

## MEMORIA DE ACTIVIDADES 2014 ASOCIACIÓN KIDENDA

### CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

VOLUNTARIADO

SENSIBILIZACIÓN

COMERCIALIZACIÓN

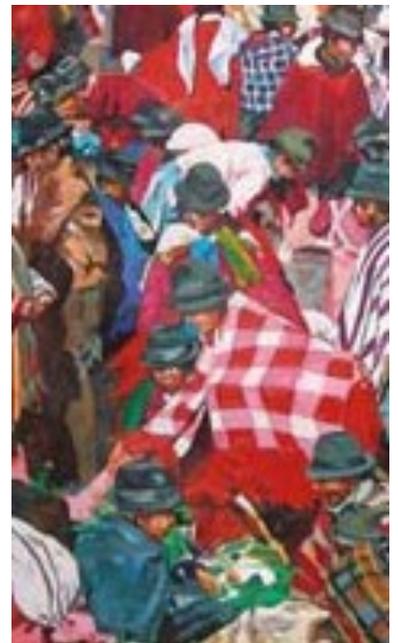
COMPRAS

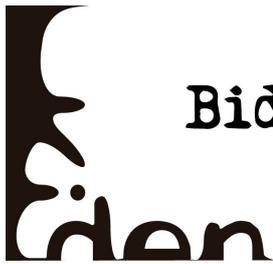
VENTAS

DATOS ECONÓMICOS

### PUNTOS DE INTERÉS ESPECIAL

- Charlas, eventos
- Análisis de ventas
- Impactos en redes y medios





## Bidezko Merkataritza Comercio Justo

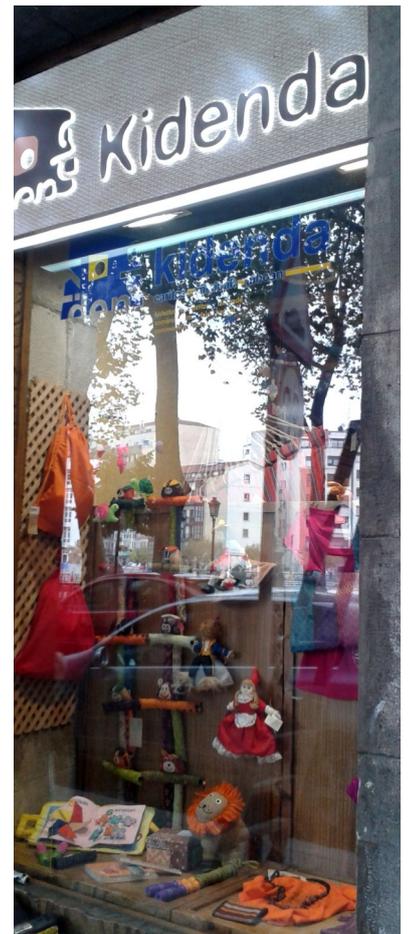


### INTRODUCCIÓN

El año 2014 ha sido un año de fuertes cambios para Kidenda. Empezamos el año con la tienda de Viuda de Epalza 6 y la sede de Kidenda en Arrupe Etxea, todavía funcionando como almacén. Este almacén estuvo abierto hasta el 31 de mayo y finalmente, se optó por hacer una pequeña reforma en la tienda de Viuda de Epalza. Con esta reforma, se redujo el espacio de la tienda, creando una zona de trabajo y almacén, concentrando toda la actividad en un solo espacio.

Por otro lado, con el objetivo de reforzar e impulsar la estrategia comercial y la sensibilización se incorporaron dos personas al proyecto. Por un lado, Cristina Gonzalo como Responsable del área de Sensibilización y se estableció un convenio de colaboración con Kooperera para potenciar el área comercial, siendo Miren Romo la persona de referencia. Uno de los muchos resultados de este impulso en la estrategia comercial ha sido el rediseño de nuestra imagen, el logo de nuestra entidad y el cambio en el rótulo de la fachada de nuestra sede. Con el nuevo rótulo hemos conseguido una mayor visibilidad de nuestra entidad.

Por otro lado, en un contexto de grave crisis social y económica, solo podemos estar satisfechas de cómo el proyecto Kidenda se mantiene a pesar de las dificultades y de cómo nuevos equipos, grupos y colectivos se nos acercan para llevar el comercio justo a cada vez más gente.



**EN 2014  
HEMOS  
REDISEÑADO  
NUESTRA  
IMAGEN,  
RENOVANDO  
NUESTRO  
LOGO Y  
NUESTRO  
RÓTULO**

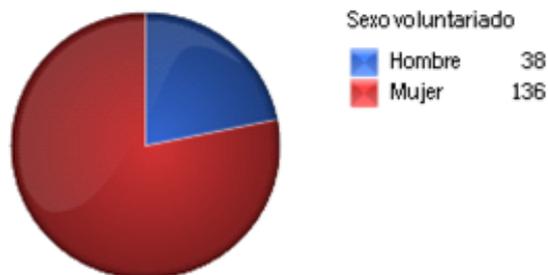
# VOLUNTARIADO

Actualmente, tenemos un total de 174 voluntarias y voluntarios inscritos. De este número 22 corresponde a personas voluntarias de tienda y almacén, y 6 de sensibilización, siendo el resto del voluntariado de equipos repartidos por toda Bizkaia, en grupos parroquiales, colegios, institutos, equipos scouts, etc.

Por tanto, el 83% de nuestro voluntariado colabora con el proyecto de forma externa llevando nuestros productos y filosofía a sus parroquias, colegios etc.

Es un enorme compromiso el que tienen los grupos y un reto para nosotras llegar a todos

## Distribución por Sexo



estos voluntarios y voluntarias y poder seguir manteniendo el contacto, la relación, etc. Es un tema que estamos trabajando de forma continua pero somos conscientes de esta dificultad.

*El 78% de nuestro voluntariado son mujeres.*

- 1 Amorebieta
- 2 Alboan Donosti
- 3 Alboan Gasteiz
- 4 Alboan Pamplona
- 5 Aldatzen Eibar
- 6 Askartza Claret
- 7 Barakaldo Periferia
- 8 Bermeo
- 9 Colegio Urdaneta
- 10 Parroquia Corpus Christi
- 11 C.F. Profesional Muskiz
- 12 Rekalde
- 13 Santa Maria de Portugaleta
- 14 San Ignacio Portugaleta
- 15 Santurtzi
- 16 San Vicente de Albia
- 17 Mujeres en la diversidad Basauri
- 18 Sestao
- 19 La Peña
- 20 Parroquia Nazaret de Portugaleta
- 21 San Miguel de Basauri
- 22 Sta. Maria de Galdakao
- 23 Unidad Pastoral Autonomía Indautxu
- 24 Basauri
- 25 Ikastola Lauaxeta
- 26 Parroquia San Ignacio de Bilbao

## EQUIPOS TERRITORIALES

En este listado detallamos los equipos que han desarrollado su actividad en 2014, de forma permanente.

Se caracterizan por tener almacén y realizar ferias y/o puntos de venta de manera periódica:



*Puesto del Equipo San Vicente Albia Bilbao*



Puesto en Alonsotequi (Cáritas)

Además de estos grupos hay otros que aunque comparten la sensibilidad y motivación por el proyecto de comercio justo que propone Kidenda no mantienen un almacén continuo y organizan actividades puntuales en el año.

Algunos de ellos tienen una vinculación directa con el proyecto y participan de las actividades que se proponen desde Kidenda mientras otros, realizan una actividad de sensibilización y venta en ocasiones más puntuales.

- Caritas Arratia
- Santa Teresa Barakaldo
- Mares (Elorrio-Berriz)
- Eguarbitza-Ermua (Grupo Misiones)
- El Carmen Barakaldo
- Txoco Latino
- San Vicente Barakaldo
- San Bernabe Ortuella
- Mundu Bat Galdakao
- Begoñazpi
- Artxandape
- Colegio M<sup>a</sup> Inmaculada
- Colegio Jesuitas Durango
- Colegio S<sup>o</sup> Corazon Nevers Durango
- Colegio San Antonio Sta Rita Durango
- Colegio Avellaneda
- Instituto Botikazahar
- Escuela de Magisterio

## LISTADO DE VENTAS TOTALES DE EQUIPOS COLABORADORES

VENTAS TOTALES EQUIPOS Y FERIAS 2014 (€)			
ALBOAN BILBAO	59,45	CCOO	229,28
ALBOAN DONOSTI	708,3	COLEGIO AVELLANEDA	141,37
ALBOAN GASTEIZ	559,31	COLEGIO JESUITAS DURANGO	814,62
ALBOAN PAMPLONA	3017,22	COLEGIO JESUITAS INDAUTXU	847,04
ARTXANDAPE	1034,47	COLEGIO MA. INMACULADA	391,4
ASKARTZA CLARET	1299,79	COLEGIO SAN FELIX ORTUELLA	107,47
BARAKALDO Y PERIFERIA	3897,4	DIA INTERNACIONAL DE CJ	317,38
C. SOMORROSTRO	1897,96	E. MAGISTERIO DIOCESANA	510,61
CARITAS ARRATIA	1281,77	ESKAUT GOIZALDE	172,67
COLEGIO ALDATZEN EIBAR	4264,29	ESKAUT IÑURRI DURANGO	354,19
CORPUS CHRISTI	1693,92	GERNIKATIK MUNDURA	2908,9
EL CARMEN/ BARAKALDO	361,97	GUEÑES SODPE	92,45
GRUPO MUJERES AMOREBIETA	9276,77	IES BOTIKA VIEJA	697,56
KIDENDA BASAURI	1185,19	IKASTOLA LAUAXETA	1097,2
KIDENDA BERMEO	1453,27	MARURI	120,01
MARES	711,69	MIRANDA DE EBRO	720,78
PERUALDE	2684,6	MUNDU BAT GALDAKAO	292,4
REKALDE	3344,75	P. SAN PEDRO DE DEUSTO	151,14
SAN IGNACIO DE PORTUGALETE	2122,57	ROSCON DE REYES	177
SAN MIGUEL - BASAURI	1313,77	SAGRADO CORAZON NERVERS	383,96
SAN NICOLAS ALGORTA	188,59	SAN ANTONIO - STA. RITA	1142,5
SAN VICENTE ALBIA	3444,16	SAN BERNABE ORTUELLA	260,87
SANTA MARIA GALDACANO	646,26	SANTO TOMAS	399,64
SANTA MARIA PORTUGALETE	246,22	SARRIKUE	203,67
SANTURTZI	5699,46	SEMANA CJ BILBAO	1491,3
SECTOR INDAUTXU	1149,3	SONDIKA	129,15
SESTAO	1774,32	ZALLA GANGAS	440,28
TXOKO LATINO	1034,25	PARROQUIA DE LA PEÑA	289,65
ALONSOTEGUI	356,73	PARROQUIA NAZARET	1489,5
AYUNTAMIENTO DURANGO	157,75	PARROQUIA SAN IGNACIO	627,77
BEGOÑASPI IKASTOLA	887,63	SAN VICENTE - BARAKALDO	501,52
C. SGDO. CORAZON REKALDE	180,4		

## EQUIPO DE VOLUNTARIADO DE TIENDA Y ALMACEN



*Voluntarios de Kidenda en el Día Mundial de Comercio Justo*

El cierre de Lojendio supuso un fuerte sentimiento de tristeza para nuestros voluntarios y voluntarias de tienda y almacén.

Ahora están agrupadas en un solo espacio de trabajo donde hay mas posibilidades de encuentro y convivencia pero donde se siente que hay poco sitio.

El cierre de la tienda de Lojendio, supuso un punto de inflexión para mucho de nuestro voluntariado.

Las personas que han estado durante muchos años trabajando en la tienda de Arrupe Etxea sintieron tristeza por su cierre. Por un lado por el ajuste de personal y por otro lado la pérdida de un punto de venta hizo que el proyecto pareciese mas pequeño.

A pesar de la tristeza, en general, consideran el cambio positivo, ya que se ha concentrado todo el trabajo en Epalza, se ha hecho una nueva organización del stock de almacén y todo el voluntariado se ha encontrado en un solo espacio de trabajo común.

Esta adaptación positiva a la nueva organización no quita para que sigan haciendo una demanda de un local mas amplio para poder realizar las tareas de pedidos, sobre todo en épocas puntas de trabajo desde Octubre a Diciembre, campaña de Navidades, donde sienten que el espacio actual se queda pequeño.

*Agradecemos a las voluntarias que han colaborado para que su sentir quedase reflejado en esta memoria.*



## SENSIBILIZACIÓN

En marzo de este año se incorporó Cristina Gonzalo a media jornada como responsable de sensibilización del proyecto Kidenda con el objetivo de dinamizar y acompañar los procesos de los equipos y reforzar la incidencia política y la difusión a la ciudadanía el comercio justo y el consumo responsable. En el último año y medio por diferentes circunstancias, el equipo estaba muy debilitado. Se han incorporado varias personas voluntarias nuevas y una colaboradora más puntual. El equipo se junta una vez al mes. Las actividades que se han realizado han sido: actualización de la publicación Karanakuy, la formación, la sensibilización y la elaboración de materiales centrada en los productos de comercio justo.



---

*“Durante este último año se ha reforzado el equipo de sensibilización con nuevo voluntariado y una persona a media jornada”*

---

### ACTIVIDADES DE SENSIBILIZACIÓN EN COORDINACIÓN CON OTRAS ENTIDADES

#### Misiones Diocesanas :

Gesto Diocesano

**Cáritas:** Presencia en algunos eventos (Roscón de Reyes, Día de la Caridad y Mercadillo solidario en la Residencia Sarrikue de Bilbao)

**Alboan:** Café-tertulia: “Otro café para otro desarrollo”.



#### Organizaciones de Comercio Justo

Día Internacional de Comercio Justo. Mayo

Semana de Comercio Justo. Noviembre

Feria de Santo Tomás. Diciembre

Coordinadora Estatal de Comercio Justo; participación en Asambleas y campañas de difusión

#### Coordinaciones con Instituciones Públicas

Pleno del Consejo de Cooperación. Ayuntamiento de Bilbao

Ciudades por el Comercio Justo. Ayuntamiento de Portugalete



**El trabajo de sensibilización se centra en tres áreas:**

**Actividades de sensibilización.**

**Formación**

**Herramientas de difusión de Kidenda y el comercio justo.**

### Charlas y dinámicas de sensibilización

Se ha seguido dando respuesta a las demandas de colegios, institutos y grupos parroquiales. Siempre atendiendo a la realidad, situación y particularidad de cada grupo al que se acudía. En los centros hemos dado a conocer el comercio justo a más de 680 escolares.

### Acciones de Formación.

Este año se ha realizado una formación interna en forma de taller: “Cultiva Igualdad” “Berdintasuna Erein”, aprovechando la edición final de la guía didáctica que lleva el mismo nombre. Fue un pequeño acercamiento a los conceptos básicos de la teoría de género y una mirada desde esta perspectiva al comercio justo y a otra forma de hacer economía, una que pone en el centro la sostenibilidad de la vida.

Una acción que destaca es nuestra participación en el Gesto Diocesano, el 30 de mayo, organizado desde la Diócesis de Bilbao. Este año en el marco de alternativas económicas se realizaron talleres sobre comercio justo en los que participaron 350 escolares.



### Karanakuy.

En el nuevo grupo de sensibilización hicimos una reflexión sobre esta publicación histórica del proyecto. Viendo su distribución, la practicidad de su formato y el coste en tiempo de elaboración desde el equipo se decidió hacer un formato más ligero, sobre todo, pensando en su distribución y difusión entre la ciudadanía que se acerca a los diversos puntos de venta y sensibilización de comercio justo.

La publicación tiene cuatro apartados, portada, sensibilización, productos y voluntariado. Queremos que Karanakuy siga siendo un instrumento muy importante para dar a conocer el comercio justo y a Kidenda, entre el voluntariado y también entre la ciudadanía.



## ANÁLISIS DE IMPACTO EN LA PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES

En el año 2014 hemos tenido 18.994 visitas a nuestra página web [www.kidenda.org](http://www.kidenda.org). La duración media de la sesión es de 1.51 minutos y la media páginas vistas por sesión es de 3,02. Entrando al detalle del uso vemos que la página está siendo utilizada como forma de comunicación pero también como centro de recursos para el uso de los grupos colaboradores con Kidenda.

En la comparativa del uso de la página en 2014 con respecto al año 2013, vemos que subimos tanto en número de visitas, en porcentaje de nuevas sesiones, y sobre todo en nuevas personas usuarias, 30% mas, respecto al 2013.

Se constata el cambio de tendencia en el acceso a internet a través de dispositivos móviles y tablets. En nuestro caso, el acceso mediante este dispositivo se ha duplicado.



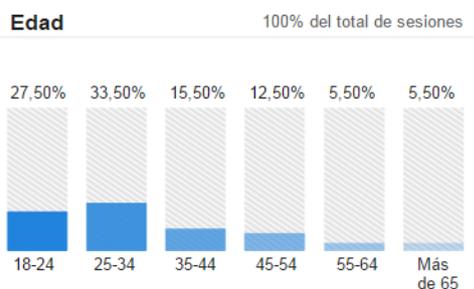
*El acceso a la pagina web desde dispositivos móviles, teléfonos y tabletas se ha duplicado*

Categoría de dispositivo	Sesiones	% de nuevas sesiones	Nuevos usuarios
	13,36 % 6.280 frente a 5.540	13,60 % 82,23 % frente a 72,38 %	28,78 % 5.164 frente a 4.010
<b>1. desktop</b>			
01-ene-2014 - 31-dic-2014	4.768 (75,92 %)	81,52 %	3.887 (75,27 %)
01-ene-2013 - 31-dic-2013	4.799 (86,62 %)	71,85 %	3.448 (85,99 %)
% de cambios	-0,65 %	13,46 %	12,73 %
<b>2. mobile</b>			
01-ene-2014 - 31-dic-2014	1.033 (16,45 %)	84,70 %	875 (16,94 %)
01-ene-2013 - 31-dic-2013	519 (9,37 %)	72,64 %	377 (9,40 %)
% de cambios	99,04 %	16,61 %	132,10 %
<b>3. tablet</b>			
01-ene-2014 - 31-dic-2014	479 (7,63 %)	83,92 %	402 (7,78 %)
01-ene-2013 - 31-dic-2013	222 (4,01 %)	83,33 %	185 (4,61 %)
% de cambios	115,77 %	0,71 %	117,30 %

Las páginas más visitadas son las de productos, definición del proyecto y Comercio Justo, recursos y cómo contactar con nosotras.

Tenemos que hacer un esfuerzo en como presentamos los productos en nuestra página web ya que es el principal interés del usuario común. Durante el año 2015 está previsto empezar con el comercio electrónico así que creemos que esto responderá a esta demanda.

Analizando el perfil de nuestros usuarios y



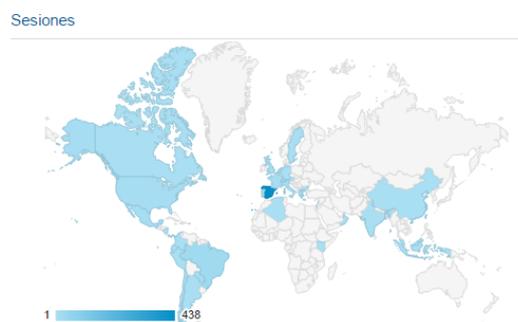
usuarias vemos que hablamos de personas jóvenes ya que el 61% es una persona entre los 18 y los 34 años, con una distribución similar en relación al sexo, siendo el 45% mujeres.

Ciudad	Sesiones	% Sesiones
1. Bilbao	1.628	25,92 %
2. (not set)	605	9,63 %
3. Madrid	539	8,58 %
4. Barcelona	201	3,20 %
5. La Victoria	170	2,71 %
6. San Sebastian	151	2,40 %
7. Vitoria-Gasteiz	118	1,88 %
8. Pamplona	87	1,39 %
9. Basauri	65	1,04 %
10. Bogota	59	0,94 %

Por origen, los procedentes de Bilbao son mayoría y un 31% corresponden a Euskadi.

Como dato curioso el 73% de las visitas corresponde a personas usuarias del Estado, pero tenemos hasta un 6% de visitas de Perú y un 3.5% de Brasil.

Las noticias que colgamos en nuestra página web están siempre enlazadas con Facebook y Twitter, dos redes sociales en las que somos muy activos.





La presencia en estas redes sociales surge desde la reflexión, de que primero, hoy en día no se puede no estar en estas plataformas para atender a nuestro público objetivo y también como complemento a nuestra labor de sensibilización. Si queremos llegar a nuevas generaciones tenemos que estar en estas plataformas. También es una manera de llegar a nuevos públicos e interrelacionar con público y otras entidades. A finales de este año, cambiamos nuestro perfil de Facebook por página. Este cambio fue motivado a

## Facebook/Asockidenda

que tener un perfil de persona siendo una Asociación podía generar rechazo en personas usuarias, confusiones o incluso la anulación del perfil por parte de Facebook. Al pasar a página obtenemos más información sobre el uso y el interés de nuestros seguidores, estadísticas, número de personas a las que alcanzas con cada noticia etc.

Actualmente tenemos 550 seguidores. El perfil de nuestros seguidores es de personas entre 25-44 años y principalmente de Bilbao (45%). En la actividad de nuestros seguidores, vemos que en el comportamiento es distinto respecto a la página web. En la página se busca información sobre todo de productos y en redes sociales se busca sobre todo las noticias que Kidenda genera en su actividad.



Las personas usuarias de la página web y los de redes sociales tienen un comportamiento muy distinto.

En la página se busca información sobre todo de productos y en redes sociales se busca sobre todo las noticias que Kidenda genera en su actividad.

## Twitter: @asockidenda

En Twitter tenemos 494 seguidores los cuales retuitean en un 92% los tweets que publicamos. Casi todas nuestras publicaciones en Twitter tienen una buena acogida, siendo retuiteadas en todas las ocasiones. Nuestro índice Klout es de 44. El Klout Score mide el grado de influencia de una entidad en las redes sociales. El promedio de personas usuarias es de 40, por lo que nosotros estamos un poco por encima de la media.



## Galería de imágenes Picassa

En nuestra página web hemos incluido una galería de imágenes de Picassa, donde subimos las fotos de las actividades que hacemos y los eventos en los que estamos. Es una galería disponible a todas las personas y a la que se puede acceder y hacer uso de ella.

[Aprovechamos la ocasión para pedir que los grupos nos envíen fotos de sus actividades para que la galería esté más completa.](#)



*Día Mundial del Comercio Justo*

**Detallamos en este apartado todas las ferias y actividades de venta en calle que hemos realizado.**

## **INFORMACIÓN DE FERIAS, FORMACIÓN y ACTIVIDADES. VENTA Y SENSIBILIZACION**

FECHA	TIPO DE ACTIVIDAD	LUGAR Y COLECTIVO	OBSERVACIONES
07-02-2014	Tiempo para la paz y la Solidaridad".	Comunidad del Colegio de Jesuitas de Bilbao	Colegio de Jesuitas
21-03-2014	Mercado de Comercio Justo	IES Botikazar. Bilbao	IES Botikazar
09-04-2014	Escuela de Magisterio, Begoñako Andra Mari (BAM)	Escuela de Magisterio, Begoñako Andra Mari (BAM)	En el marco de la actividad; Mesa redonda sobre propuestas económicas alternativas para hacer frente a la actual crisis.
10-05-2014	Día Internacional de Comercio Justo	Arenal, Bilbao	Kidenda con otras organizaciones
01-06-2014	Feria de Andra Mari de Alonsotegi	Alonsotegi	Caritas Alonsotegi
26-05/14-06-2014	Feria Kooperera	Bilbao	Kidenda
07-06-2014	Feria de Consumo Responsable de Rekalde. Gazteleku	Rekalde Bilbao	Grupo Kidenda Rekalde
08-06-2014	Feria de Medio ambiente y Desarrollo Sostenible en Gueñes	Sodupe	Kidenda
14/16-10-2014	Semana de Comercio Justo de Bilbao	Bilbao	Kidenda con otras organizaciones
21-10-2014	Día de Santo Tomas	Bilbao	Kidenda con otras organizaciones
10-12-2014	Mercado de Comercio Justo	Colegio San Antonio-Santa Rita ikastetxea Durango	Colegio San Antonio-Santa Rita



**Detallamos en este apartado las charlas y actividades de sensibilización que hemos realizado.**

*Visita de Paula Muñiz de MCCH ECUADOR*

### **INFORMACIÓN DE FERIAS, FORMACIÓN y ACTIVIDADES. VENTA Y SENSIBILIZACION**

FECHA	TIPO DE ACTIVIDAD	LUGAR Y COLECTIVO	OBSERVACIONES
21-01-2014	Formación, sensibilización en Comercio Justo	Centro Apostólicas de Caritas	Rafa Lorenzo
27-2-2014	Formación de producto	Viuda de Epalza	Maria Ferrer
10-3-2014	Formación de producto	Equipo de Amorebieta	Maria Ferrer
20-3-2014	Formación y sensibilización en Comercio Justo	Bizkarri. Ayuntamiento de Barakaldo	Viuda de Epalza
12-03-2014	Sensibilización básica sobre comercio Justo Kidenda	Grupo de Galdakao. Iglesia de Santa María	Inicio del grupo. Maria y Cristina
01-04-2014	Mesa redonda "Unas vías de salida a la crisis".	Kidenda Bermeo	María
07-05-2014	Visita y Charla de Paula Muñiz de MCCH	Kidenda. Voluntariado de Kidenda	
16-03-2014	Sensibilización	Iglesia San Vicente. Semana de la solidaridad	Cristina Kidenda y Pepe de Esnetik
28-05-2014	Sensibilización	Iglesia de San Bartolomé. Alonsotegi. Equipo de Caritas	Cristina y Maria
21-10-2014	Sensibilización Informe Comercio Justo 2013 y	Asamblea del grupo de Amorebieta	Cristina y Rafa
22-10-2014	Charla sobre kidenda	Mercado Social	Maria
4 al 13-11-2014	Exposición "Te damos 10 razones para consumir	Arrupe Etxea. Bilbao	
27-11-2014	Sensibilización Ciudades por el comercio justo	Centro Santa Clara de Portugalete	Maria, Cristina
02-12-2014	Sensibilización	ONG Perualde. Las Arenas	Maria Cristina y Miren



**Detallamos en este apartado las charlas en centros educativos y formación interna.**

Taller "Cultiva Igualdad" con Arantza Fernández

CENTROS EDUCATIVOS			
FECHA	TIPO ACTIVIDAD	LUGAR Y COLECTIVO	OBSERVACIONES
25-01-2014	Formación en Comercio Justo	Lauaxeta Ikastola	JonMi Diana Campaña de Comercio Justo Febrero-Abril
03-02-2014	Formación en Comercio Justo	Colegio Maria Inmaculada	Feria posterior en el colegio
20-2-2014	Formación en Comercio Justo	Centro Formacion Otxarkoaga	Viuda de Epalza Tamara
14 /18-3-2014	Formación en Comercio Justo	IES Botikazar BHI	Chucki, Cristina y JonMi
30-05-2014	Talleres de Comercio Justo en el Gesto Diocesano	Varios Centros escolares. Arenal y Santiago	350 alumnos y alumnas
10-11-2014	Sensibilización Comercio Justo	Lauxeta ikastola	56 alumnos y alumnas
18-11-2014	Sensibilización Comercio Justo	Maristak Durango	143 alumnos/as
21-11-2014	Sensibilización Comercio Justo en tienda	Jesuitak Durango	4 grupos de 18 personas
01-12-2014	Sensibilización Comercio Justo	Centro Otxarkoaga	Grupo de 3º ESO. 12 personas
09-12-2014	Sensibilización Comercio Justo	Colegio San Antonio-Santa Rita ikastetxea Durango	47 alumnos/as 3º ESO

FECHA	FORMACIÓN INTERNA	
04-12-2014	Formación: Taller "Cultiva Igualdad" "Berdintasuna Erein"	Arantza Fernandez.



### En la práctica

Pero esto ¿cómo se lleva a la práctica? Para empezar, tanto el ayuntamiento, como empresas, organizaciones, centros escolares, el sector hostelero y la ciudadanía deben comprometerse con el comercio justo desde su trabajo diario, tanto apostando por el consumo de productos de estas características, como por la sensibilización en torno a ellos y al tipo de relaciones comerciales que promueven. Aunque se suele calificar de objetos y alimentos de comercio justo

Por otro lado, las asociaciones locales han seguido realizando acciones de sensibilización y comercialización, desde catas de café y azúcar hasta la instalación de puestos en parroquias y exposiciones.

En cuanto a los comercios, se ha detectado que 109 establecimientos tienen productos de este tipo. Algunos bares participaron en una pequeña experiencia de introducción a este tema sirviendo café de comercio justo. Respecto a los colegios, se ha trabajado con 21 centros escolares y un *berritzegune*.



### Consumidores

De cara a los vecinos, lo más importante es conocer las repercusiones de su consumo, tanto en su entorno como en otros países, principalmente del Sur. Es por eso que se habla de la posibilidad de poder consumir de un modo más responsable, es decir, en base a nuestras necesidades y no guiados por hábitos consumistas, adquiriendo productos locales y de temporada en comercios cercanos o a través de grupos de consumo y adquiriendo productos de comercio justo.

Para ser Ciudad por el Comercio Justo hay que promover diferentes acciones de sensibilización.  
Foto: Emaús Fundación Social

M. Méndez y J. Larriba son técnicos de Emaús.

**Detallamos en este apartado los impactos en medios de comunicación**

Extracto del *Mirador de Abando*

FECHA	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
07-05-2014	Alkarren Barri noticia sobre el DICJ	
09-05-2014	El correo anuncio en Agenda del DICJ	
05-05-2014	Radio Popular noticia sobre el DICJ	
08-05-2014	Radio Popular noticia sobre el DICJ	
06-2014	Alkarren Barri Charla de Paula Muñoz de MCCH	
09-06-2014	Página web del obispado de Bilbao. Presentación de la memoria de Kidenda	<a href="http://www.bizkeliza.org/noticia/detalle/kidenda-presenta-su-memoria-de-2013/?no_cache=1&amp;cHash=58e8675354cd19469bb7674e095ed88c">http://www.bizkeliza.org/noticia/detalle/kidenda-presenta-su-memoria-de-2013/?no_cache=1&amp;cHash=58e8675354cd19469bb7674e095ed88c</a>
07-2014	Artículo REVISTA EGOAIZIA Volumen VII	
25-07-14	Entrevista en el programa Mas que palabras de Radio Euskadi	<a href="http://www.eitb.tv/es/radio/radio-euskadi/mas-que-palabras/1411328/2441556/mqp-25-07-2014/">http://www.eitb.tv/es/radio/radio-euskadi/mas-que-palabras/1411328/2441556/mqp-25-07-2014/</a>  Coloquio sobre Monedas locales, Banca Ética y Comercio Justo
Nov 2014	Artículo en Mirador de Abando. Una ciudad responsable. Bilbao ciudad por el comercio Justo	
Julio-Diciembre 2014	Revista Corintios XIII: Economías solidarias. Caminos de transformación social	Artículo: Kidenda: Consume Justicia
FECHA	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
12-02-2014	Grabacion video para 10 <sup>a</sup> aniversario Oikocredit	Tamara

# COMERCIALIZACIÓN

## Compra directa a productores y productoras

### SANTA BARBARA (Honduras)

Hemos mantenido el proyecto de Café Solidario junto con Mercadeco y Medicus Mundi Araba hasta verano. Lamentablemente Mercadeco está pasando por una situación financiera muy difícil, y las existencias de Café Solidario molido se han agotado, siendo muy difícil que en el futuro podamos seguir con este producto, estamos buscando alternativas para poder tener un café con el logo de Kidenda.



### CIAP (Perú):

Hemos vuelto a hacer la compra de Belenes y productos de decoración en el 2014. Los belenes como siempre han tenido mucha aceptación. Los diseños siguen siendo muy del gusto de nuestros clientes muy que han llegado este año son muy innovadores y del gusto de aquí y han tenido una gran recepción.

### UNIMUNDOS COMERCIO JUSTO (Perú):

Seguimos manteniendo nuestro compromiso con esta cooperativa, están pasando muchos problemas económicos y a esto se unió el problema con el huairuro, semilla que ha sido protagonista de diversas noticias en prensa por intoxicaciones y finalmente se ha prohibido su venta. Este ha sido un fuerte golpe para ellos y también lo va a ser para las unidades productoras de bisutería en Perú. Por todo esto, en la medida que ellos estén funcionando seguiremos intentando apoyarles.

En este apartado detallamos nuestra relación con productores y productoras con los que trabajamos de forma directa sin intermediarios.

### Unidades productoras de Bolivia

Desde Caritas Servicios Generales y con la Red Interdiocesana de Comercio Justo, se realizó un pedido con producto de Bolivia. Esta apuesta forma parte de un proyecto de Caritas para apoyar a las cooperativas en el terreno.

El pedido de cara a navidad constó de belenes y artículos de textil de alpaca. El problema este año es que el proyecto de acompañamiento a las unidades productivas de Bolivia se ha acabado y hasta que se ha conseguido alguien en el terreno ha sido muy complicado hacer el seguimiento, y el envío se ha retrasado a 2015.



### **TAWI- TAWI Filipinas**

Hemos vuelto a trabajar con la organización Tawi Tawi haciendo un pedido de reposición de artículos con los que ya estábamos trabajando. Medicus Mundi que es la que mantiene la relación ha tenido muchísimos problemas de comunicación con ellos y es cierto que la cooperativa está pasando por terribles problemas financieros. Queremos seguir ayudándolas, pero si que es cierto que es un producto con el que llevamos mucho tiempo y que cada vez sale mas lento. Podemos seguir comprando pero es cierto que no podemos mantener los volúmenes de antes.



### **The Yute –Works- CORR Bangla Desh**

Esta organización está basada en la unión de muchísimos pequeños grupos de productores y productoras que con estos pequeños pedidos, realizados muchas veces en sus casas, mejoran sus condiciones de vida y las posibilidades de educación de sus hijos.

Junto con la Red Interdiocesana de Comercio Justo se hizo un pedido durante el año 2014. Desde Kidenda nos encargamos de realizar el catálogo y realizamos un pedido del que por motivos que todavía desconocemos no llegó ni el 5%.

Es una entidad que ofrece continuamente nuevos diseños y con un muy buen precio, por lo que seguiremos trabajando con ellos aunque tendremos que pulir este tema de la logística.



### **Holy Land Iniciativa por la Paz Palestina**

Junto con la Red Interdiocesana de Comercio Justo de Caritas se hizo un pedido de productos de madera de Olivo a los productores y productoras de Iniciativa por la Paz en Belen. El producto tiene una enorme calidad, salió bien de precio, y las novedades como los sets de cubiertos, juguetes de madera y los cuencos tuvieron una gran aceptación.



## IDEAS

Es el proveedor al que más compras se han realizado. Dichas compras se han centrado sobre todo en productos de alimentación. Durante este año se negociaron nuevas condiciones de compra que nos facilitaron más hacer pedido ajustados a nuestros nuevos requisitos de espacio, de tal manera que ya no tendremos que hacer grandes acopios de chocolate con mucha anticipación. Seguimos detectando el problema de la gran cantidad de productos que están en envases en otros idiomas, cosa que nos obliga a un doble esfuerzo de etiquetado y en casos, poca claridad para el cliente. Esperamos tener una solución satisfactoria en breve.



**ESPANICA** Este proveedor nos vende el que era nuestro segundo café mas vendido pero ahora con la desaparición del Café Solidario se han incrementado muchísimo más.

---

*"La colaboración comercial con las importadoras se mantiene sin variaciones, centrándose sobre todo en productos de alimentación ."*

---

## OXFAM INTERMON

En 2014 las compras a Intermon, se han aumentado en un 28%. Hemos incluido algunos productos nuevos como chocolates y cafés que han tenido un enorme éxito. El Café Etiopía se ha convertido en el café de más precio y con una sorprendente y enorme aceptación. Mantenemos las compras regulares de cosmética y en 2014, hemos añadido unos pequeños pedidos de artesanía para completar algunas faltas.

## ALTERNATIVA 3

En 2014 hemos incorporado varios productos nuevos de esta importadora, para completar nuestra gama, como los sobres de café descafeinado y las cápsulas para las máquinas de café. Consideramos sus productos como productos de muy alta calidad y es una entidad con una muy buena filosofía de trabajo y la única productora en el estado, por lo que creemos que hay que valorar el esfuerzo de esta entidad.

## FUNDACION VICENTE FERRER

Conocimos el producto de la Fundación Vicente Ferrer durante la Feria de Importadoras y nos gustó mucho, hicimos un primer pedido y si bien el margen que queda no es muy elevado, las artesanías indias dan mucho colorido y por ejemplo los chales de doble cara han gustado muchísimo.

## MERCADECO

Como hemos comentado las dificultades financieras de nuestros compañeros de Mercadeco, han hecho que el Café Solidario desaparezca de nuestra gama. Ellos siguen trabajando y continuamos colaborando con ellos intentando ayudarles en lo que podamos.

## COME SANO COME JUSTO

Desde nuestro socio la Fundación Alboan, nos llegó esta iniciativa. Come Sano Come Justo es una cooperativa que importa y comercializa el café producido por unas cooperativas mexicanas de Chiapas acompañadas por la Compañía de Jesús. Tiene la importante particularidad de que viene envasado de origen, siendo el único café que vamos a poder comercializar terminado de origen. Hicimos una pequeña experiencia durante las navidades y esperamos que durante el 2015 podamos ofrecer uno de sus cafés Batsil con regularidad.

## OTROS PROVEEDORES

### Bizitegi

Taller de economía social en el que se elaboran a mano productos de cuero y papel. En estos talleres trabajan personas en situación de exclusión y las ventas de los productos que elaboran revierten en su integración social y laboral. La inclusión de estos productos en nuestra gama responde a la propuesta de que también es posible desde la óptica del Comercio Justo comercializar productos procedentes de nuestro propio entorno.

Durante todo el año se han comercializado los productos de Bizitegi, siendo un producto muy apreciado por los clientes y que completa nuestra gama. Aunque no lo hayan hecho en cantidades importantes, las ventas de sus productos han aumentado un 41% respecto al año anterior.

### Hermanas Clarisas

Durante la campaña de Navidad, hemos vuelto a vender los turrone, polvorones y trufas elaboradas por las Hermanas Clarisas de Agurain-Salvatierra. También hemos incluido las Delicias de crocanti y las Rocas de Asis, estos nuevos productos y el conocimiento que el público tienen de ellos han hecho que las ventas hayan aumentado en un 41%.

### Agrícola Nerpio

En este proyecto de reinserción social se fabrican mermeladas con panela de comercio justo con fruta local. Este año, han modificado el etiquetado de las mermeladas, haciéndolas más atractivas y evitando así el doble etiquetado que teníamos que hacer. El producto luce mucho más, y se ha notado ya que ha aumentado un 35% las ventas.

Detallamos la relación con otros proveedores pertenecientes a la Economía Social, Alternativa y Solidaria, productores y productoras locales, y librerías con productos pedagógicos y con valores y principios acordes a nuestra filosofía.



### Asociación Laboral Josenea

Seguimos contando con esta asociación de reinserción laboral vendiendo sus infusiones ecológicas. Se han vendido a un buen ritmo y completan nuestra gama de productos, siendo alternativa a los tés y además de producción local.

### Ekilikua Creaciones

De cara a Navidad trajimos las agendas y calendarios 2015 y durante todo el año hemos vendido los cuadernos y libretas de notas temáticos que ofrecen. Son de una gran calidad y los dibujos y reflexiones son realmente cautivadoras. Gustaron mucho y sus ventas aumentaron un 37%.

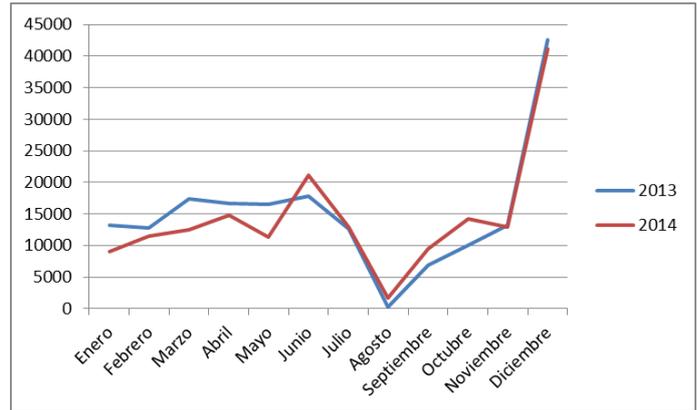
### Muxote Potolo Bat

Este año, crearon como novedad los imanes y resultaron un verdadero bombazo vendiéndose 309 en todo el año. Seguimos vendiendo las tazas y los libros de reflexión que siguen creando.



## Análisis de las ventas en 2014

En 2014 hemos vendido un 5% menos que en 2013. Hay varios factores que explican este comportamiento de la venta. Si nos fijamos en la evolución mes a mes en el gráfico, vemos que los 5 primeros meses fueron negativos en venta, es decir, vendimos menos que en los mismos meses del 2013. Sin embargo a partir de Junio se superó la venta del año anterior hasta Octubre y en Noviembre y Diciembre se igualó, permitiéndonos esto mejorar el resultado final.



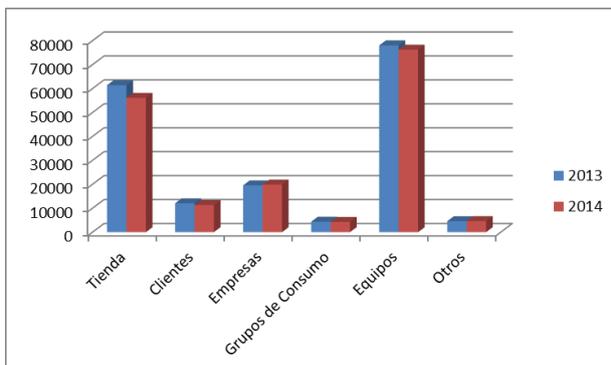
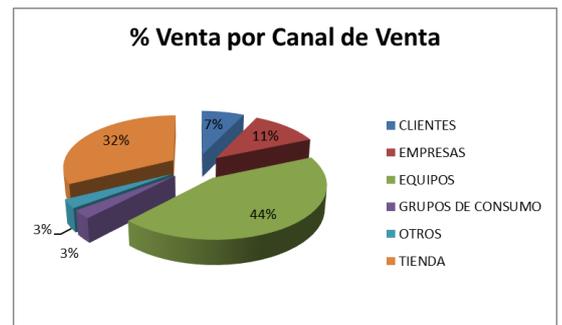
Esto se explica por un lado, porque hasta agosto de 2013 tuvimos dos puntos de venta, por eso si hacemos una comparativa mes a mes es lógico que en los primeros meses del año hayamos vendido menos al tener un punto de venta cerrado ya. Por otro lado, hasta finales de Marzo de 2014, la estructura con la que contábamos era mínima, el proyecto se mantuvo sólo con 2 personas en el

equipo. Ya en Abril, se puso en marcha una nueva estructura reforzando la especialización comercial y la sensibilización. A finales de Mayo, cerramos el almacén de Lojendio y redistribuimos el espacio de la tienda de Viuda de Epalza, permitiéndonos esto mejorar nuestra efectividad tanto en exposición como en gestión de stock.

*En 2014 se cerró un punto de venta y esa es una de las razones de la menor venta. Aun así, un 62% de la venta anual de Lojendio se ha recuperado en la tienda de Epalza.*

## ANÁLISIS POR CANALES DE VENTAS

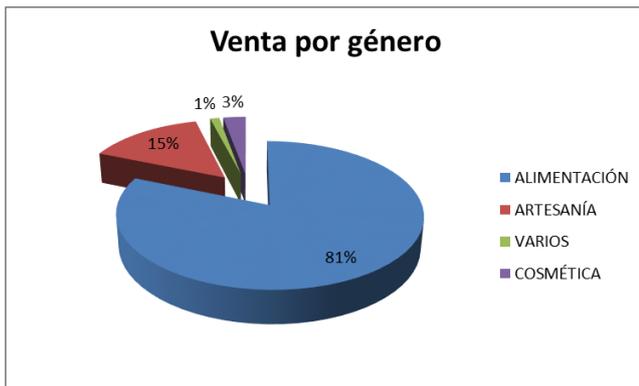
En este gráfico vemos el peso de la facturación por canal de venta. El 68% de nuestras ventas es externo a la tienda, siendo nuestros equipos territoriales un (44%) del total. Comparando la evolución con respecto al 2013, nos hemos mantenido en prácticamente todos los canales. En tienda hemos vendido menos que en el año anterior pero teniendo en cuenta que en 2013 contábamos con 2 tiendas hasta Septiembre, la baja diferencia es un dato más que



positivo. A resaltar también la evolución de venta en equipos. A pesar de ser algo menor, contamos también con un punto menos de recogida y el primer semestre fue complicado en cuanto a logística por lo que la escasa diferencia en venta es un dato muy positivo, muestra de la implicación y esfuerzo tanto del voluntariado que

prepara los pedidos como de los equipos que ponen su puesto y hacen llegar el comercio justo a sus territorios.

## Análisis de ventas por tipo de producto



Si hacemos un análisis de la venta por tipo de producto, vemos que la tendencia es a que el peso de la alimentación sea cada vez mayor. En 2013 era de un 75%. A día de hoy la alimentación ya supone el 81% de la venta. En los equipos la alimentación supone el 92% de la venta, ya que por el tipo de puesto es mucho más complicado exponer la artesanía. Esto reduce la venta a artículos de tamaño pequeño y precio reducido.

*“La alimentación ya supone el 81% de la venta total en detrimento de la artesanía”.*



## Análisis de ventas en tienda



Como ya hemos comentado anteriormente, durante el 2014 sólo se ha contado con un punto de venta.

Hasta mayo contábamos con la lonja de Lojendio para uso de almacén donde los equipos recogían y devolvían sus pedidos. La búsqueda de un espacio adecuado no prosperó y se decidió hacer una pequeña reestructuración en Epalza. Se acortó la tienda creando un pequeño espacio de almacenamiento y trabajo para el voluntariado.

También se solicitó al Ayuntamiento un espacio de carga y

descarga aprovechando que estaba poniendo en marcha un proyecto piloto de reestructuración del aparcamiento en el Casco Viejo. Al final se consiguió que se crease una zona de carga y descarga en nuestra calle, no de uso exclusivo para nosotras, pero al estar muy próximo y dar mucha rotación a las plazas de aparcamiento, ha favorecido mucho la recogida y devolución de pedidos de los equipos, cosa que nos preocupaba bastante.

## Análisis de ventas en tienda

En 2014 la venta en tienda ha sido de 56.132 euros. En tienda la artesanía se vende más que en el resto de canales, debido a la capacidad en tienda de exposición del producto. La identificación del local con artículos de regalo hace que la artesanía llegue hasta un 26% y un 4% de cosmética.



*“La venta por metro cuadrado de tienda ha aumentado con la nueva estructura”.*

Para hacer seguimiento del impacto que han tenido los cambios en el espacio, hemos medido las ventas por m2 de exposición. En Septiembre de 2013 pasamos de 110 m2, con las tiendas de Lojendio y Epalza, 60 m2 con la exposición completa de Epalza y manteniendo el almacén de Lojendio. En Mayo de 2014 cerramos el almacén de Lojendio y

redistribuimos la tienda de Viuda de Epalza reduciendo a 30 m2 la exposición. Así, de 2013 a 2014 la reducción del espacio de exposición ha sido de un 70%, mientras que la reducción en ventas en tienda ha sido de un 9%. La Facturación por m2 ha incrementado un 400%.

### Ventas por ticket de caja

	KPI's Tienda Viuda de Epalza					
	% Tickets	% Uds	% €	% UPT	% TM	% PM
2014 Vs 2013	20%	26%	19%	5%	-1%	-5%



Tickets= Número de tickets emitidos por caja. Ha incrementado un 20% en 2014. Esto implica que han comprado más personas que el año anterior.

Unidades= Número de unidades totales vendidas. Ha incrementado un 26%.

€= Venta en euros. La tienda de Viuda de Epalza ha crecido un 19% en venta con respecto a 2013.

UPT= Unidades por Ticket. Por cada compra, cuántas cosas se compran. Se ha incrementado un 5%. El cliente que compra, compra más cosas que antes.

TM= Ticket Medio. Importe medio por ticket en euros. Ha descendido un 1% a pesar de haber subido las unidades por ticket. Esto se debe a que el precio de la alimentación es inferior al de artesanía.

PM= Precio Medio de las unidades que se han vendido. Ha descendido un 5%. Esto es debido al peso de la venta de alimentación sobre la artesanía.

**Hemos vendido a más clientes. Nuestros clientes compran más cosas, de menor importe.**

# CUENTA EXPLOTACIÓN DEL 2014

Se registra un resultado negativo en el 2014 negativo de 12288.58 euros.

La variación de existencias es de 5.402,80 euros. Desde hace tiempo nuestro objetivo es reducir stock, este año, con la unificación de almacenes, hemos conseguido evitar duplicidades de stock. La cifra de stock se ha reducido también al tener que dar de baja el producto de Huairuro como hemos comentado en el epígrafe de proveedores.

Esta disminución de stock es algo muy positivo, nuestro stock esta ya cerca de los 57.000 euros, cantidad mucho

más razonable para nuestro volumen de actividad y deja nuestro resultado real a -6.885,78 euros

Los gastos de personal se han reducido a dos puestos remunerados, en estos gastos se incluye parte de la liquidación por la salida de Estibaliz Izaguirre 2654.86 euros. Siendo entonces **nuestro resultado definitivo de explotación de -4.23,92 euros.**



	Enero-diciembre14	
	Importe	%
Ventas Alimentacion	142.117,64	81,41%
Ventas Artesania	31.757,07	18,19%
Ventas Otros	694,84	0,40%
<b>Total Ingresos</b>	<b>174.569,55</b>	<b>100,00%</b>
<b>TOTAL INGRESOS EXPLOTACIÓN</b>	<b>174.569,55</b>	<b>100,00%</b>
Compras Alimentación	102.298,13	71,98%
Compras Artesanía	11.633,05	36,63%
Compras otros	623,97	89,80%
Variación de Existencias	5.402,80	3,09%
<b>Consumos de Explotación</b>	<b>119.957,95</b>	<b>68,72%</b>
Sueldos y Salarios	55.191,72	31,62%
Seguridad Social a cargo de la empresa	17.379,43	9,96%
salario y seg soc estitxu	8.998,81	5,15%
aportacion socios estitxu	-6.343,95	-3,63%
Gizalán	-1.404,54	0,80%
mutualia	520,27	-0,30%
<b>Gastos de Personal</b>	<b>74.341,74</b>	<b>42,59%</b>
Arrendamientos Amorebieta	4.615,20	2,64%
Reparaciones y conservacion	2.057,71	1,18%
Primas de seguros	742,40	0,43%
Servicios bancarios y similares	67,20	0,04%
Suministros electricidad	1.397,01	0,80%
Sensibilizacion	816,75	0,47%
Material de oficina	292,49	0,17%
Desarrollo institucional externo	1.270,91	0,73%
Gatos comerciales	1.963,48	1,12%
Asesoría consultoria	2.460,00	1,41%
koopera	14.250,00	8,16%
Gastos generales	146,91	0,08%
Diferencias ferias	-62,46	-0,04%
<b>Otros Gastos Explotación</b>	<b>38.109,70</b>	<b>21,83%</b>
<b>TOTAL GASTOS EXPLOTACIÓN</b>	<b>232.409,39</b>	<b>133,13%</b>
Otros ingresos	111,90	0,06%
<b>Resultados Financieros</b>	<b>111,90</b>	<b>0,06%</b>
Donación Caritas	4.000,00	2,29%
Donación Alboan	15.000,00	8,59%
Donación Misiones	22.000,00	12,60%
Donativos	711,20	0,41%
<b>Total Subvenciones y Donaciones Explotación</b>	<b>47.461,20</b>	<b>27,19%</b>
<b>TOTAL RESULTADO ANTES AMORTIZACIONES</b>	<b>-10.266,74</b>	<b>-5,88%</b>
<b>AMORTIZACIONES</b>	<b>2.021,84</b>	<b>1,16%</b>
<b>TOTAL RESULTADO ANTES IMPUESTOS</b>	<b>-12.288,58</b>	<b>-7,04%</b>

"Nuestro resultado definitivo de explotación es negativo en 4.230,92 euros"

## Análisis de datos económicos

- La partida de Gizalan, se refiere a la participación de Kidenda en el programa de reinserción de empleo. Este año tuvimos una persona a principio de año Saioa Garcia y otra persona a finales de año como apoyo que fue Ana Besga. Como siempre ha sido una experiencia muy positiva y agradecemos a las dos personas su fantástica colaboración.
- La variación de existencias registra una disminución de stock en 5.000 euros. Esta cifra es compatible con la eliminación del almacén en la Lonja de Arrupe Etxea. El valor total de stock actual es de 57.000 euros, teniendo en cuenta que hace unos años era de 90.000 euros, vamos viendo como vamos ajustando nuestro stock a unas cifras más razonables.
- La partida de Desarrollo Institucional se refiere a las cuotas que pagamos por pertenecer a la Coordinadora de Comercio Justo, Reas Euskadi y Mercado Social.
- Nuestros gastos generales, comerciales y de material de oficina siguen estando muy ajustados al estilo austero con el que siempre hemos funcionado.
- La partida de amortizaciones se ha aumentado con la compra del nuevo aparato de aire acondicionado y la impresora de tickets y el rótulo luminoso.
- Creemos que en el futuro tenemos que aumentar la partida de sensibilización para poder fortalecer esta área.
- Las aportación de socios son por parte de Caritas 4.000 euros y una persona a media jornada para Sensibilización, Misiones Diocesanas 22.000 euros y Alboan 15.000 euros.

PARA CUALQUIER DUDA, CONTACTAD CON NOSOTRAS E INTENTAREMOS ACLARAR TODAS VUESTRAS CUESTIONES.

*Agradecemos a las entidades socias y a nuestros voluntarios y voluntarias su continuado apoyo a nuestro proyecto.*

Kidenda es un proyecto de Comercio Justo, promovido por Alboan, Cáritas y Misiones de Bilbao. Esta iniciativa pretende:

Contribuir al desarrollo de los países del sur a través de la comercialización de productos de organizaciones de comercio justo.

Sensibilizar a la sociedad de la realidad del comercio internacional y su repercusión en las relaciones Norte-Sur, la alternativa que plantea el comercio justo y la apuesta por un consumo responsable.

Podemos ayudarle con sus detalles de empresa, regalos de acontecimientos especiales, grupos de consumo, charlas de sensibilización en colegios etc.

Ponganse en contacto con nosotros:  
**Asociación Kidenda**  
**Viuda de Epalza 6**  
**Bilbao 48005**

**Teléfono: 94 479 28 62**  
**Correo electrónico:**  
**kidenda@caritasbi.org**  
**mferrer@caritasbi.org**  
**cgonzalo@caritasbi.org**

