
Si	6%
No	82%
NS/NC	12%

Tabla 7



Entre los productos ofrecidos en el trabajo se encontrarían principalmente café/te/infusiones (47% de menciones).

PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO OFRECIDOS	
Café/Té/Infusiones	47%
Otros productos de alimentación	30%
Galletas/chocolate/Dulces	18%
Bebidas frías	18%
Productos de artesanía	12%
Cosmética	6%
Cereales y legumbres	6%
Ropa	6%
Otros	24%
NS/NC	6%

Tabla 8

6.7. PROBABILIDAD FUTURA DE COMPRA

Una vez explicado a los entrevistados que es el Comercio Justo, el 31% considera muy probable o bastante probable que vayan a consumir este tipo de productos. No obstante, si se considera la probabilidad en global (teniendo en cuenta los que dicen muy + bastante + algo probable), el 69% señala como probable el llegar a comprar productos de Comercio Justo en el futuro.

Destacan de manera significativa los mayores de 65 años como aquel grupo de edad donde la probabilidad de comprar en el futuro productos de comercio justo es más escasa en comparación con el resto de los grupos (61% indican que es poco o nada probable).

PROBABILIDAD DE COMPRAR PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO EN EL FUTURO

Muy probable/Bastante probable	31%
Algo probable	38%
Poco probable/Nada probable	31%

Tabla 9

Por ciudades destacan los ciudadanos de Sevilla (51%), Toledo (48%) y Vigo (47%) como aquellos que señalan con mayor probabilidad la compra futura de productos de Comercio Justo.

La probabilidad de comprar productos en el futuro entre aquellos que han comprado en el pasado productos de Comercio Justo es la siguiente:

Tabla 10

PROBABILIDAD DE COMPRAR PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO EN EL FUTURO (entre los que ya lo han comprado en el pasado)	%	% ACUMULADO
Muy probable	23%	23%
Bastante probable	30%	53%
Algo probable	36%	87%
Poco probable	9%	98%
Nada probable	2%	100%

Teniendo en cuenta aquellos que en el pasado señalan haber comprado productos de comercio justo, la probabilidad de que sigan comprando dichos productos en el futuro es de casi el 90% (88,7% muy+bastante+algo). Si bien el porcentaje de los que con alta probabilidad vuelvan a comprarlos en el futuro se sitúa en el 53%.

Tan sólo un 11% indica que la probabilidad de repetir la compra es poco o nada probable. Probablemente las razones por las que la probabilidad de repetir sea escasa se encuentren en factores tales como que los hayan comprado en un momento muy puntual como puedan ser para regalar, o bien les hayan resultado caros o incluso que no hayan quedado satisfechos con dichos productos.

7. INFORME DEL ESTUDIO POR CIUDADES

Las ciudades donde mayor conocimiento del Comercio Justo son Zaragoza , Córdoba, A Coruña Cáceres y Toledo, y las que menos son San Sebastián, Sevilla y Málaga.

Tabla 11

	Tiene un conocimiento completo de lo que es el Comercio Justo	No tiene un conocimiento completo de lo que es el Comercio Justo
Zaragoza	59%	41%
Córdoba	54%	46%
A Coruña	53%	47%
Cáceres	52%	48%
Toledo	52%	48%
Valencia	48%	52%
Mataró	44%	57%
Leganés	36%	64%
Vigo	32%	68%
Albacete	29%	71%
Alcobendas	27%	73%
Valladolid	27%	73%
Málaga	22%	78%
Sevilla	17%	83%
San Sebastián	15%	85%

Aquellas localidades con el mayor número de ciudadanos que compran productos de Comercio Justo son Toledo, Mataró, Alcobendas y Valladolid. Y las que menos son Leganés, Málaga y Valencia.

El porcentaje de población que compra productos de Comercio Justo según las ciudades sujetas al estudio son:

Tabla 12

	Si compra productos de Comercio Justo	No compra productos de Comercio Justo
Toledo	67%	33%
Mataró	57%	44%
Alcobendas	46%	55%
Valladolid	43%	57%
Córdoba	43%	57%
Albacete	39%	61%
Zaragoza	38%	63%
Sevilla	37%	63%
Vigo	35%	65%
A Coruña	33%	67%
San Sebastián	30%	70%
Cáceres	29%	71%
Valencia	25%	75%
Málaga	24%	77%
Leganés	21%	79%

Sobre los que han comprado productos de Comercio Justo, la frecuencia de la compra es mayor en ciudades como A Coruña y Toledo, donde el 50% de las personas entrevistadas y que consumían productos de Comercio Justo lo hacen al menos una vez al mes. Le sigue de cerca ciudades como Córdoba y Vigo, y los que menor consumo de compra tienen son San Sebastián, Leganés, Málaga y Valencia.

Tabla 13	Todas las semanas	Cada 15 días	Cada mes	Al menos una vez al mes	De 4 a 6 veces al año	De 1 a 4 veces al año	Con menor frecuencia	Menos de 4 veces al año
A Coruña		10%	40%	50%		10%	40%	50%
Toledo	7%	14%	29%	50%	7%	14%	29%	43%
Córdoba	7%	7%	33%	47%	7%	20%	27%	47%
Vigo			42%	42%		17%	42%	58%
Zaragoza	5%		24%	29%	29%	5%	38%	43%
Valladolid	6%		19%	25%	6%	19%	50%	69%
Sevilla	9%	9%	5%	23%	27%	9%	41%	50%
Alcobendas		10%	10%	20%		10%	70%	80%
Albacete	9%		9%	18%	9%	73%	2%	75%
Cáceres			17%	17%	17%		67%	67%
Mataró		8%	8%	15%	8%	31%	46%	77%
Valencia			6%	6%	29%	24%	41%	65%
Málaga				0%		8%	92%	100%
Leganés				0%		50%	50%	100%
San Sebastián				0%		13%	88%	100%

Las ciudades que tienen valoración global más positiva del Comercio Justo son las localidades de Zaragoza, Málaga, Valladolid, Leganés, San Sebastián, Alcobendas y Cáceres. Pero muchas de estas ciudades son a su vez las que menos veces al año consumen productos de Comercio Justo.

	Hábito de consumo			Valoración Muy Buena/ Buena	No sabe donde comprarlos
	Al menos una vez al mes	De 4 a 6 veces al año	Menos de 4 veces al año		
A Coruña	50%		50%	90%	40%
Toledo	50%	7%	43%	93%	14%
Córdoba	47%	7%	47%	93%	10%
Vigo	42%		58%	83%	18%
Zaragoza	29%	29%	43%	100%	29%
Valladolid	25%	6%	69%	100%	24%
Sevilla	23%	27%	50%	77%	14%
Alcobendas	20%		80%	100%	17%
Albacete	18%	9%	75%	82%	17%
Cáceres	17%	17%	67%	100%	13%
Mataró	15%	8%	77%	85%	10%
Valencia	6%	29%	65%	88%	30%
Málaga	0%		100%	85%	25%
Leganés	0%		100%	100%	18%
San Sebastián	0%		100%	100%	42%

La valoración sobre la calidad de los productos de Comercio Justo es muy positiva en todas las ciudades donde se ha realizado las encuestas.

Tabla 14

	Muy buena/buena	Regulares/Malos
Zaragoza	100%	
Málaga	100%	
Valladolid	100%	
Leganés	100%	
San Sebastián	100%	
Alcobendas	100%	
Cáceres	100%	
Córdoba	93%	7%
Toledo	93%	7%
A Coruña	90%	10%
Valencia	88%	12%
Mataró	85%	15%
Vigo	83%	17%
Albacete	82%	18%
Sevilla	77%	23%

Las razones para no comprar productos de Comercio Justo es muy variada, pero puede destacar las ciudades de Málaga y Mataró, que el 80% de los encuestados y que no compraban productos de Comercio Justo han atestiguado que la razón para no hacerlo es que no conocía de la existencia de este tipo de productos.

También sería destacable las ciudades de San Sebastián, Valencia y Zaragoza, donde los encuestados que no compran este tipo de producto razonan que es porque no saben donde comprarlos. En esta última ciudad, Zaragoza, otro 26% de la población que no compra estos productos lo hacen porque consideran que son más caros que los productos de comercio convencional.

Tabla 15

	No los conocía	Nunca me lo he planteado	No saber donde comprarlos	Son más caros que los productos normales	No cree en la finalidad de estos productos	No son de calidad	Otros	NS/NC
Valencia	46%	38%	30%	6%	2%	2%	0%	
Sevilla	49%	11%	14%	5%			49%	
Zaragoza	35%	40%	29%	26%	9%			
Málaga	72%	15%	23%	5%			8%	
Valladolid	48%	24%	24%	10%				
Córdoba	45%	40%	10%	10%				
Vigo	50%	27%	18%	5%			9%	6%
A Coruña	45%	25%	40%					
Leganés	50%	27%	18%	14%			9%	
Albacete	53%	35%	17%		6%		6%	6%
San Sebastián	53%	42%	42%					
Mataró	80%	10%	10%					
Alcobendas	42%	17%	17%				25%	
Cáceres	67%	20%	13%		7%			
Toledo	29%		14%	14%			29%	14%

Con respecto a la probabilidad de que, una vez los encuestados se les explica lo que es el Comercio Justo, consuman este tipo de productos, aumenta la intención de compra. La más propicia a consumirlo es Sevilla, Toledo, Vigo y Córdoba, y las menos probables a consumirlo son Leganés, Málaga y San Sebastián.

Tabla 16

	Muy/ Bastante/ Algo probable	Poco probable/ Nada probable
Sevilla	78%	22%
A Coruña	77%	23%
Málaga	75%	26%
Vigo	74%	27%
Alcobendas	73%	27%
Toledo	71%	29%
Córdoba	71%	29%
Valladolid	70%	30%
Valencia	70%	30%
Albacete	68%	32%
Leganés	68%	32%
Mataró	65%	35%
Zaragoza	63%	38%
San Sebastián	59%	41%
Cáceres	43%	57%

Con este respecto, aumenta la intención de compra en todas las ciudades. En Sevilla hay una intención de compra del 78% de los encuestados, frente al 37% que consume este tipo de producto.

En A Coruña, sólo compra productos de Comercio Justo el 33% de los encuestados, frente a el 77% que piensa que lo comprará a partir de ahora.