

Sexem



KAFEAREN MERKATUA

EUSKADIN

eta dauden ziurtapen nagusiak. 



EDIZIOA: SETEM HEGO HAIZEA.

EGILEA: Patricia Yano.

PORTADA: Quintas.

ARGAZKIAK: Quintas.

INPRIMAKETA: San Martín impresión digital.

Gasteiz, 2012ko urria

Paper ekologiko birziklatuan inprimatua.



Zer da SETEM Hego Haizea?

SETEM Hego Haizea garapenerako lankidetzak, sentsibilizazio eta hezkuntzarako euskal GKE bat da. 1991tik pertsona, herri eta kulturen arteko harremanetan giza eskubide indibidualak eta kolektiboak lehenesten dituen mundu bat eraikitzeko aldaketak bultzatzen ditugu. Horretarako, beste erakunde batzuekin batera, ekoizpen eta kontsumo arduratsuen esparruan eta emakume antolatuen jabekuntzan lan egiten dugu.

Gure ustez, bidezko merkataritzaren xedea da kateko maila guztietan (hau da, ekoizpenetik azken kontsumora arte) ekoizpen-, hornikuntza- eta kontsumo-sistema arduratsua bultzatzea, ingurumen- eta gizarte-justizia sustatzeko. Gainera, ikuspegia zabaltzea proposatzen dugu, produktuetatik (edo ekoizpen-prozesuko baldintzetatik) ekoizpena-merkataritza kateko harremanetaraino, eta gizartearekin eta ingurumenarekin lotuta daukaten jarrera barne hartuz.

Bidezko eta tokiko merkataritza

Bidezko merkataritzak merkataritza alternatibo bat sustatzen du, eta ondorengo oinarri hauek ditu: prozesuan esku hartzen duten eragileen berdintasuna, berdintasun-baldintzak onartu eta errespetatzea eta bitartekari-kopurua murriztea.



SETEM Hego Haizearen ustez, bidezko merkataritzaren irizpideak eta tokiko ekoizpen iraunkorarekin lotutakoak bateragarriak dira. Hori posible izan dadin, ezinbestekoa da modu iraunkorrean eta bidezkoak eta berdintasunezkoak diren ekoizpen eta merkataritza harremanen bidez lortzen diren tokiko eta denboraldiko produktuen kontsumoari lehentasuna ematea. Hori dela eta, gure jarduera jatorriko merkatuko aukerak indartzera bideratzen dugu, bestela esanda, tokiko merkatuak sortzen ahalegintzen gara eta ez Iparraldera esportatzen, jatorriko herrialdeetan lana sortzen saiatzen gara emigrazioa gutxitzeko eta produktu agro-kimikoak murriztea sustatzen dugu.





Eta kafea?

Produktu batzuk oso errotuta daude gure kontsumo-ohituretan, kafea, adibidez; baina klima-baldintza beroak dituzten herrialdeetan soilik ekoizten dira, eta merkaturatze-zirkuitu luzeak eskatzen dituzte. Kasu horietan, SETEM Hego Haizeak bidezko merkataritzaren oinarriak errespetatzen dituen ekoizpen-, esportazio- eta banaketa-sistema baten alde egiten du apustu.

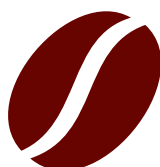
Kafea munduan gehien merkaturatzen den bigarren produktu legala da (petrolioak soilik gainditzen du). Kafearen Nazioarteko Erakundearen arabera, herrialde esportatzaileek 2010ean 16.500 milioi dolarreko diru-sarrerak lortu zituzten kafeari esker. 125 milioi pertsona bizi dira kafearen ekoizpenetik, eta horietako 25 milioi herrialde pobretuetako ekoizle txikiak dira.

Zer lortu nahi dugu txosten honekin?

Lan honen bitartez, begirada azkar bat eman diezaiokegu Euskadiko kafearen merkatuaren funtzionamenduari eta eskaintzen dituen alternatibei. Kontsumitzaileei nahiz kafea merkaturatzen duten enpresei baliabideak eman nahi dizkiegu Euskadin bidezko merkataritzako kafea sustatzeko elkarrizketa bat haste-ko.



Setem



Kafearen ekoizpena eta merkatua.

Kafearen jatorria.

Espainiar estatutan ez da kaferik landatzen, eta, ondorioz, merkatuan aurki dezakeguna atzeritik dator. Kalkuluen arabera, urtero 230.000 tona inguru kafe berde inportatzen da espainiar estatuan, eta urte batetik bestera %3 inguru areagotzen da. Kopuru horiez gain, herrialdera 15.000 tona kafe disolbagarri sartzen dira.

Espainiar merkatuaren hornitzaile nagusiak Brasil (aldagai arabiarra) eta Vietnam (aldagai sendoa) dira¹.

Kafearen merkatuaren liberalizazioa.

1980an kafearen merkatua liberalizatu egin zen Estatuan. Ordura arte, kafea Gobernuak kontrolatzen zuen Hornikuntza eta Garraioen Komisariaren bitartez. Komisaria hori arduratzen zen kafea jatorriko herrialdeetan erostean, aurreikusitako eskaeraren arabera. Hortaz, kafea txigortzen zuten enpresen zeregin bakarria Gobernuak

agintzen zien kafe-ale kopurua txigortzea eta alde zuzenetik ezarritako prezioan merkaturatzea zen.

Kafearen merkatuaren liberalizazioarekin, Gobernuak eragina izateari utzi zion eta enpresak testuinguru lehiakor batean murgildu ziren, jarduteko askatasun osoarekin eta merkaturako funtzionamenduaren arduradun bakar gisa.

Bi urte geroago, 1982an, kafe eho ontziratua eta txigortua eta naturalaren arteko nahasteak saltzea ahalbidetu zen (ordura arte debekaturata egon ziren). Orduan, espainiar Estatura multinazional handiak sartzen hasi ziren, eta lehiakortasun-testuinguru berri bat sortu zen.

Kafe Berde inportatzaileak.

14 enpresa inguruk inportatzen dute kafe berdea espainiar Estatura, eta ia denak dira Kafearen Elkarte Nazionaleko (ANCAFE) kide. Elkarte horretako kideak Estatuan kafe berdea inportatu, banatu edo merkaturatzeko jardueran diharduten pertsona fisiko eta juridikoak dira.

Inportatzaile espainiarrak.

Izena	Kokapena	Salmentak	Ziurtapenak	Oharrak
Cimazul Kafe konpainia	Santander	AG		
Comercial de Materias Primas, S.A	Madril	42 milioi euro 25.000 tona (2009)	Rainforest Alliance	Cafés La Brasileña, Cafés Baqué eta Juan Iriondo, S.L. bazkideak dira. Enpresa horietako bakoitzak %7,69ko parte-hartzea du sozietatean.
Fomento del Comercio de Café, S.A.		8,5 milioi euro (2009)	Bidezko Merkataritza, Rainforest Alliance, UTZ	
Guzman Taldea	Valentzia	14.000 tona (2010)		
Iniciativas Comerciales Navarras, S.A. (ICONA)	Madril	33.750 tona (2009)		Café Mundiren bazkide sortzailea
Intergrano, S.L.	Valentzia	15.000 tona (2009)		

Iturria: (Alimarketan datuekin eginda)



Inportatzaile espainiarrak.

Seda Solubles S.L.	Palentzia	16.000 tona	Bidezko Merkataritza	Café Mundiren bazkide sortailea
Txigortzaile Bateratuak	Madril	13 milioi euro (2009)		Cafés Aitona bazkidea da Txigortzaile Bateria-tuen kontseilarietako bat José Miguel Santamaría Ibarra da, Cafés El Abrakoa.

Iturria: (Alimarketen datuekin eginda)

Inportatzaile Multinazionalak.

Izena	Taldea	Kokapena	Salmenten bolumena	Ziurtapenak
Coffee Agency, S.A.	Louis Dreyfus Commodities	Madril	25 milioi euro (2009)	
Coprocafé Ibérica	Neumann Kaffee Gruppe (NKG)	Ez dago daturik eskuragarri	Ez dago daturik eskuragarri	Faitrade, UTZ, Rainforest eta kafe organikoen kide ziurtatua da
ED&F MAN España (Volcafe)	Ez dago daturik eskuragarri	Ez dago daturik eskuragarri	Ez dago daturik eskuragarri	4Cren kide da eta FLO, Rainforest Alliance eta UTZren hornitzaile baimendua da.
Mercon Europe S.L.	Ez dago daturik eskuragarri	Bartzelona	Ez dago daturik eskuragarri	

Iturria: (Alimarketen datuekin eginda)



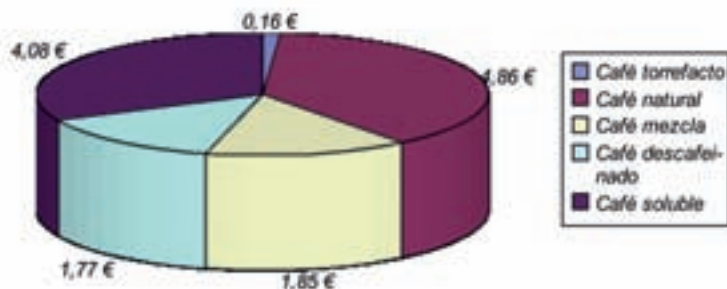
Kafearen kontsumoa Euskadin.

Euskadin, 2010ean etxeetan kontsumitu den kafearen bereizgarri bat da txigortze naturaleko kafea nagusitzen dela, argi eta garbi, hiru probintzietan kontsumitutako 3,243.820 kg-en %45 horrelako kafea izan baita.

Prezioa kafe kilogramoko Euskadin:

Kafe txigortua	6,66 €
Kafe naturala	7,40 €
Kafea nahasketa	5,52 €
Kafe kafeinagabea	7,43 €
Kafe disolbargarria	18,68 €

Gasto per capita anual



Iturria: Ingurumeneko eta Landa eta Itsas Inguruneko Ministerioaren datuekin landuta.

Kafearen merkatua Euskadin.

Euskadin ez dago kafe-inportatzailerik merkatu arruntean, kafea landu, txigortu, eraldatu eta banatzen duten enpresa guztiek lortzen dute lehengai kafe berdea inportatzen duten eta nagusiki Madrilan eta Bartzelonan dauden taldeen bitartez.

Oro har, kafearen sektorean lan egiten duten euskal enpresak 3 motatakoak direla esan dezakegu:

Handiak.

Espaniar estatuko kafe txigortzailearen rankingeko enpresa nagusietakoak dira. Multinazional handiekin lehiatzen dute eta merkatuaren kuota Euskadin kontzentratzen dute, nahiz eta beren enpresa-estrategiaren barruan beren merkatua beste autonomia erkidego batzuetara hedatu nahi duten tokiko enpresak erosiz edota probintzia mugakideetan merkatuko kuota areagotuz.

Ertainak.

Elikagaien banaketa-kate handietan hornikuntza masiborik ez duten arren, beren negozio-ahalmenari esker Espainiar Estatuko 100 enpresarik garrantzitsuenetakoak dira. Beren estrategia zuzeneko salmenta eta ostalaritza bezalako merkatu zehatzetan espezializatzean oinarrituta dago.

Txikiak.

Gehienak familia-enpresak dira, denboraren poderioz merkatuaren aldaketetara egokitzeko eraldatu dira, probintzia-mailan hornitzen dute eta ostalaritzan daude kontzentratuta nagusiki, eta, neurri txikiagoan, elikagaien merkatu espezializatuan, dastaketa-denden, coffee shopen, delicatessen denden... bidez.





Kafe-enpresa nagusiak Euskadin.

Enpresa	Kokapena	Bolumena (t)
Cafés Baqué	Iurreta (Vizcaya)	4.000
Café Fortaleza	Bilbao (Vizcaya)	2.600
La Brasileña	Gasteiz (Álava)	650
El Abra	Arrankudiaga (Vizcaya)	250

Iturria: Alimarket SymphonyIRIren datuekin.

Kafearen merkatu espainiarrean hiru multinazional nagusitu dira: Nestlé (Bonka, Nescafé), Kraft Foods (Saimaza) eta Sara Lee (Marcilla). Beren merkatu-kuota kopuru osoaren %60koa da gutxi gorabehera, %29 Hornitzaileen Markei (HMM) edo Marka Zuriei dagokie, eta, gainerakoa, %11, ikerketa honen xede diren eskualde-markei dagokie.

Kafearen merkatuaren banaketa ekoizleka 2010ean.

Nestlé (Bonka, Nescafé)	39,9%
Sara Lee (Marcilla)	14,1%
Kraft (Saimaza)	7,5%
Fortaleza	1,5%
Baqué	1,0%
Cafento	0,9%
Otros	5,7%
Marcas Blancas (MDD)	29,4%

Iturria: Alimarket SymphonyIRIren datuekin.

Estatuko gainerako eremuetan ez bezala, Euskadin bi eskualde-enpresak (Baqué eta Fortaleza) merkatuaren kuotaren %50 baino gehiago barne hartzen dute. Multinazionalak beren produktuetan homogeneotasuna bilatzen dutelako eta eskualdeko enpresek eremu bakoitzera egokitutako zapora bat bilatzen dutelako gertatu da hori.

Lehen ikusi dugun bezala, Euskadin kontsumitzaileek nahiago dute txigortze naturaleko kafe ehoa. Ostalaritzan, berriz, gehiago kontsumitzen da kafe-alea.



Kafearen sektoreko enpresa nagusiak Euskadin:

Araba						
Sozietatearen izena	Inportatzailea	Langile-kopurua	Salmentak	Erregimena	Enpresa ziurtapenak	Ziurtapenak
La Brasileña, S.A.	Comercial de Materias Primas, S.A.	46 (%30 emakumeak)	AG	Sozietate Anonimoa	Ez	Rainforest Alliance
Cafés Eguía, S.L.	Kafe Berde inportatzailea zehaztu gabe	10 (6 G eta 4 E)	AG	Sozietate Mugatua	Ez	Nekazaritza ekologikoa (ENEEK)
Cafés Foronda, S.A	Kafe Berde inportatzailea zehaztu gabe	8	AG	Sozietate Anonimoa	Ez	Ez

Iturria: Alimarketen datuekin eginda.

Gipuzkoa

Sozietatearen izena	Inportatzailea	Langile-kopurua	Salmentak	Erregimena	Enpresa ziurtapenak	Ziurtapenak
Aizeaga, S.L. (Casa Paulista eta Panchito)	Kafe Berde inportatzailea zehaztu gabe	10 (7E 3G)	AG	Sozietate Mugatua	Rainforest Alliance	Ez
Beraintxa, S.L. (M. Berasategi)	Kafe Berde inportatzailea zehaztu gabe	AG	AG	Sozietate Mugatua	Ez	Ez
Desojo Ibáñez, S.L. Betiko Kafea	Kafe Berde inportatzailea zehaztu gabe	AG	AG	Sozietate Mugatua	Ez	Ez
CAFÉS Aitona, S.L.	Tostadores Reunidos, S.A.	20 (14G 6E)	35 milioi kikara/urtea	Sozietate Mugatua	ISO 9001	Ez
Korosti Kaffea, S.L.L	Juan Iriondo, S.A.	4 (1G 3E)	<50.000€ (2010)	Erantzukizun Mugatuko Lan-sozietatea	Ez	Ez
Juan Iriondo, S.A. (La Casa del Café)	Comercial de Materias Primas, S.A.	19 (13G 6E)	AG	Sozietate Anonimoa	Ez	Rainforest Alliance
Guillermo Gutiérrez Huerta (LOI-NAZ)	Kafe Berde inportatzailea zehaztu gabe	2 G	<50.000€ (2010)	Langile autonomoa	Ez	Ez

Iturria: (Alimarketen datuekin eginda)



Bizkaia

Sozietatearen izena	Inportatzailea	Langile-kopurua	Salmentak	Erregimena	Enpresa ziurtapenak	Ziurtapenak
Cafés Baqué, S.L.	Comercial de Materias Primas, S.A.	124	>10 M € (2009)	Sozietate Mugatua	Rainforest Alliance	ISO 14001:2004
Cafés Sarasola, S.A.	Kafe Berde inportatzailea zehaztu gabe	2G	50.000 eta 100.000€ bitartean (2010)	Sozietate Anonimoa	Rainforest Alliance (Eskaeraren arabera)	Ez
Santamaría Ibarra, S.L. (El Abra)	Tostadores Reunidos, S.A.	25 (17G 8E)	1 M eta 10 M€ bitartean (2009)	Sozietate Mugatua	Ez	ISO 9001:2000
Café Ditare, S.L..	Kafe Berde inportatzailea zehaztu gabe	3 (2G 1E)	<50.000€ (2010)	Sozietate Mugatua	Ez	Ez
Industria Café del Norte, S.A. (Cafinsa) (Fortaleza)	Kafe Berde inportatzailea zehaztu gabe	100	>10 M € (2009)	Sozietate Anonimoa	Ez	Ez
Cafés Fernando Goyenechea, S.L. (GOSOA)	Kafe Berde inportatzailea zehaztu gabe	4 (2G 2E)	<50.000€ (2010)	Sozietate Mugatua	Ez	Ez
Kafetero Cafés, S.L	Coprocafé Ibérica	1	<50.000€ (2010)	Sozietate Mugatua	Ez	Ez
Lasgar, S.L. (Legarreta)	Kafe Berde inportatzailea zehaztu gabe	3 (2G 1E)	30.000 Kgs. (2010)	Sozietate Mugatua	Ez	Ez
Herederos de Café Sarasola S.L. (Los Gemelos)	Txigortzailea zehaztu gabe	2G	50.000 eta 100.000€ bitartean (2010)	Sozietate Mugatua	Ez	Ez
Diego (Villarías)	Kafe Berde inportatzailea zehaztu gabe	1G	(2010)	Langile autonomoa	Ez	Ez



Kafearen sektoreko enpresa nagusiak Euskadin:

Analizatu diren 20 erakundeen artean, gehien-gehienak Sozietate Mugatuak dira. Enpresen neurria dela-eta, 5 langile baino gutxiagoko enpresak nagusitzen direla ikusten dugu. Horietako asko familia bereko kideek osatzen dituzte.

Beste sektore askotan bezala, gizonezko gehiago daude zuzendaritza-batzordeetan eta zereginen banaketan rol tradizionaletara jo ohi da. Biltegietan, ostalaritza-hornikuntzetan eta salmentetan gizonak nagusitzen dira. Emakumeak, berriz, kasu gehienetan, administrazio-lanetan, telefonoari erantzuten eta publikoari arreta eskaintzen aritzen dira.

Enpresek zereginen sexukako banaketari buruz eman duten informazioa oso urria da, eta batzuetan ematen du ez dela horren inguruko analisirik egin, beste batzuetan arduradunek ez dute informazio hori eman.

Analizatutako enpresetako batek ere ez du genero-berdintasuna printzipio gisa, edo, gutxienez, ez dute alderdi azpimarragarri gisa aipatu.

Zuzendaritza-batzordeei dagokienez, gizonezkoak nagusitzen dira, azpimarratzekoa da Café Fortaleza erakundearen kasuan, sail-zuzendari guztiak direla gizonezkoak (7 guztira).

Baqué kafeen kasuan, sexuen arteko desberdintasunak murrizten laguntzen duten alderdien artean, azpimarratzekoa da bizitza pertsonala eta lanekoa bateratzeko malgutasuna.

Euskadin kafe enpresen profil bat marraztu behar harko bagenu, honela defini genezake:

“Sozietate Mugatu gisa eraturako familia-enpresa bat, 5 langiletik beherako bolumeneko, bere probintziaren barruan eta mugetatik hurbil, ostalaritzaren sektorean tokiko salmentak dituen. Zereginen banaketa tradizionala da, sexuaren araberakoa, eta emakumeak bezeroei arreta eskaintzeaz arduratzen dira”.

Multinazionalen nagusitasunari aurre egiteko, marka zuriak, tokiko enpresa handiak eta euskal enpresa txikiak ostalaritzan espezializatu dira; bertan, tratu pertsonalizatua eskaintzen dute, kalitate handiko produktu bat, Kafe Arabiararak %100, eta bezeroen gustuaren araberako txigor-tzea.



Bidezko merkataritzako kafearen merkatua Euskadin.

Elikagaiei dagokienez, kafea nagusitzen da, zalantzarik gabe, Bidezko Merkataritzako salmentetan: 2008an merkaturatutako elikagaien %45,9ren jatorrian egon zen eta espainiar estatuan saldutako Bidezko Merkataritzako produktuen %25,6rean.

“Produktu izarra” izatea ez dirudi moda iragankor bat izango denik, aspalditik finkatutako errealitate bat baizik: 2000tik kafea Bidezko Merkataritzako elikagaien salmentaren heren baten atzean egon da gutxienez⁹

Euskadin Bidezko Merkataritzako bi kafe mota banatzen dira:

FLO zigiluarekin ziurtatuak: Alternativa 3, Intermón Oxfam, IDEAS.

Ziurtatu gabeak: Mercadeco (Café Solidario), Espanica (Café de Nicaragua), Equimerca-do y Xarxa Consum Solidari (Café de Cuba)

7 inportatzailek Hegoaldeko Herrialdeetako kooperatiben kafe berdea ekartzen dute, horietako 6k kafea hirugarren baten bitartez txigortzen eta ontziratzen dute, eta batek bakarrik, Alternativa 3k, dauka txigorgailua 1995etik.

Bidezko Merkataritzako inportatzaileak, Euskadin lan egiten dutenak:

Inportatzailea	Langileak	Euskadin Merkatu-kuota 2010 *	Txigortzailea	Ziurtapenak
Alternativa 3, S.Coop	12 (8E 4G)	%9	Propioa	FLO, CRAE
Xarxa de Consum Solidari	AG	AG	Cafés Pont (Sabadell)	
Adsis – EquiMercado Fundazioa	3 (1E2G)	%1	Alternativa 3	
Espanica, S. Coop. Mad.	2 G	%5	Cafés Dromedario	CRAE
Ideas Sociedad Cooperativa	22 (12E 10G)	%2	Supracafé	FLO, CRAE
Intermón Oxfam	AG	%54	Unión Tostadora	FLO
Mercadeco Fundazioa	1G	%29	Cafés Dromedario	

Iturria: Inportatzaileek emandako datuekin landua

* Ehunekoak inportatzaile batzuegandik lortutako datuen arabera, baina ez dira guztizkoak.



Bidezko merkataritzako kafearen merkaturia Euskadin.

Euskal erakunde batzuetan, handizkariak, taldeak edo elkarteak, lehen aipaturako inportatzaileez gain, bidezko merkataritzako kafea merkaturatzeko beste elkarte batzuetara jo dezakete. Erakunde horiek honakoak dira:

Erakundea	Langileak	Kokapena	Kontaktua
Elkar Truke	AG	Ricardo Arregi Kalea 6, 3. sol. 20140 Andoain, Gipuzkoa.	http://www.galeon.com/ elkartruke/ elkartruke@yahoo.es
Harreman	AG	Hiper Eroski Musakola Auzoa Arrasate, Gipuzkoa	www.harremandenda.org harremandenda@yahoo.es
Herriak Elkarlanean	18 boluntario Beasainen eta 7 Ordizian, emakumeen ehuneko handiarenkin: %80	Andre Mari 13 (Atzeko aldea) Beheko sol. 10 20200 Beasain. Gipuzkoa	www.herriakelkarlanean.org gorka@herriakelkarlanean.org
Kidenda	4 pertsona: 3 emakume eta gizon 1	Viuda de Epalza, 6 eta Padre Lojendio, 2, Bilbo. Bizkaia	http://www.kidenda.org kidenda@caritasbi.org
Kitzin	2 emakume	Narrika kalea 29 20003 Donostia, Gipuzkoa	http://www.kitzin.org kitzin@caritasgi.org
Medicus Mundi Álava	6 langile boluntario: 40 pertsona, eta horietako 15 gizona.	Los Isunza kalea, 9-1. D 01002 Vitoria-Gasteiz (Bulegoa) Pío XII kalea, 18, beheko sol. (Denda), Araba.	www.medicusmundi.es/ alava carmen.biain@medicusmundi.es

Ikusten den bezala, Euskadin kafearen %50 baino gehiago Intermón Oxfamen bitartez saltzen da. Supermerkatuetan eta azalera handietan saltzen den Bidezko Merkataritzako ia kafe guztia erakunde horren bitartez saltzen da.

Analizatutako 7 inportatzaileen artean, batek bakarrik —Alternativa 3k— dauka txigorgailu propioa. Gainerakoek kafea zuzenean inportatzen dute, baina txigortze- eta ontziratze-lanak Bidezko Merkataritzatik kanpoko zirkuituetan egiten ditu.

Kontrataturako pertsonen dagokienez, %62 emakumezkoak dira. Boluntarioen kasuan, %65 dira emakumezkoak.

Bidezko Merkataritzako inportatzaileek ez dute genero-politika argirik, Intermón Oxfamek izan ezik, bere jardura guztietan generoaren alderdia barne hartzen eta aplikatzen baitu.

Hala ere, erakunde guztiek bultzatzen dute gizonen eta emakumeen arteko berdintasuna eta sexua, arraza edo erlijioarekin lotutako diskriminaziorik eza, eta beren funtzionamendua horretan oinarritzen da.



Kafea ziurtatzeko sistema nagusiak

Sarrera.

Ziurtapenak produktu, prozesu edo zerbitzu bat ezaugarri zehatz jakin batzuekin identifikatzeko sistemak dira. Erakunde ugari arduratzen dira ekoizpen-praktikak eta –prozesuak kasuan kasuko estandar propioetara egokitzen direla ziurtatzeaz: biologikoa, kalitatea, bidezko merkataritza, iraunkortasuna, etab.

Ziurtapenak produktu edo zerbitzu bat gainerakoetatik bereizteko beharrari erantzuteko agertu dira, eta bezeroen aurrean merkataritza-harremanetan konfiantza sortzeko elementu ordezkazena dira. Ziurtapen-sistema bakoitzak bere prozedura propioak dauzka, baina funtsezkoa da alde interesdun guztientzat objektiboa eta fidagarria izatea, bere helburua erosleek produktuek baldintzak betetzen dituztela jakitea baita.

Ziurtapena prozedura boluntario bat da, hirugarren batek idatziz bermatzen du produktua, prozesua edo zerbitzua bat datorrela zehaztutako baldintzekin. Ziurtapenak gero eta gehiago eskatzen dira eta gero eta beharrezkoagoak dira. Jendea adi dago eta sozialki, ekonomikoki eta ingurumen-arloan arduratsuak diren produktuak bilatzen dituzte.

Denbora joan ahala, organiko edo ekologiko kontzeptuak oso irizpide zorrotz batzuen arabera definituz joan dira. Hala ere, bidezko merkataritza terminoaren kasuan ez da gauza bera gertatu oraindik, eta terminoaren definizioa ziurtatzaileak aplikatzen dituen irizpideen arabera da.

Kafea ziurtatzeko dauden sistemen arteko alderaketa: Fairtrade, Rain Forest Alliance, UTZ eta 4C.

Iparraldeko kontsumitzaile-herrialdeetan sortu dira eta Hegoaldeko herrialdeetako produktu edota zerbitzuetara daude bideratuta. Ziurtapen-sistemen eskaintza areagotu egin da Iparraldeko merkatuetan eskaera gero eta handiago delako.

Kafe ziurtatuak garapen iraunkorraren hiru irizpide hauek barne hartzen dituztenak direla esan daiteke:

1. Ekoizleen (pertsonek) garapen ekonomikoa.
2. Hobekuntza sozial batzuk beren komunitateetan.
3. Ingurumenaren kontserbazioa.

Analizatutako lau ziurtapenen estandarrek ISEALen¹², betekizunak betetzen dituzte; alegia, herrialde bakoitzeko lan-arloko legeriak betetzea eta Lanaren Nazioarteko Erakundearen oinarritzko hitzarmenak betetzea eskatzen dute lan-baldintzei, lanaldiei, greba egiteko eskubideari, segurtasunari eta gutxieneko adinari dagokienez.





Lortu nahi dituzten helburuak.

Fairtrade: Nekazari txikiei babesa ematea kooperatibak eta ekoizleen erakundeak indartuz.

Rainforest Alliance: Bizitza basatia eta haien ekosistemak mantentzea, baita langileen eta haien komunitateen ongizatea ere.

UTZ: Kalitatea eta ekoizpen-prozesu ardurasua bateratzea.

4C: Ekoizleen diru-sarrerak eta bizitza-maila hobetzea eta ingurumen-iraunkortasuna sustatzea.

Ziurtatzen diren produktuak.

Fairtradek nekazaritza-produktu ugari ziurtatzen ditu eta horietako askorentzat estandar espezifikoak dauzka, etiketa osagai bat baino gehiago dauzkaten produktuek ere erabil dezakete.

Rainforest Alliancek estandarrak dauzka turismorako, egurrerako eta nekazaritza-produktu batzuetarako, esaterako, kafea, tea, loreak eta fruta tropikalak. Beren zigilua osagai bat baino gehiago dauzkaten produktuak ziurtatzeko erabil daiteke.

UTZk estandarrak dauzka kafearentzat, kakaoarentzat eta tearentzat.

4Ck ez du produkturik ziurtatzen, ekoizleak, merkaturatzaileak, erakunde zibilak, garapen-agentziak, etab. ziurtatzen ditu, produktu bakar batekin lotutako jardueran dihardutenak, hain zuzen: kafea.

Estandarrak

Rainforest Alliancek estandar bat dauka bere produktu guztietarako, oso irizpide zehatzak dauzka, eta ez dute interpretaziorako tarte handirik uzten. Estandar horiek, herrialde batzuetan, tokiko interpretazio-gidekin osa daitezke. Ziurtapena lortzeko, printzipio bakoitzaren estandarren %50 eta guztien %80 bete behar dituzte gutxienez.

Fairtrade. Estandarrek derrigorrezko irizpideak dauzkate eta irizpide progresiboekin konbinatuta, adostutako epe baten ostean bete behar dira. Ekoizle txikien kasuan, produktuen zati handi bat barne hartzen duen estandar



Quintas

12: Ziurtapenaren eta Gizarte eta Ingurumen Zigiluen Nazioarteko Aliantza

13: Estándares de Comercio Justo IFAT





bat dago. Beste ekoizpen-sistema batzuetarako estandar osagarriak daude.

UTZk estandar bat dauka produktu bakoitzetarako. Irizpideak urtebete eta 4 urte bitartean bete behar diren epetan banatzen dira; bestalde, kontrol-puntu osagarri batzuk daude eta ekoizleak gutxieneko batzuk aukeratu beharko ditu urtebetean betetzeko.

4Ck ingurumen-, gizarte- eta ekonomia-arloak barne hartzen dituzten 30 printzipio ditu eta alde interesdun guztiei aplikatu dakizkieke (Talde ekoizlea, Merkataritza eta Industria).



Quintas

Abiapuntua erakunde guztiek desagerrarazi behar dituzten 10 praktika onartezinek osatzen dute.

Genero-adierazleak.

Ziurtapen-irizpideekin lotuta gutxien garatuta dagoen esparrua genero-berdintasuna da. Ingurumen-arloan duela zenbait urte hasi ziren lanean, lan-arloa eta gizarte-alderdiak, oro har, LANEk ezarritako erreferentzietan oinarritzen dira, baina generoaren gaia duela oso gutxi hasi dira aintzat hartzen erreferentzia horien aplikazioan.

Analizatutako ziurtapen guztiek Lanaren Nazioarteko Erakundeari egiten diote erreferentzia, 100. hitzarmenari (gizonezko eta emakumezko langileek balio bereko lan bategatik ordainsari bera jasotzeko buruzkoa) eta 111. hitzarmenari (lana eta zereginaren arteko diskriminazioari buruzkoa), hain zuzen. Baina irizpide horiekin ez da emakumeek lan-arloan jasaten duten diskriminazioa desagerrarazten; aitzitik, oso zabaldua dago herrialde guztietako sektore guztietan.

Analizatutako ziurtapenek ez dituzte bereizten beren irizpideak genero-berdintasunaren harira. Alderdi hau azpimarratu nahi dugu, egiteke dagoen eginkizun bat delako. FLO sistemak, adibidez, “emakumeen jabekuntza” Bidezko Merkataritzaren eraginaren 10 arloetako bat dela usten du¹³; halere, ez dauka zentzu horretan eraginak izateko estandarrik. Hartara, CJren kafe-ekoizle txikien erakundeek ez dituzte emakumeen jabekuntza edo parte-hartzea errazteko baldintzak bereziak bete behar, eta, ondorioz, emakumeen eta gizonen rol tradizionalak ez dira zalantzan jartzen, familia-ikuspuntua batekin lan egiten baitute (fami-liako ekoizpen-unitatea), eta horrek ikusezin egiten ditu barnean dauden harreman bidegabe eta desorekatuak.

Ziurtapenak generoaren arloa oso maila mugatua analizatzen duen edo analizatzen ez duen arren, eta Bidezko Merkataritzako kafea ekoizten duten erakunde mistoek ezin dituztenez kafe-ekoizleen interesak eta beharrak sustatu, emakumeek ekonomiari egiten dioten ekarpena ikusgai jartzea aldarrikatzen duten erakundeak eta proiektuak agertu ari dira. Ekimen horietako batzuk Café de Mujer, Café Femenino eta Alianza Internacional de Mujeres en Café dira.



Proiektu horien helburu nagusia kafea ekoizten duten emakumeen autonomia sozioekonomikoan eragina izatea da, haiek soilik ekoitzi eta kudeatutako kafeagatik prezio osagarri bat eskainiz edo enpresa-garapeneko zerbitzuak eskuratzen lagunduz¹⁴. Ekimen horiek ziurtapen-sistemek barne hatu beharko duten joera markatzen dute, bereziki genero-berdintasunak gizarte-iraunkortasunerako elementu gisa daukan garrantzia aldarrikatzen dutenek.

Antolaketa.

Fair Trade 24 kidek osatzen dute: horietako 19 zigilu-ekimenen ordezkari dira eta Fairtraderen sustapenez eta dagokien herrialdeetan ziurtapena emateaz arduratzen dira. Bestalde, Asian, Afrikan, Erdialdeko Amerikan eta Hego Amerikan 3 ekoizle-saretako kide dira. Kontinente bakoitzean ordezkari bat dago. Azkenik, beste bi bazkide daude: Mexikoko eta Hego Afrikako Bidezko Merkataritzako erakundeak.

Rainforest Alliance Nekazaritza Iraunkorren Sarearen idazkaritza da (SAN). Erdialdeko Amerikako eta Hego Amerikako 8 erakunderen koalizio bat da, duela gutxi Naturaren Kontserbazioaren Fundazioarekin osatua (India).

UTZk ez dauka erakunde definitu bat, zuzendaritza-batzorde baten parte diren erakunde bat baino gehiagoren ekimen bat da. Gainera, UTZ nazioarteko GKE handiek eta gizarte-eskubi-deetan espezializatutako lankidetz-agentziek sustatzen dute, adibidez, Solidaridad, Hivos, Irish Aid, etab.

4C elkarte global bat da, eta kafearen sektoreko alde interesdun desberdinak ordezkatzeko dituzten hainbat kidek osatzen dute. Horrek honakoak barne hartzen ditu: kafe-ekoizleak (handiak eta txikiak), merkaturatzaileak (inportatzaileak eta esportatzaileak), industria (txigortzaileak eta txikizkakoak) eta gizarte zibila (gobernuz kanpoko erakundeak eta sindikatuak). Gizabanakoak, emaileak eta beste erakunde batzuk ere gehi daitezke bazkidetu gisa.

Irizpide ekonomikoak.

Fairtrade. Gutxieneko prezio bat ezartzen duen ekimen bakarra da, eta ekoizpen-kostuak (ziurtapena barne) estaltzen ditu. Ekoizleek, eskaeraren arabera, aurrez finantzatutako kontratuaren balioren %60raino eskura dezakete. Beste alderdi azpimarragarri bat komunitaterako proiektuetan inbertitzeko jasotzen eta erabiltzen duten Bidezko Merkataritzaren prima da.

Rainforest Alliancek ez ditu gutxieneko prezioak ezartzen, baina primak daude (libra bakoitzeko 10 dolar-zentabo inguru, batez beste). Prima horiek produktuen kalitatearen eta eroslea eta ekoizlearen arteko harremanaren arabera dira.

UTZk ez dauka gutxieneko prezioen inguruko irizpiderik, baina erosleek kafe ziurtatua eta kalitatezkoa erosteagatik ordaintzen dutela gehiago defendatzen du. Horri "UTZ Prima" deritza, eta aldakorra da.

4Ck ez du gutxieneko preziorik, aurre finantzaketarik edo primarik ezartzen. Nekazari-entzat iraunkortasuna ekoizpen-metodoak eta kalitatea hobetuz oinarritzen dela argudiatzen du.



Irizpide sozialak.

Ekimen guztiek jarrera komunak dauzkate derrigorrezko lanarekin, adingabeen lanarekin, soldatekin, ordu estrekin, haurren hezkuntzarekin eta langileekin lotuta.

Fair Tradek gizarte-segurtasunaren eta pentsioen arloko tokiko legeria betearaztea du helburu eta, gainera, bere gizarte-irizpideetan, gaixotasunagatiko bajak barne hartzen ditu.

UTZk eta Rainforest Alliancek entrenamendu eta laguntza medikoa ematen dute langileen familientzat. Segurtasun-arropa erabiltzeari dagokionez, UTZk erabil dadila eskatzen du, gainerako ekimenei, ordea, behar duenarentzat eskuragarri jartzeko eskatzen du besterik gabe. Rainforestek derrigorrezko berrikuspen medikoak dauzka langileentzat.

Ingurumen-irizpideak.

Arrazoizkoa den bezala, Rainforest Alliance, bere helburuak ingurumenaren kontserbazioan kontzentratuta dauzkanez, alderdi horretan estandarrik altuenetakoak dauzkana da.

Pestiziden erabilerari dagokionez, Fair Tradek osasunaren ikuspuntutik heltzen dio, UTZk ikuspuntu legetik heltzen dio eta Rainforestek, zorrotzenak, bi ikuspegiak konbinatzen ditu.

4Ck oinarritzko ingurumen-estandarrak dauzka, pestizida debekatuak erabiltzea jarduera onartezin gisa ikusten du eta OMEren zerrenden arabeko pestiziden minimizazioa barne hartzen du.

Fair Traderen irizpideen zati garrantzitsu bat ingurumen-estandar orokorretarako dago erreserbatuta, hiru urteko inplementazio-aldia rekin.





UTZk bere ingurumen-estandarrek nekazaritzako praktikak eta produktuen prozesamendua hobetzeko erabiltzen ditu. Gehiago kontzentratzen da lanean eta gutxiago ingurumenean. Transgenikoak erabiltzea debekatzen ez duen bakarra da eta ez du sua lurra garbitzeko erabiltzea debekatzen. Hori guztia dela eta, higadura eta hondakinen erabilpena kontrolatzeko irizpideak ez dira hain zorrotzak.

Ziurtapen-prozesua.

Eskaera-prozesua oso antzekoa da ekimen desberdinetan, ziurtapen guztiek egozten dioten ikuskapen kostua ekoizleei 4Ck izan ezik, kasu horretan elkartea bera baita gastuak bere gain hartzen dituenak, emaitzak zeinahi izanda ere. 4Ck autoebaluazio bat erabiltzen du eta abiapuntua zein den eta zein alderdi aldatu behar diren analizatzeko balio du.

Fair Tradek eta Rainforest Alliancek ez dute ikuskatzailea aukeratzen uzten eta eguneroko kostua ordaindu behar da; UTZrekin, oster, hainbat ikuskapen-agentziaren artean aukera daiteke.

4Cren kasuan, egiaztapen-prozesuan sartzeko, ekoizpen-kopuruarekin lotutako irizpide bat dago. Edozein nekazaritza-ustiategi, kooperatiba edo ustiatzaile izan daiteke, container bateko gutxieneko produktu-bolumen baterako gaitasuna daukana, eta horri 4C unitate deritzo. Eskaera guztiak Internet bidez egin daitezke.

Ekoizlearentzako kostuak.

Fair Trade. Ekoizleen erakundeek 500 euroko tarifa ordaintzen dute eskaera-prozesuan laguntzeagatik. Ondoren, eskatzaileari FLO-CERT bidez egozten zaio ziurtapena, eta ekoizlearen neurriaren arabera izaten da (400 euroko kargua ezartzen da egun bakoitzeko).

Rainforest Alliance. Ekoizleek prezio bat ordaintzen dute ustiategien ziurtapenagatik. Ekarpene osagarri bat dago ziurtatutako arloaren hektarea bakoitzeko.

UTZ. Ikuskatzaileei zuzenean ordaintzen diete ekoizleek, eta kostua aukeratutako ikuskatzailearen arabera da.

4C. Erakundearen neurriaren eta ekoizpen-bolumenaren arabera. Orotariko erakunde eta organismoek parte har dezakete sisteman.

Lizentzia kostua.

Fair Trade. Lizentziatariak kg bakoitzeko 0,220 ordaintzen du.

Rainforest Alliancek ez dauka administrazio- edo lizentzia-kosturik.

UTZ. Lizentzia- edo administrazio-kostuak lehenengo kafe-erosleak ordaintzen ditu eta kafe berdezko kg bakoitzeko bi zentabo ingurukoa da, eta kostuak hornikuntza-katean barne hartuta daude.

4C ikuskapen- eta ziurtapen-kostuak bere gain hartzen ditu.



Ziurtapenen presentzia Euskadin.

Fair Trade

EAEn Bidezko Merkataritzaren ia saltoki guztietan dago, bai finkoetan, bai aldi baterako jartzen direnetan: Bidezko Merkataritzako dendak, elikagaien denda espezializatuak (beldardendak, dietetikoak), nekazaritza-azokak, etab.

Hipermerkatuak eta Supermerkatuak: banaketa hori guztia Intermon Oxfamen bitartez egiten da nagusiki.

Supermerkatuak: Simply, Ercoreca eta El Corte Inglés.

Hipermerkatuak: Eroski, Carrefour, Alcampo.

Rainforest Alliance

EAEn kafearen merkatu arruntean enpresek gehien erabiltzen duten ziurtapena da, kafe guztia edo zati bat ziurtatuta daukaten enpresak honakoak dira:

Cafés Baqué, Cafés La Brasileña, La Tostadora, Cafés Panchito eta La Casa del Café.

UTZ Certified

IKEA, kafetegikoa eta jatetxekoa, baita ontziratutako kafea ere.

Marcilla, kafe honen formatu batzuetan zigilua ikus daiteke.

4C

Carrefour kafe marka.

ERREFERENZIARIK

Alimarket Publicaciones S.A.

C/Albasanz, 14 3a planta 28037 MADRID
Teléfono: 91.327.43.40 Fax: 91.327.45.22
www.alimarket.es

Coffee barometer 2009, Tropical commodity coalition.

www.teacoffeecocoa.org

Federación Española del Café (FEC)

Alvarez de Castro 20. 28003 Madrid
Tel 91 448 82 12
http://www.federacioncafe.com/home.asp

Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM)

http://www.marm.es/es/

Organización Internacional de Café (International Coffee Organization)

http://www.ico.org/

Asociación 4C

http://www.4c-coffeeassociation.org/es/

Fair Trade Internacional.

http://www.fairtrade.net/361.0.html?&L=1

Rainforest Alliance

http://www.rainforest-alliance.org/es

Sello Comercio Justo España

http://www.sellocomerciojusto.org/es/

UTZ Certified

http://www.utzcertified.org/index.php

Café Mundi

http://www.cafemundi.org/

Alternativa 3 Sociedad Cooperativa Catalana

http://www.alternativa3.com

Equimercado

http://www.equimercado.org

Espanica

http://www.nodo50.org/espanica

Fundación Mercadeco

http://www.mercadeco.org

Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria (IDEAS)

http://www.ideas.coop

Intermon Oxfam

http://www.intermonoxfam.org

Xarxa Consum Solidari

http://redconsumosolidario.org/

From bean to cup: how consumer choice impacts on coffee producers and the

environment ISBN – 1-902391-63-2

Mercasa: Informe 2010 sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de

Alimentación en España

Informe El Comercio Justo en España 2009, Cuestión de género. SETEM Y CECJ

ISBN 978-84-9888-223-0



Setem

Vitoria-Gasteiz
San Vicente de Paúl, 10
Tel: 945 120 746
vitoria-gasteiz@setem.org

Bilbao
Calle Santa María nº9
944 793 664
bilbao@setem.org

Donostia
Avenida Tolosa, 21 1ºA
Tel: 943 314 415
donostia@setem.org

www.setem.org/euskadi