



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

### **1.1. UNITATEA. Bidezko Merkataritzaren egoera gaur.**

Bidezko Merkataritzaren bilakaera.

Bidezko Merkataritzaren definizio bateratua.

Bidezko Merkataritza garapenerako lankidetzarako tresnatzat hartzeko irizpideak.

Bidezko Merkataritzako eragileen egoera gaur.

Bidezko Merkataritzako nazioarteko sareak.

Bidezko Merkataritzako Estatuko sareak.

### **Bidezko Merkataritzaren bilakaera.**

1964an Nazio Batuen Merkataritzari eta Garapenari buruzko biltzarrean, beren herrietako ekoizleei Iparraldeko merkatuetan zeuzkatenen pareko baldintzetan ekoizten uzteko eskatu zuten Hegoaldeko herrialdeek, "Laguntza ez, merkataritza" leloa erabiliz horretarako.

Nazioarteko merkataritzaren arauak Iparraldeko herriek eta transnazionalak jartzen zituztela eta, horren ondorioz, Hegoaldeko herrietako milioika eta milioika ekoizle-familia miseria gorrian bizi zirela ikusita, 1960ko hamarkadan Bidezko Merkataritzako lehen ekimenak sortu ziren Herbehereetan eta Britainia Handian.

Hegoaldeko eta Iparraldeko erakundeez osatutako nazioarteko mugimendu bat eratu zen orduan, egoera kaskarrean zeuden ekoizleei merkatuan sartzen laguntzeko eta nazioarteko merkataritzaren arau bidegabeak aldatzeko helburuarekin.

Merkataritza-harremanen ardatza pertsonak eta komunitateek izan behar dutela aldarrikatzen du Bidezko Merkataritzak, merkataritza tradizionalaren ikuspegiari aurre eginez, eredu horrentzat irabazia baita gako nagusia.



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

Espainiara 1986an iritsi zen Bidezko Merkataritza, orduan ireki baitzituzten Bidezko Merkataritzako lehenbiziko bi dendak. Emaus Gizarte Fundazioak Estatuko lehen denda ireki zuen Euskal Herrian, eta, geroago, Andaluziako Sandino kooperatibak (IDEAS gaur egun) beste denda bat zabaldu zuen. Europa baino 20 urte geroago hasi izanak eragina du Bidezko Merkataritzak gaur egun Espainian duen egoeran.

2005ean, Bidezko Merkataritzak 13.850.000 euroko salmentak izan zituen Espainiako Estatuan, Setemek 2006an argitaratutako *El Comercio Justo en España* liburuko datuen arabera. Urtetik urtera salmentek Espainian izandako batez besteko igoera %16,9 izan da (2000an, zazpi milioi euro baino gutxiago izan zen salmenten zenbatekoa). 1.000 biztanleko batez besteko gasturik handiena duten erkidegoak hauek dira: Katalunia, EAE, Aragoi, Madril eta Nafarroa.

Banaketa-bideei dagokienez, salmenten bi heren denda espezializatuetan — Bidezko Merkataritzako dendetan— egiten dira oraindik. Azken urteetan, asko ugartu dira jatetxeetarako eta vending-makinetarako salmentak.

Supermerkatuetako salmentak, berriz, oso gutxi hazi dira: %3,6, 2000-2005 bitartean.

Europako beste herrialde batzuen oso atzetik gabilta, Suitzan,, Luxenburgon eta Holandan, adibidez, 5.000 euro baino gehiago gastatzen baitute batez beste, biztanle eta urteko. 2005ean, Espainia izan zen Bidezko Merkataritzako produktuetan gutxien gastatu zuten Europako herrietako bat (1.000 biztanleko gastua: 348,2 euro).



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

### **Bidezko Merkataritzaren definizio bateratua**

Hauxe da Bidezko Merkataritzari buruz jende eta erakunde gehienek onartzen duten definizioa:

Merkataritzan jarduteko elkarte bat da Bidezko Merkataritza: elkarrizketan, gardentasunean eta errespetuan oinarritzen da eta nazioarteko merkataritzan berdintasun handiagoa lortzeko egiten du lan. Garapen iraunkorra lortzen laguntzen du, merkataritzako baldintzak hobetuz eta baztertuta dauden ekoizle eta langileen eskubideak (Hegoaldekoenak bereziki) bermatuz. Bidezko Merkataritzako erakundeek, kontsumitzaileekin batera, lan handia egiten dute ekoizle-taldeei laguntzeko, eta kanpainak antolatzen dituzte nazioarteko merkataritza arruntaren arauak eta jarduna aldarazteko. (FINERen definizioa)

### **Bidezko Merkataritza garapenerako lankidetzarako tresnatzat hartzeko irizpideak.**

Bidezko Merkataritzako produktuak ekoizteko eta merkaturatzeko bete beharreko irizpideak finkatu dira, eredu hori benetan eraginkorra izan dadin pertsoneri eta herriari garatzen eta jabekuntza (*empowerment*) lortzen laguntzeko:

- **Lan-baldintza eta soldata duinak.**

Kooperatibek lan-baldintza egokiak finkatu behar dituzte, Lanaren Nazioarteko Erakundearen hitzarmenak bete daitezen.

Ekoizpen-kostuak eta gastu orokorrak ordaintzeko eta soldata duina eskuratzeko adina ematen duena da Bidezko prezioa. Kooperatiben eta Bidezko merkataritzako produktuak inportatzen dituzten enpresen artean adostu behar da prezio hori.

- Komunitateen baldintzak garatu eta hobetzea, irabazien zati bat **proiektu sozialetara** bideratuz.

Kooperatibek Bidezko Merkataritzako produktuak saltzean lortutako irabazien zati bat komunitateko proiektu sozialetara bideratu behar dute. Proiektu



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

horien bidez komunitatean dauden beharrei erantzun behar zaie. Hala nola: hezkuntza, trebakuntza, azpiegiturak (argia, ura), osasuna, lanbide-heziketa...

Horrela, Bidezko Merkataritzak eragin zuzena lortzen du Hegoaldeko kooperatiba dagoen komunitatean, eta horrek garapena ekartzen dio komunitateari.

- **Aurre-finantzazioa** eta **epe luzerako** merkataritza-harremanak.

Inportazioen %50 inguru aurre-finantzatzen da, ekoizleek ekoizpen-kostuak ordaindu ahal izan ditzaten.

Kooperatibekin lan-harreman egonkorrak eta epe luzerakoak izatea bultzatzen da, kooperatibek garapen endogenoko prozesu bati ekiteko behar diren baldintzak izan ditzaten.

- **Ingurumena, kultura** eta **ekoizpen-sistema tradizionalak** errespetatzea.

Ekoizpen-sistema tradizionalak berreskuratzen dira, eta zenbait produkturen ekoizpen ekologikoak (kafearena eta panelarena, adibidez) gero eta garrantzi handiagoa dute. Oihalgintza-sektorean kotoi organikoa ekoizten hasi dira kooperatiba batzuk (adibidea).

- Haurrak ez dira esplotatzen.

Haurrak normalean ez dira ekoizpen-lanetan aritzen. Urteko sasoi batzuetan, familiarekin batera aritzen dira ekoizpeneko jarduera zehatz batzuetan (uzta biltzen, adibidez), baina haien hezkuntza eta garapen fisikoa arriskuan jarri gabe betiere.

- Parte-hartze **demokratikoa** erabakietan eta funtzionamenduan.

Ekoizleek erabakietan hitza eta botoa izateko aukera ematen duten egitura demokratikoak eratu behar dituzte kooperatibek.

- Gizonen eta emakumeen arteko **berdintasuna** soldatetan, biek hitza eta botoa izanik.

Bidezko Merkataritzako kooperatibetan jarduteak lanpostu segurua eta errespetagarria ematen die emakumeei, eta horri esker familiako zereginak eta lana uztartzea daukate.



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

Emakumeak ordezkaturuta daude kooperatibetako egitura demokratikoetan, eta hitza eta botoa daukate. Gizonen eta emakumeen soldatetan berdintasuna egotea bultzatu behar dute kooperatibek.

Oro har, kooperatibetan, lan berdinagatik soldata berdina jasotzen dute emakumeek. Halere, diskriminazio kasuak egon badaude, askotan gizonek egindakoak baino gutxiago ordaintzen diren lanak egiten dituztelako emakumeek.

- **Kalitatezko** produktuak.

Erabilitako lehengaiak kalitate handikoak dira. Adibidez, merkaturatzen duten kafearen zati handi bat *Arabica* motakoa da, eta txokolatea egitean ez dute kakaoaren ordezeko gurinik erabiltzen.

Enpresa inportatzaileek Iparraldeko merkatuetako joeren inguruko trebakuntza ematen diete kooperatibei.

- Produktuari buruzko **informazioa** ematea kontsumitzaileei.

Aukeratutako produktua ekoizti duen kooperatibari eta hango ekoizpen-baldintzei buruzko informazioa eskuratzeko aukera izan behar dute kontsumitzaileek, saltokian bertan.

Gardentasunak izan behar du Bidezko Merkataritzaren oinarrietako bat.

### **Bidezko Merkataritzako eragileen egoera gaur**

#### Hegoaldeko erakundeak

Bidezko Merkataritza Asiako, Afrikako eta Amerikako herrialdeetako ekoizleei zuzentzen zaie.

Eredu honi esker, egoera kaskarrean dauden Hegoaldeko gero eta jende gehiagok diru-sarrera bidezkoak eskuratzen dituzte eta lan-baldintza duinak daukate. Adibidez, 2005ean Europan saldutako Bidezko Merkataritzako produktuen atzean milioi bat ekoizle eta haien senideak daude. Ekoizle horiek era askotako elikagaiak (kafea, kakaoa, tea, bananak, panela...) eta eskulanak (oihalak, bitxiak, etxerako gauzak...) ekoizten dituzte.

[Kooperatibei buruzko informazioa.](#)



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

### Bidezko Merkataritzako produktuen inportatzaileak

Egoera kaskarrean dauden ekoizleei eskulanak nahiz elikagaiak erosten dizkieten kooperatibak, GKEak eta enpresak dira enpresa inportatzaileak. Bi aldeek adostutako prezioan erosten dituzte produktuak. Prezio horiek bizi-baldintza duinak izateko, eskolara joateko eta garapen ekonomiko-soziala izateko adinakoa izan behar du. Erositako produktu horiek Bidezko Merkataritzako dendetan eta denda aruntetan banatzen dituzte inportatzaileak.

Ez dute dirua irabazteko asmorik: Bidezko Merkataritza goian zehaztutako irizpideak beteaz posible egitea da haiek lortu nahi dutena.

Enpresa inportatzaileek nazioarteko merkataritzan dauden bitartekarien kopurua murrizten dute.

Inportatzaileen lotura zuzenak:

[www.ideas.coop](http://www.ideas.coop)

[www.alternativa3.com](http://www.alternativa3.com)

[www.intermon.org](http://www.intermon.org)

[www.equimercado.org](http://www.equimercado.org)

[www.mercadeco.org](http://www.mercadeco.org)

### Iparraldeko erakundeak

Merkaturatze-lana, sentsibilizazio-lana eta salaketak egiten dituzten erakunde sozialak dira hauek (asko eta asko Garapenerako Gobernu Kanpoko Erakundeak dira). Erakunde hauetako batzuek Bidezko Merkataritzako dendak daukate. Denda horietan, Bidezko Merkataritzako produktuez gain, bigarren eskuko arropa, liburuak eta produktu biologiko eta ekologikoak saltzen dituzte.

Azken urteotan bi joera nagusitu dira Bidezko Merkataritzako erakundeen artean, bi estrategia desberdinen ondorioz:

Ahalik eta gehien saltzen saiatzea, Hegoaldeko ekoizleentzako diru gehiago lortzeko, haiek pobrezia-inguruneetatik modu duinean ateratzeko aukera izan dezaten.

Bidezko Merkataritzako irizpide guztiak betearaztea banaketa-kateko maila guztietan, gaur egungo merkataritzaren ordezkotako bide bat



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

sendotzeko, eredu horixe baita ekoizleak pobre bizitzea eragiten duena.

### Bidezko Merkataritzako nazioarteko sareak.

Nazioartean, Bidezko Merkataritza lantzen duten erakundeak biltzen dituzten hainbat sare daude.

<p><b><u>IFAT</u></b> (The International Fair Trade Association):</p> <p><b>60 herrialdetako Bidezko Merkataritzako erakundeak biltzen ditu</b> elkarte honek. Erakunde horietako gehienak ekoizle-erakundeak eta inportatzaileak dira. Egoera kaskarrean bizi diren ekoizleen bizimodua eta ongizatea hobetzeko helburua dute, eta horretarako Bidezko Merkataritzako erakundeak bultzatu eta harremanetan jartzen dituzte elkarren artean, nazioarteko merkataritzan justizia handiagoa eskatzearekin batera.</p> <p>IFATeko kideek auto-ebaluazioak, elkarren azterketak eta kanpo-azterketak egiten dituzte, kide guztiek Bidezko Merkataritzako printzipioak betetzen dituztela ziurtatzeko.</p>	<p><b><u>NEWS!</u></b> (Network of the European World Shops):</p> <p>Europako Bidezko Merkataritzako 2.700 <b>denda</b> biltzen dituen sarea da NEWS!. Hauek dira sare honen helburuak: denden eta antolatzaileen interesak batzea, Bidezko Merkataritzari buruzko kanpainak bultzatzea eta beste erakunde batzuekin batera jardutea Bidezko Merkataritza sustatzeko.</p>
<p><b><u>EFTA</u></b> (European Fair Trade Association):</p> <p>Europako Bidezko Merkataritzako <b>inportatzaileak</b> biltzen ditu elkarte honek. Bidezko Merkataritza eraginkorragoa izan dadin elkartzen</p>	<p><b><u>FLO</u></b> (Fairtrade Labelling Organizations):</p> <p><b>FAIRTRADE</b> izeneko <b>Bidezko Merkataritzako zigiluak</b> European, Kanadan, AEBetan, Japonian, Australian eta Zeelanda Berrian dituen ekimen edo</p>



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

dira, eta, horretarako, kooperatibei, produktuei eta merkatuari buruzko informazioa trukatzeko dute eta jarduerak koordinatzen dituzte. Europan eta nazioartean presio politikoa egiteko jarduerak antolatzen dituzte, halaber.	adar guztiak biltzen ditu erakunde honek. Bidezko Merkataritzako irizpideak betetzen dituzten produktuak ziurtatzeko zigiluak bateratzeko sortu zen ekimen hau. Espainiako Estatuko ordezkaria <a href="#">Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo</a> (Bidezko Merkataritzako produktuen zigiluaren elkartea) da.
---	--

Nazioarteko lau erakunde horiek FINE (FLO, IFAT, News eta EFTA) izeneko nazioarteko sarean koordinatzen dira.

Sare horiez gain, munduko erregio desberdinetako ekoizle-erakundeek osatutakoak dauzkagu:

[CLAC](#): Latinoamerikako eta Karibeko Bidezko Merkataritzako ekoizle txikien koordinadora.

AFN: Afrikako ekoizleen sarea

NAP: Asiako ekoizleen sarea

### **Bidezko Merkataritzako Estatuko sareak.**

#### **[CECJ: Estatuko Bidezko Merkataritzaren koordinadora](#)**

Espainiako Bidezko Merkataritzako erakundeen koordinadora da, eta 35 erakunde biltzen ditu. Espainiako Estatuan Bidezko Merkataritza bultzatzea da CECJ-ren helburua:

- o Bidezko Merkataritzako erakundeen arteko komunikazioa koordinatuz eta bideratuz,
- o irizpideak betetzen direla ziurtatuz,
- o koordinadorako kideak Estatuko eta nazioarteko erakundeetan ordezkatzuz,





## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

- o merkataritza-jardunean bete beharreko irizpide etikoei buruzko eztabaida bultzatuz,
- o Bidezko Merkataritza bultzatzen laguntzen duten ekimen eta jardueretan parte hartuz eta halakoak bultzatuz,
- o gizartea informatuz eta sentsibilizatuz,
- o eta Bidezko Merkataritzako erakundeen inportazio eta merkataritza-jardunen koordinazioa bultzatuz.

### **Bidezko Merkataritzaren aldeko Topagunea**

2006an Espainiako Bidezko Merkataritzako zenbait erakunde elkartu eta Bidezko Merkataritzaren aldeko Topagunea sortu zuten. Behetik gorako Bidezko Merkataritza eraldatzailea bultzatzen duten denda, inportatzaile, banatzaile eta GKEak biltzen ditu ekimen horrek. Ekimenarekin bat egiten duten erakundeak FLO zigiluaren aurka daude, eta ez dute nahi Bidezko Merkataritzako produktuak saltoki handietan saltzerik.

**EMAUS Gizarte Fundazioak landua, SETEM Hego Haizearen laguntzarekin**



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

### 2.1. UNITATEA. ELIKADURA SUBIROTASUNAREN OINARRIAK

Gosea, pobreziaren adierazle larria

Gaur egungo egoeraren kausak

Elikadura Subirotasunaren definizioa

Emakumeak, nekazaritza eta Elikadura Subirotasuna

#### **Gosea, pobreziaren adierazle larria**

Munduan 850 milioitik gora lagunek jasaten dute gosea eta malnutrizioa (*Giza Garapenari buruzko Txostena*, 2005). **PNUD**). Horietatik bi heren herrialde pobretuetako nekazariak dira. Bestalde, **FAO**k azpimarratzen duenez, munduko biztanle guztiak elikatzeko adina elikagai ekoizten dira gaur egun munduan.

Herrialde pobretuetako bost biztanletik batek desnutrizio kronikoa dute.

Horrek gaixotasunak eta heriotza eragiten ditu, eta galera ikaragarriak giza potentzialean eta gizartearen garapenean. Giza duintasunaren urraketa bat da gosea, eta, aldi berean, aurrerabide sozial, politiko eta ekonomikoa lortzeko oztopoa ere bada. Gose kronikoak gaixotasunak hartzeko aukerak areagotzen ditu, eta herritarrak ahultzen ditu, haien lanerako gaitasuna murriztuz, ondorioz. Horrek ekonomian dauzka ondorio garbiak, eta gosea eta pobrezia uztartzen dituen ziklo izugarri larria eragiten die familiei.

Goseak eta malnutrizioak ondorio hauek dituzte:

- Haurrak gutxiago joaten dira eskolara, eta ikasteko gaitasun urriagoa dute, ondorioz.
- Emakumeek eta neskek hezkuntza apalagoa eta enplegu gutxiago daukate.
- Immunitate-sistema ahuldu egiten da, eta haurren heriotza-tasa areagotu.
- Ama-haurren osasuna kaskarragoa da.
- Biziraupenerako estrategia arriskutsuak, GIB/HIESaren hedapena, paludismoa eta beste gaixotasun batzuk.
- Giza baliabideen erabilera ez dator bat iraunkortasunarekin.



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

- Merkatuetara iristeko eta baliabideak eskuratzeko aukera gutxi.

Emakumeek askotan gizonek baino gehiago jasaten dute malnutrizioa. Horren ondorioz, haurdun daudenean eta erditzean arazoak izateko edo hiltzeko arrisku handiagoa izaten dute.

### Gaur egungo egoeraren kausak

Gosea gainditzeko eta elikagaiak ekoitzi eta merkaturatzeko, politika eraginkorrez gain, ezinbestekoa da denok batera eta mundu osoan borrokatzea gosea eragiten duten faktoreen aurka. Estrategia komun bat behar dugu gosea eta pobrezia gainditzeko, ezin ditugu banakako neurriak hartu arazo horiei aurre egiteko.

Dena den, unitate honetan elikagaien ekoizpenarekin eta merkaturatzearekin zerikusia duten faktoreak aztertuko ditugu, gehienbat.

Hauek dira nekazaritzan eragina duten elementu nagusiak: **ekoizpenerako baliabideak** (lurra, ura eta haziak), **ekoizpen-ereduak** eta herrialde bakoitzean indarrean dauden **nekazaritza- eta merkataritza-politikak**.

Familia pobre gehienak Hegoaldeko landa-inguruneetan bizi dira. Familia horientzat gero eta zailagoa da ekoizpen-baliabideak eskuratzea.

Gaur egungo nekazaritza-eredua **nekazaritza industrializatuan** oinarritzen da. Labore bakarreko nekazaritza intentsiboa da nagusi. Ekoizpen-eredu hori neoliberala da eta irabazi ekonomikoak lortzea da bere helburu nagusia. Hala, elikagaiak merkatu libreko beste salgai bat gehiago besterik ez dira. Merkatu hori eskaintzaren eta eskariaren legeetan oinarritzen da, Estatuak ez du ia ezertan esku hartzen, eta elikagaiak esportaziora bideratzen dira.

Gutxi batzuentzat irabazi ekonomikoak sortzeko egokia da, baina ez du balio elikadura ziurtatzeko, ondorio hauek dituelako Hegoaldeko herrialdeentzat:

- Herritarrek behar dituzten oinarritzko elikagaiak ekoizteari utzi behar diote.
- Esportaziorako ekoizpenei (kafea, kakaoa...) ematen zaie lehentasuna, auto-kontsumorako eta bertan kontsumitzeko laboreen kaltetan.
- Gero eta elikagai gehiago inportatu behar izaten dituzte.



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

Herrialde pobretuetan eredu honek berebiziko ondorio larriak eragiten ditu. Esportaziora bideratutako eredua oso ahula da, Iparraldeko herrietako nekazaritzekin lehiatu behar duelako, eta Iparraldeko nekazaritzek diru-laguntza piloa jasotzen dute. Lurjabe handiek eta transnazionalak kontrolatzen dituzte baliabideak, eta jendeari ez zaio elikagaiak erosteko iristen...

Eredu honek ekoizpen-baliabideetatik aldentzen ditu nekazariak, eta lan bila hirietara emigratzera behartzen ditu. Herri askotako kultura zati bat galtzen ari da horrela, elikagaiak eta janaria prestatzeko modua ere kultura direlako. Ingurumenak ere ondorioak jasaten ditu: kutsadura, lurrak agortzea, desertifikazio edo basamortutzea eta aniztasun biologikoa galtzea dira ingurumenak jasaten dituen ondorio nagusiak.

Nazioarteko **nekazaritza-politikek** ere errua daukate munduko gosean. **Munduko Merkataritza Erakundeak** (MME) sektorea liberalizatzeko neurriak ezarri ditu. Neurri horiek argi erakutsi dute MMEk bultzatzen duen politikak ekoizle gutxi batzuei bakarrik laguntzen diela, eta Hegoaldeko herrialdeetako nekazaritzaren oinarriak ahultzen dituela. Herrialde industrializatuak dira MMEren politikari etekinik handiena ateratzen diotenak. Beren nekazaritzako soberakinak Hegoaldeko herrietakoen oso azpitik dauden prezioetan esportatzen dituzte. Iparraldeko nekazaritzak diru-laguntzak jasotzen dituenaz, haien prezioak Hegoaldekoak baino askoz merkeagoak dira, azkenean. Horrek ahuldu egin ditu herrialde pobretuetako nekazaritza-egiturak.

MMEren politikaz gain, erregio-mailako beste hitzarmen batzuek ere merkatuen liberalizazio teorikoa bultzatzen dute.

### **Elikadura Subirotasunaren definizioa**

Giza Eskubideen Adierazpen Unibertsalak (1948) elikadura aipatzen du pertsonen eskubide ukaezinen artean.

Adierazpen horretako **25. artikulua** honela dio, hain zuzen ere: *Pertsona guztiek dute bizi-maila egokia izateko eskubidea, bai berari bai bere senideei osasuna eta ongizatea bermatuko diena, **janaria**, jantziak, bizilekua, mediku-laguntza eta gizarte-zerbitzuak batez ere.*



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

Giza Eskubideen Nazioarteko Adierazpenean jasotako eskubideak (elikatzekoa barne) [Eskubide Ekonomiko, Sozial eta Kulturalen Nazioarteko Itunean](#) (DESC) (1966) jasotzen dira, halaber.

Eskubide horiek errespetatu eta bultzatzeko beharra azpimarratzen duen proposamena da Elikadura Subirotasuna. XX. mende amaieran sortu zen kontzeptu hori, herrialde pobretuetako nekazariak eta gizarte-erakundeak bultzatuta.

Kontzeptu horren arabera, herrialde bakoitzak eskubidea duela elikadura osasuntsua bermatzen duten elikagaiak ekoitzi, banatu eta kontsumitzeko politikak zehazteko, iraunkortasuna urratu gabe, ekoizpen txiki eta ertainetan oinarrituta, bertako kulturak errespetatuz, eta herri nekazari, arrantzaile eta indigenek nekazaritzan eta abeltzaintzan aritzeko eta beren baliabideak ekoitzi, merkaturatu eta kudeatzeko duten aniztasuna zapuztu gabe.

Hauek dira **Elikadura Subirotasunaren** oinarriak:

- Elikagaiak ekoitzi, banatu eta kontsumitzen dituzten pertsonak jartzen ditu elikadura-sistema eta -politiken erdi-erdian, merkatuen eta enpresen eskakizunen gainetik.
- Ez da saiatzeko ahalik eta irabazi handienak lortzen, ingurumena arriskuan jartzen ez duten elikagai onak eskaintzen baizik. Aukeratutako ekoizpen-ereduak bizi-kalitate egokia eman behar die ekoizleei.
- Tokian tokiko nekazaritza-ekoizpenari eta herri- eta herrialde-mailako merkatuei ematen zaie lehentasuna (esportaziora bideratutako ereduak beharrezkoak), bertakoak elikatzearen.
- Nekazariak lurra, ura, haziak eta kreditua eskuratzeko aukera ematen zaie.
- Nekazariak eskubidea dute elikagaiak ekoizteko.
- Kontsumitzaileek eskubidea dute zer kontsumitu nahi duten aukeratzeko, eta kontsumitzen dutena nork ekoitzi duen eta nola erabakitzeke.
- Herrialdeek eskubidea dute nekazaritzako inportazio merkeegiengain aurka babesteko.
- Herriek beren nekazaritza-politikak zehaztu behar dituzte.



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

- Emakumezko nekazarien eskubideak errespetatzen dira, funtsezko papera betetzen dutelako nekazaritza-ekoizpenean eta elikaduran.

### **Emakumeak, nekazaritza eta Elikadura Subirotasuna.**

Emakumeak dira mundu osoko nekazaritza-ekoizpenaren %50en arduradunak. Afrikan %80ra iristen da ehuneko hori.

Halere, baztertuta daude gizonen aldean. Emakumeek ez dute gizonek adinako aukerarik baliabideak eta ezinbesteko zerbitzuak eskuratzeko. Gizarte askotan, tradizioek eta legeek galarazi egiten diete emakumeei lurren jabeak izatea. Munduko lurren %1 bakarrik dago emakumeen izenean. Berme gisa eskaintzeko lurrik ez daukatenez, emakumeek ezin dute krediturik eskuratu. Krediturik gabe, ezin dituzte oinarrizko baliabideak (haziak, nekazaritzako tresnak) lortu, eta ezinezkoa zaie ureztapen-sistemetan inbertitzea.

Emakumeek ekoizpenean egiten duten lana aintzat hartzen ez denez, oso gutxitan erabiltzen dituzte nekazaritzan trebatzeko zerbitzuak.

Gainera, herrialde pobretuetako landa-ingurunean gero eta gehiago dira familiaz bakarrik arduratu behar duten emakumeak, gizonezkoak hirira doazelako lan bila.

Dena den, emakumeek berebiziko garrantzia dute nekazaritza-ekoizpenean eta gizarte-eraketan, eta, hortaz, Elikadura Subirotasuna lortzeko politika eta neurrietan ezinbestekoa da emakumeen lana aintzat hartzea.

**EMAUS Gizarte Fundazioak landua, SETEM Hego Haizearen laguntzarekin**



BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

## 2.2. UNITATEA. ELIKADURA SUBIROTASUNEAN ETA BIDEZKO MERKATARITZAREKIN DUEN ERLAZIOAN SAKONTZEN.

Elikadura Subirotasunarekin zerikusia duten gaiak

Elikadura Subirotasunak Bidezko Merkataritzari jartzen dizkion erronkak

### Elikadura Subirotasunarekin zerikusia duten gaiak

2007ko otsailean, 80 herrialdetako 500dik gora ordezkari bildu ziren Maliko **Nyéleni** herrian. Nekazarien, arrantzale tradizionalen, herri indigenen, lurrik gabeko herrien, landa-inguruneetako langileen, migratzaileen, artzainen, basoko komunitateen, emakumeen, kontsumitzaileen, ekologisten eta hirietako biztanleen ordezkari haiek Elikadura Subirotasunari buruz gogoeta egiteko eta eredu horren aldeko mundu-mailako mugimendua sendotzeko asmoz batu ziren Malin.

Foro hartako amaierako dokumentuaren arabera, hauek dira Elikadura Subirotasunak bultzatu beharreko alderdiak:

- **Tokian tokiko merkatuak:** Tokian tokiko merkatuak eta ekoizleen eta kontsumitzaileen arteko lotura zuzenak indartu behar dira. Ekoizleek eta kontsumitzaileek kontrolatu behar dituzte beren herriko merkatuak, merkatu horiek direlako Elikadura Subirotasunaren gune nagusia. Herrialde bakoitzeko merkatuak eta ekoizpena babesteko politikak onartu behar dituzte gobernuek.
- **Tokian tokiko jakintza:** Tokian tokiko jakintza eta jakintza tradizionalak dira Elikadura Subirotasuna lortzeko bidea. Elikagaien ekoizpenarekin zerikusia duten jakintza tradizionalak pribatizatzea eta patentatzea galarazi behar da (hazien eta aniztasun biologikoaren gaineko patenteak). Herri bakoitzak bertako sareei buruz, haziak gordetzeko eta zaintzeko moduari buruz, hazien hazkuntza natural eta tradizionalari buruz duen jakituria berreskuratu behar da.
- **Nekazaritza-ekoizpen eta uza ekologikoak.** Ingurumena errespetatzen duten ekoizpen-ereduak bultzatu behar ditugu.
- **Nazioarteko tresnak eta programak erabiltzea.** Elikadura Subirotasuna indartzeko, nazioarteko legeak erabili behar ditugu: Giza Eskubideen



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

Nazioarteko Adierazpena, Herrialde Indigenen Eskubideen Adierazpena, FAO eta nazioarteko antzeko programak...

Gobernuak presionatu behar ditugu Elikadura Subirotasuna babesten duten politikak ziurtatzeko nazioarteko hitzarmenak sinatu ditzaten.

- **Nekazaritzaren erreforma, eta lurraldeen kontrola komunitateen esku.** Nekazaritzaren benetako erreforma egin behar da, ekoizleen eta etorkizuneko belaunaldien eskubideak babesten dituzten neurriak hartuz. Erreforma horrek lurra, haziak, ura... eskuratzeko aukera eman behar die ekoizle guztiei.

Aipatu berri dugun Foroko dokumentu horretan bertan, hauen aurka borrokatu beharra dagoela esaten da:

- **Nazioarteko merkatuen liberalizazioa,** Munduko Merkataritza Erakundeak bultzatutako neurriak, erregio-mailako eta alde biko hitzarmenak eta [elikadura-laguntzaren](#) politizazio eta manipulazioa, bereziki.

Nazioarteko merkataritza-politikek eskaintzaren eta eskariaren legeen mende dagoen salgai arruntzat hartzen dituzte elikagaiak.

- **Korporazio transnazionalak.** Transnazionalak elikadura-kate osoan duten kontrola ezabatu behar dugu. Lurraldeen, ekoizpenaren eta merkatuen gaineko kontrola berreskuratu behar dugu. Horretarako, alderdi horiek arautzeko legeak onartu behar dituzte gobernuek.

- **Gatazkak eta okupazioak.** Herrialdeak zatikatzen dituzte eta, horren ondorioz, herritarrek ezin dituzte bertako elikagaiak eskuratu eta ezin dute lur emankorretara iritsi. Elikadura Subirotasunarako mehatxu larria izaten da hori.

- **Teknologia toxikoa.** Genetikoki eraldatutako soro, animalia eta zuhaitzen aurka borrokatu behar dugu, elikagai-laguntzaz baliatuz halakoak txertatzeko ahaleginen aurka bereziki.

- **Esportaziora bideratutako labore bakarreko soroak eta bioerregaiak.** Erregai horiek pertsonak eta ingurumena kaltetzen dituzte. Lur-





## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

azalera handiak erabiltzen dira halakoak ekoizteko, lehendik lurrotan hazten ziren elikagaiak zokoratuz.

- **Klima-aldaketa.** Nekazaritza industrialak areagotu egiten du klima-aldaketa. Era berean, klima-aldaketa horrek txarrerako eragina dauka herrien Elikadura Subirotasunean, haziak, animaliak, arrainak... kaltetzen dituelako. Bestalde, natur hondamendi asko eragiten ditu.

### **Elikadura Subirotasunak Bidezko Merkataritzari jartzen dizkion erronkak**

Elikadura Subirotasunak Bidezko Merkataritzaren aldeko mugimenduari buruz egindako gogoeta nagusiak **esportaziora bideratzen diren produktuekin** du zerikusia. Nazioarteko merkataritza-truke horiek Hegoaldeko eta Iparraldeko Elikadura Subirotasuna arriskuan jartzen ez duten parametro batzuk beteaz egin behar direla aldarrikatzen du Elikadura Subirotasunak.

Horretarako, Bidezko Merkataritzako kooperatibek ekoizitakoaren zati bat **bertako merkatuetara eta auto-hornikuntzara** bideratu behar dute, den-dena esportatu beharrean.

Bidezko Merkataritzaren barruan merkaturatzen diren produktuak (tea, kafea, kakaoa...) ez dira premia biziko produktuak izaten. Horregatik, joera aldatu behar da eta ekoizle-komunitateek komunitatea eta bertako merkatuak elikagaiez hornitzera bideratu behar dute beren ekoizpenaren zati bat, komunitate horiei elikagai nutritiboak eskuratzeko modua bermatuz, horrela.

Bestalde, kontuz ibili behar dugu gure inportazioekin gure inguruan bertan ekoizitako produktuekin **lehiatu gabe**, bestela, gure inguruko Elikadura Subirotasuna zapuzten ibiliko ginateke eta. Bestela esanda, hemen bertan ekoizten diren produktuak (eztia eta marmelada batzuk, adibidez) ez ditugu inportatu behar, gure herrian bertan haiek ekoizten dituzten pertsonekin lehiatzen ariko ginatekeelako, bestela. Gainera, ingurumena kutsatuko genuke, beharrik gabe ibilbide luzeko garraioa erabiltzearen ondorioz.

Bidezko Merkataritzako kooperatiba gehienek **familia-nekazaritza** lantzen dute, baina Bidezko Merkataritzako produktu batzuk nekazaritza intentsiboa



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

erabiliz ekoizten dira eta, horrekin batera, plantazio handi batzuk Bidezko Merkataritzako zirkuituetan sartzen hasiak dira. Plantazio horietako eredu nagusia industrialia eta intentsiboa da. Aurreko unitatean azaldu dugunez, eredu horrek oso ondorio txarrak ditu gizartean nahiz ingurumenean.

Elikadura Subirotasunaren aldekoek nekazaritzarekin eta elikadurarekin zerikusia duten arazoen muinera joan beharra dagoela azpimarratzen dute. Arazo horiek konpontzeko, gaur egungo nazioarteko merkataritza-erlazioak salatzeko eta eraldatzeko estrategia politikoak behar dira. Berrito ere gogorarazten zaigu bestelako merkataritza-eredu bat sortzea eta gauzatzea bezain garrantzitsua dela gaur egun nazioartean nagusitu den merkataritza-sistemari eusten dioten **egitura eta politika publiko eta pribatuak aldatzea**.

Bai Elikadura Subirotasunarentzat bai Bidezko Merkataritzarentzat **pertsonak** (kontsumitzaileak, ekoizleak, herritarrak...) dira bere estrategien ardatza. Bidezko Merkataritzan bi protagonista nagusi ditugu:

- Ekoizleak. Beren garapenaren protagonista izan behar dute ekoizleek. Kooperatibak. Hauek Bidezko Merkataritzako irizpideak betetzea baino zerbait gehiago egin behar dute: beren komunitatea garatzeko aukerak erabili behar dituzte, eta bizitza politiko eta sozialeko eragile aktiboak izan behar dute, elikaduraren egoeran, Elikadura Subirotasunean eta gainerako oinarritzko giza eskubideetan esku hartuz.
- Kontsumitzaileak. Behar adina informazio eskuratu behar dute, irizpide etikoak, sozialak, ingurumenekoak eta Elikadura Subirotasunari dagozkionak aintzat hartuta, arduraz kontsumitu ahal izateko,.

Bidezko Merkataritza sortu zenean **Iparraren eta Hegoaren** arteko merkataritza-harremanei begiratzen zitzaien, gehienbat, baina gaur egun alderdi gehiagotara iritsi behar du. Gorago esan dugunez, herri- eta erregio-mailako merkatuak bultzatu behar dira, Hegoaldean bertan ere Bidezko Merkataritza sustatzeko horrela. Era horretako Bidezko Merkataritzak lehen urratsak eman ditu zenbait herrialdetan, kooperatiba batzuek beren herrian bertako zenbait hiritan zabaldu baitituzte dendak. Bestalde, Iparraldeko erakundeok ateak zabaldu behar dizkiegu Iparraldeko ekoizleek irizpide sozialak errespetatuz eta ingurumena



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

babestuz ekoizten dutenari. Bestela esanda, Iparraldearen baitako Bidezko Merkataritza hedatzeko aukerak aztertu behar ditugu.

**EMAUS Gizarte Fundazioak landua, SETEM Hego Haizearen laguntzarekin**



BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

### 3.1. UNITATEA. KONTSUMO ARDURATSUARI ETA BIDEZKO MERKATARITZARI BURUZKO HEZKUNTZA.

Kontsumo arduratsua.

Nori zuzentzen zaio

Balioak

Metodologia

Kontsumo arduratsuari eta Bidezko Merkataritzari buruzko hezkuntza-jarduerak lantzeko behar diren elementuak

Kontsumo arduratsuari eta Bidezko Merkataritzari buruzko hezkuntzaren ahuldadeak eta etorkizuna

#### **Kontsumo arduratsua**

Bidezko Merkataritzari buruzko hezkuntzak zentzua izateko kontsumo arduratsuaren printzipioekin batera landu beharra dago.

Zer da **kontsumo arduratsua**? Produktuak eta zerbitzuak aukeratzeko garaian, kalitatea eta prezioa ez ezik, beste alderdi batzuk ere aintzakotzat hartzea: produktuok ingurumenean eta gizartean duten eragina eta haiek fabrikatzen dituzten enpresek duten jokamoldea.

Beste definizio bat emango dugu: **gutxiago kontsumitzea** dakarren kontsumoa da kontsumo arduratsua. Eredu honetan, behar-beharrezkoa dena bakarrik kontsumitzen da, eta jendea kontuz ibiltzen da publizitateak sortutako alferrikako beharrekin.

Beraz, guk erositakoa ekoizteak gizartean eta ingurumenean izandako ondorioen gaineko erantzukizuna denoi dagokigula onartu behar dugu.

[Informazio gehiago.](#)

#### **Nori zuzentzen zaio**



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

Nori zuzentzen diogu gure hezkuntza-jarduera? Zeinengan eragin nahi dugu, gure gizartea aldatzeko eta merkataritza-harreman orekatuagoak lortzen joateko?

Kontsumitu dezaketen eta bizitza politiko, ekonomiko eta sozialean eragina izan dezaketen pertsona guztiengana zuzendu behar dugu. Ahal dela, inguruan eragin handia duten eragileengana zuzenduko ditugu gure ahaleginak: hezitzaileengana, beste erakunde batzuk koordinatzen eta ordezkatzeko dituzten erakundeetara, hedabideetara...

Gure arreta merezi duten kolektiboen artean, hauek bereizten ditugu:

- Haurrak eta gazteak.
- Helduak.
- Adinekoak.
- Hedabideak.
- Enpresak.
- Administrazioak.
- Erakundeak.

Kolektibo horiekin lan egitean alderdi hauek izan behar ditugu kontuan:

- Gure proiektua, jarduerak eta hizkera gure hartzzaileen arabera egokitzea.  
SORMENA.
- Kolektibo zehatzengana zuzentzea, eta kolektibo horiek identifikatu ondoren, esku hartzeko, zabalpenerako... estrategiak lantzea.



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

- Inguruan eragin handia duten eragileak bilatzea. Eragile horiek trebatzea eta tresnak ematea, gure jarduerak denboran iraunarazteko.
- Aldaketa-prozesuak hasten ari garela kontuan izatea eta, beraz, asmo handiko prozesuak izanik motelak direla, eta atzera eta aurrera egiten dutela. Prozesu horien emaitzak epe luzean ikusten dira.
- Jarrera aldatzea bakoitzaren aukera pertsonala dela kontuan hartzea. Guk pentsamolde kritikoa bultzatu, gogoetarako guneak eskaini, jarduera zehatzak proposatu... ditzakegu, baina aldatzea bakoitzaren aukera eta erantzukizuna da.
- Kontuan hartu behar dugu gaur egungo kontsumo-ereduak oso errotuta daudela, gure ikuskera pertsonalean eta auto-estimuan bertan.

## **Balioak**

Kontsumo arduratsuari eta Bidezko Merkataritzari buruzko hezkuntzan ondorengo balio hauek lantzen dira, gehienbat:

- Lankidetzeta.
- Elkartasuna.
- Ekitatea.
- Jarrera kritikoa.
- Sormena.
- Ingurumenarekiko sentsibilitatea.



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

### Metodologia

Gure metodologia egokitu egin behar dugu, zuzentzen gatzaizkion kolektiboaren arabera.

#### Haurrak eta gazteak:

Hezitzaileek kolektibo honekin duten zailtasun nagusia haur txikiei kontzeptu hauek (kontsumo arduratsua, Bidezko Merkataritza, herritar aktiboak izatea eta egungo egoeraren kausak) azaltzea izaten da. Horregatik, oinarritzko kontzeptuak argitu behar ditugu, mezu errazak emanaz. Lan hori osatzeko, balioak landu behar ditugu zuzenean.

Gaur egungo egoerari erantzuteko, teknologia berriak erabili behar ditugu gure jardueretan eta prestatzen ditugun materialetan. Horrela, haur eta gazteek ezagutzen dituzten eta gustukoak dituzten hizkera eta tresnak erabiliko ditugu. Teknologia berriak erabiltzeko beldurra baztertu behar dugu.

Gure jardunean jarduera dinamikoak lantzea komeni da, eta haur txikiekin ezin dugu denbora luzea eman jorratzen ari garen jardueraren alderdiren bat aldatu gabe.

Hezitzaileekin (irakasleak, begiraleak...) batera lan egitea eragingarriagoa denez, ahal dugunean haiekin batera arituko gara. Hezkuntzako esparru desberdinetan hurrekin egoten diren hezitzaileek guk baino askoz gaitasun handiagoa dute haur horiek hezteko.

Kolektibo honekin egin daitezkeen jardueren adibide batzuk:

- Lankidetzak-jokoak, tailer praktikoak, rol-jokoak...



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

### Helduak:

Garapenerako hezkuntzako "baztertu" edo "marjinatuak" dira helduak. Zaila da haiengana iristea, erakunderen bateko kide ez badira, bereziki.

Hori dela eta, kolektibo honekin sentsibilizazio-lana egiten da normalean: sentsibilizazio-kanpainak, zabalpen masiboa...

### Adinekoak:

Gure gizartean gero eta gehiago dira adineko pertsonak, eta gizartean gero eta gehiago parte hartzen dute, gainera.

Pertsona hauekin lan egitean kontuan izan behar dugu errealitatearen inguruan dituzten esperientzia pertsonalek (Gerra Zibilean eskasia-garaia bizi izan bazuten, alaba langabezia badute...) garrantzi handia dutela haientzat, eta askotan zaila egiten zaiela beren errealitateak aldentzea.

Jarduerak prestatzean osagai jostagarri eta biziak sartu behar ditugu, helduekin aritzeak ez duelako esan nahi jarduerak serioak eta aspergarriak egin behar ditugunik. Dena den, muga fisiko batzuk behintzat kontuan hartu beharko ditugu: power point-etan letra-tipo handia, ondo entzuten diren bideoak...

Kolektibo honekin landu daitezkeen jardueren adibideak:

- Dastaketa-hitzaldia, lantegi praktikoak, lankidetzeta-jokoak.

### Antolakundeak:

Bi multzo bereizten dira:





## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

- Bidezko Merkataritza, kontsumo arduratsua eta lankidetzaz lantzen dituzten erakundeak.
- Jende helduak parte hartzen duen era askotako gizarte-erakundeak.

Proiektu bakoitza zein erakunderekin eta zein pertsonarekin landuko dugun zehaztu behar dugu: soldatapeko kideekin, kide boluntarioekin, amekin, aitekin, ikasleekin...

Erakunde hauekin lan egitean helburu desberdinak jorratuko ditugu:

- Erakundera joko dugu, erakunde horretan antolatuta dauden helduengana iristeko.
- Erakundera joko dugu, erakundearen beraren kontsumo-ohiturak lantzeko: erakundearentzat edo antolatzen dituzten jardueretarako erosketak egitean irizpide etikorik edo ingurumenari lotutako irizpiderik duten aztertzeko.

Kolektibo honekin landu daitezkeen jardueren adibideak:

- Hezkuntza-jarduerak (jardunaldiak, aldizkariak...).

### Enpresak:

Enpresek era askotako produktu asko eta asko inportatzen dituzte Hegoaldeko herrietatik. Nazioarteko merkataritza-harremanetan eragina izateko ahalmen handia dute, beraz. Haien esku dago neurriak hartzea beren hornidura-kateetan esplotaziorik ez dagoela ziurtatzeko.

Horregatik, Bidezko Merkataritzako zenbait erakunde lanean ari dira **enpresen erosketak arduratsuak** bultzatzeko. [Informazio gehiago](#).



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

Enpresak sentsibilizatzeko garaian, haien egoerari buruzko xehetasunak (erosketa-ohiturei buruzkoak bereziki) behar ditugu lehenik eta behin, eta hizkera enpresariala erabili behar dugu, haiekin ari garenean haien hiztegia erabiltzeko.

Enpresetan erosketa arduratsuak bultzatzeko, azken urteotan enpresamunduan asko hedatu diren estrategiekiko sinergiak erabili behar ditugu. [Enpresen erantzukizun soziala](#) izan liteke estrategia horietako bat.

Enpresa-elkarteengana jo behar dugu, halaber. Enpresekin lan egiteko modu onena azalduko digute elkarte horiek, beren kideengana iristen lagunduko digute eta guk emandako informazioa zabalduko dute.

Enpresekin jardutean, kontuz ibili behar dugu [kausadun marketing](#)-ik egin gabe. Enpresa askok erabiltzen dute [kausadun marketing](#) hori, beren produktuak sustatzeko eta irudi ona lortzeko, nahiz eta irudi hori, batzuetan, enpresaren benetako politikarekin bat etorri ez.

- Jardueren adibideak:
  - Sare-lana, trebakuntza-jarduerak, aholkatze-jarduerak.

### Administrazio publikoak:

Administrazioak gero eta gehiago konturatzen dira eginkizun bat dagokiela beren eragin-ahalmenagatik, eredu direlako eta bolumen handiekin lan egiten dutelako. Giza garapen iraunkorrerako eragile bezala dagokien betebeharrak jabetzen ari dira, beraz. Administrazio asko kezkatuta daude beren ekintzek munduko beste bazter batzuetan izan ditzaketen eraginengatik.



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

Eta horri erantzuteko, *erosketa publiko arduratsua* kontzeptua sortu da, administrazioetan erantzukizun soziala sustatzeko tresna eta jardun bezala. Nazioartean eta Europan erosketa publiko arduratsua —erosketa berde, etiko eta sozialak— bultzatzen duten kanpainak antolatu dira. **Erosketa publiko etikoaren** bidez, agintariek konpromisoa hartzen dute ekoizleekin eta nazioarteko itun eta estandarrak betetzen dituzten beste eragile ekonomiko batzuekin. Estandar horietan alderdi hauek arautzen dira: lan-baldintza duinak, gutxieneko soldatak, langileen eskubideak eta haurren lanaren aurkako borroka. Halakoak Bidezko Merkataritzaren barruan jasotzen dira, normalean, eta, konpromiso horri jarraiki, erakundeek irizpide eta estandar zorrotzenak betetzen dituzten produktuak lehenesten dituzte. [Informazio gehiago](#).

Erosketa publiko etikoaren aldeko lan-ildo hau bultzatzeaz gain, koherentzia handiagoa bilatu behar dugu administrazioen barruan. Giza garapen iraunkorra lortzeko bidean, erakundeetako erosketa sailak eta garapenerako lankidetzako sailak inplikatzeari gain, administrazioaren politika guzti-guztiak (merkataritzakoak, hezkuntzakoak, kanpo-harremanak...) ildo horrekin bat etortzea bultzatu behar dugu.

Administrazioarekin lan egitean, ezin dugu ahaztu faktore politiko, administratibo eta burokratikoek berebiziko eragina izaten dutela.

## **Kontsumo arduratsuari eta Bidezko Merkataritzari buruzko hezkuntza-jarduerak lantzeko behar diren elementuak**

Gure hezkuntza-jardueretan landu beharreko zenbait elementu aurkeztuko ditugu jarraian:



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

- Herritarren kontsumo-ohituretan eta jokamoldeetan eragina izatea, hots, gure barruan eta gure gizartean errotutako egituretan.
- Esportatzen diren produktu asko eta asko ekoizten dituzten Hegoaldeko gizon-emakumeen egoeraren kausak ezagutaraztea, mundu globalizatuaren testuinguruaren barruan.
- Emakumeen egoera eta emakumeek Bidezko Merkataritzan eta giza garapen jasangarrian duten eginkizuna ikusaraztea. Hizkera sexistarik ez erabiltzea.
- Koordinadoraren irudi eta mezuen kodea betetzea.
- Hegoaldeari buruz ematen dugun irudia zaintzea. Hegoalde aktibo eta protagonista bat erakustea. Hegoalde aktibo bat, proposamenak egiten dituen (fatalistak izan gabe), antolatua, herritarren eta komunitatearen bizi-baldintzak hobetzeko lan egiten duena, ezaguera tekniko eta sozialak dituen, inguruan elkarte-sare handi bat eratzen ari dena... erakusten digute Bidezko Merkataritzako kooperatibek.
- Pentsaera kritikoa eta informazioa bilatzeko joera indartzea.
- Jarduteko bide zehatzak eskaintzea.
- Produktuak ekoiztean egondako baldintza sozialak eta ingurumenekoak ezagutzeko jakin-mina piztea. Ingurumen kontuak ez baztertzea.

## **Kontsumo arduratsuari eta Bidezko Merkataritzari buruzko hezkuntzaren ahuldadeak eta etorkizuna**

Gaur egun gainditu beharreko ahuldadeak:



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

- Ikuspegi zaticatua. Gizarte-erakundeok hezkuntza-jarduerak lantzen ditugunean multzo itxietan aurkezten ditugu berez lotura estua duten kontzeptuak: Bidezko Merkataritza, kontsumo arduratsua, iraunkortasunean oinarritutako kontsumoa, herrian bertako kontsumoa, garapenerako lankidetzeta...
- Gogoeta egin behar dugu Bidezko Merkataritzaren aldeko mugimenduaren bilakaeraz, eta giza garapen iraunkorrerako beste estrategia batzuekin uztartzeko modua bilatu behar dugu.
- Gure jarduerak unean uneko eragina dute bakarrik, zaila zaigu aldaketa sakonak lortzea.
- Bidezko Merkataritzaren aldeko erakundeen artean koordinazio gutxi dago sentsibilizazio- eta hezkuntza-jarduerak antolatzeko (merkaturatze-jardueretan koordinazio handiagoa daukagu). Elkarrekin lehia ibiltzen gara batzuetan, eta ez ditugu gure arteko sinergiak erabiltzen, eragin handiagoa lortzeko.
- Erakundeek lan-karga handia dute. Horrek, beste arazo batzuekin batera, sarean jardutea galarazten du.
- Teknikariek ez dute prestakuntza pedagogikorik.
- Garapenerako hezkuntzaren garapen teorikoa falta da.
- Oraindik egiten ditugun jarduera batzuek (hitzaldiak, erakusketak...), oraingo formatuan behintzat, ez zaizkio jendeari interesatzen.

Etorkizunerako erronkak:



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

- Kontzeptu-esparru bateratu baten barruan jardun behar dugu, erakunde ekologistekin, nekazarien erakundeekin, kontsumo-erakundeekin, lanbidetza-erakundeekin... batera.
- Koordinazio handiagoa behar dugu Bidezko Merkataritzako erakundeen artean, lantzen ditugun proiektuetan eta zuzentzen gatazkiekin kolektiboetan.
- Gogoeta gehiago egin behar dugu Bidezko Merkataritzaren aldeko erakundeen barruan eta beste sektore batzuetako erakundeekin batera.
- Sinesgarritasun handiagoa behar dugu, Bidezko Merkataritza merkataritza tradizionalaren "benetako" alternatiba dela ikusarazteko jendeari.
- Gure jarduerak epe luzerako programetan txertatu behar ditugu.
- Jarduera eta proiektuetan ikasitakoa sistematizatu eta zabaldu egin behar dugu.
- Sormen handiagoa erabili behar dugu gure jarduerak prestatzeko garaian, eta alde zuzeneko xehetasun gehiago behar ditugu gure hartzailen eta haien ezaugarri zaletasunen inguruan.

EMAUS Gizarte Fundazioak landua, SETEM Hego Haizearen laguntzarekin



**BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

#### **4.1. UNITATEA. BIDEZKO MERKATARITZAK HEGOALDEKO EKOIZLEENGAN DUEN ERAGINA.**

Bidezko Merkataritzaren onuradunak Hegoaldean. Tipologia eta banaketa.

Bidezko Merkataritzaren eragina Hegoaldeko kooperatibetan.

Bidezko Merkataritza garapenerako lankidetzarako tresna gisa erabiltzen duten lankidetzarako eragileen iritziak.

#### **Bidezko Merkataritzaren onuradunak Hegoaldean. Tipologia eta banaketa.**

Bidezko Merkataritzako ekoizleen artean hiru maila bereizten dira:

- Lursail txikiak dituzten nekazariak. Elkarte eta kooperatibetan antolatzen dira, normalean.
- Eskulangile edo artisauak. Hauek ere kooperatibetan antolatzen dira, edo familia-lantegietan egiten dute lan. Eskulanak egiten dituztenen artean emakumezkoak dira gehienak.
- Soldatapeko langileak. Plantazioak, fabrikak eta bestelako enpresa pribatuak Bidezko Merkataritzako sisteman onartzea erabaki da berriki, soldatapekoek ere Bidezko Merkataritzaren onurak eskuratu ditzaten.

Bidezko Merkataritzak 660 milioitik gorako salmentak izan zituen Europan 2005ean. Kopuru hori behar bezala baloratzeko, 2000ko salmentekin alderatu behar dugu: orduan 260 milioi euro saldu ziren. Iturria: *Fair Trade in Europe 2005*. FLO, IFAT, NEWS eta EFTA.



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

Saldutako Bidezko Merkataritzako produktuen atzean milioitik gora ekoizle eta haien familiak daude. Ekoizle horiek era askotako elikagaiak (kafea, kakaoa, tea, bananak, panela...) eta eskulanak (oihalak, bitxiak, etxerako gauzak...) ekoizten dituzte.

Langile horietako gehienak Afrikakoak, Asiakoak eta Latinoamerikakoak dira. Europa Ekialdeko ekoizle batzuk ere Bidezko Merkataritzako sisteman sartu dira.

Arrazoi historikoen ondorioz, elikagai gehien-gehienak Latinoamerikatik datoz gaur egun, oraindik ere. Dena den, azken urteotan Bidezko Merkataritzako ekoizpenak asko ugartu dira Afrikan.

EFTA-KO KIDEEN HORNITZAILEAK (2005)			
Kontinentea	Elikagaiak	Bestelakoak	Guztira
Afrika	43	48	91
Asia	25	92	117
Latinoamerika	102	43	145
Beste batzuk	10	5	15

Iturria: *Otra manera de hacer negocios. Los éxitos y los retos del Comercio Justo*. FLO, IFAT, NEWS eta EFTA. 2006.

Eskulanen eta elikadurakoak ez diren produktuen kasuan (oihalak, adibidez), Asia da Bidezko Merkataritzaren hornitzaile nagusia.





## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

Bidezko Merkataritzako ekoizleak askotan gutxiengoetako kideak (indigenak, emakumeak, bereziki baztertutako klaseak...) izaten dira beren herrietan bertan.

### **Bidezko Merkataritzaren eragina Hegoaldeko kooperatibetan**

Eragin hori neurtzeko, Traidcraft, Fair Trade Assitance, Oxfam, Artisans du Monde, Magasins du Monde, Ctm Altromercato, Vétérinaires Sans Frontières eta, berriki, Swisspeace erakundeek azterketa batzuk egin dituzte, oso emaitza interesgarriak utziaz.

Alderdi onekin hasita, Bidezko Merkataritzako produktuak egiten dituzten ekoizleentzat jabekuntza (*empowerment*) da ondoriorik onena, hots, beren antolakundeak sendotzea. Sendotze hori alor hauetan gertatu da, batik bat: ekoizpenean, kalitatean, ontziratzean eta produktuen garapenean. Horrek ekoizleen auto-estimua hobetzea ekarri du, betiko merkatuetako beste eragile ekonomikoekin negoziatzeko ahalmen handiagoa emanez ekoizleei. Iturria: IDEASeko Mercedes García Vinuesak Emaús Gizarte Fundazioak eta Setem Hego Haizeak kontsumo arduratsuari eta Bidezko Merkataritzari buruz antolatutako jardunaldietan irakurritako ponentzian oinarritua.

Jasotako prestakuntza eta laguntza, diru-sarrera osagarriak, talde bateko kide izatea, erabakietan parte hartzeko aukera gehiago izatea eta gaitasun teknikoak ikastea dira Hegoaldeko ekoizleek gehien azpimarratu dituzten alderdiak.

Prezioak finkatzeko prozesua kooperatibaren eta inportatzailearen artean adostea oso ona iruditzen zaie, halaber, prezio horiek erosleek nahi bezala jarri beharrean.

Zenbait ikerketaren arabera, Bidezko Merkataritzaren eragina ez da produktuak ekoizten dituzten Hegoaldeko erakundeetara mugatzen, erakunde



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

horiek dauden erregioetaraino iristen baita. Bidezko Merkataritzako kooperatibak dauden herrietako merkatuetan, bitartekariak nekazari gutxiago dituzte uzta erosteko eta, horren ondorioz, gerta liteke bitartekari horiek prezio altuagoak eskaintzen hastea, ekoizpen-maila handiagoa bultzatuz horrela.

Bestalde, kooperatibek gizartean (hezkuntzan, osasunean...) egiten dituzten inbertsioen onurak komunitate osoari heltzen zaizkio.

Bidezko Merkataritzaren eragina neurtzeko egindako ikerketa gehienak produktu jakin batzuei buruz (kafea edo eztea, adibidez) edo ekoizle nahiz eremu geografiko oso zehatzei buruz egin dira. Azterketa horiek Hegoaldeko erakundeen testigantzekin osatu behar dira, Bidezko Merkataritzaren eragina ikuspegi kuantitatibo batetik ez ezik, ikuspegi kualitatibo batetik ezagutzeko.

Setemek argitaratutako *El Comercio Justo en España 2006* liburuan mundu osoko zenbait kooperatibaren lekukotzak jasotzen dira. Lekukotza horietan ondorio on hauek aipatzen dira:

- Oinarriko erakundeak sortzen eta sendotzen dira. Hala, gizarteak gehiago ikusten ditu ekoizleak eta eragin politiko handiagoa lortzen dute gizartean.
- Bidezko Merkataritzari esker ekoizpen nahiz merkatu alorreko estrategiak hobetu dituzte, ezaguera teknikoak, finantza nahiz ekoizpen alorreko ezaguerak, ekoizteko eta merkatuan aritzeko gaitasunak eta nazioarteko ekonomiaren eta merkatuen gaineko ezaguera handiagoa eskuratu baitituzte. Horri esker, merkatuan lehiatzeko aukera handiagoak eta beren ekoizpena hobeto kudeatzeko gaitasuna lortu dute, eta jarduera-



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

eremu berriak jorratzeko eta familiarentzat beste diru-iturri batzuk bilatzeko bidea eman die horrek.

- Kooperatiben barruko egitura demokratikoak sendotuz, genero-berdintasuna areagotu da, ingurumena errespetatzen duten ekoizpen-ereduak landu dira eta epe luzerako merkataritza nahiz lankidetzako harremanak garatu dira. Horrek ederki erakusten digu Bidezko Merkataritza giza garapen iraunkorrerako tresna egokia dela.

Eragina neurtzerakoan, Bidezko Merkataritzak gainditu beharreko erronkak hartu behar dira aintzakotzat, eredu horrek gizartean, ekonomian eta ingurumenean duen eraginari eutsi eta eragin hori areagotu ahal izateko. Hauek dira Bidezko Merkataritzaren erronka nagusiak:

- Transnazional handien merkataritza-jardunean eragina izatea.
- Nazioarteko merkataritza-politiketan eragina izatea, produktu inportatuek ordaindu beharreko muga-zergetan, esportaziora zuzendutako diru-laguntzak arautzen dituzten politiketan, MMEren politiketan...
- Ekoizle-taldeek Bidezko Merkataritzako produktuak esportatzen dituen kanalarekiko duten mendetasuna murriztea. Ekoizleak merkatu arruntetan sartu eta Bidezko Merkataritzatik askatzea da helburua, epe luzera begira.

Gaur egun, mendekotasuna dago epe luzera begira. Mendetasun horrek galarazi egiten du talde berriek bat egitea eta erakunde heldu eta garatu bezala burujabe aritzea. Alegia, erakunde ekoizle batek Bidezko Merkataritzako kanalak zenbat eta gehiago erabili, orduan eta gehiago dibertsifikatzen ditu bere salmentak bertako merkatuetan eta Bidezko



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

Merkataritzako beste erakundeekin, baina ez, ordea, esportaziora bideratutako beste merkatuetan.

- Ingurumenarekiko errespetuan sakontzen jarraitu beharra dago. Zenbait lehengairen jatorria kontrolatzeko sistemak azertu behar dira (egurraren jatorria, adibidez, legez kanpo botatako zuhaitzetatik ez datorrela ziurtatzeko). Horrekin batera, hondakinak kudeatzeko sistemak jarri behar dira kooperatibetan.
- Ahalegin berezia egin behar dugu gaitasunak sortzeko. Trebakuntza eta prestakuntza ezinbestekoak dira produktuen kalitatea eta erakundeen kudeaketa hobetzeko, eta Bidezko Merkataritzak aldarrikatzen dituen antolakuntza-eredu demokratikoak bultzatzeko.
- Ekoizpena dibertsifikatzea. Monolaborantzarekiko mendekotasuna murrizteko ahaleginetan gabilta. Nekazaritzako prezioen krisiak agerian utzi duenez, labore bakarretik bizitzeak ondorio ikaragarriak izan ditzake kooperatibentzat eta erregio osoko ekonomiarentzat.
- Elikadura-burujabetza bultzatzeko estrategiak landu behar dira, ekoizpenaren zati bat bertakoak hornitzera eta bertako merkatuetara bideratuz. Irizpide ekologikoak ezarri behar dira eta Hegoaldeko produkturik inportatuz gero, bertako produktuekin lehiari ez daudela ziurtatu behar da.
- Hegoaldearen baitako trukea bultzatu behar da: ekoizpenaren zati bat bertako merkatuetara bideratu eta Hegoaldeko herrialdeetako kooperatiben arteko trukea bultzatu behar da.



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

- Sarean lan egin behar da lankidetzaren alorreko beste eragile batzuekin eta Hegoaldeko nekazari-elkarteekin, merkataritza-arauek azken horiek ere kaltetzen dituztelako.
- Kontsumitzaileak kontzientziatu behar ditugu, Bidezko Merkataritzako produktuen prezioa ondo baloratu dezaten, ekoizpen-kostuak eta ingurumen, gizarte nahiz kultur alorreko balio erantsia gogoan hartuz.

### **Bidezko Merkataritza garapenerako lankidetzarako tresna gisa erabiltzen duten lankidetzarako eragileen iritziak**

Lankidetzan diharduten nazioarteko eragile publiko batzuek azpimarratu dutenez, Bidezko Merkataritza eraldaketarako tresna egokia da.

Espainiako Estatuan, Garapenerako Nazioarteko Lankidetzari buruzko legea (23/1998 Legea, uztailaren 7koa) onartu zen 1998an, eta bertan esaten da Bidezko Merkataritza lankidetzarako tresna bat dela, garapenerako hezkuntzaren eta gizartearen sentsibilizatzeko esparruetan. Bestalde, Espainiako Garapenerako Lankidetzako Agentziak 2005-2008ko Gida Planak ere garapenerako lankidetzarako tresnatzat jotzen zuen Bidezko Merkataritza, Hala, Espainiako gizartearen sentsibilizatzeko eta garapenerako hezkuntza lantzeko jardueraren eremuan aipatzen du Bidezko Merkataritza. Horrekin batera, Bidezko Merkataritzako kooperatibei laguntzea azpimarratzen du bere ildo estrategikoen artean.

Bestalde, Europar Parlamentuak [Bidezko Merkataritzari eta garapenerari buruzko ebazpen bat \(2005/2245\(INI\)\)](#) onartu zuen 2005ean, eta bertan hau azpimarratzen zuen:

- Bidezko Merkataritza garapenerako iraunkorrerako tresna eraginkorra dela frogatu da.



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

- Bidezko Merkataritza tresna garrantzitsua da [Milurtekoko Garapen Helburuak \(MGH\)](#) lortzeko, pobrezia ezabatzeari eta munduan garapena lortzeari dagokienez, bereziki.
- Emakumeek pisu handiagoa izan beharko lukete Bidezko Merkataritzan, haiek direlako garapen iraunkorrerako eragile ekonomiko nagusiak.
- Herrialde indigenei beren produktuak zuzenean Europako merkatuetan saltzen laguntzeko ere Bidezko Merkataritza tresna eraginkorra dela ikusi da. Beren bizimoduari eta beren ekoizpen-eredu tradizionalei eusteko aukera ematen die horrek.

**EMAUS Gizarte Fundazioak landua, SETEM Hego Haizearen laguntzarekin**



BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

## **4.2. UNITATEA. HEGOALDEKO ERAKUNDEEK BIDEZKO MERKATARITZAKO KANALETAN SARTZEKO DITUZTEN ZAILTASUNAK.**

Bete beharreko irizpideen ondorioz.

Iparraldeko merkatuen ezaugarrien ondorioz.

Bidezko Merkataritzako ekoizpen-erakundea bihurtzea.

### **Bete beharreko irizpideen ondorioz.**

Irizpideak betetzeari dagokionez, bidezko prezioa jartzea zaila izaten da askotan. Bestalde, kooperatibek ekoiztako produktuengatik jasotzen duten prezioak ekoizpen-kostuak eta gastu orokorrak ordaintzeko eta soldata duina emateko adinakoa izan behar du. Zer da soldata duina? Testuinguru sozial zehatz batean onargarria dena, bizi-kalitate egokia ematen duena eta gizon-emakumeen arteko berdintasuna aintzat hartzen duena.

Elikagaien kasuan, inportatzaileek eta kooperatibek zuzenean negoziatzen dute amaierako prezioa. Eskulangileen eta oihalgintzaren kasuan, berriz, oso zaila izaten da "bidezko prezioa" zehaztea. Baratzeko eta etxeko lanez gain, jarduera osagarri bezala, egin ohi dira halako produktuak eta askotan oso zaila izaten da bidezko prezioa kalkulatzeko, ez dagoelako behar beste daturik edo finantzen inguruko prestakuntza egokirik.

Prezioa kalkulatzeko datu hauek hartu behar dira kontuan:

- Erabilitako materialen balioaren kalkulu zehatz eta gardena.
- Ekoizpenean erabilitako denbora zehatza, egindako lana bizimodu duina izateko aukera ematen duen balio baten arabera ordainduta.
- Enpresa eta ekoizpen-ekimen guztiek dituzten gastu orokorren kalkulua.



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

- Kapitalizatorako eta aurrezpenerako gutxieneko marjina.

Bidezko prezioak honetarako aukera eman behar die ekoizleei:

- Beren ekoizpen-jarduera ekoizpen errentagarria izatea.
- Diru-sarrera handiagoak eta egonkorrak eskuratzea.
- Beren bizi-maila hobetzea.
- Komunitatearen garapen iraunkorra bultzatzea.

Azken prezioa kalkulatzeko, Bidezko Merkataritzako produktuen kontsumitzaileen egungo merkatuaren egoera ere aintzat hartu behar da. Izan ere, kontsumitzaile horiek irizpide sozialak eta ingurumenekoak errespetaraztearen gehixeago ordaintzeko prest egon arren, eskaintzaren eta eskariaren legeen arabera jokatzeko jarraitzen dute. Edozein produkturen prezioak (xaboiarenak adibidez) ezin du kontsumitzaileek merkatuan hautemandako gehienezko prezioa gainditu. Beste merkataritza-jarduera batzuetan gertatzen den bezala, kontsumitzaileek nekez ordainduko dute erosi nahi duten produktuaren gehienezko prezioa iruditzen zaiena baino gehiago. Alegia, jendeari, oro har, xaboiaren gehienezko prezioak 3 euro izan behar duela iruditzen bazaio, nekez ordainduko dute gehiago Bidezko Merkataritzako xaboi batengatik, nahiz eta xaboi horrek beste balio erantsi batzuk izan (lehengai hobeak, eskuz eginga izatea, emakumeen kooperatiba batean eginga izatea...). Bidezko Merkataritzak kontsumitzaileek erosi nahi dituzten produktuak ordaindu nahi dituzten prezioetan eskaini behar ditu, merkatuan iraun ahal izateko.

Eskulanen salmentan ere eragina dauka prezioen kontu honek. Halere, kontuan hartu beharko genuke alde handia dagoela eskuz egindako eta katean egindako





## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

produktuen artean: eskuz egindako produktueta sormen handia erabiltzen da, herri baten historia dago atzean eta eskulan-ordu asko behar izaten dira; besteetan, aldiz, atzerriko profesional batek diseinatuta egoten dira oso-osorik, edo mundu-mailako merkatuan dauden beste produktu batzuen kopiak izaten dira.

Kontsumitzaileek erosteko duten jarreran eragina izan nahi badugu, sentsibilizazio-lana egin beharko dugu haiekin, lehengaien kalitatea, balio artistiko eta kulturala eta gainerako balio sozialak eta ingurumenekoak baloratzen ikas dezaten. Produktuaren jatorriaren eta produktua ekoitzi duen kooperatibaren berri emateaz gain, produktuaren kalitatearen eta balio artistiko eta tradizionalaren berri ere jaso behar dute kontsumitzaileek.

Prezioari dagokionez, kontinente desberdinetako Bidezko Merkataritzako kooperatiben artean dagoen lehia daukagu, bestalde.

Bidezko Merkataritzako eredu Mendebaldean sortu zen. Paternalista eta euro-zentrista izatea leporatzen diote batzuek. Irizpideak erregio bakoitzeko egoera sozial eta politikora nola egokitu aztertu beharra dago. Nola bizitzen dute Bidezko Merkataritza Afrikan, Latinoamerikan eta Asian, eta nola egokitu gaitzke horretara? Adibidez, emakumearen egoerari dagokionez, kontuan izan behar dugu zenbait herritan emakumeek ezin dutela lurren jabe izan, eta funtzionamendu demokratikoari dagokionez, berriz, European eta Afrikako zenbait erregiotan ez dute ikuspegi berdina ordezkapen-sistemei buruz.

Egia da Bidezko Merkataritzaren gogo-oinarriak unibertsalak direla berez, baina gogo-oinarri horiek aplikatzean tokian tokiko testuinguru zehatza eta hango egoera historiko, sozial eta kulturala hartu behar ditugu kontuan.



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

Irizpideak betetzeari dagokionez, Hegoaldean batzuek salatu dute Hegoaldeko ekoizleen fiskalizazioa egiten dela, baina Iparraldeko taldeei ez zaiela erantzukizunik eskatzen, eta ez dutela antzeko irizpiderik bete behar izaten antolakuntzari, generoari, ingurumenari eta gardentasunari dagokienez. Eraginaren azterketak egiten direnean Bidezko Merkataritzak Hegoaldeko erakundeetan eta haien jardunean duen eragina neurtzen da bakarrik, eta ez, aldiz, lan Iparraldeko erakundeen jardunak duena.

Nekazari txikientzat batzuetan zaila izaten da Bidezko Merkataritzaren irizpideak betetzen dituen kooperatiba batean antolatzea eta funtzionamendu iraunkorra izatea, finantzazioa eta prestakuntza falta zaizkielako. Hori dela eta, hasieran GKEen laguntza behar izaten dute askotan.

### **Iparraldeko merkatuen ezaugarrien ondorioz**

Gaur egun, Bidezko Merkataritza esportaziora bideratzen da gehienbat, eta, horren ondorioz, Bidezko Merkataritzako kooperatibek beraienak ez bezalako gustuak eta modak dituzten merkatuetan saldu behar izateak dakartzan oztopoak gainditu behar izaten dituzte. Oihalgintzan, adibidez, neurrien arazoa konpontzen hasiak dira. Latinoamerikako, Afrikako, Asiako eta Europako pertsonen gorputz-neurriak oso desberdinak izaten dira. Espainiako inportatzaileek ekarri zituzten lehenbiziko arropetako batzuk ezin genituen jantzi: maukak oso laburrak ziren, burua sartzeko zuloak txikiegiak...

Iparraldeko merkatuetan dagoen beste oztopo bat gure merkatuetako osasun-arauak dira. Oihalgintzaren alorrean, esate baterako, arau zorrotzak daude erabilitako tinduen inguruan, alergiak eta intoxikazioak galarazteko. Horregatik, baimendutako tinduei buruzko informazioa eta prestakuntza eman behar zaie ekoizleei. Dena den, prestakuntza eman arren, arazoak egon litezke, kooperatibek



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

oihalak eta hariak tindatuta erosten dituztelako askotan, eta zein tindu erabili den jakiteko modu bakarra analisi garestiak egitea da.

Hegoaldeko kooperatibek inportatzaileen aholkuak jasotzen dituzte, Iparraldeko merkatuetako gustu eta moden inguruan. Baina kontu honetan tirabirak sortzen dira eskularen kultur nortasuna gordetzearen eta Iparraldeko merkatuen gustuko produktuak ekoiztearen artean, eta erabaki behar da Iparraldeko merkatuetan saltzeko norberaren kultur ondarearen zati bat baztertu behar ote den.

Ataka horren aurrean, sentsibilizazio-lana egin behar dugu kontsumitzaileek eskularen balio artistiko, kultural eta soziala antzematen eta onartzen ikas dezaten.

Besta arazo batzuk eskariekin gertatzen dira. Kooperatiba txikiek batzuetan ezin diete eskari handiei erantzun, eta arazoak izaten dituzte entrega-epeak betetzeko.

Bestalde, kooperatiba handientzat inportatzaileen eskulan-eskaria txikiegia izaten da batzuetan. Bidezko Merkataritzako dendetan modelo bakoitzeko ale gutxi-gutxi saltzen dira, normalean. Hortaz, eskariak egitean lan handia egin behar da antolakuntza eta logistika aldetik, eta batzuetan hori ez da errentagarria eskari txikiekin ari bagara.

Iparraldeko erakundeek ordainketa aurreratuak eta amaierako ordainketak garaiz ordaintzen ez dituztelako kexu dira Hegoaldeko kooperatibak, horrek arazo handiak sortzen dizkielako ekoizleei: aurrerakinik gabe zorrak hartu behar dituzte ekoizteko, eta amaierako ordainketa garaiz iristen ez bazaie maileguak eskatu behar dituzte.



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

### **Beste zailtasun batzuk**

Lehengaiak eskuratzeko arazoak izaten dituzte ekoizleek, batzuetan, lehengai horiek (egurra, artilea...) gutxi batzuen esku egoten direlako, eta garesti ordaindu behar izaten dituztelako, ondorioz. Hori dela eta zorrak egin behar izaten dituzten ekoizleek. Kooperatibetan elkartuta lan egiten duten ekoizleek indar handiagoa izaten dute negoziatu eta hornitzaile berriak bilatzeko.

### **Bidezko Merkataritzako ekoizpen-erakundea bihurtzea**

Kooperatibak eta elkarteak eratu eta antolatzeko lehen urratsak eman behar direnean, GKEen babes oso lagungarria izaten da.

Bidezko Merkataritzan sartzeko ez dago ondo zehaztutako bide bakar bat. Hegoaldeko antolatzaileak beraiek inportatzaileekin jartzen dira harremanetan, beren produktuak eskaintzeko.

Bidezko Merkataritzan sartu ahal izateko, kooperatibak prozesu bat hasi beharko du, Bidezko Merkataritzako irizpideak pixkana-pixkana betetzen joateko.

IFATEk, Afrikan, Latinoamerikan eta Asian dituen hiru adarrekin batera, babes eta orientazioa ematen die esperientzia gutxi duten ekoizle-taldee, eta IFATen irizpideak betetzeko eta Bidezko Merkataritzan sartzeko behar dituzten laguntza teknikoa eta prestakuntza ematen die, halaber.

Irizpideei dagokienez, bi arau-sorta orokor ditu FLOk: Lursail txikiak dituzten nekazari entzat da bata, eta plantazioetako langile entzat, bestea. Elikagaien, loreen, kotoiaren eta futboleko baloien ziurtagiriak ematen ditu FLOk gaur egun.

Oraindik ez du irizpiderik finkatu eskulan entzat eta elikagaiak ez diren bestelako produktu entzat. Halako entzat IFATen estandarrak erabil ditzakegu.



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

2005ean, Guía para integrar proyectos productivos en el Comercio Justo (Ekoizpen-proiektuak Bidezko Merkataritzan txertatzeko gida) argitartu zuen Emaus Gizarte Fundazioak. Nahi izanez gero, gidaren ale bat bidaliko dizuegu postaz. Ekoizle-erakundeei laguntzen dieten GGKEei zuzentzen zaie gida, baina ez ekoizle-erakunde txikiei, Hegoaldean ekoizpen-unitateak garatzeko eta Bidezko Merkataritzako sareko kide izateko aukera aztertzeke garaian erakunde haiei laguntzen dieten erakundeei baizik.

Bi gauzatarako erabili daiteke gida: erakunde batek Bidezko Merkataritzaren irizpideak eta estandarrak betetzen dituen aztertzeke eta Hegoaldeko erakunde txikiei enpresa-dinamikan sartzeko prozesuan laguntzeke.

**EMAUS Gizarte Fundazioak landua, SETEM Hego Haizearen laguntzarekin**



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

### GIZARTE ERAKUNDEEN KONTSUMO ARDURATSUA

Gizarte erakundeek, gizarteko gainontzeko aktore eta erakundeekin batera, inguruan dugun eredu kontsumista agintarian parte hartzen dugu.

Kontsumoaren eragin negatiboari buruz eta Kontsumo Arduratsuaren eraldatzaile botereari buruz, gizartea sentibilizatzeko beharra dugu. Horrela, urteak daramatzagu gaia lantzen talde desberdinekin eta estrategia ezberdinak erabiliz.

Hala ere, ez dugu hain argi erakunde bezala kontsumitzaile eta hondakinak sortzen ditugun subjektua garenik. Erakundeak egindako erosketetan (material informatikoa, sustapenerako elastikoak, papera,...) edo proiektu edo ekintza konkretuetan egiten ditugunak (jardunaldietarako catering-ak, triptikoak,...) gizarte edo ingurugiro irizpideak kontutan hartzen al ditugu. Jabetutako produktuen enpleguan, energia kontsumoa gutxitzen duten (bulegoa uzterakoan dena itzaltzea), bizitza zikloa luzatu edo berrerabilera egitera laguntzen duten (orrialde bat inprimatuta izan den orria berrerabili,...), horrelako ekintzarik egiten al dugu?, sortzen diren hondakinak bideratzen al ditugu (hondakin informatikoen gaikako bilketa,...)?.

Honi buruzko barne hausnarketa egitera behartu gaitu edo jarduera arduratsuak berrikustera behartu gaitu, bi arrazoiengatik jabetuz joan baikara:

- o Batetik, jarduera ez arduratsuak, mundu globalizatu honen ingurugiro eta babesgabatasun handiena duten sektoreetan eragin negatiboa izaten ari direlako.
- o Bestetik, gizartearen adibide izan behar garelako. Benetan eraginkorra izateko, gure arrazonamenduak gure jarduerarekin koherentea izan behar du.

Herri administrazioak eta erakunde pribatuak bezala, gizarte erakundeek erosketa politika egituratuak garatzea beharrezkoa den planteatu behar gara; hurrengo irizpideak dituzten politikak:

- o Eraginkortasun irizpideak, kontsumoaren gastua benetan beharrezko denera gutxitzea.
- o Ingurugiro irizpideak, ingurugiro gestio jasangarri bati erantzun diotenak.



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

- o Irizpide etikoak, ekoizle diren pertsonetan eragin negatiboa ez izateko, eta beraren eta bere erkidegoaren garapena lagundu dezagun.

Erosketa politika arduratsu bat ezartzeak erakundeen maila guztien parte hartzea eskatzen du: zuzendaritza pertsonala, pertsonal-technikaria eta boluntariotza. Ezarpen honetan zuzendaritza pertsonalaren eginkizuna oso garrantzitsua da, bere gain ditu erakundeko pertsona ororen motibatze lana eta beharrezko tresnak ematea. Tresna hauen artean oinarrizkoak dira kudeaketa plana eta prestakuntza.

“Zentzuz Kontsumitu – Consume con Sentido” Gasteizen harremanetan dauden Gobernu Kanpoko hiru Erakundeak burutzen ari diren proiektua da, SETEM Hego Haizea, MUGARIK GABE eta PAZ y SOLIDARIDAD Fundazioa. Proiektu honen helburua zentzuzko eta arduratsua den kontsumoa bultzatzea da. Aldizkari honetarako proiektua koordinatzen ari den pertsonari elkarrizketa egin diogu, Rakel Encina.

- o Rakel, noiz hasi zineten proiektu honekin eta zein helburuarekin?

2006ko urtarrilaren 2an hasi zen, globalizazio neoliberalaren eraginei erantzuteko helburuarekin, kontsumoa eta enpresa botere, giza eskubideak haustea eta ingurugiro arazo orokorren kontzentrazio egoerekin, kontsumoak dituen elkarloturen ezaguera handiagoaren bitartez.

Horretarako, kontsumitzaile elkarte eta merkataritza txikiekin elkartasunak egiten saiatzea proposatu genuen, beraien egoitza eta saltokien bitartez, hausnarketa eta informazioa emate prozesuan sartuz.

- o Gizarte erakundeekin izandako lan esperientzian, gure erosketak egiterakoan eta hondakinak kudeatzerakoan, erakunde gehienek ingurugiro irizpideak eta irizpide etikoak kontutan hartzen ditugun egiaztatzerik izan al duzu? Edo oraindik lan asko egitea geratzen zaigu arlo honetan?

Kontsumoaren inguruko kezka dago, baina jarduera jasangarriagoa eta arduratsuagoa ez da eman. Papera birziklatzea, oinarrizko hondakinen banaketa eta gizarteratzeko erakunde edo kideko batean erosteaz gain, ez da zalantzan jartzen, ditugun beharrak, erabiltzen ditugun ekipoak, erosten dizkiegun marka edo erakundeak, non lortzen diren. Eskaintza lehenetsi egiten da. Gizarte erakunde gehienok, gehienetan, baliabide gutxi ditugunez, ez gara batere kontsumistak gure dirua gastatu behar dugunean. Baina ekintzaren bat egiteko aurrekontua badago



## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

itxurari balioa ematen zaio eta askotan ez da ongi kalkulatu argitaratzen diren materiala versus sortzen diren hondakinen eraginkortasuna.

- o Kontsumo Arduratsua egiterako orduan, erakundeak zein zailtasunekin aurkitzen dira?

Gure kontsumoaren hausnarketarik ez da egin, ez gizarte mugimendu bezala ez eta Garapenerako Gobernu Kanpoko Erakundeko koordinatzaile bezala. Garapenerako Hezkuntzaren gaia dirudi eta ez politika erakunde eta erakundeko baloreena.

Bestalde, beste herrialdeekin erkatuz, gure inguruak dituen hautabidezko ekimen ekonomikoak gutxiago dira, nola bidezko merkataritza dendak, nola produktu ekologikoak, bigarren eskukoak, birziklaketak, genero berdintasun irizpideak dituzten kooperatiben sustapena, etab. Horrek guztiak hausnarketa eta jardueraren arteko distantzia luzatu du, zerbitzu edo produktu bat behar denean ez dago balore etikoak dituen merkaturik.

Ekimen ekonomikoak gutxi direla eta, gida eta katalogoak argitaratzeko baliabideak ez daude.

- o Erosketetan irizpide arduratsuen barneratzea sartzeko, zein pausu edo tresnetan oinarritu daitezke erakundeak?.

Lehenengo pausua barne eztabaida eta hausnarketarako gune bat sortzea da, erakunde bakoitza aspektu batzuetan zentzuduna eta koherentea izan daiteke baina beste batzutan hutsune asko izan ditzake. Hausnarketa honetan erakundeko gehienek parte hartzea garrantzitsua da, bai erakunde bezala, bai norbanako bezala ditugun kontsumoak aztertzea garrantzitsua delako. Hemendik erakundeentzat baliotsua den informazioa lortu dezakegu, ezagutzen ez genituen eta lor tzeko lan zailak ez diren hautabideen informazioa. Modu horretan, erakundearen hausnarketa gradua, pertsonen bizitzan dituzten hausnarketa eta konpromezuen graduarekin harremanduta dago, lanera eramaten baitugu.

Hurrengo pausua erronkak planteatzea da, eremu zehatzetan helburu asekibleak dituzten erakunde diren bezala, posible dela ikusteko.

Prozesu auditago batekin hasi nahi dutenentzat, ikus ECODES, jasangarritasun politikak daude. Garapenerako Gobernu Kanpoko Erakunde koordinatzailean erakundearen erosketen buruzko protokoloa ere badago. Ekonomia





## BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat

alternatiboa eta lagunkide duten enpresei buruzko, REAS gida bat bezala inspiratu dezakeen materialak daude, produktu eta zerbitzu askoren zentzuzko kontsumorako aholku egokiak ematen duen opcioen aldizkaria. Laster, Sumendi-ko Toni Lodeiro-k Kontsumo Arduratsua gida bat argitaratuko du. Zentzuzko proiektuak diagnostiko bideo bat argitaratuko dugu, non gauden eta zer hobetzea gustatuko litzaigukeenari buruzko eztabaida sortzeko balio dezake.

- o Proiektuaren dokumentazioan Zentzuzko kontsumoaz gainera Erantzukizunaz ere hitz egiten duzue, zergatik iruditzen zaizue beharrezkoa dela adjektibo hau ezartzea?

Kontsumo Arduratsua etikan, elkartasunean eta ekologian oinarritutako kontsumoa da. Guzti honek gizarte dimentsio garrantzitsu batean kokatzen gaitu, baina badirudi ardura norbanakoaren dela, bakoitzarena. Aurrekoaz gain, motibazio pertsonala ere garrantzitsua dela ikusi dugu, kontsumo desberdin bat egitea ez dela bakarrik positiboa besteentzat, niretzat ere hala da. Gainera pertsona bakoitzak eredu berriak sortzeko eta behar pertsonal eta taldekoak asetzeko, beste pertsona batzuen laguntzaz lortu dezake.

Erantzukizuna zama handiko kontzeptua da. Erantzukizunak ongi eramango dira pertsonen aukeratutakoak badira. Kontsumo arduratsua egiteko gogoia sustatzeko, motibazio pertsonalarekin lan egin behar dela pentsatzen dugu, kontsumo desberdinak aske senti arazten nauela ikusi eta sentitu, ni neu naiz, gutxiago gastatzen dut, gutxiago behar dut, sormen handiago daukat, lehen ezagutzen ez nituen hautabideak ezagutu ditut, gehiago banatzen dut, alaiagoa naiz, harreman gehiago ditut, diru sarrera handien menpekotasun gutxiago daukat, gutxiago lan egin dezaket diruagatik, informazio ezberdina eskuratzen dut, aldaketa proiektuetan parte hartzen dut, etab.

Helburua ez da Kontsumo Arduratsua egitea kontsumo gizartearen ingurugiro eta gizarte eraginak gutxiagotzeko –bakoitzari dagokionean-, kontsumo gizartearen oinarritutako hazkunde ekonomikoaren logika eraldatzen duten, kontsumo eredu berriak taldeka sortzen hastea baizik.

Kontsumo Zentzudunak laguntzen digu:

- Gure benetako beharrak ezagutzera eta asetzeko moduak eztabaidatzen.



## **BIDEZKO MERKATARITZAN lanari buruzko GIDA gizarte erakundeentzat**

- Produktu eta zerbitzuen bizitza ziklo osoan dituzten gizarte eta ingurugiro eraginei buruzko hausnarketa egiten, hasierako lehengaietatik bizitza ondorengo hondakinak arte.

Ekarpen hauek eskaintzen dizkigu:

- Norbanako eta taldeko prozesua.
- Askatasuna
- Sormena
- Parte hartze ekintza

**EMAUS Gizarte Fundazioak landua, SETEM Hego Haizearen laguntzarekin**