Lurralde : invest. espac.	47	2024	p: 39-64	ISSN 0211-5891	ISSN 1697-3070 (e)

FOMENTO DEL COMERCIO JUSTO EN EUSKADI: UNA REALIDAD TERRITORIAL DESIGUAL

ITSASO FERNÁNDEZ DE LA CUADRA-LIESA
Facultad de Economía y Empresa (Elcano), Dpto. Economía y Gestión
Elcano 21, 48.008 Bilbao (Bizkaia, España)
itsaso.fernandezdelacuadra@ehu.eus

ASIER ARCOS-ALONSO
asier.arcos@ehu.eus

AMAIA GARCIA-AZPURU
amaia.garcia@ehu.eus

MIKEL BARBA-DEL HORNO
Facultad de Economía y Empresa (Sarriko), Dpto. Economía Aplicada
Avda. Lehendakari Agirre 83, 48.015 Bilbao (Bizkaia, España)
mikel.barba@ehu.eus

Resumen

Un análisis de la realidad del Comercio Justo en Euskadi desde un enfoque geográfico en base a dos criterios –vinculación al Programa Ciudades por el Comercio Justo y presencia de entidades de Comercio Justo- muestra la cobertura poblacional existente; entendida ésta como el acceso y las posibilidades de conocer y consumir Comercio Justo en un municipio.

Los resultados evidencian la colaboración entre el Programa Ciudades por el Comercio Justo y entidades de Comercio Justo como clave para una mayor cobertura, una concentración de esfuerzos en municipios más poblados y una falta de participación de municipios rurales y, la necesidad de una mejor estrategia para fomentar el Comercio Justo.

Palabras clave: Ciudades por el Comercio Justo; Desarrollo Sostenible; Territorio Histórico, Comunidad Autónoma del País Vasco,.

Laburpena

Euskadiko Bidezko Merkataritzaren errealitatea ikuspegi geografiko batetik aztertuz gero, bi irizpideetan oinarrituta –Bidezko Merkataritzaren Aldeko Hiriak programarekiko lotura eta Bidezko Merkataritzako erakundeen presentzia–, egungo biztanleria-estaldura erakusten da; hau da, udalerri batean Bidezko Merkataritza ezagutzeko eta kontsumitzeko aukerak.

Emaitzek agerian uzten dute Bidezko Merkataritzaren Aldeko Hiriak programaren eta Bidezko Merkataritzako erakundeen arteko lankidetza funtsezkoa dela estaldura handiagoa izateko, biztanle gehiagoko udalerrietan ahaleginak metatzen direla eta landa-udalerriek ez dutela parte hartzen, eta Bidezko Merkataritza sustatzeko estrategia hobe baten beharra dagoela.

Hitz gakoak: Bidezko Merkataritzaren Aldeko Hiriak; Garapen Jasangarria; Lurralde Historikoa; Euskal Autonomia Erkidegoa

Abstract

An analysis of the reality of Fair Trade in the Basque Country from a geographical approach based on two criteria - linkage to the Fair-Trade Towns Programme and the presence of Fair Trade organisations - shows the existing population coverage, understood as the access and possibilities of knowing about and consuming Fair Trade in a municipality.

The results show the collaboration between the Fair-Trade Towns Programme and Fair-Trade entities as a crucial to greater coverage, a concentration of efforts in more populated municipalities and a lack of participation of rural municipalities, and the need for a better strategy to promote Fair Trade.

Keywords: Fair-Trade Towns; Sustainable Development; Historical Territory; Basque Autonomous Community..

1. Introducción – Marco Teórico

En un contexto de desigualdad social y económica, la pandemia mundial del covid-19 no hizo sino agravar la situación al restringir la movilidad de productos y desabastecer los mercados. Ante tal escenario, las iniciativas que trabajan desde diferentes perspectivas económicas y en ámbitos locales han sido quienes han permitido, en muchos casos, garantizar los suministros de bienes y ofrecer servicios de proximidad.

Los últimos años ha quedado patente la necesidad de replantear un nuevo sistema de hacer las cosas a nivel político, social, económico y productivo. Es ahí donde entra en juego el Comercio Justo (CJ), con sus principios y reglas.

1.1 El Comercio Justo (CJ)

El actual sistema económico está marcado por un fuerte carácter liberal, que determina las relaciones entre los diferentes agentes que intervienen en los procesos económicos de producción, comercialización y consumo de bienes, servicios y capitales. La estructuración neoliberal del sistema económico y social concibe al mercado como la respuesta a las diversas situaciones de vulneración y desigualdad que surgen como consecuencia de su propio funcionamiento, tales como el desempleo, las relaciones comerciales desiguales, la pobreza, etc. A lo largo de las últimas décadas se ha podido comprobar que la liberalización en las relaciones comerciales internacionales, así como la desregulación de las políticas laborales o los tratados comerciales internacionales, no han traído *per se* una mejoría en la situación socioeconómica de la ciudadanía de los países intervinientes más desfavorecidos, si no que ésta se ha visto agravada en muchos casos (CECJ, 2023a).

Ante este escenario de organización socioeconómica mundial, parte de las personas consumidoras han expresado durante años su preocupación por las consecuencias negativas que el sistema neoliberal tiene en las condiciones de vida, de trabajo y en el medio ambiente. Esta situación de desigualdad, junto con la preocupación por el bienestar social de las personas trabajadoras y el impacto negativo de los sistemas de producción tradicionales sobre el medio ambiente, generó una demanda de maneras alternativas de producción y comercialización, entre las que se encuentra el CJ (Sama, 2018). Un objetivo clave de este movimiento es el cuestionamiento del modelo económico y empresarial existente, ofreciendo una alternativa a través del mercado global (Doherty et al., 2013).

El fenómeno de lo que hoy se conoce como CJ comienza su andadura en Europa, de forma simultánea, en torno a la década de los cincuenta del s. XX, destacando la ONG Oxfam en Reino Unido como la pionera en vender artesanías fabricadas por personas refugiadas chinas en sus propios locales (CECJ, 2023a). Staricco (2018) señala que los siguientes pasos se dieron hacia finales de los sesenta, cuando organizaciones internacionales dedicadas al desarrollo y agrupaciones religiosas promovieron la iniciativa de Comercio para

el Desarrollo, que consistía en asistir a productores del sur en la elaboración y exportación de sus bienes. Así, surge un nuevo paradigma de relaciones comerciales internacionales: el CJ. Todavía no definido como tal, el CJ aparece como una alternativa comercial que pone en contacto a los colectivos productores más desfavorecidos, generalmente del sur global, con las personas consumidoras del norte global. De esta manera, como apuntan Ruggeri y Corsi (2021), el CJ tiene como finalidad capacitar a las personas productoras en situaciones de vulnerabilidad en los países en desarrollo con el objetivo de mejorar sus negocios facilitando el acceso al mercado internacional bajo un mayor control sobre la cadena de suministros.

Bajo este marco, entre las décadas de los 80 y 90 del siglo pasado el CJ tuvo su mayor repercusión, al darse una profesionalización del movimiento de CJ *o Fair Trade* (Staricco y Naranjo, 2018). En 1987 se crea la Asociación Europea de CJ y, dos años más tarde, la Asociación Internacional de Comercio Justo (IFAT) -hoy WFTO en sus siglas inglesas u Organización Mundial de CJ (OMCJ) en castellano- (CECJ, 2023a). En 1988 el clérigo holandés Frans Van de Hoff y Nico Roozen junto con la ONG holandesa Solidaridad crearon la asociación *Max Havelaar* dando origen con ella a la etiqueta de *Fair Trade*, cuyo objetivo era promover un símbolo de aplicación sencilla que distinguiera e identificara al CJ entre las grandes masas de consumidores (Egas, 2017; Staricco y Naranjo, 2018).

Este sistema de etiquetado tuvo una considerable aceptación y se expandió rápidamente. Sin embargo, existían numerosas iniciativas a diversos niveles que hacían muy complicado homogeneizar procesos de certificación por lo que, en 1992 diecisiete organizaciones certificadoras se unieron en una misma federación internacional: *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO). De esta manera se estandarizaron y unificaron los procesos de producción y comercialización de CJ con el fin de que todos los agentes intervinientes en el proceso productivo y de comercialización cumplieran con ellos para lograr su certificación (Staricco y Naranjo, 2018). Así, FLO comenzó a establecer su norma mundial para los productos de CJ y a certificar a las y los productores que formaban parte de las cadenas de suministro de CJ (Egas, 2017; FLOCERT, 2023).

De este modo, el CJ, en términos de alternativa socioeconómica ligada a la dimensión de intercambio y sus volúmenes comerciales, hace del sello *Fairtrade* una de las marcas con más éxito dentro del enfoque de las economías alternativas y dentro del propio movimiento más amplio del CJ (Healy 2009 en Braun y Gröne, 2021; Braun et al., 2020).

De manera resumida se recogen en la tabla 1 los diferentes actores que intervienen en estos procesos y relaciones comerciales internacionales, haciendo una breve síntesis de cuáles son sus características, funciones y objetivos.

Tabla 1: Categorización de actores intervinientes en las relaciones comerciales de CJ

ACTORES	CARACTERÍSTICAS
Personas productoras	Asociaciones de personas productoras organizadas de formas diversas, que han sido excluidas del sistema del comercio internacional y que tienen dificultades de acceso al mercado. Mayoritariamente están ubicadas en el sur global. Su fin primordial es mejorar las condiciones de vida propias y de la comunidad.
Organizaciones de CJ	Llevan a cabo la labor intermediaria entre asociaciones productoras y personas consumidoras. Entre sus funciones se destacan: ofrecer ayuda financiera a las personas productoras, colaborar con asistencia técnica y avalar el cumplimiento de los criterios de CJ por parte de las asociaciones productoras.
Tiendas de CJ o *Wordlshops*	Puntos de venta de productos de CJ gestionadas en su mayoría por Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGDs). Su finalidad es facilitar información relacionada con el CJ y sus productos y ofrecer el espacio para desarrollar campañas de sensibilización, difusión e incidencia política.
Personas Consumidoras	Consumen productos de CJ. Participan del proceso de cambio en las condiciones de trabajo de las personas productoras, contribuyen al desarrollo sostenible y favorecen una relación Norte-Sur más justa. Son una figura esencial del CJ y poseen un doble poder para cambiar las desigualdades del mercado convencional. Se convierten en agentes multiplicadores en la concienciación de la ciudadanía acerca de las injusticias y desequilibrios existentes tras los actos de consumo (CECJ y Emaús, 2008; Santos-Santana, 2018).
Organismos internacionales de CJ:	Coordinan a nivel internacional el trabajo de diversas organizaciones, importadoras y tiendas de CJ.
> IFAT, Federación Internacional de Comercio Alternativo	Red global de organizaciones de CJ que aglutina la mayor parte de los productores y comercializadores a nivel mundial.
> EFTA, Fundación Europea de Comercio Alternativo	Asociación, con base en Holanda, de once importadoras establecidas en nueve países europeos (Austria, Bélgica, España, Alemania, Francia, Italia, Holanda, Suiza y Reino Unido). alcanzando importantes acuerdos con las instituciones de la Unión Europea y logrando llevar a cabo una importante labor de comunicación e intercambio con los productores del Sur.
>¡NEWS! (Red Europea de Tiendas Mundo)	Organización encargada de coordinar las asociaciones nacionales de tiendas de CJ, conocidas también como *Worldshops* de trece países de Europa.

> FLO, *Fairtrade Labelling Organizations International*	Organismo mundial de certificación de CJ. Garantiza el cumplimiento de los criterios de CJ en toda su cadena.
> FINE	Organización informal, creada en 1998 y conformada por cuatro de las redes internacionales de CJ más importantes (FLO, IFAT, NEWS, EFTA). Su objetivo es formar una plataforma común para desarrollar estándares centrales de CJ que puedan ser seguidos por todas las organizaciones; compartir información y coordinar las actividades de estas cuatro organizaciones para incrementar la calidad y eficiencia de los sistemas de monitoreo del CJ.

Fuente: Elaboración propia a partir de Ceccon y Ceccon, 2010

Debido a esta estructura, el CJ crece como una propuesta que se centra, especialmente, en las relaciones comerciales internacionales, buscando implementar el concepto de justicia en dichas relaciones a partir del diálogo, la transparencia, la solidaridad y la confianza entre sus intervinientes. Con el tiempo se consensuó una definición recogida por la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), posiblemente la organización más representativa a nivel mundial (Comet-Herrera, 2022):

> El CJ es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur. (CECJ, 2023b)

En cualquier caso, de estas definiciones se desprenden tres ideas que definen al CJ en su esencia. Primera, la necesidad y pertinencia de transformar las estructuras y las prácticas comerciales internacionales en favor de las personas más desfavorecidas. Segunda, apostar por el desarrollo sostenible en todas sus dimensiones. Y, tercera, difundir, sensibilizar y apoyar campañas y alternativas, mostrando a la ciudadanía los beneficios que esta diferente forma de establecer relaciones comerciales tiene para todas las partes intervinientes y su potencial transformador.

Sin embargo, no hay que perder de vista la diversidad de enfoques, existiendo así, según Renard (2003):

> una tensión respecto a dos visiones en específico de lo que es y lo que debe hacer el CJ: una más radical y política e ideológicamente vinculada con otros movimientos sociales, que ve al comercio “justo “como una herramienta para cambiar el modelo económico dominante y como una etapa de transición para hacer del CJ una

> regla general; y otra más pragmática, que enfatiza la inserción de los productos del Sur en los mercados del Norte bajo condiciones más justas e igualitarias y que busca demostrar, a través del incremento del consumo de productos de CJ y del fortalecimiento de las organizaciones del Sur, que el modelo económico no es monolítico. Ambas visiones son diferentes, pero comparten el ideal de luchar contra el poder absoluto y omnipresente del mercado que domina y explota a los pequeños productores. (Renard, 2023: p.91).

Tomando como base estas ideas, se pueden identificar como agentes del CJ a todas las organizaciones y redes que, como parte de su misión, se involucran en la lucha contra la pobreza y la desigualdad a través del comercio. “Esto incluye la producción, el intercambio y la comercialización de bienes como parte de las iniciativas de CJ, así como la promoción, la sensibilización y la incidencia del concepto de CJ” (CECJ, 2023d: p.10).

Junto con esto, también es importante poner la mira en el concepto de modelos que tratan de transformar los procesos de producción y comercialización sostenible y justa desde el ámbito local. En ellos la participación ciudadana y su vinculación con el territorio son clave para la implicación y posterior apropiación de estos procesos por parte de la sociedad (Arcos-Alonso, 2017). Esto pone de relieve la importancia de que las propias personas productoras se apropien de su conocimiento, sus materias primas, sus redes y capacidades, aportando al empoderamiento de la comunidad y del territorio. Apropiarse, implicarse y participar son bases fundamentales del CJ.

Con todo lo anterior y, dada la diversidad de los agentes y las redes implicadas en el CJ, éste tiene diferentes enfoques más o menos amplios y que abarcan múltiples tipos de relaciones comerciales: Norte-Sur, Sur-Norte, Norte-Norte o Sur-Sur. Todas ellas están dentro del paraguas del CJ y en todas ellas subyace la idea principal de establecer modelos de producción y comercialización que antepongan a las personas y al planeta frente a los resultados económicos, aunque sin perderlos de vista. Concretamente, para aunar a todas ellas bajo un mismo marco de funcionamiento y consecución de objetivos se han establecido unos principios básicos que guían y pautan todas estas iniciativas en aras a transformar, desde las raíces, las relaciones internacionales, respetando los Derechos Humanos en su contexto más amplio, así como los Derechos de la Madre Tierra (Conferencia Mundial de los Pueblos Indígenas sobre los derechos de la Madre Tierra, 2010). Estos principios básicos sobre los que han de regirse las diversas incitativas de CJ, consensuados por la OMCJ/WFTO y FLO en el año 2008, quedan recogidos en la ilustración 1.

Fuente: Elaboración propia a partir de CECJ.

Estos principios vertebran el CJ y establecen una serie de acuerdos que permiten y garantizan que las personas productoras mejoren sus condiciones sociales y económicas.

1.2 El Comercio Justo en España

La historia del CJ en España es algo más corta. En 1986 surgieron dos iniciativas: una tienda vinculada a la organización Traperos de Emaús (posteriormente denominada Emaús Fundación Social) en Donostia-San Sebastián (CAPV); y la otra, la Cooperativa Sandino (hoy convertida en Cooperativa IDEAS) en Córdoba (Andalucía) (Comet-Herrera, 2022).

A partir de ahí, varias ONGDs se sumaron a la propuesta del CJ llevando a cabo acciones de sensibilización y difusión. Diez años después, estas entidades decidieron aunar esfuerzos y se unieron creando la hoy conocida Coordinadora Estatal de CJ (CECJ), que según los datos facilitados en su página en Internet hoy engloba a 30 organizaciones y más de 140 tiendas y puntos de venta (CECJ, 2023c).

Según la categorización de actores intervinientes en el proceso del CJ señalada en la tabla 1, en España se identificaron como Organizaciones de CJ, las siguientes importadoras miembros de la CECJ: Adsis-Equimercado, Oxfam Intermón, Taller de Solidaridad, Vicente Ferrer, Alternativa 3, Espanica, IDEAS-Comercio Justo, Eticambio, y Fundación Isabel Martín (Fernández-Ferrín et al., 2021). En la categoría de Tiendas de CJ existen en España numerosos puntos de venta en diversos municipios, detallados en la herramienta de mapeo de la CECJ. (Ver ilustración 2).

Dirigiendo la vista al ámbito institucional, en España se han aprobado diferentes textos normativos o legales, entre los cuales se destacan: la Proposiciones No de Ley aprobadas por la Comisión de Cooperación y Ayuda al Desarrollo del Congreso de los Diputados el 19 de diciembre de 1996 sobre el CJ y solidario, el Plan Director de la Cooperación

Española 2005-2008[1] o la Ley 30/2007 de Contratos en el Sector Público, aprobada el 30 de octubre de 2007[2] (CECJ y Emaús, 2008) que han ido secundando y poniendo en valor la iniciativa del CJ, lo que ha revertido, según diferentes informes de la CECJ, en un amplio crecimiento en la facturación del CJ en España, pasando de 7mill.€ en 2000 a 31,1 mill.€ en 2013 y 144,1 mill.€ en 2021. Si bien es cierto que en el informe de 2021 se manifiesta una ralentización de dicho crecimiento desde 2015.

En definitiva, el CJ se presenta en España como una propuesta de arraigo, en la que trabajan distintas entidades y agentes de las Administraciones Públicas.

1.3 El Programa de Ciudades por el Comercio Justo (CxCJ)

El interés de esta investigación radica en conocer el alcance territorial del CJ y del Programa de CxCJ en la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV) en general. Así pues, como mayores consumidoras de recursos, las ciudades tienen un papel crucial que desempeñar en la transición hacia el desarrollo sostenible, tanto dentro como fuera de sus límites geográficos (Discetti et al., 2020). De igual manera, la ciudadanía-consumidora tiene un papel activo en esta tarea, pudiendo desarrollar una labor de incidencia activa, presionando a las autoridades locales y nacionales para que apoyen el CJ y solidario y promuevan políticas públicas que favorezcan a las y los pequeños productores y a quienes consumen responsablemente (Coscione, 2015).

El Programa de CxCJ es una campaña internacional que surgió en Reino Unido en abril del año 2000 de la mano de Bruce Crowther para conseguir promocionar el CJ en su ciudad, Garstang (*Fair Trade Towns International*). Posteriormente, con el apoyo de otras personas voluntarias consiguió, en el año 2001, que el ayuntamiento de su ciudad aprobara la que sería la primera declaración de apoyo al uso de productos de comercio justo (IDEAS, s.f), proclamándose de esta manera como la primera Ciudad por el CJ del mundo.

Desde sus orígenes, las CxCJ han crecido hasta convertirse en un fenómeno de marketing ético cada vez más global y con el potencial de influir en los mercados, en las comunidades de consumo y en las vidas de las personas productoras (Peattie y Samuel, 2018). Y ahora se pueden encontrar CxCJ en todo el mundo, que promueven el consumo local de productos de CJ (Crowther y Human, 2011).

La oficialización de este programa ha venido acompañada por la aparición y el apoyo de diversas instituciones internacionales (ver tabla 1). En el caso de Europa, el programa tiene el respaldo de la Comisión Europea a través del programa "*Ciudades Europeas por el Comercio Justo*", (Lozano, 2011) y de numerosas resoluciones, informes, comunicaciones de la Unión Europea (CECJ y Emaús, 2008), que hacen del CJ una cuestión importante

1 Apoya expresamente a las cooperativas de CJ, atendiendo el objetivo estratégico de aumentar las capacidades económicas de quienes reciben la ayuda

2 Contempla por primera vez el CJ dentro de los criterios de compra pública.

a considerar por las instituciones públicas. A pesar del escepticismo inicial, se convenció a la *FLO* para que formalizara esta campaña (Programa de CxCJ) y desarrollara una serie de criterios que debían cumplir las ciudades para ser reconocidos como "Ciudad por el Comercio Justo". Así, todas las sucesivas campañas siguieron un proceso formal de solicitud y revisión frente a cinco objetivos supervisados por la Fundación *Fairtrade* (Discetti et al., 2020). Las ciudades o localidades que consiguen esta certificación han de seguir cumpliendo con los cinco objetivos que les dieron esta calificación (*Fair Trade Towns International*) y que se recogen a continuación:

1. Aprobar una resolución favorable al CJ y al consumo de este tipo de productos por parte del Ayuntamiento o Consejo Local
2. Ofrecer productos de CJ en cafeterías, restaurantes y tiendas de la ciudad
3. Acreditar el compromiso del sector privado y la comunidad educativa introduciendo este tipo de productos en su consumo interno
4. Crear grupos de trabajo locales y multisectoriales que coordinen las acciones del programa
5. Comunicar el Programa a la ciudadanía

Cumplir con estos cinco criterios genera un sentimiento de compromiso de toda la comunidad, donde los principales actores interesados se implican en una red comunitaria integrada por organizaciones del tercer sector, la Administración Pública y la ciudadanía (Davies, 2009). Es reseñable la importancia del activismo local, a través de redes y coordinadoras, para impulsar y promover un cambio positivo a nivel global en el actual modelo de comercio internacional y en los sistemas de producción y consumo locales (Peattie y Samuel, 2018). Gracias a la implicación de todos estos actores, el Programa CxCJ hace suyos los diez principios de CJ antes citados, participando actualmente en ella más de 2.208 localidades a nivel mundial (*Fair Trade Towns International*).

Según *Fair Trade Towns International,* estas ciudades buscan impulsar la venta de productos de CJ, apoyando a las personas productoras y, a la vez, sensibilizando a quienes consumen sobre los valores y beneficios de este tipo de consumo. Es decir, se trata de municipios o áreas geográficas donde se llevan a cabo ventas a pequeña escala o en ámbito local que, gracias a sus directrices, criterios y valores, tienen un destacado impacto global positivo (Peattie y Samuel, 2021).

Hay que mencionar, además, que hoy en día, no sólo existen las CxCJ si no que con el tiempo se han ido sumando diferentes actores sociales de las localidades, ampliando el abanico a barrios, universidades, centros educativos y empresas por el CJ.

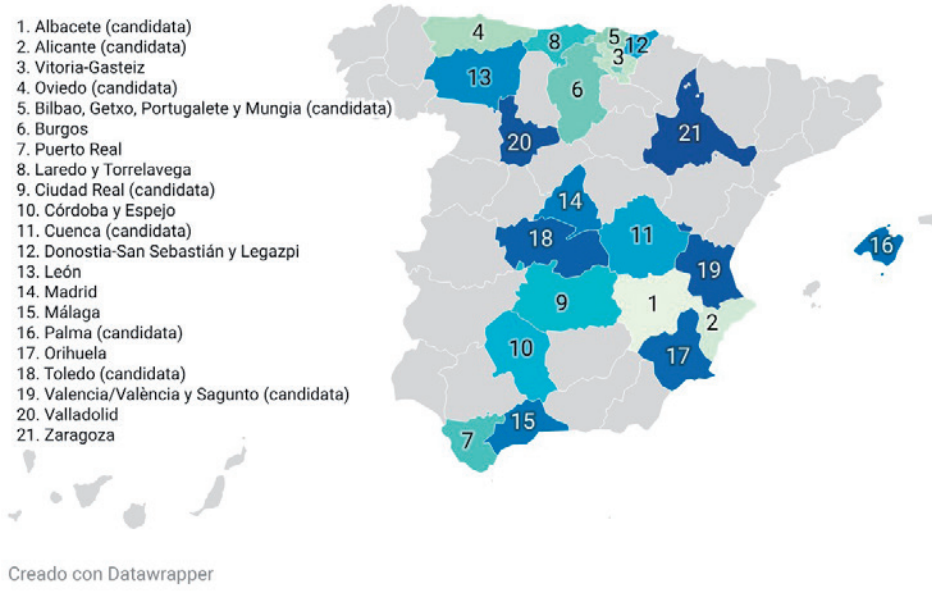
Tal y como se aducía previamente, se trata de un programa con amplia repercusión mundial,

sin embargo, hay muy notables diferencias de implantación según ciudades participantes. Atendiendo a los datos facilitados por *Fairtrade Towns intenational* se llega a la conclusión de que, si bien hay miembros del programa CxCJ en los cinco continentes, se trata de un fenómeno básicamente europeo. De hecho, el 92% de las CxCJ están en Europa (2.033 de un total de 2.208), y si a éstas se les suma las estadounidenses y canadienses, se llegaría al 96% del total.

Asimismo, estos mismos datos muestran grandes y llamativas diferencias dentro del territorio europeo. Alemania concentra 805 de las 2.130 CxCJ de Europa (37,8% del total europeo), el Reino Unido suma 377 y países más pequeños como Bélgica o Austria suman otras 249 y 219 CxCJ respectivamente.

En el caso concreto de España, el programa está coordinado por la cooperativa de CJ IDEAS (Iniciativas de Economía Solidaria y Alternativa), y en el año 2022 un total de 28 ciudades españolas eran miembros o candidatas a ser parte integrante del programa. Entre otras: Madrid, Zaragoza, Valencia, Córdoba, Valladolid o Burgos. En la ilustración 2 se pueden observar las actuales CxCJ españolas de pleno derecho y las candidatas a serlo:

Ilustración 2: Mapeo de los municipios españoles adscritos al Programa de CxCJ (2022)



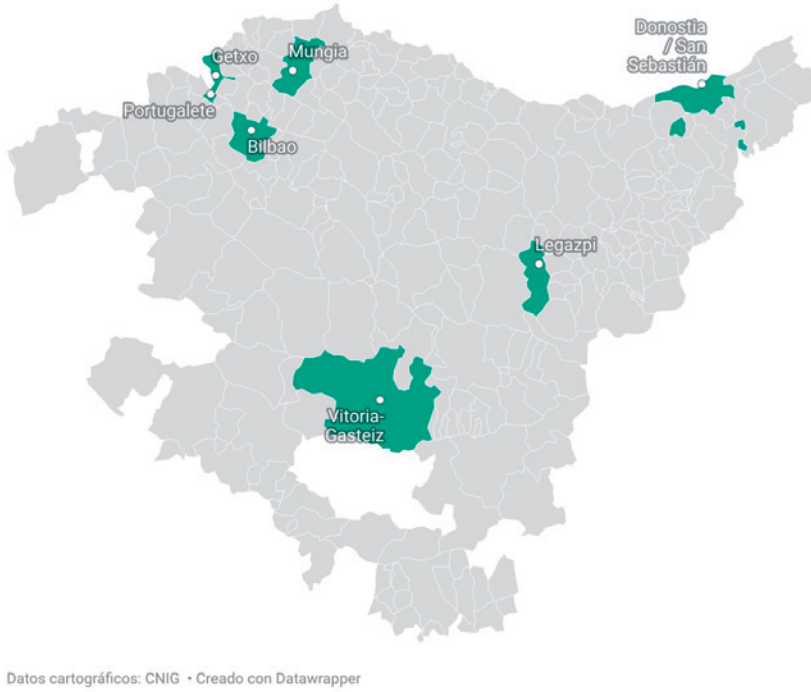
Fuente: Elaboración propia.

En definitiva, todas estas iniciativas enmarcadas en el Programas CxCJ, contribuyen a

empoderar a la ciudadanía y a que tome conciencia de su papel transformador hacia una sociedad y unas relaciones comerciales más justas y equitativas, desde lo local hacia lo global.

Aterrizando en el caso concreto objeto de este estudio, el de la CAPV, la ilustración 3 muestra la distribución de los municipios de la CAPV que pertenecen a la Red de CxCJ, repartidos por Territorio Histórico (TH):

Ilustración 3: Mapeo municipios CxCJ, CAPV (2022)



Fuente: Elaboración propia.

Así, Bizkaia aparece con tres municipios de pleno derecho: Bilbao (capital de la provincia), Portugalete y Getxo, y la localidad de Mungia que se encuentra en proceso de obtenerlo. En Gipuzkoa, actualmente, formarían parte de la red dos municipios: Donostia – San Sebastián (capital) y Legazpi. Y en el TH de Araba aparecería Vitoria-Gasteiz (capital) como único municipio dentro de la red.

2. Metodología

El presente estudio, tal y como sucede en gran parte de los estudios sobre CJ, es de carácter normativo y descriptivo (Davies, 2009; Child, 2015). Se trata de describir, analizar e interpretar un fenómeno concreto en un momento también delimitado. Autores como Tamayo (2019) aducen que la investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o proceso de los fenómenos. De esta manera, "*La investigación descriptiva trabaja sobre las realidades de los hechos y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta*" de los mismos (p.53).

Así pues, se pretende presentar, analizar e interpretar la realidad del CJ en la CAPV en la actualidad, mostrando sus características y particularidades desde un enfoque geográfico para analizar la cobertura poblacional, entendida ésta como el acceso y posibilidades para conocer el CJ y consumirlo en su municipio

Los municipios analizados se han seleccionado según los siguientes dos criterios:

1. Acceso de la ciudadanía a productos de CJ en cada municipio. Se ha considerado que el estar empadronada/o en el municipio y, que éste pertenezca al Programa CxCJ es suficiente para poder acceder a productos y servicios de CJ. Por tanto, este análisis atiende a los esfuerzos públicos y privados de los municipios.
2. Cobertura en municipios que, sin estar adscritos al Programa de CxCJ, sí tienen presencia de entidades que trabajen el CJ. Estas entidades han sido elegidas teniendo en cuenta: a) su pertenencia a la CECJ y que tengan su sede principal o secundaria en el municipio; y, b) que la entidad figure en el listado de entidades que trabajan el CJ según la Coordinadora de ONGDs de Euskadi. Este análisis, por tanto, atiende a los esfuerzos que realizan fundamentalmente las entidades privadas.

Se han excluido del estudio municipios que, aunque en sus pliegos o políticas locales desarrollan acciones puntuales como ferias de CJ, eventos de sensibilización de CJ o similares, no tengan una presencia continuada de entidades dedicadas a la venta o comercialización de productos de CJ, al entender que dichas acciones no aportan cobertura de manera regular y sostenida en el tiempo. Entre estos municipios podría nombrarse a algunos tan importantes como Barakaldo (Bizkaia), Llodio o Amurrio (Araba). También se han excluido los productos comercializados en grandes y medianas superficies asumiendo que este hecho no responde a la integralidad de los valores de CJ.

Por tanto, en el estudio se han analizado un total de 12 municipios, de los cuales 4 cumplen el criterio de estar vinculados al CJ a través del Programa CxCJ, 5 cumplen el criterio de tener presencia de entidades de CJ y los otros 3 cumplen ambos criterios. Estos 12 municipios quedan recogidos en la tabla 2 en base a su población para el año 2022 (EUSTAT, 2022):

Tabla 2: Municipios de la muestra objeto de estudio según si participan del Programa CxCJ o con entidades de CJ (2022)

TH	Municipio	Entidad CJ	Programa CxCJ	Población	Tamaño del Municipio
ARABA				**330.692**	
Vitoria-Gasteiz		X	X	248.106	Más de 50.000
BIZKAIA				**1.139.209**	
Bilbao		X	X	340.455	Más de 50.000
Getxo			X	75.629	Más de 50.000
Portugalete			X	45.110	De 20.000 a 50.000
Amorebieta-Etxano		X		19.222	De 5.000 a 20.000
Mungia			X	17.324	De 5.000 a 20.000
GIPUZKOA				**716.616**	
Donostia-San Sebastián		X	X	181.769	Más de 50.000
Errenteria		X		39.520	De 20.000 a 50.000
Eibar		X		26.983	De 20.000 a 50.000
Zarautz		X		23.055	De 20.000 a 50.000
Andoain		X		14.737	De 5.000 a 20.000
Legazpi			X	8.292	De 5.000 a 20.000

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EUSTAT

3. Resultados

Con el fin de obtener información sobre los esfuerzos realizados y los logros alcanzados a nivel público y privado para dar cobertura a la población vasca en el ámbito del CJ, se han tomado datos del Eustat, de la Coordinadora de ONGDs de Euskadi y del Programa CxCJ para los años 2022 y 2023, según disponibilidad de estos.

El análisis se ha desarrollado de manera agregada, a nivel autonómico, en base a su demografía y la cobertura poblacional tanto del Programa CxCJ como de las entidades de CJ existentes o de ambas; haciendo lo propio de manera desagregada por Territorios Históricos (TH): Araba, Bizkaia y Gipuzkoa.

3.1 Datos demográficos generales por TH y de la CAPV

En este primer apartado de resultados se recogen los datos generales demográficos relativos a la CAPV. En total, como se muestra en la tabla 3, la CAPV cuenta con una población de 2.186.517 habitantes entre sus tres TH: Bizkaia, con 112 municipios y una población de 1.139.209 habitantes (52,10% del total de la CAPV); Gipuzkoa, con 88 municipios y 716.616 habitantes (32,77%); y Araba, con 51 municipios y 330.692 habitantes (15,12%) (Eustat, 2022).

Tabla 3: Población y número de municipios de la CAPV por TH (2022)

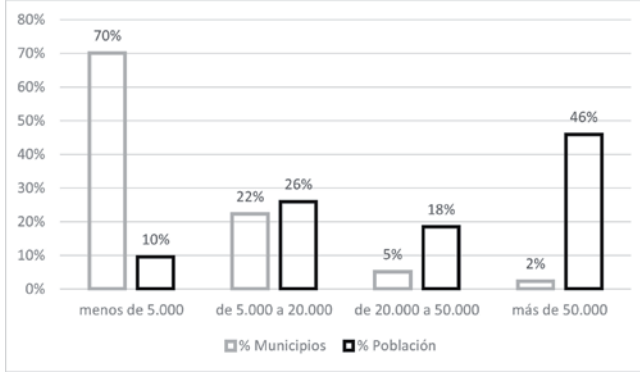
TH	**Población** (Nº habitantes)	**Población** (%)	**Municipios** (Nº)
ARABA	330.692	15,12%	51
BIZKAIA	1.139.209	52,10%	112
GIPUZKOA	716.616	32,77%	88
CAPV	**2.186.517**	**100%**	**251**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EUSTAT

Desglosando los datos poblacionales atendiendo al tamaño del municipio, determinado éste por el número de habitantes que acoge, tanto para la CAPV como para cada uno de los TH, se observa que la distribución de los municipios de la CAPV en su conjunto, está repartida de la siguiente manera: el 70,12% son pequeños municipios de menos de 5.000 habitantes, un 22,31% son municipios de entre 5.000 y 20.000 habitantes, un 5,18% tienen entre 20.000 a 50.000 habitantes y, los de más de 50.000 habitantes representan el 2,39% del total. En este último grupo quedan recogidas las tres capitales vascas, entre otros. (Ver gráfico 1).

Se observa así alta concentración de la población en un número reducido de municipios. De manera que, los municipios de menor tamaño que suponen el 70,12% del total de la autonomía acogen apenas al 9,60% de la población vasca y, sin embargo, en el otro extremo, los municipios de gran tamaño (más de 50.000 habitantes) aglutinan al 45,93% de la población total residente en la CAPV.

Gráfico 1: Municipios por tamaño y volumen de población en la CAPV (2022)



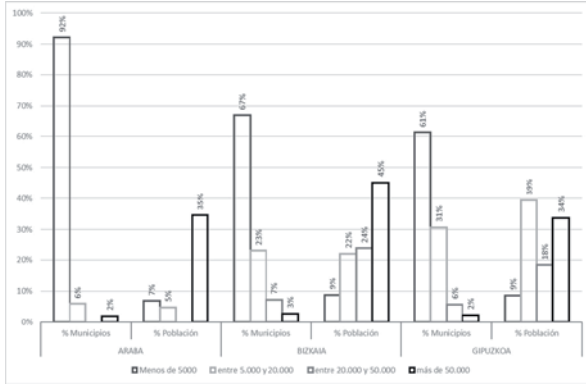
Fuente: Elaboración propia según datos del EUSTAT.

Analizando los datos de manera desagregada por TH, se aprecia la misma concentración poblacional, pero con algunos matices, tal como se detalla en el gráfico 2. así, en Bizkaia, los municipios de menos de 5.000 habitantes suponen un 66,96% de los municipios del territorio y el 8,76% de la población vizcaína mientras que, en el otro extremo, los tres municipios de más de 50.000 habitantes -Bilbao, Barakaldo y Getxo- suponen un 2,68% del total de municipios, pero el 45% de la población de ese territorio. Por su parte, las franjas intermedias, con municipios entre 5.000 y 50.000 habitantes, engloban a algo más del 30% de los municipios y suponen, a su vez, el 46% de la población total de Bizkaia.

En el caso de Gipuzkoa, se observa una relación entre el tamaño de municipio y el volumen de población similar a la que se da en Bizkaia. En este territorio el 61,36% de los municipios tiene menos de 5.000 habitantes y engloban a un 8,54% de la población, dato muy similar al de Bizkaia, mientras que, en el extremo de los municipios de gran tamaño, de más de 50.000 habitantes, se localizan dos -Dosnostia-San Sebastián e Irún-, representando el 2,27% del total de municipios y el 33,73% de la población guipuzcoana. Es en las franjas intermedias donde existe una ligera diferencia con respecto a la realidad vizcaína, dado que los municipios de entre 5.000 y 50.000 habitantes suponen en Gipuzkoa en torno al 36% del total, y acogen a casi el 60% de la población del territorio.

Por último, en Araba la relación inversa entre tamaño de municipio y volumen de población residente en él se agudiza más que en los otros dos territorios. En este caso, el 92,16% de los municipios alaveses tienen menos de 5.000 habitantes y acogen al 14,80% de la población alavesa; mientras que, en el otro extremo, el 1,96% de los municipios tienen más de 50.000 habitantes y representan el 75% de la población, siendo la capital alavesa (Vitoria-Gasteiz) el único municipio que integraría este grupo. En esta ocasión, es la franja intermedia la que queda más desierta, al no existir municipios de entre 20.000 y 50.000 habitantes y, por tanto, sólo reducirse a los municipios de entre 5.000 y 20.0000 habitantes que suponen el 5,88% de los municipios y el 4,69% de la población total de Araba.

Gráfico 2: Municipios por tamaño y volumen de población por TH (2022)



Fuente: Elaboración propia según datos del EUSTAT.

Resumiendo, Araba se presenta como el TH con mayor volumen de concentración de población, mientras que Gipuzkoa es quien tiene una mayor dispersión; quedando Bizkaia en un punto intermedio, al concentrar a casi la mitad de la población entorno a la margen izquierda (Bilbao y Barakaldo) y derecha (Getxo) de la ría de Bilbao y casi la otra mitad dispersa en los municipios de tamaño intermedio.

3.2 Datos de cobertura poblacional de municipios del Programa CxCJ por TH y a nivel autonómico

En este segundo apartado de resultados se muestra el alcance del CJ, por TH y a nivel autonómico, en términos de acceso de las personas consumidoras a los productos y servicios de CJ, teniendo en cuenta únicamente la pertenencia de los municipios al Programa CxCJ.

Actualmente Bizkaia, que aporta algo más de la mitad de la población total de la comunidad autónoma (tabla 3), cuenta con cuatro municipios que forman parte del Programa CxCJ: Bilbao, Getxo, Portugalete y Mungia, este último en proceso de conseguir la acreditación; Gipuzkoa, que cuenta con poco más de un tercio de la población de la CAPV, tiene dos localidades dentro del programa: Donostia–San Sebastián y Legazpi; y Araba, un único municipio: Vitoria-Gasteiz.

La tabla 4 muestra datos más detallados de la población de cada municipio del Programa CxCJ de la CAPV teniendo en cuenta su tamaño y el peso que representa sobre el total de la población del TH al que pertenece, así como sobre el total de la comunidad. De esta forma, se observa claramente cuál es la cobertura poblacional que aporta cada uno de estos municipios del programa en lo referente al acceso, consumo y conocimiento de CJ, tanto a nivel autonómico como por TH.

Tabla 4: Distribución territorial de los municipios vascos del Programa CxCJ y cobertura poblacional que brindan a su TH y a la CAPV, atendiendo al tamaño de los municipios (2022)

TH	Municipio	Habitantes Red CxCJ	% población TH	% población CAPV
ARABA		**248.106**	**75,03%**	**11,35%**
	Vitoria/Gasteiz	248.106	75,03%	11,35%
BIZKAIA		**478.518**	**42,00%**	**21,88%**
	Bilbao	340.455	29,89%	15,57%
	Getxo	75.629	6,64%	3,46%
	Portugalete	45.110	3,96%	2,06%
	Mungia	17.324	1,52%	0,79%
GIPUZKOA		**190.061**	**26,52%**	**8,69%**
	Donostia-San Sebastián	181.769	25,36%	8,31%
	Legazpi	8.292	1,16%	0,38%
CAPV				**41,92%**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EUSTAT

Los datos muestran una Araba que, con un único municipio en el Programa CxCJ (Vitoria-Gasteiz) da cobertura al 75,03% de la población de su territorio y al 11,35% respecto del total de la población vasca, convirtiéndose en el TH que más cobertura poblacional propia (población alavesa) consigue, pero menor a nivel autonómico (población vasca).

Tras el primer puesto de Araba a la hora de dar cobertura de CJ a la población de su territorio, se sitúa Bizkaia, quien consigue dar cobertura al 42% de su población con cuatro municipios en el Programa CxCJ (Bilbao, Getxo, Portugalete y Mungia). Este territorio destaca porque, representando el 52,1% de la población total de la CAPV, es quien mayor cobertura de CJ da a la población vasca (21,88%) de los tres territorios que componen la comunidad autónoma.

Por último, en un tercer lugar se sitúa Gipuzkoa, cuyos dos municipios dentro del programa (Donostia-San Sebastián y Legazpi) dan cobertura a una cuarta parte de la población guipuzcoana (26,52%) y al 8,69% de la población vasca. En resumidas cuentas, en lo referente a los esfuerzos públicos por llevar el CJ a la ciudadanía, se destacaría la efectividad de Araba en la cobertura de CJ, en términos de consumo, concienciación y acceso a productos y servicios de CJ, para la población de su territorio, pero también para la vasca, ya que con un único municipio (Vitoria-Gasteiz) vinculado al Programa CxCJ consigue cubrir más de la mitad de la población que cubre Bizkaia (11,35% Araba y 21,88% Bizkaia), que tiene cuatro municipios en la red.

En total, los tres TH dan cobertura de CJ al 41,92% de la población vasca, lo que se traduce en que, con sólo siete municipios vascos (2,79% del total) inscritos en el Programa CxCJ llegan a casi la mitad de la población vasca. La escasa participación de municipios en el programa, pero su amplia cobertura poblacional responde a que Araba y Gipuzkoa tienen en el Programa CxCJ a uno de sus municipios de más de 50.000 habitantes (Vitoria-Gasteiz y Donostia-San Sebastián), y Bizkaia tiene dos (Bilbao y Getxo).

Esto ratifica que en los tres territorios de la CAPV hay algún tipo de aportación oficialmente reconocida por parte de las instituciones públicas en apoyo al CJ como herramienta de cambio social, sostenimiento del medio ambiente y erradicación de la pobreza, visibilizada en mayor medida en las capitales de provincia.

3.3 Datos de cobertura poblacional de municipios con entidades de CJ, por TH y a nivel autonómico

En este tercer apartado se muestra el alcance del CJ, por TH y a escala autonómica, en términos de acceso de la población a los productos y servicios de CJ, teniendo en cuenta únicamente a los municipios que cuentan con entidades que trabajan por hacer llegar a la ciudanía esta iniciativa.

Los datos aportados por la CECJ y la Coordinadora de ONGDs de Euskadi identifican como promotoras de CJ en la CAPV un total de ocho entidades adscritas a la CECJ que tienen una o varias sedes en la CAPV. Estas entidades de CJ se detallan en la siguiente tabla 5:

Tabla 5: Entidades miembros de la CECJ con sede/s en la CAPV por TH y Municipio (2023)

Entidades de la CECJ en la CAPV	Territorio Histórico	Municipio
CÁRITAS	Bizkaia	Bilbao
	Gipuzkoa	Donostia-San Sebastián
INTERMÓN OXFAM	Araba	Vitoria-Gasteiz
	Bizkaia	Bilbao
	Gipuzkoa	Donostia-San Sebastián
KIDENDA	Bizkaia	Amorebieta-Etxano
		Bilbao
MEDICUS MUNDI	Araba	Vitoria-Gasteiz
	Bizkaia	Bilbao
	Gipuzkoa	Donostia-San Sebastián
OIKOKREDIT	Bizkaia	Bilbao
PROCLADE (YANAPAY)	Bizkaia	Bilbao
	Gipuzkoa	Errenteria
PROYDE-PROEGA (LA SALLE)	Bizkaia	Bilbao
	Gipuzkoa	Eibar
		Donostia-San Sebastián
		Andoain
		Zarautz
SETEM HEGOAIZEA	Araba	Vitoria-Gasteiz
	Bizkaia	Bilbao
	Gipuzkoa	Donostia-San Sebastián

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la CECJ y de la Coordinadora de ONGDs de Euskadi

Así, el País Vasco cuenta con ocho entidades de CJ distribuidas en 21 sedes: 3 en Araba, 9 en Bizkaia y 9 en Gipuzkoa. La proporción de sedes por TH no mantiene la proporcionalidad de municipios que cada uno tiene respecto de la comunidad, ni tampoco lo hace el número de localidades en el que se ubican dichas sedes. Es decir, siendo Bizkaia quien tiene el 44,62% de los municipios vascos y el 42,85% de las sedes de entidades de CJ, sin embargo, éstas se ubican sólo en dos localidades (Bilbao y Amorebieta-Etxano), mientras que en el caso de Gipuzkoa, con el mismo porcentajes de sedes (42,85%) y un menor porcentaje de municipios vascos en su territorio (35,06%), tiene las sedes distribuidas en cinco localidades (Donostia-San Sebastián, Eibar, Andoain, Errenteria y Zarautz), lo que es beneficioso para

dar una mayor cobertura de CJ a su población –ya que sólo Donostia-San Sebastián es miembro del Programa CxCJ-. Araba, por su parte, cuenta con tres sedes de entidades de CJ diferentes en una única localidad, Vitoria-Gasteiz, que ya pertenece al Programa CxCJ. En este caso, Araba no da cobertura de CJ extra a población alavesa cuyo municipio no pertenece a la red.

Luego, Gipuzkoa ha conseguido cubrir las necesidades de CJ de más población vasca, cuyo municipio no pertenece al Programa CxCJ, que Bizkaia y que, por supuesto, Araba, gracias a que entidades de CJ tienen presencia en Errenteria, Eibar, Andoain y Zarautz. Los datos recogidos en la tabla 6 muestran la cobertura y participación de los municipios que cuentan con alguna sede de las entidades promotoras de CJ, en términos de cobertura poblacional territorial (TH) y autonómica (CAPV).

Tabla 6: Municipios con entidades de CJ, tamaño y cobertura de la población del TH y de la CAPV (2022)

TH	Municipio con Entidades CJ	Habitantes Entidades CJ	% población TH	% población CAPV
ARABA		**248.106**	**75,03%**	**11,35%**
	Vitoria-Gasteiz	248.106	75,03%	11,35%
BIZKAIA		**359.677**	**31,57%**	**16,45%**
	Bilbao	340.455	29,89%	15,57%
	Amorebieta-Etxano	19.222	1,69%	0,88%
GIPUZKOA		**286.064**	**39,92%**	**13,08%**
	Donostia-San Sebastian	181.769	25,36%	8,31%
	Eibar	26.983	3,77%	1,23%
	Errenteria	39.520	5,51%	1,81%
	Andoain	14.737	2,06%	0,67%
	Zarautz	23.055	3,22%	1,05%
CAPV		**893.847**		**40,88%**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EUSTAT

Queda patente que aquellos municipios que cuentan con entidades que trabajan, sensibilizan y promueven el CJ como práctica para promover el desarrollo sostenible y las relaciones comerciales justas, cambian sustancialmente el escenario de cobertura poblacional, a pesar de que el número de municipios implicados es muy escaso.

3.4 Datos de cobertura agregados, municipios de la Red de CxCJ y entidades de CJ, por TH y para la CAPV

Tomando los datos de municipios del Programa CxCJ y de municipios con sedes de entidades de CJ (tabla 7), vuelve a aparecer Bizkaia como el TH que más población vasca cubre, al tener cuatro municipios en el programa (Bilbao, Getxo, Portugalete y Mungia) y otro municipio con una sede de una entidad de CJ (Amorebieta-Etxano), a parte de la propia capital (Bilbao) que ya se encuentra en el programa. Eso supone cubrir al 22,76% de la población vasca (43,69% de la población vizcaína). Seguidamente, Gipuzkoa cubre al 13,46% de la población vasca (41,08% de la población guipuzcoana), con dos municipios en el Programa CxCJ (Donostia-San Sebastián y Legazpi) y cuatro municipios con entidades de CJ (Eibar, Errenteria, Zarautz y Andoain), a parte de la propia Donostia-San Sebastián. Y, por último, Araba da cobertura al mismo número de personas -tanto si se tiene en cuenta la cobertura por municipios del programa, por municipios con sede de entidades de CJ o por ambos casos a la vez-, ya que sólo su capital, Vitoria-Gasteiz, es quien tiene entidades de CJ y, además, pertenece al Programa CxCJ.

Tabla 7: Datos agregados de los municipios del Programa CxCJ y con Entidades CJ, tamaño y cobertura poblacional del TH y de la CAPV (2022)

Municipio vinculado al CJ por TH	Habitantes	Municipio Programa CxCJ	Municipio Entidad CJ	Programa CxCJ y Entidad CJ	% Población TH	% Población CAPV
ARABA		**1**	**1**	**1**	**75,03%**	**11,35%**
Vitoria-Gasteiz	248.106	X	X	X	75,03%	11,35%
BIZKAIA		**4**	**2**	**5**	**43,69%**	**22,76%**
Bilbao	340.455	X	X	X	29,89%	15,57%
Amorebieta-Etxano	19.222		X	X	1,69%	0,88%
Getxo	75.629	X		X	6,64%	3,46%
Portugalete	45.110	X		X	3,96%	2,06%
Mungia	17.324	X		X	1,52%	0,79%
GIPUZKOA		**2**	**5**	**6**	**41,08%**	**13,46%**
Eibar	26.983		X	X	3,77%	1,23%
Donostia-San Sebastián	181.769	X	X	X	25,36%	8,31%
Errenteria	39.520		X	X	5,51%	1,81%
Andoain	14.737		X	X	2,06%	0,67%
Zarautz	23.055		X	X	3,22%	1,05%
Legazpi	8.292	X		X	1,16%	0,38%
CAPV		**7**	**8**	**12**		**47,57%**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EUSTAT

Se vuelve a destacar la estrategia de dispersión de Gipuzkoa en aras a una mayor cobertura de población, al repartir entre más municipios la sede de entidades de CJ, lo que implica que pasa a cubrir 1,55 veces más población guipuzcoana y vasca. Es decir, pasa de cubrir el 26,52% de población guipuzcoana al 41,08% y del 8,69% de población vasca al 13,46%.

4. Conclusiones

Atendiendo al objetivo de esta investigación que se centra en presentar, analizar e interpretar la realidad del CJ en la CAPV en la actualidad, mostrando sus características y particularidades, y a resultas del análisis de los datos obtenidos serían tres las conclusiones claves obtenidas.

En primer lugar, tanto en lo que al Programa CxCJ se refiere, como a la presencia de entidades de CJ en los municipios, se observa una estrategia generalizada en los tres TH a dar prioridad a los esfuerzos de difusión y fomento del CJ en los municipios que acogen un volumen importante de población. Esto queda patente con la presencia de las tres capitales vascas y de municipios como Getxo o Portugalete en la Red del Programa CxCJ (40,75% de la población vasca) que, sin embargo, se traduce en sólo el 2% del total de los municipios de la CAPV. Esta apuesta por concentrar esfuerzos supone una mayor efectividad en lo que a cobertura poblacional se refiere.

Esta realidad también lleva a pensar en la potencialidad que tiene el CJ de cara a constituirse como el brazo comercial inserto en la dimensión de intercambio de un ecosistema socioeconómico alternativo complejo en el marco local del País Vasco (Arcos-Alonso y Morandeira, 2020; Arcos-Alonso, 2021; Arcos-Alonso y Garcia-Azpuru, 2021), donde el trabajo conjunto entre las instituciones públicas, la sociedad organizada y las personas consumidoras de los municipios grandes les hace identificar su tamaño como una oportunidad para expandir el CJ entre la ciudadanía. De esta forma, se puede intuir que el Programa CxCJ se percibe como una herramienta con potencial para promocionar el CJ desde el ámbito local, en aras a transitar hacia una transformación social más justa, sostenible, equitativa y solidaria desde las relaciones comerciales a nivel local y global.

Sin embargo, aunque esta estrategia ofrece una alta cobertura poblacional agregada (CAPV) y desagregada (TH), son muchos los municipios que quedan fuera del alcance del CJ y de la posibilidad de conocer sus beneficios y valores, así como de consumirlo. El reconocimiento oficial del CJ a nivel autonómico es escaso, siendo aproximadamente el 92% de los municipios de la CAPV, que son los de menos de 20.000 habitantes, los que no cuentan con apoyo al CJ de forma oficial, es decir no pertenecen al Programa CxCJ y/o no cuentan tampoco con entidades privadas que difundan el CJ entre la ciudadanía. Queda así un amplio número de municipios que acoge a la otra mitad de la población vasca sin opciones ni alternativas al consumo tradicional.

En segundo lugar, se observa que la conjugación de los esfuerzos tanto del Programa CxCJ

como de las entidades privadas que trabajan en la promoción del CJ, aumentan los logros obtenidos en términos de cobertura poblacional para el conjunto de la ciudadanía vasca hasta alcanzar casi el 50%, pero también para cada uno de los territorios. Una vez más, esto ocurre así debido a la presencia de las tres capitales vascas, que están tanto dentro del Programa CxCJ y que, a su vez, cuentan con entidades promotoras de CJ. Además, también es importante la presencia de nuevos municipios (5) no adscritos al Programa CxCJ y que cuentan con entidades de CJ. Este trabajo conjunto del Programa CxCJ y de entidades promotoras de carácter privado fundamentalmente, permite una dispersión geográfica de los esfuerzos que da lugar a un mayor volumen poblacional con cobertura en términos de conocimiento, garantía de acceso y consumo de CJ.

Esta última idea de la dispersión geográfica enlaza directamente con la tercera conclusión extraída de esta investigación. Ésta se resume en una estrategia de diversificación de los esfuerzos por hacer llegar a la ciudadanía el CJ, sus valores y los beneficios de su consumo, que aumenta de forma considerable el alcance de este modelo alternativo de relaciones comerciales en términos de cobertura poblacional. El caso concreto de Gipuzkoa representa fielmente dicha estrategia, al apostar, desde el sector eminentemente privado, por instalarse en un mayor número de municipios, aunque tengan poco peso relativo en términos de población ha conseguido aumentar considerablemente la cobertura poblacional (1,55 veces más población guipuzcoana y vasca).

Resumiendo, la cobertura poblacional de la CAPV en lo que a acceso a conocimiento y consumo de productos de CJ se refiere es importante. Especialmente si se tienen en cuenta los esfuerzos conjugados de las entidades públicas y privadas que de manera conjunta o autónoma trabajan por difundir este movimiento alternativo a las relaciones comerciales hegemónicas.

Sin embargo, se detecta un área de mejora al encontrar en la CAPV municipios con entidades que forman parte de la CECJ, no adscritos al Programa CxCJ ni en su proceso de acreditación. Esta realidad choca con la literatura científica que destaca la importancia de las redes y coordinadoras para impulsar y promover un cambio positivo a nivel global justo (Peattie y Samuel, 2018). Así pues, se evidencia un nicho de oportunidad claro de cara a incrementar el número de municipios inscritos en este programa que cabría explorar. Asimismo, esta situación de escasez de municipios participantes en el Programa CxCJ o con entidades de CJ lleva a plantear las siguientes cuestiones: ¿Qué ocurre con los municipios de tamaño medio-pequeño?; ¿Qué obstáculos encuentran estos municipios para llevar a delante estas certificaciones?; ¿Qué factores son limitantes para que las entidades privadas no se asienten en estos municipios?; ¿Cómo se puede atraer a las entidades privadas y a las instituciones locales a fomentar el CJ en el medio rural?

Resulta necesario mencionar la existencia de limitaciones a la hora de llevar a cabo este estudio. Éste sería el caso de la dificultad para localizar datos relativos a los logros

obtenidos por los municipios en términos de sensibilización en consumo y conocimiento de CJ respecta.

Si bien en este sentido, se ha constatado que los municipios del Programa CxCJ o con sede de entidades de CJ cuentan con un espacio web de promoción y difusión del CJ y de sus logros en sus áreas de cooperación para el desarrollo; no obstante, estos datos no comparten unos criterios unificados de valoración o medición de los resultados del trabajo realizado como miembros del Programa CxCJ.

La falta de rigor en la sistematización de datos a nivel local y autonómico posiblemente tenga su razón de ser en la limitada investigación realizada para este marco geográfico en el campo del CJ. De ello se derivaría una posible línea de mejora en este campo, que supusiera una propuesta de recogida sistematizada y unificada de datos referentes a los logros, al menos de los municipios del Programa CxCJ.

5. Bibliografía

Arcos-Alonso, A, y Garcia-Azpuru, A. (2021). Diferentes propuestas para el despliegue de la Economía Social y Solidaria: ecosistemas, sistemas, mercados sociales, circuitos solidarios y redes solidarias. *Revista Vasca de Economía Social (Gizaekoa), 18*(1), 191-223. https://doi.org/10.1387/gizaekoa.22880

Arcos-Alonso, A, y Morandeira, J. (2020). Ecosistemas locales de economía social y solidaria en la Comunidad Autónoma Vasca. Una aproximación desde las entidades. *Revista Iberoamericana De Economía Solidaria e Innovación Socioecológica, 3*. https://doi.org/10.33776/riesise.v3i0.4544

Arcos-Alonso, A., Ibarrondo, A y Escondrillas, Ane (2017). *Modelos de comercio y consumo justos y transformadores en lo local y en lo global*. Emaús Fundación Social

Arcos-Alonso, A. (2021). *Ecosistemas de Economía Social y Solidaria en el País Vasco.* [Tesis doctoral, Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea]. http://hdl.handle.net/10810/51109

Braun, B., Greiner, C. y Schüller, M. (2020). Zwischen Wunsch und Wirklichkeit: Kann Fairer Handel den Kapitalismus zähmen? *Geographische Rundschau, 72*(1/2), 4-9.

Braun, B.y Gröne, K. (2021). The moral branding of Fairtrade: Opportunities and pitfalls of visual representations in the Fairtrade system – empirical insights on the perspectives of German consumers. *DIE ERDE, 152*(4), 260-272. DOI:10.12854/erde-2021-580

Ceccon, B. y Ceccon, E. (2010). La red del comercio justo y sus principales actores. *Investigaciones Geográficas, 71*(71), 88–101.

CECJ (Coordinadora Estatal de Comercio Justo) y Emaús (2008*). El ABC del Comercio Justo (B): El movimiento del Comercio Justo*. CECJ y Emaús.

CECJ (Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España). (13 de julio de 2023a). *Trayectoria del Comercio Justo a nivel internacional*. https://comerciojusto.org/historia-cj/

CECJ (Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España). (13 de julio de 2023b) *Qué es el Comercio Justo.* https://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/

CECJ (Coordinadora Estatal de Comercio Justo de España). (13 de julio de 2023c) https://comerciojusto.org/30-anos-de-comercio-justo-en-espana/

CECJ (Coordinadora Estatal de Comercio Justo). (10 de junio de 2023d). *La Carta Internacional de Comercio Justo.* https://coordinadoraongd.org/wp-content/uploads/2018/09/Carta-Intern-Comercio-Justo.pdf

Child, C. (2015). Mainstreaming and its discontents: fair trade, socially responsible investing, and industry trajectories. *Journal of Business Ethics, 130*, 601–618. https://doi.org/10.1007/s10551-014-2241-5

Comet-Herrera, D. (2022). El comercio justo en las políticas y prácticas institucionales de las universidades españolas. *Iberoamerican Journal of Development Studies, forthcoming, 11*(2), 256-288. https://doi.org/10.26754/ojs_ried/ijds.666

Conferencia Mundial de los Pueblos Indígenas sobre los derechos de la Madre Tierra (20-22 de abril 2010), *Declaración Universal de los Derechos de la Madre Tierra*. Cochabamba, Bolivia.

Coscione, M. (2015). Ciudades por el Comercio Justo: puentes entre Europa y América Latina. *Otra Economía, 9*(16), 18-28. https://doi.org/10.4013/otra.2015.916.02

Crowther, B. y Human, J. (2011). Campaigning for Justice. En Bowes, J., *The Fair Trade Revolution* (pp. 89-106). Pluto Press.

Davies, I.A. (2009). Alliances and networks: Creating success in the UK fair trade market. *Journal of Business Ethics*, *86*, 109–126. https://doi.org/10.1007/s10551-008-9762-8

Discetti, R., Anderson, M. y Gardner, A. (2020). Campaign spaces for sustainable development: a power analysis of the Fairtrade Town Campaign in the UK. *Food Chain, 9*(1), 8-28. https://doi.org/10.3362/2046-1887.19-00010

Doherty, B., Davies, I.A. y Tranchell, S. (2013) Where now for fair trade? *Business History*, 55:2, 161-189. https://doi.org/10.1080/00076791.2012.692083

Egas, F.A. (2017). Comercio justo o economía solidaria. *Revista Afese*, *49*(29), 1-4. https://www.afese.com/img/revistas/revista49/comerciojusto.pdf

Fernández-Ferrín, P., Galán-Ladero, M.M., Calvo-Turrientes, A. y Castro-González, S. (2021). *El Comercio Justo en Euskadi. Comportamientos y Motivaciones de Compra.* Medicusmundi Álava/Araba.

FLOCERT (13 de julio de 2023). La historia de FLOCERT y Fairtrade. https://www.flocert.net/es/nuestra-historia-con-el-comercio-justo/

IDEAS. (16 de junio de 2022). *Ciudades por el comercio justo. Ciudades y pueblos.* https://ideas.coop/ciudades-comercio-justo/ciudades-y-pueblos/

Lozano, J.F. (2011). El Comercio Justo, soñando con los pies en la tierra. *Retos: Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 1*(1), 53-63. https://doi.org/10.17163/ret.n1.2011.07

Peattie, K. y Samuel, A. (2018). Fairtrade Towns as Unconventional Networks of Ethical Activism. *Journal of Business Ethics 153*, 265–282. https://doi.org/10.1007/s10551-016-3392-3

Peattie, K. y Samuel, A. (2021). Placing an ethical brand: The Fairtrade Towns movement. *Journal of Marketing Management, 37*(15), 1490–1513. https://doi.org/10.1080/0267257X.2021.1913215

Renard, M.-C. (2003). Fair trade: quality, market and conventions. *Journal of Rural Studies*, *19*(1), 87–96. https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00051-7

Ruggeri, G. y Corsi, S. (2021). An Exploratory Analysis of the FAIRTRADE Certified Producer Organisations. *World*, *2*(4), 442-455. https://doi.org/10.3390/world2040028

Sama, C., Crespo-Cebada, E., Díaz-Caro, C., Escribano, M. y Mesías, F.J. (2018). Consumer preferences for foodstuffs produced in a socio-environmentally responsible manner: a threat to fair trade producers? *Ecological Economics*, *150*, 290–296. https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2018.04.031

Staricco, J.I. y Naranjo, M.A. (2018). ¿Llevando justicia al comercio internacional?: una introducción a la propuesta de fairtrade. *Trabajo Y Sociedad, 30*(30), 175–195.

Tamayo, M. (2019). *El proceso de la investigación científica* (5ª ed.). Limusa.