

DOSSIER DE PRENSA SABOR ETICO



« *Sabores con sentido* »

Para mayor información, fotos (productores / productos), iconografías, contactar con:
Jean-Philippe NOEL por e-mail jpnoel@saboretico.com o por teléfono al 615 04 40 14



www.saboretico.com

SABOR ETICO: la nueva marca de comercio justo en el mercado español

En Octubre 2008, coincidiendo con el primer mes de comercio justo celebrado en España, nuestra cooperativa, especializada en la importación, fabricación y distribución de productos de comercio justo, ha lanzado su nueva gama de productos gourmet procedente de organizaciones de pequeños productores de America Latina, África y Asia. **La gama SABOR ETICO se compone de más de 30 productos certificados** por el sello de certificación FAIRTRADE Comercio Justo.



La misión de SABOR ETICO es doble:

- permitir que los productores del Sur entiendan los mercados del Norte y que accedan a los mismos en mejores condiciones.
- satisfacer la voluntad de los consumidores del Norte que quieren conocer el origen de los productos y las condiciones de producción, en lo que se refiere al respeto al medio ambiente y a los derechos económicos y sociales.

Más allá, nuestra visión consiste **apoyar el modelo de la agricultura campesina y sus riquezas...**

Sumario

¿Qué es el comercio Justo?	3
La situación del comercio justo en España:	3
¿Quiénes somos? Filosofía y raíces de SABOR ETICO	4
Un ejemplo de nuestro trabajo con la cooperativa CEPICAFE en Perú	5
Los fuertes compromisos de SABOR ETICO	6
Las preguntas que se hacen de los consumidores	8



www.saboretico.com

¿Qué es el comercio Justo?

Recientemente, las principales organizaciones de Comercio Justo a escala internacional han consensuado la siguiente definición:

“El Comercio Justo es una asociación de comercio, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados, especialmente en el Sur. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional.”

La asociación del Sello FAIRTRADE Comercio Justo: ¿cuales son las garantías?

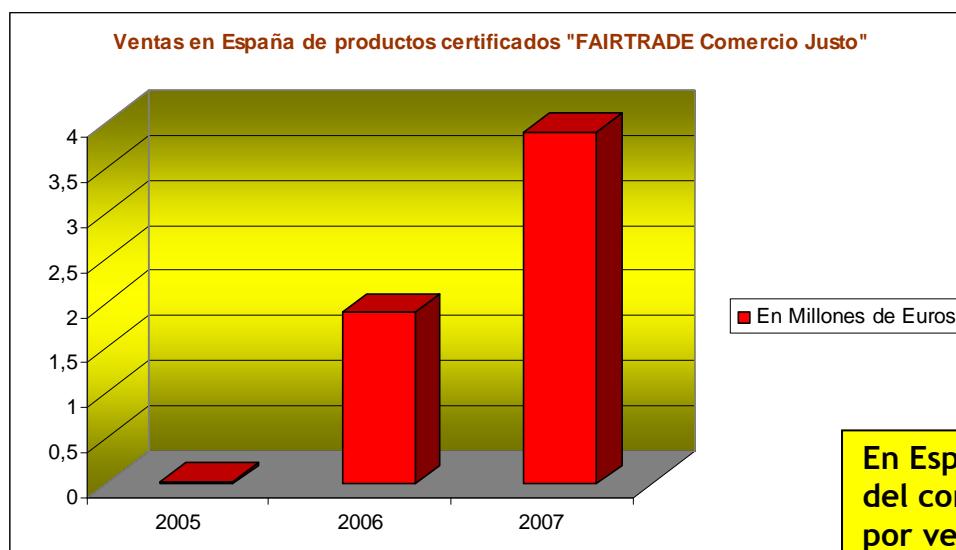
El Sello FAIRTRADE -Comercio Justo es una **asociación sin ánimo de lucro**. No compra ni vende productos. Se trata de una organización independiente que gestiona el sello de comercio justo.

La asociación del Sello « FAIRTRADE -Comercio Justo » España creada a finales del año 2005 representa al sello en el ámbito nacional y se ocupa de la promoción del comercio justo. Está vinculada a la **red internacional FLO** (Fairtrade Labelling Organization), que agrupa iniciativas equivalentes en 20 países de Europa, Norteamérica y Japón. La federación FLO define los estándares para cada producto y apoya a las organizaciones de productores. La certificación y el control de las redes certificadas FLO-FAIRTRADE se realizan mediante una empresa independiente, FLO-Cert.



El comercio justo en España: un bajo nivel de venta en comparación con el resto de Europa pero un fuerte crecimiento del consumo y de la demanda.

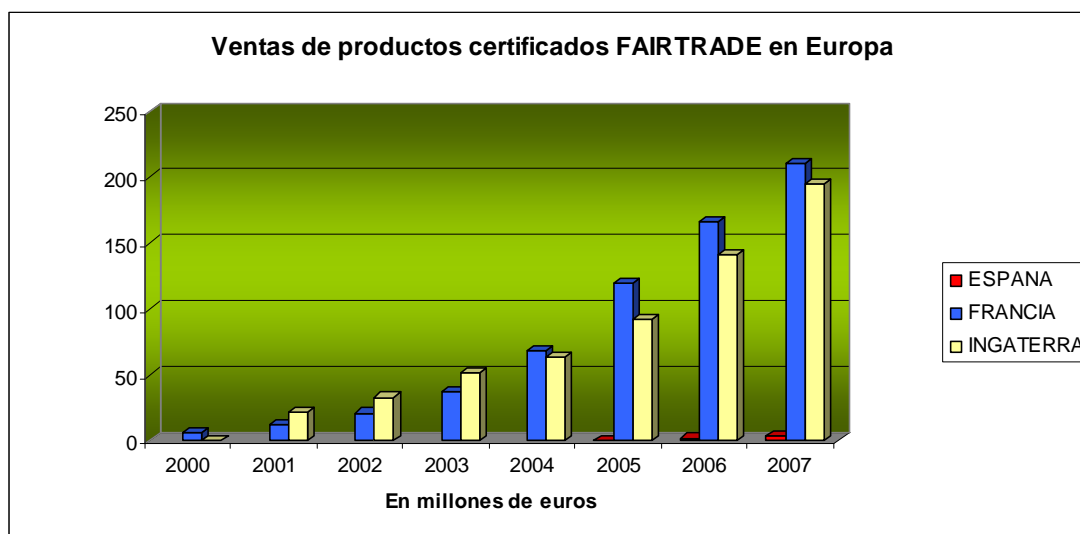
El interés por los productos de comercio justo es cada vez mayor en España. Aunque todavía el nivel de ventas sea muy reducido en relación con los países del Norte de Europa, los españoles han doblado el consumo de estos productos en el último año. El valor de las ventas de productos certificados FAIRTRADE se ha disparado un 105% respecto al año 2007, alcanzando los 3,9 millones de euros.



En España, el desarrollo del comercio justo está por venir.



www.saboretico.com



En Francia y en Inglaterra, las asociaciones FAIRTRADE fueron creadas en 1992. En España, la asociación del Sello FAIRTRADE Comercio Justo fue creada a finales del año 2005. Aunque sea mucho menor el nivel de venta, el fuerte despegue de las ventas en España ha sido inmediato. Estos resultados representan buenas perspectivas para las organizaciones de productores en los países del Sur.

¿Quiénes somos? Filosofía y raíces de SABOR ETICO

SABOR ÉTICO es socio de Ethiquable, empresa cooperativa francesa especialista del comercio justo.

Creada en 2003, la cooperativa ETHIQUABLE tiene como vocación estructurar redes de abastecimiento y desarrollar colaboraciones estables con las organizaciones de productores del Sur. Nuestra misión es doble. Consiste en:

- permitir que los productores del Sur entiendan los mercados del Norte y que accedan a los mismos en mejores condiciones.
- satisfacer la voluntad de los consumidores del Norte que quieren conocer el origen de los productos y las condiciones de producción, en lo que se refiere al respeto al medio ambiente y a los derechos económicos

SABOR ÉTICO se respalda en las redes desarrolladas por ETHIQUABLE para proponer en España una gama de 30 productos procedentes de la agricultura campesina y certificados por el Sello FAIRTRADE FAIRTRADE Comercio Justo.

En esos 5 últimos años demostramos que utilidad social y eficacia económica son conciliables. En 2003, cuando se fundó la cooperativa no se imaginaba que los productos iban a seducir tantos consumidores. Nuestro único motor en esa época y hoy aun: crear una empresa cooperativa por su estatuto, exigente por sus sabores, y justa para los productores. **Más allá: un proyecto para apoyar la agricultura campesina.**



www.saboretico.com

Un precio justo del productor al consumidor

SABOR ETICO asegura un ingreso justo y estable a los productores, garantizándoles un precio mínimo garantizado que permite la viabilidad de la agricultura campesina y mejores condiciones de vida para las familias de productores. También se esfuerza en limitar el número de intermediarios y en reducir su margen en beneficio de los consumidores.



La prima de comercio justo

Además del precio mínimo garantizado, SABOR ETICO paga la denominada prima de comercio justo para financiar proyectos colectivos económicos y sociales. Son los productores quienes deciden de su utilización. Unos ejemplos de afectación de la prima en algunas organizaciones de productores:

- inversión en nuevos equipos de transformación de la materia prima (Ej: despulpadoras de café,...)
- creación de un fondo mortuario que permite ayudar las familias en caso de fallecimiento
- creación de cajas de microcrédito
- formación a métodos agrícolas respetuosos del medioambiente.

UN EJEMPLO de nuestro trabajo con CEPICAFE en Perú: diversificar la producción y mantener el valor agregado en la organización de productores

Desde el principio, nuestra cooperativa trabaja con CEPICAFE, la central Piurana de Café. Esta cooperativa creada en 1995 por productores de café agrupa hoy más de 3700 productores de la región de Piura en el Norte de Perú.

El punto de comienzo de la relación con CEPICAFE es la comercialización de su café. Para protegerse de las fluctuaciones del precio en bolsa del café, los miembros de CEPICAFE quisieron desarrollar la producción de azúcar integral de caña. Nuestra cooperativa propuso su apoyo con el



www.saboretico.com

objetivo de valorizar la caña de azúcar para que se vuelva una fuente de ingreso segura y estable para los productores.

CEPICAFE empezó a poner en marcha pequeñas unidades colectivas de fabricación que permiten la producción de azúcar completo llamado localmente la “panela”. Hoy el azúcar SABOR ETICO implica alrededor de 350 familias de productores peruanos en su cultivo y en su transformación.



Paralelamente, nuestra empresa apoyó CEPICAFE en la transformación de frutas en confituras, lo que permite a los productores valorizar esta producción que hasta entonces no estaba aprovechada.

Los productores de frutas lamentaban que el mercado local no les permitía valorizar su cultivo de frutas: transporte de las cosechas a espaldas de mulas problemático, precios de venta a mayoristas demasiado bajos y en plena temporada, una producción abundante de frutas que se abandonaba al pie de los árboles.

Gozando de sus experiencias con el café y el azúcar, CEPICAFE quiso montar un proyecto de transformación de frutas en confituras. Nuestra cooperativa dio su apoyo al desarrollo de esta agroindustria, comprometiéndose al 40% en una “Joint-Venture” y financiando la producción de 55 000 frascos de confituras (es decir un container de expedición cada dos meses). Así, CEPICAFE ha podido realizar las primeras inversiones para adquirir las máquinas necesarias para transformar las frutas y reclutar localmente un equipo de 20 personas. Esa diversificación representa un proyecto de desarrollo de mayor importancia para el futuro de los productores.

En efecto permite que CEPICAFE pueda construir y equipar una unidad de producción de café destinada a la torrefacción del café y al condicionamiento del café verde, del azúcar de caña y del cacao así como la fabricación y condicionamiento de confituras.



www.saboretico.com

Los compromisos de SABOR ETICO

Compromiso N° 1 : Defender la agricultura campesina y sus métodos tradicionales

Mientras los motines del hambre estallan, estamos redescubriendo la agricultura campesina. Representa 2,5 billones de personas de los 6,2 billones de habitantes que cuenta el planeta. Estos pequeños productores preservan la biodiversidad y los ecosistemas: gestionan su medioambiente de forma sostenible gracias a sus métodos y conocimientos de la ecología local y tradicional. Responden a las necesidades de los mercados locales cuando no se encuentran en competencia directa con los mercados internacionales dominados por la agricultura intensiva, y son capaces de exportar si están acompañados y apoyados. Estas exportaciones traen divisas esenciales a esas economías. Gracias a las cooperativas, esta agricultura refuerza las estructuras y las identidades locales y resiste el éxodo hacia las ciudades.

Compromiso N° 2 : Defender el gusto y los sabores de los productos de origen

Desde el arroz violeta de Laos y la vainilla tipo Borbón de las Islas Comores hasta la quínoa de Ecuador pasando por la panela de Perú, la búsqueda de sabores de origen es un motor para el desarrollo de la gama de productos SABOR ETICO. La creación de nuevas recetas hace el dinamismo de la marca en términos de innovación.

La selección de productos resulta de nuestra voluntad de luchar contra la standardización del gusto y de explorar la diversidad de aromas que proporciona cada terruño, cada sistema de cultivo, cada variedad de planta.

Compromiso N° 3 : Favorecer mas valor agregado para los productores del Sur.

Para nosotros, el comercio justo debe ante todo contribuir al desarrollo de las comunidades campesinas. Para eso, la empresa se compromete a largo plazo con las cooperativas de productores con las que trabaja. No se trata solo de pagar un precio mínimo garantizado a los productores, sino también trabajar con ellos para desarrollar nuevas producciones, abrirles nuevos mercados y así limitar la dependencia a un solo y único cultivo. Es así que nació la gama de confituras. En efecto, son productores de café que poseen en sus parcelas árboles frutales cuya producción era poco valorizada, con frutas pudriéndose por la falta de salida en el mercado local.

Nuestra cooperativa aporta su apoyo en la transformación local al afectar 10% de sus beneficios en proyectos con las cooperativas de productores. Apoyando proyectos de transformación y transformación locales, favorecemos el mantenimiento del valor agregado al nivel local. Uno de cada dos productos de la gama SABOR ETICO es entera o parcialmente fabricado por las cooperativas de productores. Las infusiones y la quínoa de Ecuador, las confituras y el azúcar de Perú, los arroces de Laos llegan en Europa como productos acabados. Para nuestros zumos, solo el embotellamiento se hace en Europa y para nuestros chocolates, solo el moldeado en tableta.



www.saboretico.com



Compromiso N° 4 : Proponer productos de comercio justo al mayor numero de consumidores.

Desde el inicio, optamos por comercializar nuestra gama en la gran distribución. Los productores del comercio justo necesitan tener salida para sus productos. Para que el comercio justo tenga un verdadero impacto, es necesario que sus productos se encuentren en las tiendas donde la mayoría de los consumidores hace sus compras.

En cuanto a precios, SABOR ETICO ha definido un margen que permita cubrir la actividad de investigación, de logística y de comercialización. Paralelamente, SABOR ETICO pide a los distribuidores limitar su margen sobre la venta de sus productos.



www.saboretico.com

¿Las preguntas que se hacen los consumidores?

¿Cuáles son las garantías?

Toda la gama de productos SABOR ÉTICO procede del comercio justo y dispone del sello "FAIRTRADE Comercio Justo". Esta garantía es para el consumidor una certeza de que los productores reciben entre otras cosas una justa remuneración por su producción. FLO-Cert, organismo independiente de certificación, examina la aplicación estricta del pliego de condiciones "comercio justo" mediante controles regulares desde el productor hasta los consumidores.

¿Por qué los productos no son mucho más caros?

Nuestra cooperativa procura que todos los que participan a lo largo y ancho del sector queden satisfechos. Por supuesto, la prioridad se atribuye a los productores que se benefician del precio mínimo garantizado + un suplemento de precio SABOR ÉTICO + la prima de desarrollo. La reducción al máximo de los intermediarios, especialmente cuando el producto queda finalizado in situ y la limitación del margen de SABOR ÉTICO y el del distribuidor permite proponer precios bastante interesantes. En el caso de la vainilla o del café soluble, los productos SABOR ÉTICO son más baratos que los convencionales.

¿Los productos son ecológicos?

El sello "FAIRTRADE Comercio Justo" integra criterios medioambientales que no son estrictamente ecológicos pero que excluyen los sistemas de producción que no respetan los ecosistemas o que dependen de insumos químicos.

SABOR ÉTICO da prioridad a las cooperativas que están involucradas en dinámicas medioambientales: policultivos con pocos o ningún insumo químico, que privilegian la fertilidad natural de los suelos y los recursos fitogenéticos locales y que conservan el medio natural y los ecosistemas.

El 80% de las organizaciones de productores asociados con SABOR ÉTICO tienen la certificación ecológica. En ese caso, nuestra cooperativa compra los productos según las condiciones del pliego de comercio justo y ecológico, incluso si el sello ecológico no aparece en el envase.

¿Quién sale beneficiado con el comercio justo?

Los productores

El pilar básico del comercio justo es el principio del "precio justo". Para cada producto, este precio se calcula a partir de un estudio técnico muy preciso. Tiene que cubrir tanto todos los costes de producción como ofrecer una remuneración satisfactoria a la mano de obra familiar implicada en la producción.

Los efectos positivos del comercio justo son reales y fácilmente comprobables. Sin embargo, los resultados difieren de una situación a otra. Cada organización de productores tiene una configuración única, dentro de una situación única, en un contexto único. Para unos, el precio de venta más alto será determinante, para otros el acceso al crédito cambiará la situación. Sin embargo, para otros lo que provocará el cambio es la posibilidad de desarrollar un nuevo cultivo, el acceso a una innovación técnica o bien la posibilidad de cooperar con un importador "de comercio justo" para transformar la producción in situ.



www.saboretico.com

Los consumidores

Los productos de comercio justo ofrecen:

- productos de calidad, la mayoría procedentes de cultivos ancestrales
- trazabilidad garantizada
- garantía que proceden de una agricultura respetuosa con el medio ambiente
- garantía que el productor es retribuido justamente por su trabajo y que en lo sucesivo contará con perspectivas de desarrollo para él y la comunidad.

SABOR ETICO
Jean-Philippe NOEL - 615 04 40 14 / jpnoel@saboretico.com

Gran Vía de las Cortes Catalanas, 604, 5º, Izq.
08007 BARCELONA



www.saboretico.com