



Kontsumo arduratsua Donostian
Consumo Responsable en Donostia

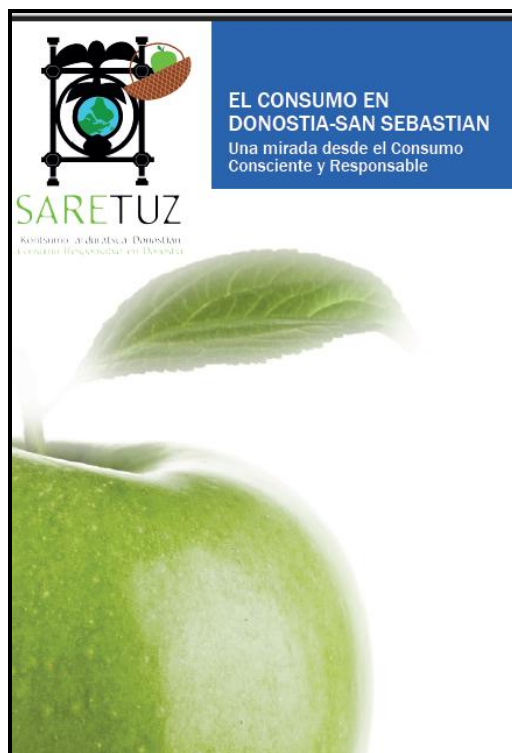
SARETUZ IKERKETA: KONTSUMOA DONOSTIAN **KONTSUMO KONTZIENTE ETA ARDURATSUTIK BEGIRADA BAT**

Laburpena

AURKEZPENA

Saretuz Kontsumo Kontziente eta Arduratsua (KKA) Donostian sustatzeko 2011an sortutako ekimen bat da, sare-lanean oinarritua. Sarea, Emaús Gizarte Fundazioak eta Mugarik Gabek dinamizatzen dute Donostiako udalaren babesarekin, eta hirian KKA lantzen duten arlo desberdinetako kolektiboek osatzen dute. Horrela, sarea beharizan bezala sortu zen eragin handiagoa lortzeko ahaleginak bateratu eta koordinatzeko asmoarekin.

Orain arteko sarearen jardueran, gure lan ildoetako bat hirian KKA ahalbidetzeko dauden kolektiboak eta alternatibak identifikatzea izan da, hauekin bilduta Donostiako kontsumo modeloa kontuan izanda dauzkaten kezka eta beharriak ezagutzeko.



Kezka horietako bat komertzializazioari buruzko eta hiritarren kontsumo ohituren inguruko datuen eskasia eta beharra zen, eta horigatik ekin genion hiriko Kontsumoari buruzko Ikerketa honi, ardatz moduan bereziki elikaduraren kontsumo hartuta, pertsona guztiok egunero egiten dugun kontsumoa delako.

Beraz, ikerketaren helburua elementu oinarritzkoen kontsumo ohiturei buruz datu kuantitatibo eta kualitatiboak jasotzea zen, baita ekoizpen, banaketa eta komertzializazioari buruz ere, beti



Kontsumo arduratsua Donostian
Consumo Responsable en Donostia

ere Donostian Kontsumo Kontziente eta Arduratsua sustatzeko lan ildoak, helburuak eta ekintzak ahalbidetzeko eta hiritarren artean elkartasuna, berdintasuna eta jasangarritasuna oinarri duten kontsumo eredu bat bultzatzeko.

Metodologikoki, lehenengo fase batetan Donostiako kontsumoari buruzko informazioa zeukaten ikerketa eta txostenen araketa, bilketa eta datu analisia egin ziren. Bigarren fase baten batzar bidez, jasotako informazioa egiaztatu zen eta Gipuzkoa eta EAE mailan ekoizpen eta kontsumoaren arloan lan egiten duten entitate nagusien bidez informazio aberastu zen. Hirugarren fasea, ikerketaren parte kualitatiboena, eztabaida talde batekin landu zen, Donostiako hiritarren lagin esanguratsu bati ikerketa eta honen ondorioak aurkeztuz, hauen artean kontsumitzaileak, merkatariaik eta ekoizleak zeudelarik. Prozesu guzti honetan Cristina Enea Fundazioaren laguntza teknikoa izan dugu.

Jarraian ikerketaren edukiaren laburpen bat aurkezten dugu.

KONTSUMOA DONOSTIAN

KONTSUMO OHITURAK

Kontsumitzaileek iturrien arabera, Donostian, kontsumoarekiko jarrera ohikoena kontsumitzaileek bezeroen artean pertsonalari ematen dioten garrantzia da (%25,2), prezioa da ondorengo faktore garrantzitsuenaren (%24,8). Alabaina, jarrera ez ohikoena aukera zabalari garrantzia ematea da, erosteko aukera zabalari izateari ahalegia.

Gros eta Erdigunean dago saltoki txikizkariaren gehiengoa, eta espezifikoki elikadurari dagokionez, Erdigunean, Amara Berrin eta Grosen daude denda gehienak, hurrenez hurren auzo hauetan daude "eguneroko elikadura" kategorian sartzen diren saltoki gehienak. Kategoria hau da hain zuzen ere Donostiako saltoki txikizkariaren artean ohikoena (960 lizentzia) eta ondoren arropak, jantziak eta zapatak saltzen dituzten dendak (840 lizentzia).

Orokorrean, 2004-2007 bitartean, elikadura, edari eta tabakoaren saltoki txikizkariak gutxitzea egin zuen. Bereziki jaitsiera nagusia harategien kasuan eta arrandegien kasuan izan da, alabaina frutategi, okindegi eta supermerkatuak gehitu egin dira.

Erosketa egiteko donostiarrek sarrien aukeratzen den lekua supermerkatua da (%43) dudarik gabe, bigarren postuan ohiko dendak (%31,8) ditugu, gero hipermerkatuak (%20,5) eta azkenik hornidura-azokak %4,5. Baina Donostian bizi direnak eta bizi ez arren erosketak bertan egiten dituztenak kontuan izanez gero, hipermerkatuak hartzen du lehen postua %34arekin, gero supermerkatuak %32arekin eta azkenik ohiko dendak (%31,1). Honek segur aski hipermerkatuak probintziako eta inguruko hirietako pertsonentzako erakargune direla adierazi dezake.

Donostian erosketak egiteko ordutegi ohikoenari dagokionez, bai elikadura eta bestelakoak erosteko, goizeko eta arratsaldeko azken orduak nabarmentzen dira, eta egun ohikoena berriz ostirala.

Elikadurak familia donostiarren gastu banaketan zati handi bat hartzen du, 2010an gastuen %29,9a da eta 2004an krisi testuingurura iritsi orduko %24,6a, etxebizitza gastuak bigarren



Kontsumo arduratsua Donostian
Consumo Responsable en Donostia

postuan gelditu dira. Beraz, elikadura familia donostiarren gastu garrantzitsuena da, edari eta tabakoarekin batera, hiriko merkataritza gastuaren %47,6a hartzeraino. Elikadura gastuei dagokienez, eta EAEko datuak kontuan izanda, haragia da gastu honen zati handiena hartzen duena, eta ondoren hurrenez hurren, arraina, fruta eta barazkiak.

ELIKAGAIEN JATORRIA

Zaila da elikagaien jatorriari buruzko informazioa lortzea, etiketak nahaspilatsuak dira eta ez dute benetan adierazten elikagaia nondik datorren, nork inportatzen duen adierazten dute edo eta bakarrik egoitza korporatiboa non dagoen. Horrela, kasu askotan dendariak ere ez dakite zein den saltzen dituzten produktuen jatorria.

Jaso ahal izan diren datuen arabera Donostiako saltoki txikizkarien hornitzaileen %70a EAetik kanpokoak da, eta ostalaritza eta ostatuen kasuan portzentai hori %34ra jaisten da.

Bestalde, saltoki txikizkarietako jakiak bakarrik kontuan izanez gero, hauen %47aren jatorria 100 km baino gertuagokoa da. Datu hauek aztertzerakoan kontuan izan behar da lehenago adierazitakoa, jatorri zalantzarria duten jakiak ere barnean sartzen baitira (“enpresa batek inportatua” etab.). Jatorri gertukoena duten produktuak ogia, fruta eta barazkiak, behi haragia, txekor haragia, oilazkoa, txerrikiak, arrautzak, patata frijituak, kontserbak, arraina, esnea, belar-dendetako produktuak eta orokorrean elikadura ekologikoko produktuak dira.

Guzti honekin garbi ikusten da estatu mailan ere gertuko eta bertako produktuenganako interesa handituz doala, garrantzi handia emanez ohiko dendei (10etik 7,8) hipermerkatu (7,1) eta beherapen dendei (5,8) alderatuz.

DONOSTIAKO DENDEN EZAUGARRIAK

Donostiako denden ustia-molde arruntena autonomo erregimena da, ordutegi zatituarekin eta larunbat goizez irekita, baina gehienak arratsaldez itxita.

Merkatalgo donostiarrak gero eta erantzukizun handiagoa dauka ingumenarekin, nagusiki birziklapenean, ingurumenarekiko kaltegarriak ez diren produktuen erabilpenean, eta energia eraginkortasuna edo uraren erabilpenean. Alabaina, saltokietan eskuragarri diren produktuen artean ez dago erantzukizun maila bera jatorria aztertzerakoan, produktu ekologikoen aldeko apustuan eta sustapenean, ezta jasangarritasunaren aldeko aktibitateetan parte hartzerakoan ere etab.

ETORKIZUNERA BEGIRA JOERAK

Orokorrean, ikerketek erakusten dute kontsumitzaileen artean joera nabarmenetako bat, populazio egituraren aldaketa dela, pertsona nagusi, zahartze eta atzerriko populazioaren kopuruen igoeragatik, guztin honek kontsumo ohiturak baldintzatzen dituzte. Pertsona kontsumitzaileak gero eta informazio gehiago dute eta erosketei buruz gehiago hausnartzen dute, honek hauen konfiantza izatea zailtzen du. Produktuen prezioaren inguruan jaitzi egingo da zerbitzuen prezioen igoerekin alderatuta (“zaharkitzapen programatuagatik” produktuak gutxiago iraun, gehiagotan izorratu eta konponketa edo aldaketa zerbitzuak kontratatu beharra dago) eta eskaintza komertziala gero eta globalagoa izango da. Elikadurari dagokienez,



Kontsumo arduratsua Donostian
Consumo Responsable en Donostia

gailenduko diren balioak osasuna, erosotasuna eta azkartasuna dira eta etxetik kanpo jatean betiko jatetxeak baloratuko dira geroz eta gehiago kate komertzialekin alderatuz. Bestetik elikagai aukeraren haunditze bat ere espero da atzerriko populazioaren eskaeragatik.

GAZTERIA GIPUZKOARRA ETA KONTSUMO ARDURATSUA

Etorkizuneko joerak gazteek berretsiko beharrekoak dira. Gazte gipuzkoarrek Kontsumo Arduratsuaren inguruan dituzten jarrerai buruz aurkitu ditugun datuen arabera, hauen %60a baino gehiagok pentsatzen dute erosi aurretik benetako beharra duten eta %20k pentsatzen du sortuko dituen hondakinetaz. Hala ere, soilik %15ak pentsatzen du produktuen ekoizpenean giza-injustiziarik eman den edo ingurumenean izan dezakeen eraginean.

Bestalde, gazte gipuzkoarren ia %50ak adierazten du sarritan bertako produktuak eta sasoikoak erosten dituela eta %50 baino gehiagok erosi dituzte bigarren eskuko produktuak edo trukatu arropa edo bestelako gauzak senitartekoekin. Gutxiago dira, %30, Bidezko Merkataritzako produktuak erosi dituztenak eta soilik %10 truke-merkatuetara joan direnak.

LEHEN SEKTOREA ETA EKOIZPEN EKOLOGIKOA DONOSTIAN

EKOIZPENA ETA SALMENTA BIDEAK

Donostialdea – Bidasoa eskualdean aurkitzen dugun paisaia erliebe malkartsukoa da eta klimaren ezaugarri nagusiak urteko sasoi gehienetan tenperatura epelak eta prezipitazio iraunkorrak dira. Ezaugarri hauek kontuan izanda, eskualdeko lurren %11,4 mekanizatu daiteke bakarrik, eta soilik hauei eman diezaiekegu landa-erabilpena, beste guztia bazkalekua izateaz gaindi ezin baita baliatua; gainera inguru honetan 2.500etik gora nekazal ustiapen daude erregistratuta.

Kontuan hartu behar dugu hiritar-garapena nagusiki toki laueta egin dela, eta lur erreserbak eta proposatutako ekintzak ere hauetan ematen direla, kasu, klase agrolagikoen arabera, lur emankorrenak eta mekanizaziorako aukera gehiago dituzten espazio bereberetan.

Donostiako Udalaren arabera 2013an 380 nekazal ustiapen dauden erroldatuta. Batz besteko tamaina txikia da, 6 hektarea ingurukoa. Ustiapen unitate hauetatik bi heren inguru abeltzaintzan ari dira eta baratza eta fruta-arbolek espazioaren %4a hartzen dute bakarrik. Esanguratsua da erroldatutako unitateen %13k dutela bakarrik familia-unitatearen mantenu ekonomikorako bideragarritasuna bestelako diru-ekarpenik behar izan gabe.

Baldintza hauetan, Donostialdeko lurretan nekazaritza ez da gauza erraza, eta bakarrik gune batzuetan da posible familiarentzako irabazi nahikoa izateko uztatzeko leku nahiko izatea.

Dudarik gabe, bertako baserriarren bizi baldintzen hobekuntzarako eta orokorrean bertako ekonomia indartzeko lagungarria izango litzateke, hiritarrek bertako eta sasoiko produktuen kontsumo handiagoa egitea Donostian aukeran ditugun bideak erabiliz (ohiko merkatuak, merkatu ibiltariak, betiko dendak, bertako produktu ekologikoen kontsumitzaile elkarteak, baserriarrek zuzeneko kontsumoa egiten dutenak etab).

SALMENTA EKOLOGIKOA



Kontsumo arduratsua Donostian
Consumo Responsable en Donostia

Donostiako ustiapen gehienak ez dira ekologikoak baina garbi ikusten da Gipuzkoa mailan gero eta lursail eta ustiataile gehiago ari direla zigilu ekologikoarekin (351 eragile 2008an eta 467 2012an). Donostia mailan zigilua ekologikoa duen aktibitate nagusia fruta-arbolena da eta zehazki sagarrondoak. Alabaina, Donostiako lurretan ez da eman inguruko lurraldeetan ageri den ustiapen ekologikoan aritzen diren lurren handitzea eta gaur egun Donostian soilik 6 hektarea daude honelako produkzio motan erroldatuta. Azken urteotan azalera gutxitu da gainera.

Kontsumoari dagokionez, ikerketen arabera EAEn Estatu mailan baino produktu ekologiko gutxiago kontsumitzen dira eta gehien kontsumitzen diren produktu ekologikoak barazkiak, frutak eta arrautzak dira. Supermerkatua da hauek erosteko leku gogokoena eta arrazoien artean osasuna, zaporea eta kalitatea dira nagusi. Azkenik, prezioa funtsezko faktorea da mota hauetako produktuak ez kontsumitzeko arrazoien artean.

KONTSUMOA DONOSTIAN GENERO IKUSPEGITIK

Gure kontsumo ohiturak ohiko rolen esleipenak baldintzatuta daude, femeninoa eta maskulinoa zer den esaten dutelako, eta genero erlazio desberdinen eragina jasotzen dute. Beraz kontsumo ohiturei genero ikuspegi batetik urrerapena eta analisia egitea beharrezkoa da.

ETXEKO-LANA, ZAINTZAK ETA EROSKETA OHITURAK

Kontsumo-ohituren analisia ezin da bereizi erantzukizunaren analisitik, etxeko lan eta zaintzen banaketa eta jardunetik. Horrela, Donostian erosketen ardura duten pertsonen artean hiru laurdenak emakumeak dira. Hauxe baieztatzen digute baita etxeko lan eta zaintzari eskainitako denborari dagozkien datu orokorrek eta erosketari eskainitako denborek bereziki, non besteak beste ondorioztatu dugu Gipuzkoa mailan emakumeak egindako zaintza, hezkuntza eta elikatze jardunak kasu batzuetan gizonena hirukoizten duela.

Donostiako emakumeek joera handiagoa dute ohiko dendetan eta supermerkatu txikietan erosketak egiteko, hauek egitera oinez mugituz, edo ordutegien kasuan emakumeak askoz gehiago joaten dira goizez eta gizonak berriz eguerdian eta arratsaldean eta hipermerkatu handietara, beraien ibilgailu propioan eta gizonak salmenta kanal berriak gehiago erabiltzen dituzte, nagusiki Internetan. Azken buruan, emakumeak dira nagusiki eguneroko erosketaren arduradunak familietan. Halaz ere, zenbateko handiagoko erosketak eta/edo internet bezalako teknologia berrien bidez egindakoen kasuan - adibidez bidaiak, egonaldiak, teknologia edo aisiarekin lotutako bestelako gaietan - gizonak dira nagusiki erosketak egiten dituztenak. Honek kontsumo patrioiak erakusten dizkigu ohiko genero rolekin bat datozenak.

Guzti honek erakusten digu emakumeen kontsumo patrioiak jasangarriagoa direla gizonenak baino. Emakumeek "zaintzaile" izateko jasotzen duten hezkuntza sexistak inguruko pertsonen behar eta gustuei lehentasuna ematea dakar eta beraz produktuari lotutako kalitea eta gai etiko eta iraunkorrei buruzko kezka handiagoa. Gizonak, lehiakortasunera bideratutako hezkuntza eta sozializazioagatik, individualismorako eta beraien buruari lehentasuna emateko joera daukate, eta horrek berekin ekartzen du ingurunearekiko eta ingurukoekiko sentsibilitate baxuagoa, erosketak "arduragabeagoak" aukeratuz iraunkortasun irizpideen arabera.



EMAKUMEAK LEHEN SEKTOREAN ETA MERKATARITZAN

Donostialdean ez dira hirutik batera iristen emakumeek zuzendutako ustiapenak, baina beraiek dira %90 inguruko portzentaian bertako baratze-produktu freskoen salmentaz arduratzen direnak, ohiko merkatu nagusietan.

Gainera, datuek erakusten dute ustiapenaren dimentsio ekonomikoa hazi ahala, emakumeek hauen gainean dituzten bai funtzionamenduaren erantzukizuna eta bai erabaki-hartzea nabari jaisten direla. Hau da, zenbat eta ustiapen tamaina handiago, hauen gaineko aginpide gutxiago dute emakumeek.

Merkataritzaren kasuan, EAE mailako datuak hartuta, agerian gelditu da txikizkako-merkataritzan lanean dauden emakumeen zenbateko handiagoa eta orokorren txikizkako merkataritzan emakumeek jasaten duten ezegonkortasuna eta bereizkeria, lanaldi osoko kontratu gutxiago dituztelako, kontratu mugagabe gutxiago eta funtzio berdinak egiten dituzten gizonekin alderatuta soldata askoz ere baxuagoa (%25,3 gutxiago) jasotzen dutelako.

Donostian, emakume-dendarien presentzia handiagoa da komertzio txikizkarian (%9 gehiago) baina orokorrean gizon enpresarien zenbatekoa handiagoa da. Beraz kasu honetan ere egiaztatu daiteke komertzio txikizkarien zenbateko garrantzitsu bat emakumeen eskuetan daudela, baina enpresa aktibitatearen tamaina hazi ahala gizon arduradunak gehiago direla eta estatistikak jasotzen duenaren arabera hirian gizon enpresariak gehiago direla.

KKA DONOSTIAN, ANALISI KUALITATIBOA. EZTABAIDA TALDEA

Ikerketaren informazioa eta ondorioak egiaztatzeko Eztabaida Taldea 2013ko ekainaren 27an egin zen eta 16 pertsonen parte hartu zuten. Taldeko pertsonen profil desberdinekoak ziren. Eztabaida momentuan bi talde egin ziren; bat kontsumitzaileekin osatua zegoen eta bestea merkatari, saltzaile eta ostalaritza ordezkariekin

“Bertako” produktuaren kontzeptua izan zen eztabaida gehien sortu zuena hasiera batean, eta garbi gelditu zen honen definizioaren zailtasuna (probintziakoa, EAEkoa, “Baserrikoa”, kilometro eremu bat jarri beharra...).

Kontsumo Kontziente eta Arduratsuaren inguruan (KKA) Donostian honen sustapenerako kontsumitzaileen taldean ikusiten diren oztopoak ondorengoak dira: prezio garestiagoak, erabilgarritasun urriagoa, aurkezteko modu mugatuak eta lehenago alferrik galtzea. Gainera, elikadura enpresa multinazional handiekin lehiazteko zailtasuna azpimarratu zuten, eta eskualdeko lurren urritasuna bertako produktuen ekoizpenerako. KKAaren sendotasun bezala produktu osasungarriak izatea, zaporea, bertako garapen ekonomikoa sustatzea eta gizarte bidezkoagoen sustatzea, ingurumenari begirunea etab. aipatu ziren.

Parte-hartzaileen artean, merkatari eta ekoizleen taldeak prezioa ikusten zuen oztopo bezala, baina baita ere honen erlatibotasuna eta jaten dugunagatik bidezko prezio bat ordaindu beharra azpimarratu zuten. Aipatutako beste zailtasun batzuk distribuzio eskasa, sasoiko produktuak jateko kulturaren galera (ez dakigu zer den sasoikoa), bidezko merkataritzaren



Kontsumo arduratsua Donostian
Consumo Responsable en Donostia

esanahaia eta sustatzen duenaren ezjakintasuna, edo bertako produktuak eksklusibotasun eta elitismoarekin lotzeak izan ziren. Aldeko aspektuen artean osasuna hobetzea, gure ekonomia, gure kultura eta lurra eta ingurumenarekiko lotura hobetzea aipatu ziren faktore gako bezala.

Ikerketaren ondorio nagusiak egiaztatzerakoan bi gai izan ziren deigarrienak eta hauek dira parte-hartzaileen pertzepzioak: lehenengoa, emakumeek merkataritza txikizkarian duten ezegonkortasun nabarmena eta honen atzetik dauden arrazoiak, besteak beste, emakumeek askotan lan-jarduna gutxitzen dutela zaintzen ardura hartzeko eta baita ere matxismoak eraginda emakumeak ezgaiagoak ikus daitezkeelako postu berdinetan kategoria desberdineko kontratuak egitera eramanez, adibidez.

Bestalde, deigarria gizonak erosketak egiteko Interneten erabilpen handiagoa egiten dutela, eta zentzu honetan datuak bat datoz gizonen buruz ikerketan jasotako analisiarekin; horrela gizonak, ohiko rolen esleipenagatik eta genero ikuspegitik, denbora gehiago izan dezakete ordenagailu aurrean esertzeko eta erosketa garestiagoen ardura ere hartzen dute, besteak beste, Internet bidez egiten diren teknologia, aisia (bidaiak, hegaldiak) erosketak. Arduratzekoa da Internet bidez erosketak egiteko ohitura handitzeak kaleko bizitzan eta merkataritza txikizkarian eragin dezakeen kaltea hauen bezeroen gutxitzea baitakar.

*Ikerketa osoa eta Saretuzi buruzko informazio gehiago: www.saretuz.com
"Materialak – Dokumentuak" sailean topatu dezakezue.*