

IDEAS

MEMORIA ANUAL DE ACTIVIDADES 2006



Indice

1. MISIÓN DE IDEAS

2. LÍNEA DE TRABAJO DE IDEAS

3. LOGROS

4. ACTIVIDADES DE COOPERACION AL DESARROLLO Y COOPERACIÓN COMERCIAL

4.1 Cooperación al desarrollo

4.1.1. Cooperación al desarrollo con proyectos de Comercio Justo en Camboya, AFESIP

4.1.2. Actividades de diagnóstico y de trabajo en red de economía alternativa y solidaria

4.1.3. Programa de asistencia formativa y técnica a mujeres mapuches a través de la Fundación Chol-Chol

4.1.4. Programa de formación con AECI en Bolivia

4.1.5. Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable

4.2 Cooperación Comercial con Organizaciones de Comercio Justo del Sur

4.2.1 IDEAS y las organizaciones de Comercio Justo del Sur

4.2.2 Desarrollo de Productos

4.2.3 Eventos donde participó el área comercial de IDEAS

5. EDUCACIÓN PARA EL COMERCIO JUSTO Y EL CONSUMO RESPONSABLE

5.1 Campañas

5.1.1. Campaña “La ropa que favorece a todo el mundo”

5.1.2. Campaña “No es sólo un juego”

5.1.3. Campaña “Día del Comercio Justo”

5.2 Actividades en la educación formal e informal

5.2.1. Actividades en la Educación Formal

5.2.2. Educación Informal

5.2.3. Acciones y actividades de sensibilización de las tiendas IDEAS del Mundo

6. CONSULTORÍA E INVESTIGACIÓN

6.1. Compra Pública Ética

6.2. **Proyecto Fair Procura** Making Public Authorities Local Actors of Sustainable Development

6.3. **Programa de Compra Pública con Criterios Sociales** y solidarios con La Junta de Andalucía

6.4. **Compra Empresarial Responsable**

6.5. **Observatorio de Corporaciones Transnacionales.** Una herramienta para la información, la educación al desarrollo y la acción social.

7. RESULTADOS ECONÓMICOS



¿Qué es el Comercio Justo?

“El Comercio Justo es una asociación de comercio, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los 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”

Fuente: FINE*.

*FINE es una plataforma informal que aglutina a los principales referentes del Comercio Justo (IFAT, EFTA, FLO, NEWS)

“El Comercio Justo es una vida con dignidad”

(Víctor Pérezgrovas, presidente de la CLAC y coordinador de Majomut, organización de Comercio Justo México)

“Nuestro productos son más valorados gracias al Comercio Justo, pues desde una pieza de cerámica hasta una obra de arte todo entraña cultura y dignidad”

(Nancy Epulef, Artesana mapuche de la Fundación Chol Chol. Organización de Comercio Justo, Chile)

1. MISIÓN DE IDEAS

IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria), es una **Organización de Comercio Justo** cuya misión es transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de **Comercio Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable**, tanto en el ámbito local como internacional. Todas las acciones de la organización se fundamentan en principios de igualdad, participación y solidaridad.

2. LÍNEAS DE TRABAJO DE IDEAS

Desde hace más de veinte años **IDEAS** es la primera entidad española que desarrolla el **Comercio Justo** con organizaciones del Sur (África, América Latina y Asia) a través de programas de cooperación, asistencia técnica, importación, distribución y venta de productos artesanales y alimenticios. **IDEAS** reconoce el Comercio Justo como una poderosa herramienta para erradicar las causas de la pobreza en las comunidades más desfavorecidas, garantizando los derechos, la dignidad y el desarrollo de todas las partes implicadas.

Consciente del gran impacto económico, ecológico y social derivado de los patrones de consumo occidental, **IDEAS** potencia la capacidad crítica de los ciudadanos/as, empresas e instituciones públicas en su derecho a consumir conscientemente. La organización realiza numerosas actividades de investigación, consultoría, educación y movilización social y también desarrolla herramientas de financiación ética para favorecer modelos de **Consumo Responsable y Economía Solidaria**. Entre estas acciones cabe destacar a **IDEAS** como la coordinadora estatal de los programas europeos **Fair Procura/Compra Pública Ética** (CPE) y **Compra Empresarial Responsable** (CER), cuyo objetivo es asesorar a las administraciones públicas y al sector empresarial para la integración de criterios éticos y ecológicos en sus compras y contrataciones facilitando así su participación como agentes de desarrollo.

IDEAS también ofrece una herramienta de análisis de conducta empresarial mediante la difusión pública de las investigaciones sobre diferentes sectores económicos y marcas comerciales que realiza el **Observatorio de Corporaciones Transnacionales**.

La organización participa desde sus inicios en el **Foro Social Mundial**, formando parte activa de las **Redes Promotoras de Economía Solidaria**, representando actualmente a **IFAT** (Asociación Internacional de Comercio Justo) y a varias redes de Economía Solidaria en su Consejo Internacional.

IDEAS es miembro de **IFAT** y representante española en su junta directiva europea; socio de **EFTA** (Asociación Europea de Comercio Justo); miembro fundador de la **CECJ** (Coordinadora Estatal de Comercio Justo); socio fundador de **REAS** (Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria) y miembro fundador de **RUFAS** (Red de Útiles Financieros Alternativos).

IDEAS es una cooperativa sin ánimo de lucro y con objeto social solidario, reconocida e inscrita como ONGD por la **AECI** (Agencia Española de Cooperación Internacional).

3. LOGROS

El año 2006 ha sido un año de consolidación e innovación para IDEAS.

Un logro destacable ha sido la acreditación de IDEAS como Organización de Comercio Justo que otorga la Asociación Internacional de Comercio Justo (IFAT).

En su línea de trabajo de cooperación comercial con Organizaciones de Comercio Justo de África, América Latina y Asia, IDEAS ha podido aumentar esta cooperación en un 12%, ampliando su ámbito de actuación en países como Vietnam, Brasil y Tailandia.

Esta labor ha sido acompañada de una línea de trabajo creciente en cooperación al desarrollo. A lo largo del 2006 IDEAS ha incrementado su influencia como agente de desarrollo hasta Chile y Camboya, abriendo nuevos proyectos de cooperación y asistencia técnica con la Fundación Chol-Chol en Chile y AFESIP Fair Fashion en Camboya. Las destinatarias de nuestros proyectos de cooperación pertenecen a los llamados “grupos de alta vulnerabilidad”, mujeres indígenas (etnia mapuche) en Chile, y mujeres y niñas víctimas de la explotación sexual en Camboya. Durante este periodo también se ha logrado consolidar un ambicioso programa formativo en cooperación con la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) y con Fundesarte respectivamente.

La consolidación de cooperación comercial ha sido posible gracias a una constante labor de innovación de producto, mejora de diseño y capacitación técnica en la producción y comercialización, y a un mercado social y solidario en auge, que se ve reflejado en la ampliación de la red de distribución por todo el mapa del territorio español.

IDEAS ha podido ampliar su área de investigación, a través del ya consolidado Observatorio de Corporaciones Transnacionales, que ha publicado cinco nuevas investigaciones. IDEAS organizó con éxito la tercera feria bianual de uno de los eventos más importantes de Comercio Justo y Consumo Responsable en España, la “III Feria del Comercio Justo y Consumo Responsable” además de participar en eventos de relevancia dentro del sector. IDEAS siguió contribuyendo a la educación de la ciudadanía en valores de consumo responsable, solidaridad y justicia comercial a través de campañas y acciones de sensibilización y programas de educación formal e informal.

Otro objetivo institucional ha sido logrado: el acercamiento del valor diferencial del Comercio Justo a las Instituciones Públicas y al sector privado. El año 2006 ha sido año decisivo para el desarrollo conceptual y práctico de la Compra Pública Ética, área en el que IDEAS se ha perfilado como consultor para diferentes Administraciones Públicas. Asimismo, se ha podido desarrollar la línea innovadora de Compra Empresarial Responsable con IDEAS como consultor del sector empresarial para la integración de criterios éticos y ecológicos en su compra empresarial.

El crecimiento sostenido de IDEAS a lo largo del año 2006 se ve reflejado en la necesidad de nuevas instalaciones. Los primeros ladrillos de la futura nave e oficinas de IDEAS se pusieron en primavera del 2006 en Córdoba, y el año acabó con la búsqueda de nuevas oficinas en Madrid, ambos pasos son reflejo de una organización dinámica, en crecimiento, innovando y construyendo sobre bases ya consolidadas.

4. ACTIVIDADES DE COOPERACION AL DESARROLLO Y COOPERACIÓN COMERCIAL

Desde hace más de veinte años **IDEAS** es la primera entidad española que desarrolla el **Comercio Justo** con organizaciones del Sur (África, América Latina y Asia) a través de programas de cooperación, asistencia técnica, importación, distribución y venta de productos artesanales y alimenticios. Entre sus programas de cooperación relacionados con el Comercio Justo destacamos los siguientes durante el 2006.

4.1 COOPERACIÓN AL DESARROLLO

4.1.1. Cooperación al desarrollo con proyectos de Comercio Justo en Camboya

Asistencia técnica a AFESIP

El proyecto "Víctimas por ser mujeres y pobres". Las destinatarias de este proyecto han sido mujeres y niñas víctimas de la explotación sexual o vulnerables a la misma.

El proyecto tenía una doble vertiente. Por un lado contribuir a combatir la explotación sexual y el tráfico de mujeres y niñas para la explotación sexual, principal lacra social en Camboya, y por otro, atender y rehabilitar a aquellas rescatadas de la esclavitud sexual. La intervención buscaba aumentar la formación profesional de las mujeres que facilitase la reintegración en la comunidad de forma eficiente e innovadora, ofreciendo condiciones de trabajo dignas con posibilidades de participación en el Comercio Justo.

El proyecto iba acompañado de importantes acciones de difusión y divulgación en el Norte sobre la situación que viven estas mujeres, y las posibilidades que el Comercio Justo les ofrece para su reinserción sostenible.

4.1.2. Actividades de diagnóstico y de trabajo en red de economía alternativa y solidaria, Comercio Justo y consumo responsable.

Se firmó un convenio que apoya la labor de IDEAS en el marco de la cooperación y sensibilización sobre Economía Alternativa y Solidaria, Comercio Justo y Consumo Responsable entre IDEAS y varias organizaciones de Comercio Justo

Comprende varios capítulos donde se fortalecen los compromisos para desarrollar el trabajo realizado por la organización en beneficio de los productores y productoras del Sur con los que IDEAS trabaja y para los consumidores y consumidoras a los que IDEAS les proporciona formación y sensibilización en materia de Consumo Responsable.

Los capítulos financiados mediante este convenio corresponden a las siguientes líneas de acción:

1. Identificación, diagnóstico y desarrollo social, productivo y comercial de proyectos de Comercio Justo y de trabajo en red con IDEAS.
2. Actividades de educación y sensibilización para el cambio social e incidencia política a favor de la justicia social y comercial.
3. Presencia en órganos políticos de IFAT (Asociación Internacional de Comercio Justo), EFTA (Asociación Europea de Comercio Justo) y del Foro Social Mundial.

4.1.3. Programa de asistencia formativa y técnica a mujeres mapuches a través de la Fundación Chol-Chol en Chile

El programa de asistencia fue coordinado por Fundesarte y la Fundación Chol-Chol en Chile. Se asistió a una comunidad de mujeres mapuches a través de medidas de formación, capacitación y asistencia técnica para innovación, diseño y desarrollo de productos. La formación tuvo lugar del 21 de noviembre al 15 de diciembre 2006.

Las mujeres participantes eran 30 mujeres mapuches seleccionadas de las 600 mujeres que agrupa la Fundación Chol Chol, ya que la capacitación solo permitía trabajar con un grupo reducido. La selección se realizó entre las delegadas de Ñimi Kafe Pu Domo, artesanas textiles mapuches que, por sus conocimientos y su capacidad de replicar la experiencia (formador de formadores) se consideraron como la mejor de las opciones para asegurar el éxito del proyecto. El programa buscó multiplicar el impacto de la intervención en las comunidades al concentrarse en la formación de futuras formadoras.

4.1.4. Programa de formación con AECEI en Bolivia

Invitada por Fundesarte (Fundación para la Innovación de la Artesanía), como entidad organizadora, IDEAS impartió un curso de formación en Bolivia dirigido al sector productivo de artesanos. El curso se denominaba “El Comercio Justo como alternativa de mercado para el sector artesano de Bolivia con proyección a los Países del Cono Sur”. Se celebró en el Centro de Formación de la Cooperación Española en Santa Cruz de la Sierra entre el 27 y el 31 de marzo de 2006. El objetivo del curso fue la capacitación técnica de grupos artesanos de América del Sur para el acceso de los mismos al sistema de Comercio Justo y a la exportación al mercado tradicional. Entre las temáticas impartidas destacó la definición y principios del Comercio Justo; los actores y requisitos para acceder al sistema, el Comercio Justo en América Latina, la orientación al mercado y al cliente, el concepto de calidad, el marketing y sus herramientas, el diseño y desarrollo de un producto, el proceso de exportación, control de calidad, logística y empaquetado.

4.1.5 Feria de Comercio Justo y Consumo Responsable

La Feria del Comercio Justo y Consumo Responsable que celebramos en octubre del 2006 en Ciudad Real, es una actividad comercial y de sensibilización que organiza IDEAS con carácter bianual. El objetivo para el 2006 fue acercar la rica experiencia del Comercio Justo y el Consumo Responsable a los consumidores. Para ello se brindó un espacio de participación a los principales actores del Comercio Justo: productores, organizaciones, tiendas de Comercio Justo y consumidores.

Los consumidores de la comunidad tuvieron la ocasión de informarse, conocer, sentir y degustar la riqueza de los productos de Comercio Justo y Consumo Responsable en una amplia muestra y exposición representativa de organizaciones de Comercio Justo y sus productos.

La feria contó con un amplio abanico de actividades de sensibilización, para concienciar, entreteniéndolo, al público más joven y así exponer los beneficios del Comercio Justo y el Consumo Responsable de forma atractiva.

Unas 20 organizaciones de Comercio Justo y Consumo Responsable expusieron sus actividades y productos en la feria, cooperativas de consumo, organizaciones solidarias, ONGs, organizaciones y tiendas de Comercio Justo de Castilla-La Mancha, organizaciones ecologistas y artesanos locales.

4.2 COOPERACIÓN COMERCIAL CON ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO DEL SUR

4.2.1 IDEAS y las organizaciones de Comercio Justo del Sur

Todos los productos de alimentación de Comercio Justo, la mayoría de ellos de Agricultura Ecológica, han sido cultivados por pequeños productores de forma sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Se comercializan más de cien diferentes productos y no sólo café, chocolate y azúcar sino una gran cantidad de productos de gran calidad que forman parte de nuestra dieta diaria como el arroz, la pasta, legumbres, frutos secos y también otros más exóticos para diversificar nuestras recetas y seguir apoyando a más trabajadores del sur.

IDEAS trabaja directamente con más de diez grupos productores de artesanía de Asia, América y África. Más de 1000 productos diferentes que han sido elaborados artesanalmente siguiendo técnicas tradicionales, utilizando los recursos naturales locales y respetando el medioambiente y la identidad cultural de cada comunidad. La mayoría de estos grupos son organizaciones de base que se ubican en zonas marginales, como zonas rurales y periferias y que trabajan con sectores particularmente desfavorecidos de la población local.

A continuación exponemos algunas de las Organizaciones de Comercio Justo del Sur con las que trabaja **IDEAS** y una breve descripción de su trabajo.

Grupo Productor	Descripción
AFESIP - Camboya	Es una ONG constituida en 1996. La misión de AFESIP es combatir el tráfico de mujeres y niñas para la explotación sexual y situaciones de esclavitud sexual, y ofrecer rescate y rehabilitación para las afectadas, procedentes de la explotación sexual y prostitución infantil. A su vez, AFESIP procura subsistencia para las víctimas a través de programas productivos y rehabilitación laboral. Actualmente AFESIP da trabajo a más de 120 personas, en su gran mayoría mujeres. Hay 92 trabajadores camboyanos y 10 exiliados.
ARUM DALUM - Indonesia	Arum Dalum Mekar es una organización que trabajan directamente como sociedad de productores local, registrada legalmente. Es una organización bastante pequeña donde trabajan 4 personas a tiempo completo, con algunas contrataciones temporales a mujeres en los momentos de mayor demanda. Su política es trabajar al servicio de los artesanos, producir productos de alta calidad, mantener las tradiciones locales y tratar de concienciar a los artesanos de la importancia de conservar el medioambiente en los procesos de producción.
CHETNA- RAJLAKSHMI - India	El proyecto Rajlakshmi surgió a principios de los años 90. Nace como una unión temporal de empresas llamado Maikaal con el apoyo de Greenpeace y Magasins du Monde. Se dedican al cultivo y la producción del algodón ecológico que se extiende por varias zonas y a la elaboración de camisetas. Los objetivos principales de Rajlakshmi son: Mejorar las condiciones de vida de las familias mediante programas sociales, tales como educación y asistencia médica gratuita para los niños.
CORR - Bangladesh	Su objetivo principal consiste en dar fuentes de ingresos así como formación a las mujeres bengalíes, quienes, por tradición, deben permanecer en casa y no pueden acceder a puestos de trabajo público. Proporcionándoles formación y trabajo, CORR - THE JUTE WORKS contribuye a la valorización del papel de la mujer tanto en la sociedad bengalí como en la vida y economía familiar. Aparte de proporcionarles trabajo y salarios dignos, CORR - THE JUTE WORKS anima a sus asociadas a ahorrar parte de sus ganancias.
CRAFT LINK - Vietnam	Craft Link fue creada por una ONG internacional interesada en la producción y venta de artesanías como una manera de generar ingresos para la gente pobre y marginada. Además de la ayuda de Craft Link para acceder a nuevos mercados a través de nuestras tiendas y mercadillos, los artesanos han solicitado asistencia para el diseño de nuevos productos, y formación en los negocios en áreas como marketing, control de calidad, contabilidad y fijación de precios. Nuestro objetivo es proveer a los productores de las habilidades necesarias para crear productos de alta calidad y adaptabilidad de los diseños a los cambios del mercado.
CREATIVE - India	Es una ONG de la India cuya misión es el empoderamiento y desarrollo de las mujeres, como clave para el desarrollo y la sostenibilidad de las comunidades pobres o suburbios mediante un programa de desarrollo económico y generación de ingresos y otro de desarrollo comunitario.
MAHAGUTHI - Nepal	Es una organización manufacturera y exportadora, sin ánimo de lucro, que, a través de la adhesión de los valores de comercio justo, promueve a microemprendedores y su calidad de vida a través de un empoderamiento económico. Su labor va destinado especialmente a mujeres.
MAI HANDICRAFTS - Vietnam	Después de un estudio de las necesidades de los niños de la calle, se creó MAI Vietnamese Handicrafts, un proyecto que pretende proporcionar un medio de vida a estos niños. El estudio fue financiado por el departamento inglés de "Save the children" y ejecutado por trabajadores sociales vietnamitas. Mai Vietnamese Handicrafts se constituyó en 1990, con el fin de dar formación y encontrar salidas a las artesanías realizadas por las familias más desfavorecidas. Mai trabaja íntimamente con un equipo de trabajadores sociales y agentes de desarrollo comunitario, para asegurar los servicios educativos y sanitarios a todos los miembros de la comunidad.
MCCH - Ecuador	MCCH es una organización sin ánimo de lucro creada en 1985 partiendo de una experiencia de comercio alternativo en los barrios del sur de Quito, con el objetivo principal de mejorar las relaciones de intercambio y de comercialización de los productos en la ciudad y en el campo que ostensiblemente estaban en manos de unos pocos grandes monopolios. Actualmente MCCH reúne a unas 400 organizaciones rurales y urbanas organizando su producción y ayudándoles a comercializar sus propios productos.
MST - Brasil	El Movimiento de los Trabajadores Rurales sin Tierra (MST) es una articulación de campesinos que luchan por la tierra y por la reforma agraria en Brasil. Es un movimiento de masas autónomo, de movimiento sindical, sin vinculaciones político-partidarias o religiosas. Apoyan la producción de azúcar y de yerba mate.
SASHA - India	Sarba Shanti Ayog es una ONG que está dirigida por mujeres. Lleva a cabo numerosos programas de desarrollo desde 1978. Los grupos destinatarios de estos programas han sido sobre todo mujeres e "intocables" (<i>etnia, grupo minoritario y desfavorecido de India</i>) en Bengal Occidental, Orissa y parcialmente en Uttar Pradesh, Bihar y Rajasthan. Numerosos productores acompañan estos programas, que les aconsejan sobre la producción y comercializan sus productos. En 1988 se repartieron las tareas, Sarba Shanti Ayog se concentra en el trabajo del desarrollo en sentido estricto y la nueva organización fundada Sasha Association for Craft Producers (Sasha) se encarga de la comercialización de los productos.
SELYN - Sri Lanka	Selyn es una sociedad fundada en Kunergala en 1986, con el empeño de utilizar sólo materias primas naturales, prestando especial atención al medioambiente y al respeto de los derechos laborales. Su objetivo es mejorar la vida de las mujeres más pobres y buscar así su empoderamiento. Actualmente emplea a 275 trabajadores.
SIPA - India	Esta ONG surgió en el año 1985, de la agrupación de productores, para cubrir la necesidad de un organismo que canalizara la comercialización de sus productos y que coordinara sus actividades. En la actualidad se encarga de la exportación de productos de más de 30 agrupaciones de productores que han conseguido mediante su esfuerzo organizativo y la producción de artesanías, textiles y muebles, superar su condición de pobreza e ir estableciendo centros médicos, escolares y de formación profesional. Uno de los grupos organizados dentro de SIPA, es el llamado Asociación de Afectados de Lepra de Bethany Colony, que empezó su trabajo hace unos 13 años. Fabrican todo tipo de textiles con telares rudimentarios y pocos medios, pero con las ventas han conseguido salir de la mendicidad.
TALON -Pakistan	Es una organización productora de balones deportivos que incentiva el trabajo adulto, y la remuneración justa. Crea condiciones laborales y financieras que permitan la subsistencia de los productores para que no sea necesario recurrir a la mano de obra de sus hijos.
TARA - India	TARA Projects es una asociación que produce, comercia y realiza un trabajo de reformas en el comercio con el nombre TARA PROJECTS, una empresa de Comercio Justo, que permite a 29 grupos de una comunidad y a numerosos grupos de artesanos experimentados en la India del norte acceder al mercado. Su próximo objetivo es ayudar a los artesanos a ser independientes impulsando su acceso a oportunidades económicas desarrollando habilidades de marketing. La idea de un verdadero comercio justo que funciona estriba en la reformulación del comercio tradicional luchando contra la pobreza y la explotación de los artesanos y de sus comunidades desde la raíz.
Y-DEVELOPMENT - Thailandia	YC nace para ofrecer ayuda a los productores de artesanía, aplican una serie de criterios en su selección: priorizan a los grupos de mujeres, pequeñas empresas, trabajo en casa si es posible, crean oportunidades de trabajo en las aldeas, precios y sueldos justos, buena calidad de los productos. Como instrumento para este objetivo el desarrollo del diseño y de la calidad. YC trabaja con empresas pequeñas, aproximadamente 25, y grupos de mujeres, unos treinta.

4.2.2 Desarrollo de Productos

Los encuentros con los productores más significativos como Mcch (Ecuador), Creative Handicraft (India), Sasha (India), Friends Nepal (Nepal) o Mahaguthi (Nepal), han resultado de gran utilidad para desarrollar nuevos productos de alimentación como caramelos, galletas de arroz, liberación cola, yerba mate, guaraná, azúcar semirrefinada ecológica y productos para el mercado de catering; por otro lado, dentro de la familia de artesanía, nuevas gamas de algodón ecológico, ropa y juguetes.

4.2.3 Eventos donde participó el área comercial de IDEAS

El área comercial de IDEAS también participa en encuentros y tareas de sensibilización y formación. Sin ánimo de ser exhaustivo, a lo largo del 2006 estas son las citas más destacadas donde ha participado la cooperativa: IDEAS organizó dos encuentros con tiendas y organizaciones de CJ en IDEAS-Madrid, compartimos información sobre los productores y redes en las que trabajamos y presentamos las novedades de artesanía y alimentación; IDEAS participó, como cada año, en la Fiesta de Comercio Justo y en Biocultura-Madrid con dos stands, uno de productos ecológicos y otro específico de Comercio Justo; también asistió a la Feria de Comercio Justo de Ciudad Real, impartió el taller sobre algodón ecológico y de comercio justo en La Casa Encendida-Madrid; asistió a la Feria Intergift- Madrid; a BioFach-Alemania donde IDEAS acudió para estudiar las tendencias del mercado y visitar a algunos productores de agricultura ecológica (Mcch y Camari-Ecuador entre otros). IDEAS también estuvo en la Feria de la Solidaridad en Ifema-Madrid; impartió una charla sobre Comercio Justo en el Master de Cooperación de la Universidad de Lugo, en las Jornadas de Comercio Justo en Leganés organizada por "Un Solo Mundo"; IDEAS ha participado en distintas charlas en Inaise en San Sebastián y asistió a la PPC Food y a la PPC Handicraft en Valencia entre otros.

5. EDUCACIÓN PARA EL COMERCIO JUSTO Y EL CONSUMO RESPONSABLE

IDEAS desarrolla una parte fundamental de su misión formando y educando sobre el Comercio Justo y el Consumo Responsable, esto lo hace mediante Campañas de Sensibilización, Cursos de formación y actividades puntuales de sensibilización.

5.1 CAMPAÑAS

A través de las campañas de sensibilización desarrolladas durante el 2006 hemos pretendido facilitar herramientas a las organizaciones sociales, entidades de Comercio Justo y ciudadanía en general para cumplir los siguientes objetivos:

- **Informar** sobre los problemas específicos del sector tratado en cada una de las campañas, denunciando los impactos y las violaciones a los derechos humanos.
- Fomentar el **consumo responsable** y el Comercio Justo haciendo visibles las **alternativas existentes** y sensibilizando a un amplio sector de la población consumidora: ciudadanos y ciudadanas, agentes económicos privados (empresas) y administraciones públicas
- **Influir en los gobiernos y políticas** nacionales, europeas y mundiales, a través de una presión social fuerte y una apuesta decidida por un Comercio Justo.
- **Influir en las empresas** para que asuman su responsabilidad social.
- Fortalecer las iniciativas ya tomadas en cada sector y **crear sinergias**, cohesionando los debates y favoreciendo una propuesta y lucha integral a través de **redes de acción social** para la alianza estratégica y la colaboración mutua.

Cada campaña incorpora objetivos específicos según las características propias de cada sector estudiado.

5.1.1. Campaña “La ropa que favorece a todo el mundo”

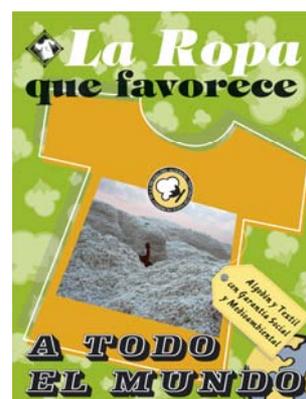
En primavera de 2006, IDEAS, junto con otras organizaciones colaboradoras, lanzó la campaña de consumo responsable de algodón y textil “La ropa que favorece a todo el mundo”.

En esta campaña se denunció la realidad del sector algodonero y de la industria textil en general, poniendo énfasis en los impactos que sobre el medio ambiente generan la mayor parte de los cultivos convencionales de algodón y los tremendos desequilibrios sociales y económicos que provocan su comercio convencional y las políticas subsidiarias emprendidas por algunos de los países del norte.

Así mismo se recalca el impacto social y las violaciones a los derechos humanos y laborales que se da en el sector de la industria de producción textil, que cuenta con graves denuncias por numerosos casos de explotación laboral infantil, falta de higiene y seguridad en el trabajo, violación a los derechos laborales de asociación, salarios, jornadas extenuantes, etc.

La campaña visibiliza las alternativas existentes, destacando entre ellas el movimiento de Comercio Justo como una de las vías más recomendables para la transformación del sistema comercial imperante.

La campaña, que comenzó en 2006, seguirá vigente hasta el próximo verano 2007, momento en que pasará a formar parte de una nueva que vincula el Comercio Justo con la producción ecológica.

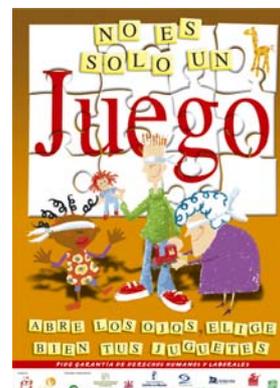


5.1.2. Campaña “No es sólo un juego”

Es otra de las campañas que IDEAS ha lanzado para motivar el consumo responsable de juguetes. Tuvo una gran difusión las navidades 2006 y se volverá a lanzar en las próximas. En esta campaña las/os consumidoras podían firmar un manifiesto en el que expresaban su deseo de que tanto en lugares públicos (guarderías, escuelas, centros cívicos, ludotecas,...) como en privados (hogares, tiendas,...) se pudieran adquirir y emplear juguetes cuya producción tuviera garantías de haber respetado los derechos laborales y ambientales.

Evaluación de resultados

Ha resultado ser una buena campaña de temática atractiva y necesaria, con enfoque y contenido adecuados, que ha contado con una buena red de colaboradores, muy satisfechos con el planteamiento, los contenidos y la imagen de la campaña. El interés de los medios de comunicación fue alto lo que proporcionó un excelente impacto.



Indicadores del Impacto

- En la campaña participaron una docena de organizaciones: tiendas de Comercio Justo “Ideas del Mundo”, organizaciones asociadas (Setem Madrid, Cáritas Kidenda, Solidaridad Internacional Galicia), CCOO, la Unión de Consumidores y Usuarios de Andalucía (UCA), CECU, Asociación Pro Derechos Humanos, Ecologistas en Acción, Asociación Barbiana y Plataformas de Solidaridad (pleno juvenil) y de forma pasiva FAECTA, la OCU y Córdoba Solidaria (divulgación en sus medios).
- Se difundieron 14.000 trípticos y 700 carteles.
- Entradas a la sección de Campaña del sitio web de IDEAS: 445
- Difusión mediática:
 - 4 ruedas de prensa en Madrid, Córdoba, Sevilla y Toledo.
 - Entrevistas de radio relacionadas con la campaña: 1 en Córdoba y 2 en Toledo.
 - Programa especial de TV en canal 2 Andalucía (“Programa Solidarios”)
 - Noticia en TV1 (Rueda de prensa en Madrid)
 - Entrevista TV municipal Córdoba
 - Artículos en periódicos: El País Andalucía, Diario Córdoba, Periódico Manchego.
 - Revista de la UCE (Unión de Consumidores)
 - Sitio web de Ecologistas en Acción
- Pleno juvenil en Córdoba sobre explotación laboral en el sector de la industria del juguete y explotación infantil.
- Participación con stand de juguetes en las Jornadas por la Paz en Córdoba

5.1.3 Campaña “Día del Comercio Justo”

En colaboración con la Coordinadora Estatal de Comercio Justo y con la Red Europea de Tiendas de Comercio Justo (NEWS), se desarrollaron diversas acciones que acompañaron a la celebración del día Mundial del Comercio Justo.

- A través de la campaña “**Métele un gol al trabajo infantil**”, desarrollada en el marco de la campaña europea “**Kids-at-work**” (coordinada por NEWS) se denunció la explotación infantil en el sector deportivo de fabricación de balones llevada a cabo por las grandes corporaciones transnacionales. Esta campaña luchó contra la explotación laboral de la infancia y propone alternativas de consumo responsable y el fomento de una producción y comercio justos.
- Difusión de la Campaña de algodón y textil en el marco de la campaña “**Consumo con-sentido**” en la que se manifestó la importancia de efectuar un consumo responsable basado en la calidad social y ambiental de los productos de consumo cotidiano.

5.2 ACTIVIDADES EN LA EDUCACIÓN FORMAL E INFORMAL

Para IDEAS la actividad educativa enfocada a educación en valores es prioridad estratégica. IDEAS ha realizado numerosas actividades, tanto en la educación formal (reglada) como informal para acercar la temática del Comercio Justo y el consumo responsable a niñas y niños, jóvenes y adultos, y a la ciudadanía en general.

5.2.1. Actividades en la Educación Formal

En Córdoba

- IDEAS participó en el programa municipal “Solidaridad Tarea de Todas y Todos”, con más de 200 clases en unos 20 institutos.
- Asimismo, animó la celebración de días y acciones de Comercio Justo en estos institutos.
- Participamos en las Jornadas de Consumo Responsable organizadas por CERAICO (febrero 2006).
- Participamos en una docena de actividades formativas y clases, tanto en la Universidad de Córdoba (UCO) como en ETEA, sobre temáticas diversas: comercio internacional, Comercio Justo, consumo responsable, economía solidaria y finanzas éticas.

En Castilla-La Mancha

- Participamos en alrededor de 20 actividades de educación formal, con clases en colegios e institutos de la comunidad de Castilla-La Mancha, especialmente en Toledo y Ciudad Real.

En Jaén

- Participamos en una docena de actividades de educación formal, con talleres y clases en colegios e institutos de la provincia de Jaén.

5.2.2. Educación Informal

En Córdoba

- Organización de exposición de fotografías y charlas sobre el proyecto de AFESIP, explotación sexual de mujeres e infancia en Camboya (Ayuntamiento, Bulevard, centro cívico centro y Casa Juventud)
- Actividades en tres barrios de Córdoba, conjuntamente con Maizca, sobre sensibilización vecinal de Comercio Justo y Consumo Responsable (sector sur, centro y distrito Levante).
- Participación en el Foro Social Mundial de Caracas, con la delegación cordobesa.
- En mayo del 2006 celebramos el Día Internacional de Comercio Justo con talleres, animación y actividades lúdicas dirigidas a jóvenes y niños. Plaza Tendillas
- Participación en la acampada “Quién debe a quién”, con talleres, mayo 2006
- Lanzamiento de la campaña “La ropa que favorece a todo el mundo”, marzo 2006
- Dimos charlas y conferencias en varios barrios de la ciudad de Córdoba (sector sur, Villarubia, Fuensanta, centro, etc.) sobre Comercio Justo y Consumo Responsable.
- Asimismo, dimos talleres formativos y de animación en la Casa de la Juventud.
- Organizamos una docena de exposiciones y degustaciones de productos en varios puntos de la ciudad, y en la tienda de Comercio Justo de IDEAS.
- Participación en varias mesas redondas, sobre el Foro Social Mundial (CIC-Batá), en la muestra de cine (CIC-Batá) y otras.
- Mesas Redondas con representantes de organizaciones de Comercio Justo del Sur (India)
- Participación en el programa “La Noche Solidaria” y otras actividades mediáticas sobre Comercio Justo.
- Participación en la Red Andaluza de Consumo Responsable y en su red local en Córdoba

En Castilla-La Mancha

- Alrededor de 30 actividades de sensibilización, charlas, organización de exposiciones, degustaciones, y actividades lúdicas y formativas en Toledo y Ciudad Real, municipios y provincias sobre las temáticas de Comercio Justo y Consumo Responsable.

En Jaén

- Alrededor de 35 actividades lúdicas y formativas, de sensibilización. Talleres, charlas, exposiciones y degustaciones de varios municipios de la provincia.

5.2.3. Acciones y actividades de sensibilización de las tiendas IDEAS del Mundo

- Degustaciones de productos de Comercio Justo en las tiendas
- Cambio mensual de escaparate con temáticas específicas
- Distribución de ron de Comercio Justo por bares y casetas de ferias
- Participación en Foros Sociales, campaña “Pobreza cero” y otras plataformas locales
- Exposiciones permanentes en institutos y algunas organizaciones sociales
- Exposiciones puntuales en semanas culturales
- Talleres de sensibilización y charlas en centros educativos
- Desfiles de ropa de Comercio Justo.
- Reuniones con distintas administraciones sobre Compra Pública Ética
- Participación en eventos especiales:
 - Etnosur en Jaén en el mes de julio
 - El “Día de la Tierra” en el vivero Taxus de Toledo en el mes de abril
 - La “III Feria de Comercio Justo” de CLM
 - Las “Jornadas por la paz y el medio ambiente” en el Sector Sur de Córdoba, en febrero
 - “Feria de la Solidaridad” de Córdoba en el mes de marzo

6. CONSULTORÍA E INVESTIGACIÓN

IDEAS realiza numerosas actividades de investigación y consultoría, para favorecer modelos de **Consumo Responsable y Economía Solidaria**. Entre estas acciones cabe destacar a **IDEAS** como la coordinadora estatal de los programas europeos **Fair Procura/Compra Pública Ética** (CPE) y **Compra Empresarial Responsable** (CER), cuyo objetivo es asesorar a las administraciones públicas y al sector empresarial para la integración de criterios éticos y ecológicos en sus compras y contrataciones facilitando así su participación como agentes de desarrollo.

IDEAS también ofrece una herramienta de análisis de conducta empresarial mediante la difusión pública de las investigaciones sobre diferentes sectores económicos y marcas comerciales que realiza el **Observatorio de Corporaciones Transnacionales**.

6.1. COMPRA PÚBLICA ÉTICA

IDEAS desde sus inicios ha colaborado con las Administraciones Públicas en el desarrollo de campañas de sensibilización y proyectos de asistencias técnica a productores. El área de trabajo de Compra Pública supone un paso más en nuestra relación con los poderes públicos, que pasan de ser financiadores o colaboradores de nuestras propuestas a convertirse en sujetos activos de Consumo Responsable.

El novedoso concepto de consumo responsable aplicado a las Instituciones Públicas hace referencia a la inserción de consideraciones sociales y medioambientales en las compras de la Administración.

Mediante la integración del consumo responsable en las pautas de consumo, se logra una **mayor coherencia** con los compromisos adquiridos a favor del desarrollo sostenible, la cohesión social y la lucha contra la pobreza y **se minimizan los impactos sociales y ambientales** negativos derivados de las compras y contrataciones públicas menos responsables.

La Compra Pública Responsable toma en consideración **elementos que van más allá del precio y las características técnicas del producto o proveedor**, como son:

- Necesidad y racionalidad de la compra o contratación
- Análisis del ciclo de vida del producto.
- Uso de materias y métodos de producción sostenibles.
- Eficiencia energética, energías renovables, emisiones contaminantes y uso de químicos.
- Posibilidad de reciclado, eliminación de residuos.
- Condiciones laborales en la cadena de suministro y desempeño del servicio.
- Transparencia y trazabilidad del producto en toda la cadena productiva y comercial.

La Compra Pública Ética (en adelante, CPE), es la Compra Pública Responsable que incide en los contratos públicos - generalmente de suministros o servicios - que introducen criterios éticos relativos al cumplimiento de convenciones internacionales y estándares sobre condiciones laborales dignas, salarios, derechos laborales, lucha contra el trabajo infantil, **dando preferencia en sus compras a aquellos proveedores y productos realizados con los criterios más exigentes, como es el caso del Comercio Justo**.

La Compra Pública Ética trata de involucrar a:

- **Agentes políticos**, que inserten en sus programas iniciativas de compra responsable
- **Personal técnico**, especialmente involucrado en áreas de contratación para que conozcan las posibilidades y experiencias existentes para la inserción de criterios sociales en la contratación administrativa.
- **Empresas**, actuales proveedores de la administración para que integren estas consideraciones como prácticas habituales.
- **Universidad**: como instituciones públicas y privadas en contacto con proveedores y de gran influencia social.
- **Colegios**: para que tomen la iniciativa en la inserción de productos de Comercio Justo o ecología local acompañado de campañas de sensibilización.

6.2. PROYECTO FAIR PROCURA. Making Public Authorities Local Actors of Sustainable Development

El proyecto Fair Procura (Compra Pública Justa) es una iniciativa pionera a nivel europeo de promoción de los criterios y valores del Comercio Justo en los contratos públicos. Se trata de un proyecto a 3 años coordinado por la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA) y ejecutado por 4 organizaciones de Comercio Justo: IDEAS (España), CTM-Altromercato (Italia), Oxfam Wereldwinkels (Bélgica) y Fair Trade Original (Holanda).

El objetivo general del proyecto es sensibilizar a las administraciones públicas europeas, nacionales, regionales y locales sobre el impacto de la contratación pública en el desarrollo sostenible y, de forma específica, sobre la importancia de apoyar el Comercio Justo como herramienta clave de desarrollo en su dimensión económica, social y medioambiental.

Contenidos del proyecto:

- Realización de una investigación europea sobre el marco jurídico y las experiencias prácticas de la inserción del Comercio Justo en la contratación pública.
- Edición de materiales de sensibilización.
- Formación de animadores: organizaciones de Comercio Justo que den a conocer el proyecto a nivel local.
- Celebración de congresos nacionales sobre la temática y un congreso europeo.
- Comienzo de acciones piloto

En el marco de este proyecto IDEAS ha trabajado intensamente en la sensibilización para Compra Pública Justa y Ética, contribuyendo eficazmente a que los poderes públicos tengan en cuenta el impacto social - y no sólo medioambiental- de la contratación pública. IDEAS ha realizado diversas actividades formativas y participado en numerosos eventos como experto (Conferencia Ecoprocura, Conferencia Eurocities, CONAMA VII y la Conferencia de Sostenibilidad Urbana del Ayuntamiento de Madrid entre otros). También hemos capacitado a las principales organizaciones de Comercio Justo españolas para que puedan sensibilizar a las administraciones locales y regionales en la Compra Pública Ética y lograr así un efecto multiplicador.

La labor de sensibilización y asesoramiento se inició en 2005 con el apoyo de la **Dirección General de Consumo de la Junta de Castilla La Mancha** para la celebración del **I Simposio de Compra Pública Ética** (Toledo, septiembre 05) y la edición del **Manual de Compra Pública Ética**, primera herramienta práctica para la integración del Comercio Justo en los contratos públicos.

También hemos creado una sección de Compra Pública Ética en nuestra web (www.ideas.coop) que contiene información valiosa para las administraciones interesadas en iniciar la incorporación de criterios éticos en sus compras.

6.3. PROGRAMA DE COMPRA PÚBLICA ÉTICA Y SOSTENIBLE DE LA CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

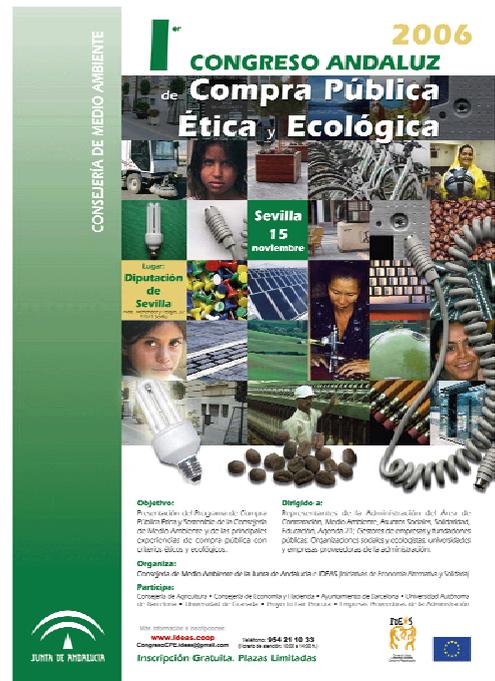
La labor de asesoramiento y sensibilización se ha ampliado y consolidado en 2006 con un intenso trabajo conjunto con la administración pública de Andalucía.

El Programa de Compra Pública Ética y Sostenible de la Consejería de Medio Ambiente tiene como objetivo fundamental minimizar los impactos ambientales y generar nuevas oportunidades sociales a través de la contratación pública. Para ello se ha elaborado un **diagnóstico** sobre los procesos y criterios de compra dentro de la Consejería; se han desarrollado dos **jornadas de formación** internas dirigidas a personal político y técnico y se ha editado la primera **Guía para la Contratación Pública Responsable en Andalucía**. Para la ejecución de dicho Programa IDEAS ha firmado un Convenio con Bakeaz, ONG especializada en compra verde.

La primera fase de este Programa ha culminado con el **I Congreso Andaluz de Compra Pública Ética y Ecológica**, en el que han participado diversas Consejerías de la Junta de Andalucía y representantes del Ministerio de Medio Ambiente, AEI, Ayuntamiento de Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, Fundación Ecología y Desarrollo, Triodos Bank, Trèvol, Andaluza del Papel y la empresa pública EGMASA. El Congreso reunió a más de 200 personas del ámbito de la administración pública andaluza y empresas proveedoras y organizaciones sociales y ambientales, y contribuyó a dar visibilidad a las prácticas iniciadas en Andalucía, a dar a conocer las posibilidades para otras áreas de la administración e inició un diálogo constructivo con los proveedores actuales y potenciales sobre las nuevas exigencias sociales y ambientales.

A raíz del Congreso se ha iniciado un Programa de Ecoedición en el Departamento de Publicaciones de la Consejería de Medio Ambiente que se presenta en la próxima edición de Liber (Barcelona, octubre 07) y un Programa de Compra Sostenible en la Empresa Pública EGMASA.

Con nuestro trabajo hemos logrado situar a la Comunidad Autónoma Andaluza como uno de los referentes en consumo responsable, suscitando gran interés por la temática en diputaciones, municipios y organizaciones públicas y privadas de la región y de otras CCAA.



6.4. COMPRA EMPRESARIAL RESPONSABLE

La compra empresarial responsable es un instrumento para minimizar y/o eliminar los impactos laborales, sociales y ambientales negativos de la actividad empresarial de las compañías incorporando criterios de consumo responsable en las políticas de compra.

Comprar con responsabilidad debe posibilitar un cambio positivo para el proveedor y los trabajadores a fin de que el beneficio se distribuya entre todas las partes implicadas en la cadena de suministro.

El proyecto, que nace de la inquietud de diferentes organizaciones de Comercio Justo europeas, entre las que se encuentran Traidcraft en Reino Unido, Oxfam Werendwinkels en Bélgica, Ctm Altrromercato en Italia e IDEAS en España. Durante 2006, IDEAS publicitó este proyecto y comenzó a participar con diferentes empresas ayudándoles a incorporar criterios de compra responsable a sus procedimientos de compra y contratación, mejorando así la situación de muchos países en vías de desarrollo. Entre las actividades llevadas a cabo, IDEAS publicó un Manual titulado "Comprar Importa" en el que se explica el proyecto y se describen las características de la compra responsable. Por otro lado, hemos participado en diferentes mesas redondas, ponencias y conferencias como expertos sobre Compra Empresarial Responsable.

6.5. OBSERVATORIO DE CORPORACIONES TRASNACIONALES. Una herramienta para la información, la educación al desarrollo y la acción social.

El Observatorio de Corporaciones Transnacionales investiga la gestión de las corporaciones transnacionales en el marco de los derechos humanos y medio ambientales para hacerlas públicas y fomentar así una mayor conciencia ciudadana creando una actitud crítica sobre ciertas empresas y sectores comerciales especialmente penosos a la violación de los derechos humanos fundamentales. Entre otros sectores productivo-comerciales se ha investigado: la banca, el sector del café y el arroz, la gran distribución, la explotación laboral de la infancia en la industria de los fuegos artificiales y el sector de la informática. El proyecto, en su fase previa, fue subvencionado a través de las convocatorias de la Excm. Diputación y Excmo. Ayuntamiento de Córdoba.

El Observatorio de Corporaciones Transnacionales es un espacio de investigación que desvela las manifestaciones más evidentes de injusticia en el mercado internacional. Por otro lado, el Observatorio de Corporaciones Transnacionales hace hincapié en las relaciones comerciales Norte-Sur y denuncia los impactos negativos y las dinámicas de dependencia y explotación para los países empobrecidos.

El Observatorio de Corporaciones Transnacionales realiza investigaciones contrastadas de diferentes sectores productivos y comerciales presentes en el mercado internacional, indagando sobre la cadena productiva y comercial del sector, las principales empresas que operan en el mismo, las condiciones socio-laborales de los trabajadores que participan en toda la cadena, impactos sociales y ambientales de la actividad productiva, etc. Estas investigaciones son recogidas en un boletín informativo donde se ofrece a la ciudadanía en general, fomentando con ello el consumo crítico y responsable para el fomento de un mercado internacional justo, solidario, igualitario y sostenible.

Observatorio en el 2006

Durante el año 2006 diferentes líneas de estudio han quedado plasmadas en la publicación de 5 boletines informativos que reflejan los impactos negativos sobre los países en vías de desarrollo principalmente, de las actuales reglas de comercio internacional y el papel que, dentro de este escenario, juegan las compañías transnacionales. Entre los sectores productivo-comerciales que hemos investigados este año se encuentra el sector bancario. Se estudiaron las inversiones realizadas por diferentes entidades financieras que se ven relacionadas con la práctica totalidad de los mercados, muchos de ellos no éticos; la industria de los fuegos artificiales, donde se detectó un alto nivel de explotación laboral de la infancia, el sector del café, en el que se siguen observando injustas reglas comerciales que provocan una disminución de calidad vida para los grupos productores ubicados, en su mayoría, en países empobrecidos; se estudió también el impacto de las grandes superficies sobre la sociedad y el medio ambiente, provocado fundamentalmente por su gran poder de negociación y compra; y, finalmente, el sector productivo del arroz, donde aún persiste la violación sistemática de los Derechos Humanos, y donde la degeneración ambiental emerge como uno de sus

principales problemas. Además, el Observatorio de Corporaciones Transnacionales ha participado como experto en diferentes eventos entre los que destacan la participación en la mesa redonda sobre “El sector productivo del algodón” organizada por Setem-Amarante, celebrada en noviembre de 2006 en Santiago de Compostela y la colaboración con la Cátedra de Cooperación Internacional de la Universidad de Córdoba y con la organización social Cáritas.

7. COMERCIO JUSTO, UN MERCADO SOLIDARIO EN AUGE

IDEAS reconoce el Comercio Justo como una poderosa herramienta para erradicar las causas de la pobreza en las comunidades más desfavorecidas, garantizando los derechos, la dignidad y el desarrollo de todas las partes implicadas. Mediante el Comercio Justo, IDEAS facilita los medios y las oportunidades para que las organizaciones de Comercio Justo del Sur puedan desarrollar sus productos y comercializarlos en el mercado local e internacional según los criterios del Comercio Justo definidos por IFAT. **IDEAS** capacita a las organizaciones productoras, sensibiliza, importa y distribuye los productos de Comercio Justo sin ánimo de lucro y con objeto social solidario, así ha sido reconocida e inscrita como ONGD por la **AECI** (Agencia Española de Cooperación Internacional).

IDEAS en coherencia con su misión y con el ánimo de favorecer las economías y sociedades de las organizaciones de Comercio Justo del Sur, distribuye los productos procedentes de la cooperación comercial a través de una amplia red de más de 500 clientes (Tiendas de Comercio Justo, pequeños comercios, asociaciones de vecinales, cooperativas de consumo, herbolarios, ONGs, etc)

En 2006 las ventas netas de IDEAS (a precio mayorista sin IVA) ascendieron a 2.335.374,62 €, lo que representa un incremento del 12% respecto al año anterior.

Ventas por familia de productos

	2004	2005	2006
Alimentación y bebidas	70%	64%	65%
Artesanía	29%	30%	29%
Agendas-libros	2%	5%	5%
Cosméticos	0%	1%	1%

RESULTADOS ECONÓMICOS

Análisis del resultado económico

El principal objetivo para el año 2006 era consolidar el crecimiento y viabilidad mediante la adquisición de terrenos y la construcción de las nuevas instalaciones en Villafranca de Córdoba.

Balance económico 2006

Los buenos resultados económicos y las nuevas inversiones llevadas a cabo el pasado año han consolidado aún más a IDEAS como un proyecto económicamente viable y rentable, requisito imprescindible para poder seguir trabajando en los diferentes proyectos, seguir consolidando y haciendo crecer el Comercio Justo en España y, en definitiva, seguir apoyando a los grupos productores del Sur y haciendo Otro Mundo Posible.

Así, el Activo total aumentó hasta los 3.371.314 euros, debido principalmente al aumento del inmovilizado que pasa de 447.593 euros en 2005 a 1.294.038 euros en 2006.

Al mismo tiempo que aumentó el inmovilizado, se produce una ampliación del exigible a largo plazo, imprescindible para financiar la adquisición de las nuevas instalaciones de nuestra organización.

Financiación Ética

En **IDEAS** entendemos que los recursos económicos deben orientarse hacia el provecho social, creando empleo digno, apoyando la inserción laboral, proveyendo productos y servicios de utilidad social, colaborando con el Comercio Justo, respaldando el consumo responsable, apoyando procesos productivos no contaminantes y potenciando iniciativas que respeten el medio ambiente, energías renovables, bio construcción, etc. A la hora de buscar financiación externa, IDEAS apuesta por instrumentos financieros éticos frente a la banca tradicional. Durante el 2006 las fuentes de financiación de IDEAS fueron:

Banca Ética

- Préstamos Solidarios
- Shared Interest
- Triodos Bank
- Fiare (Banca Ética Italiana)

La banca ética representa el 96% de nuestra financiación ajena, mientras que la banca tradicional supone el 4%. Gráficamente las proporciones quedan de la siguiente manera:



Préstamos solidarios: innovación financiera en 2006

El **Préstamo Solidario de IDEAS** es una participación económica en forma de préstamo privado a **IDEAS**. La persona prestamista tiene el carácter de colaboradora en nuestra **Organización de Comercio Justo**. El préstamo recibe una remuneración anual en concepto de compensación de intereses entre el 0 y el 3,5% máximo, a convenir con el prestamista, y según el tipo de préstamo, a 1, 3 ó 5 años.

El principal invertido se podrá devolver anticipadamente bajo previa solicitud. **IDEAS** mantiene un Fondo de Garantía para hacer frente a posibles imprevistos.

Mediante el **Fondo de Préstamos Solidarios de IDEAS** hemos pre financiado la estructura productiva de numerosos **grupos productores del Sur** con más de 2.500.000 € entre 1999 y el año 2007. Esta financiación tiene coste cero para nuestros asociados de los países más desfavorecidos, lo que les permite sacar adelante su trabajo y a sus familias sin tener que recurrir a los abusivos precios de la banca local. Por otra parte, además de representar una herramienta de financiación fundamental al servicio de los pequeños productores, el **Préstamo Solidario de IDEAS** constituye una **alternativa ética para el ahorrador** que recupera la transparencia y el control sobre el uso de su ahorro.

Nueva obra: construcción de almacén de 2000 metros cuadrados

Durante el año 2006, la sede central de IDEAS en Córdoba, comenzó su traslado a la nueva sede en Villafranca de Córdoba. En esta nueva ubicación disponemos de una nave de 2000 metros cuadrados y mayor capacidad de oficinas para mejorar el servicio a la creciente demanda de mercado solidario.

.....

IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria)

Sede Central

C/ El Carpio, parcela 53.
Polígono Dehesa de Cebrián
14420 Villafranca de Córdoba (Córdoba), España

Oficina Madrid

C/ Del Labrador, 20
28005 Madrid

Correo electrónico: info@ideas.coop

902 107 191

www.ideas.coop