

10º aniversario de la apertura de la tienda de
Kidenda ubicada en la calle Viuda de Epalza

KIDENDA 10 AÑOS JUSTO A PIE DE CALLE

Cooperativa paraguaya Manduvirá
Una experiencia narrada desde el
terreno

Productores/as: Warmi Ajayu
(Espíritu de mujer)

Recetas con
azúcar de caña:
Tomates
y Caipiriña

Karanakuy
Comercio Justo • Bidezko Merkataritza
www.kidenda.org





sumario

EDITORIAL	2
10 AÑOS JUSTO A PIE DE CALLE	3
PRODUCTORES Y PRODUCTORAS	6-7
TERRITORIOS	8
NOTICIAS-BERRIAK	9-10
KIDENDA EN CORTO	11
A LA CONTRA	12

Karanakuy es una publicación realizada por el Equipo de Sensibilización de Kidenda

Se permite el uso indiscriminado de sus contenidos, pero por favor...
¡¡¡NO LA TIRES A LA BASURA!!!
Es reciclable

Contacto: karanakuy@caritasbi.org



contacto

C/ Viuda de Epalza, 6
Bilbao (48005)
Tfno: 94 479 28 62
C/ Padre Lojendio, 2 - Bajo
Bilbao (48008)
Tfno: 94 607 03 29

kidenda@caritasbi.org
www.kidenda.org

Colabora:



Diseño y maquetación:
ERREKA MULTIMEDIA S.COOP
www.erreka.biz

editoriala

Karanakuy nace casi, casi al mismo tiempo que la propia tienda de Kidenda. Así pues,... diez años a razón de dos números por año... nos dan veinte números... Y este es el Karanakuy número 19. La razón no es otra que el número uno se publicó dos veces,...

Karanakuy cumple también 10 años... y mantiene sus correspondientes secciones ofreciendo información de cooperativas, grupos, novedades y noticias relacionadas con el comercio justo. Por estas páginas hemos hablado de qué es el comercio justo, de la crisis, de pobreza y exclusión social, de campañas como Ropa Limpia. Hemos presentado cooperativas de productores y artesanas CIAP, MCCH, COCLA, Camari... hemos abierto nuestro corazón al pensamiento de otras organizaciones, MST, EHNE, Fiare y hemos viajado hasta el quehacer de las personas voluntarias en los territorios: Basauri, Santurtzi, Amorebieta, Bilbao...

A medida que ha ido pasando el tiempo se ha mejorado el tratamiento de los textos, el diseño... las fotografías.

Pero, sobre todo, Karanakuy ha sido la expresión de Kidenda plasmada en estas páginas mediante la motivación, el interés por comunicar, los esfuerzos en redacción y opinión de muchos voluntarios y voluntarias que han sido los verdaderos artífices de la revista.

El reto, en estos momentos, está en mantener ese interés en comunicar las actividades y opiniones de Kidenda (Kidenda, como lo que es: un proyecto de todos y todas quienes estamos detrás) no solo en la propia revista sino en otros medios y espacios de comunicación.

Karanakuy Kidendaren dendaren aldi berean jaio zen. Hau horrela izanik, ...hamar urte urtero bi zenbaki bakoitzeko ...hogei zenbaki ematen digu... eta hau Karanuy 19.zenbakia da. Arrazoia lehenengo zenbakia birritan publikatu zela da,...

Karanakuy-k baita ere hamar urte betetzen ditu... eta bere sailak mantentzen ditu kooperatiben taldeen, berrien, eta bidezko merkataritzarekin erlazio dituzten berrien informazioa eskeiniz. Orri hauetan zehar, bidezko merkataritza zer den, krisiaren, pobreziaeren, eta gizarte-bazterketaren, Arropa Garbia delakoaren kanpainen inguruan hitz egin dugu. Ekoizle eta artisautza CIAP, MCCH, COCLA, Camari... kooperatibak aurkeztu ditugu, beste erakunde batzuei gure bihotza ireki diegu, MST, EHNE, Fiare eta Basauri, Santurtzi, Amorebieta, Bilbo-ko udalerrietako pertsona boluntarioen zeregintara bidaiatu gara.

Denbora aurrera joan den einean, testuen tratamendua, diseinua... argazkiak hobetu egin dira.

Baina, batez ere, Karanakuy Kidendaren orrialde hauetan isladaturiko adierazpena izan da; motibazioa, komunikatzeko interesa, idazketan esfortzua eta boluntario askoren iritzia aldizkariaren benetazko egileak izan direnen bitartez.

Erronka, momentu honetan, Kidendaren jarduerak eta iritzien berri ematean datza (Kidenda, dena izanik: atzean gauden guztien proiektu bat da) ez aldizkarian soilik beste komunikabideetan baita ere.



KIDENDA 10 AÑOS JUSTO A PIE DE CALLE

En diciembre de 2002 se abrió la tienda de Kidenda en el número 6 de la calle Viuda de Epalza. Este hecho fue muy celebrado por todas las personas que en aquél momento formaban parte activa del proyecto. En especial por las personas voluntarias que encontraron en la apertura de la tienda la estabilidad de un espacio para la venta, el almacén y la difusión del proyecto



Exactamente es eso, diez años, justo, a pie de calle. Justo, porque a eso se dedica Kidenda, al Comercio Justo. Justo, porque está ahí,... en la misma calle desde hace diez años, persiana arriba y persiana abajo cada día. Y justo, porque justamente se cumplen diez años de la apertura de la tienda. Nada que ver con el recorrido de Kidenda, que tiene algunos años más.

Este diciembre de 2012 celebramos, pues, el X Aniversario de la tienda, un lugar especial pues es el espacio que acoge y ha acogido no solo el almacenaje de género o la venta de productos... sino que ha sido punto de encuentro del voluntariado de Kidenda, punto de encuentro de comercio justo, espacio de sensibilización y tertulia entre voluntarios, amigos, cooperativas,... Así, este aniversario es momento para el reconocimiento del trabajo realizado, el descubrimiento de todo lo que queda por hacer, la celebración y el recuerdo, las nostalgias y las esperanzas, el momento de recordar el punto de partida, los orígenes y mirar hacia el futuro encontrando los mejores compañeros y compañeras de viaje.

2002.eko abenduan Kidenda dendak zabaldu zen Viuda de Epalza 6.zenbakian. Proiektuan modu aktiboan osatzen zuten pertsona guztiegandik oso ospatua izan zen gertaera. Bereziki, dendaren irekieran, pertsona boluntarioek salmenta, biltegi eta proiektuaren hedapena gune bat aurkitu zutenek.

Zehatz-mehatz hamar urte dira jadan kalean emandakoak. Kidenda horretan diharduelako, bidezko merkataritzan. Justu, hortxe dagoelako,... kale berdintsuan dagoelako orain dela hamar urte, pertsiana gora eta behera eguneroko. Eta justu, jadan hamar urte betetzen direlako dendaren zabaltzeaz. Kidendaren ibilbidearekin ez dator bat, urte gehiago dituelako.

2012.eko abendu honetan, dendaren X.urteurrena ospatzen dugu, leku berezi bat, gune honek ez du bakarrik salgaien biltegia edo produktuen salmenta jasotzen baizik eta Kidendaren boluntaritzaren topagunea izan da, bidezko merkataritzaren topagunea, sentsibilizazioaren tartea eta boluntarioen, lagunen, kooperatiben arteko solasaldia. Horrela, urteurren hau, eginiko lanaren onarpenerako unea da, egiteko geratzen den guztiaren aurkikuntza, ospakuntza eta oroitzapena, nostalgik eta itxaropenak, abiapuntua gogoratzeko unea, jatorriak eta etorkizunera begiratu bidaikide hoberenak aurkituz.

Kidenda karanakuy

Jornada Cooperar y Transformar en el Sur. Una experiencia narrada desde el terreno

Por cada tonelada de azúcar vendida a través del Comercio Justo, la Cooperativa recibe una prima de US\$ 80 para beneficios comunitarios.

En las tiendas de comercio justo de Europa y otros países encontramos galletas, chocolates y dulces elaborados con azúcar orgánico del proyecto paraguayo Manduvirá, una iniciativa que cierra el círculo entre producción + financiación + comercio justo y que ha resultado posible con un modelo de desarrollo distinto, basado en la cooperación y la solidaridad.

Los problemas comunes hacen que surjan soluciones comunes. Los pequeños productores de la región de Arroyos y Esteros los tenían en abundancia, como explicaron el pasado 10 de noviembre en Bilbao, en la jornada "Cooperar y Transformar en el Sur". La experiencia narrada desde el terreno,

estuvo organizada conjuntamente por Kidenda y Oikocredit Euskadi. Actualmente Manduvirá produce y vende azúcar orgánico a 19 países en todo el mundo y cuentan con 29 clientes a los que envían el 95% de su producción, el resto es para autoconsumo. El logro requirió mucho esfuerzo, trabajo, sacrificio y más que nada solidaridad. Trabajo cooperativo en equipo dentro del comercio justo y alternativas para un modo de vida y desarrollo que no deja a nadie en la estacada.

"Lo más importante no es tener dinero, sino tener una idea. Lo importante es saber a dónde quiere llegar", como señaló Andrés González Aguilera, gerente de la cooperativa.

La radiografía de Paraguay la hizo Rodrigo Ortiz, representante de Oikocredit Paraguay, que facilita créditos a largo plazo, inversiones de capital y recursos no reembolsables. "Con un PIB por cápita de 3.649 dólares anuales, el país cuenta con un 32% de su población por debajo



del umbral de la pobreza y un 18% en extrema pobreza. No existe financiación para conseguir recursos a largo plazo

Gracias al apoyo de Comercio Justo, la Cooperativa Manduvirá no solamente tuvo la posibilidad de enfrentar el desafío de conseguir su propia certificación orgánica, alquilar una fábrica y producir su propio azúcar orgánica, sino también la de establecer cooperaciones a largo plazo con clientes internacionales, conquistando mercados con su marca distinguida de alta calidad. Desde las primeras exportaciones en 2005, la Cooperativa mantiene estrechas y continuas relaciones comerciales con más de 30 clientes en todos los continentes, principalmente en Europa pero también en América Latina, Canadá, Nueva Zelanda y Asia.

Por cada tonelada de azúcar orgánica vendida a través del Comercio Justo, la Cooperativa recibe una prima de US\$ 80. Cada año en marzo, los socios productores se reúnen en la sede de la Cooperativa para la Asamblea General de Comercio Justo, donde se toma la decisión de cómo invertir la prima con un máximo de beneficios comunes.

Acorde con los principios de Comercio Justo, las relaciones entre la Cooperativa y sus clientes exceden en mucho las relaciones de comercio convencionales. La mayoría de los compradores pagan 50% del pedido total como pre-financiamiento ya antes de la zafra, lo que provee de recursos financieros para empezar la cosecha y dar créditos a los productores sin depender de préstamos costosos de entidades financieras locales. Por cierto, varios clientes también se comprometen a apoyar el progreso de la Cooperativa de forma directa, por ejemplo al mandar profesionales en producción de azúcar que ayudan a mejorar el proceso o proveer equipos técnicos, como nuevos guinchos para los centros de acopio.

Por eso, comprar y consumir productos con sello de Comercio Justo de Cooperativa Manduvirá tiene un impacto decisivo y directo sobre el desarrollo social y económico de la organización, sus socios y toda la región de Arroyos y Esteros. En Bilbao, la actividad de Kidenda no se limita al comercio, sino que lo más valioso del proyecto es la sensibilización que realiza para que la transformación sea posible.

**Andrés González Aguilera,
Gerente General de la cooperativa paraguaya Manduvirá**

“Iniciamos la Revolución Dulce en 2002 y ahora, con el apoyo de socios, Comercio Justo y Oikocredit, construimos la fábrica de nuestros sueños”

El Gerente de la cooperativa Manduvirá relata como un grupo de productores inició la revolución dulce, cómo impactó en sus vidas el comercio justo y cómo construyen sus sueños en una región desde el corazón de América del Sur.

¿Cuál es la historia de la cooperativa de pequeños productores Manduvirá?

En 2002 empieza la Revolución Dulce. Entonces Manduvirá contaba con 180 socios y muchos problemas de bajos precios, dependencia de fábricas locales, pagos a destiempo... Nuestra actividad se reducía a producir la caña de azúcar y entregarla a la fábrica, y ahí terminaban nuestros sueños de tener una vida mejor. Nos rebelamos contra todo esto. Teníamos un problema común y buscamos una solución común. Y ahí empieza el sueño de tener una fábrica propia y producir y exportar azúcar. Mucha gente decía: “eso es imposible, nunca se hizo en Paraguay, pero ya en 1995 entramos en contacto con comercio justo.

Con la Revolución Dulce rompimos el paradigma: se unen los productores y tres años después conseguimos alquilar una fábrica parada: No teníamos ningún recurso económico, pero teníamos una idea capaz de involucrar a toda la sociedad. En 2005, la producción fue de 200 toneladas de azúcar, con mucho apoyo del comercio justo, cubriendo criterios y estándares. La fábrica que alquilamos llegaba hasta 6.000 toneladas, pero el mercado era mucho mayor. Nos causaba malestar porque no se podía atender la demanda y la planta estaba a 90 kilómetros de los productores.

¿Cómo se sientan los socios de la cooperativa ahora que están construyendo la primera productora de azúcar en Paraguay después de más de 200 años?

Es un emprendimiento muy grande y la historia de un sueño colectivo. El año pasado empezamos la construcción de la primera fábrica de azúcar del mundo con concepción orgánica. Con una inversión de 15 millones de dólares, tendrá una capacidad de producción de 15.000 a 20.000 toneladas anuales.

Pensamos que estamos haciendo historia, porque seremos los dueños de nuestra propia fábrica.

¿Qué ha supuesto el comercio justo para su cooperativa?

Para nosotros, con una mirada desde el Sur, el comercio justo es la mejor alternativa para mejorar nuestra calidad de vida.

Proporciona el empoderamiento del pequeño productor que maneja así la mayor parte de la cadena de producción: el trabajo y los beneficios, y eso solo se logra a través del comercio justo. El resto genera pobreza, injusticia e inequidad.

¿Cómo invierten la prima de comercio justo?

En proyectos de reforestación en los que participan niños y jóvenes y



concienciación de todos los productores. Los diez capacitadores están casi a diario en contacto con la gente, apoyándoles porque los pilares de la cooperativa consisten en apoyar a los socios. También hemos puesto en marcha una pequeña clínica cooperativa, con servicios de odontología, pediatría y ginecología y un laboratorio de diagnóstico rápido. Igualmente tenemos un servicio de maquinaria agrícola para pequeños productores, mejoramos los centros de acopio y hacemos puentes y caminos con trabajo conjunto entre todos.

¿Pensaban al comienzo que esto sería posible?

Todo es posible para el que cree.

*Charo Ponte
Equipo de sensibilización
de Kidenda*

Kidenda karanakuy



Warmi ajayu (espíritu de mujer)

Dos palabras en aymara, **warmi** (mujer) y **ajayu** (espíritu) son definitorias de la esencia de esta organización constituida en su mayoría por mujeres que realizan confecciones en lana de alpaca para la comercialización.

Bolivia. Muy cerca de la capital, La Paz, y a 4000m de altitud se encuentra la ciudad de El Alto. Una ciudad grande, comercial, formada por barrios asentados cerca de la capital aprovechando que es zona de paso. Y esos barrios están poblados por miles de personas que tienen su fuente de ingresos en el comercio y en trabajos por cuenta ajena. En esta zona de El Alto se asienta la organización Warmi Ajayu.



Ellas dicen que el 98% de las personas pertenecientes a esta organización son mujeres. El trabajo de los campesinos y artesanos es duro y muy mal pagado. Pero, habitualmente, los artesanos y artesanas no poseen ni siquiera la materia prima o los medios de producción. Algunas componentes de Warmi Ajayu estaban trabajando para otras personas y se sentían explotadas en este tipo de trabajos por eso es que pensaron formar su propia organización de artesanas productoras.

Ellas son amas de casa, realizan todas las labores del hogar para atender a la familia y después dedican el tiempo a confeccionar artesanalmente en casa las prendas que venden en la organización. Esto les permite tener mayor autonomía a la hora de organizarse en el hogar. Acuden a la sede únicamente para recoger la materia prima y los encargos y posteriormente, una vez confeccionada la pieza, para darle los últimos acabados, planchado y empa-



quetado. Algunas de las piezas pasan hasta cinco controles de calidad en diferentes manos de mujeres que se especializan en una parte del acabado de la prenda.

Para muchos de los artículos utilizan el telar. En el telar es complicado que el tejido quede fino y bien tupido sin que el hilo se quiebre. Sin embargo, conservan el modo de tejer de sus antepasados, el hilo, el material, la lana, y la manera de trabajarla, que es como antaño, pero aprovechando los cursos y la formación para mejorar en el diseño y combinación de colores que hagan de



las piezas algo más actual. No obstante, siempre buscan poner algo que identifique a Bolivia y la región del altiplano en los productos.

En la publicidad que cuelga de las paredes de su sede se puede leer "el calor de la Naturaleza en tus manos". Así, Warmi Ajayu trabajan con fibras naturales, en su mayoría lana de alpaca, una de las más suaves y cálidas de las lanas de los camélidos. Entre los productos que elaboran se encuentran mantillas, chalinas, mantas de sala, cojines, ponchos, guantes, medias, boinas, bufandas...

Sus expectativas en este proyecto no van más allá de las de mejorar su propia vida y la de su familia: el poder conseguir tener techo, ropa y alimento para los hijos e hijas así como ofrecerles educación. Este es el espíritu de mujer... warmi ajayu... el espíritu de búsqueda de recursos para seguir ofreciendo vida.

JUGANDO CON LA PANELA

Tomates asados con azúcar de caña

Ingredientes (para 4 personas)

- 2kg de tomates
- 6 cucharadas de panela (azúcar de caña) de comercio justo
- 75 ml de vinagre balsámico
- 1 manojo de albahaca
- 25 ml de aceite de oliva
- Pimienta y sal al gusto



Pelar los tomates y cortarlos en dados.

Añadir sal y pimienta al gusto y saltearlos en una sartén con aceite de oliva durante unos minutos. Espolvorear la panela y el vinagre balsámico. Retirar del fuego y agregar la albahaca. Ideal para acompañar como guarnición.

Caipiriña

Ingredientes (para 4 personas)

- 10 limones verdes
- 16 cucharadas de azúcar de caña de comercio justo
- 6 copitas de cachaça o también ron blanco de comercio justo
- Hielo

Parte los limones en pedazos pequeños y remueve con el azúcar hasta que desprendan su zumo. Añade el hielo picado y un poco de cachaça o de ron blanco.



Y ¡a sorprender con esta bebida en las fiestas!

Recetas por gentileza de IDEAS

Kidenda karanakuy

Comercio Justo en la Unidad Pastoral Autonomía Indautxu

Salir a la calle ha sido positivo para hacer visible el comercio justo en nuestro entorno.



El pasado **18 de Noviembre** tuvo lugar la primera **venta de productos de Comercio Justo** de este curso en nuestra **Unidad Pastoral Autonomía Indautxu (UPAI)**. Dicha actividad ha tenido características especiales. Es la primera vez que ponemos el puesto en la calle. Las obras en el interior de la iglesia de El Carmen nos han dado el empujoncito que nos faltaba para dar ese paso. Ha habido que pedir permiso al ayuntamiento. Pues bien, lo pedimos y nos lo concedieron. Ya sabemos cómo se hace. Hubo además, alguna que

otra dificultad para conseguir la carpa que nos protegiese de la lluvia de ese fin de semana (que fue mucha). Pero también se consiguió.

La actividad se había anunciado en el Gaur Igandea (la hoja dominical) del fin de semana previo, así como en el del propio fin de semana. En las misas que se celebraron se anunció explícitamente la venta (gracias a nuestro párroco Ángel Unanue). Contamos además con un equipo de 6 personas en el puesto, lo que permitió atender mejor quienes se acercaron a comprar en los momentos de aglomeración. Además de la gente que salía de las misas, se acerca-

ron por el puesto vecinos, amigos del barrio, curiosos, etc.

La venta de productos fue superior (muy superior) a la de ocasiones anteriores. Faltaron como siempre algunos productos, y sobraron otros pocos. Se vendió casi toda la alimentación y algo de artesanía, que requiere más explicaciones y mejor exposición (nos lo apuntamos para mejorar en la próxima).

Los que participamos en la actividad quedamos muy satisfechos, y recomendamos que se vuelva a hacer en la calle.

Equipo de UPAI

kidenda karanakuy

**Parte hartu
Kidendako lurralde
taldeetan
Itxaroten zaitugu!!!**

Viuda de Epalza kalea, 6 Bilbo
(48005) Tfnoa: 94 479 28 62
Padre Lojendio kalea, 2 - Behea
Bilbo (48008) Tfnoa: 94 607 03 29





**Informe El Comercio Justo en España 2011:
En 2001, las ventas de productos de
Comercio Justo aumentaron un 16,8%
hasta alcanzar los 26 millones de euros**

Cada vez hay más gente comprando productos de Comercio Justo

Recientemente ha visto la luz el Informe El Comercio Justo en España 2011, elaborado por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) en el que una de las conclusiones podría ser que “no aumenta el gasto de la gente que ya consumía Comercio Justo, pero cada vez hay más gente comprando productos de Comercio Justo”. Estos nuevos consumidores acceden a él a través de la diversificación de los canales de distribución, los más habituales y mayoritarios para el gran público.

Así, los productos de Comercio Justo empiezan a llegar a través de supermercados, grandes superficies, máquinas de vending, cafeterías y otros establecimientos hosteleros. Esto ha propiciado que en 2011 la facturación de productos de Comercio Justo haya crecido un 16,8 % hasta alcanzar los 26 millones de euros.

Aunque estas cifras de crecimiento general representan la consolidación del sector del Comercio Justo en el Estado, encierran numerosos matices sobre la evolución del Comercio Justo en nuestro país. En primer lugar, los datos se refieren a las ventas tanto de productos certificados por el sello Fairtrade como no certificados, realizados por empresas privadas, como a las de organizaciones de Comercio Justo.

Mientras que los productos certificados, especialmente aquellos comercializados a través de establecimientos de restauración y hostelería, aumentan significativamente durante los últimos años (un 39,4% en 2011), aquellos productos

vendidos por las organizaciones de la CECJ sufren una caída considerable durante este periodo - especialmente en ventas en artesanía, con una caída del 16,1%-que colocan en números negativos las cifras de comercialización de las importadoras en 2011.

La crisis económica explica en parte esta evolución. La restricción de recursos ha acelerado cambios en las tendencias de consumo mayoritarios. Cada vez son más las personas consumidoras que concentran el gasto en menos visitas, pero mayor volumen de compra, a supermercados y grandes superficies, buscando optimizar el presupuesto con ofertas y marcas blancas. El resto de productos pasan también a comprarse en estos establecimientos

- **Las ventas de artesanía caen en 2011 debido a la crisis.**

- **Las tiendas de Comercio Justo siguen siendo el canal de comercialización privilegiado, sin embargo, los productos de Comercio Justo empiezan a llegar al cliente, cada vez más, a través de supermercados, grandes superficies.**

- **Los productos comercializados desde las importadoras provienen de 40 países distintos.**

en detrimento del pequeño comercio especializado de proximidad.

Las tiendas de Comercio Justo siguen siendo el canal de comercialización privilegiado de los productos importados por las organizaciones de la CECJ en 2011, con el 47,4% de estas ventas realizadas a través de estos establecimientos. Sumando herboristerías, tiendas ecológicas y otros locales minoristas especializados, la venta a través del pequeño comercio se elevaría hasta el 58,6, aunque perdiendo peso.

Por productos, la alimentación está detrás del 87,9% de todas las ventas de las importadoras de la CECJ y otros actores; el 10,4% fueron artesanías y el 1,7% restante productos como cosmética o muebles. El café siguió siendo el producto más vendido, representando el 47,6% de la facturación. Le siguen los dulces, con un 34,8% de las ventas, las artesanías con el 10,4%, el té (2,9% de las ventas) y productos alimentarios como cereales y snacks.

En las ventas de las importadoras de la CECJ, observamos que en 2011 los productos comercializados por estas entidades provinieron de 40 países distintos. América Latina, con 16 países, es la región más representada.

Charo Ponte
Equipo de sensibilización
de Kidenda

Kidenda karanakuy

10 Aniversario de la tienda de Kidenda de Epalza

El 14 de Diciembre celebramos el 10º aniversario de la apertura de la tienda de Kidenda ubicada en la calle Viuda de Epalza.

Lo cual no quiere decir que Kidenda comenzase nada más abrirse la tienda. No, todo lo contrario el proyecto de Kidenda comenzó a mascarse mucho antes, por unas pocas personas, mujeres que viajaron a conocer la realidad de los países del Sur y que vieron la opción del Comercio Justo como una vía no paternalista de ayudar a las personas trabajadoras del Sur, por dignificar su quehacer y su vida en definitiva, todo ello desde una perspectiva cristiana.

Por aquel entonces, se empezaron a traer productos como la panela, el café... de distintas zonas de Latinoamérica y así varios productos de otros países para venderlos en

Bilbao y destinar el dinero a aquellas cooperativas del Sur, ya que era lo justo: si allí trabajaban la materia prima del producto debían recibir un sueldo digno por ello.

Poco a poco con la ayuda de Cáritas, Misiones Diocesanas Vascas y posteriormente de Alboan (que son las tres entidades que forman el proyecto KIDENDA) se pudo abrir una tienda. Pienso que para aquellas voluntarias y voluntarios que comenzaron con tanta ilusión ayudando a la venta de productos de Comercio Justo y sobre todo a la sensibilización, debió ser una alegría poder ver cumplido el sueño de abrir una tienda donde por fin tener un almacén, un despacho, estanterías, un espacio de acogida al



público...Y en eso pensaba el día 14 mientras compartía un ratito con todas las personas voluntarias que han ido pasando por Kidenda.

EL 14 de Diciembre por la mañana se comenzó invitando a café a todas aquellas personas que se acercaron a

kidenda karanakuy





la tienda de Epalza y seguidamente hubo un acto institucional, en el que se visualizó un video que recoge el paso del tiempo desde diferentes miradas relacionadas con Kidenda.

Por la tarde, tuvo lugar un café tertulia animado por Alberto que nos conto unos cuentos increíblemente divertidos e ilustrativos sobre el origen de los colores de los animales de la selva amazónica. A continuación, 4 voluntarios de Kidenda (de equipos territoriales, de tienda-almacén, de grupo de consumo, de sensibilización....) dimos el testimonio de nuestra experiencia en Kidenda.

Y finalmente, a las siete hubo un encuentro con las personas voluntarias que a lo largo de los 10 años han pasado por Kidenda, y los que siguen colaborando actualmente. Pudimos ver fotos antiguas, soplar las velas de la gran tarta que se hizo para la ocasión y tomar un aperitivo juntos.

KIDENDA, ZORIONAK BETI! FELICIDADES A TODAS LAS PERSONAS QUE HEMOS FORMADO PARTE DE ESTE PROYECTO, Y MUY EN ESPECIAL A AQUELLAS QUE PUSIERON LOS CIMIENTOS PARA QUE HOY DICIEMBRE DE 2012 PODAMOS CELEBRAR ESTOS 10 AÑOS DE ANDADURA...

Paula Moreno
Equipo de Sensibilización

Encuentro de la Red Interdiocesana de Comercio Justo en El Escorial

Entre los días 21 y 23 de septiembre tuvo lugar en El Escorial (Madrid) un encuentro de la Red Interdiocesana de Comercio Justo (RICJ). A dicho encuentro acudimos unas 60 personas procedentes de las diferentes Caritas en las que se está trabajando o se quiere trabajar el Comercio Justo.

Kidenda estuvo representada por 5 personas: 3 voluntarias y dos trabajadoras.

Contamos también con la presencia de ponentes como Carlos Ballesteros, economista y profesor de la U.P.Comillas, así como las como con las personas de Caritas que nos presentaron el documento marco "Caritas y el Comercio Justo".

También ocuparon una parte importante del encuentro las personas representantes de algunos productores de Bangladesh, Ecuador y Bolivia.

La agenda fue densa y se consiguió animar la partici-

EncuentroComercioJusto



pación de todos y todas, alternando momentos de compartir experiencias o trabajos en grupos con otros en los que escuchar a los ponentes y productores, para terminar intentando encontrar retos que nos puedan orientar y animar en nuestros proyectos.

Entre los objetivos del encuentro estaba el fortalecimiento de las diferentes Caritas Diocesanas a través del intercambio, el debate y la reflexión compartida: elementos hubo en el encuentro que nos pueden ayudar; ahora nos corresponde a nosotros aprovecharlos.

Rafa Lorenzo
Equipo de sensibilización de Kidenda

Kidenda karanakuy

Participa en los equipos territoriales de Kidenda

Te esperamos!!!

C/ Viuda de Epalza, 6 Bilbao (48005) Tfno: 94 479 28 62
C/ Padre Lojendio, 2 - Bajo Bilbao (48008) Tfno: 94 607 03 29



Bilbao, Ciudad por el Comercio Justo

El pasado 13 de septiembre le fue otorgado a Bilbao el estatus de Ciudad por el Comercio Justo. Este reconocimiento se enmarca dentro de la iniciativa de Ciudades por el Comercio Justo que se creó cuando en el año 2000 una ciudad del noreste de Inglaterra (Garstang) fue declarada la primera *ciudad por el comercio justo del mundo*.

Desde entonces son más de 1.000 las ciudades que se han sumado a esta iniciativa. Londres, París, Roma, Bruselas, Bonn, Copenhague, Oslo, Madrid, Chicago, San Francisco, Boston poseen este reconocimiento.

La encargada de promover esta iniciativa en el estado español es la organización de Comercio Justo IDEAS y para llegar a ser ciudad por el CJ hay que cumplir 5 criterios:

- 1. Aprobar una resolución favorable al Comercio Justo y al consumo de este tipo de productos por parte del Ayuntamiento.**
- 2. Ofrecer productos de Comercio Justo en cafés, restaurantes y tiendas de la ciudad.**
- 3. Compromiso del sector privado y organizaciones introduciendo este tipo de productos en su consumo interno.**
- 4. Comunicación y sensibilización a la ciudadanía.**
- 5. Creación de un grupo de trabajo que coordine el programa.**

La iniciativa busca sensibilizar y concienciar a la ciudadanía sobre la necesidad de poner en práctica hábitos de consumo responsable a través de la compra de productos de Comercio Justo para contribuir a un Desarrollo Sostenible, y la influencia de dichos hábitos en los países empobrecidos del sur.

Es importante el reconocimiento que supone esta distinción de la labor ya realizada en Bilbao por todos los agentes implicados: las diferentes organizaciones de promueven el Comercio Justo, los establecimientos de hostelería y comercios donde se ofrecen dichos productos, el propio ayuntamiento y, por supuesto, todas las personas que compran, venden, apoyan, comparan, sensibilizan,...

Pero no lo es menos, o quizás para ser justos, es todavía más importante, si este reconocimiento es utilizado adecuadamente o no. El reconocimiento en sí es solo una herramienta que debería servir para renovar o incrementar los esfuerzos, las motivaciones, las ilusiones que nos mueven a unos y otras por formar parte de esta tarea colectiva, de humanizar la economía, de la que el Comercio Justo es sólo una pequeña parte.

Por eso es importante que el haber logrado ese reconocimiento no se interprete como la meta de un camino, sino más bien como un momento para coger fuerzas en medio de una larga caminata.

Saber usarlo quizás signifique hacer que sirva para que más gente conozca el Comercio Justo en Bilbao, aprovechar el acto de celebración de dicho acontecimiento para que resuene en medios de comunicación, para difundirlo por redes sociales, etc,... es decir para despertar el interés de quiénes, hasta ahora, no han tenido la oportunidad de acercarse a esta realidad, vecina de Bilbao.

Debería servir, por tanto, para que nuevos comercios, empresas, personas, asociaciones, se sumasen a una iniciativa que es objeto de reconocimiento.

También podría ser una ocasión para que todos los agentes implicados, es decir las personas que formamos parte de las organizaciones, comercios, empresas, asociaciones, grupos, consumidores... nos reunamos, o cada uno en su proyecto o entorno, para celebrarlo.

Y por supuesto podría servir de ejemplo para que otros municipios vean que es posible trabajar en la construcción de otros modelos de economía. Pero sobre todo, será un uso positivo, el sentirnos todos más cercanos, más acompañados, más implicados en la construcción de ese otro mundo posible,... y que las concreciones de estos sentimientos sean realidades de consumo responsable en el norte y de condiciones justas y dignas para todos los productores y productoras del sur.

Rafa Lorenzo
Equipo de sensibilización de Kidenda