

INVESTIGACIÓN SOBRE LAS MOTIVACIONES, LIMITACIONES Y ACTITUDES ANTE EL CONSUMO DE PRODUCTOS DE COMERCIO JUSTO EN ESPAÑA

TÉRMINOS DE REFERENCIA

RESUMEN

Convoca: Coordinadora Estatal de Comercio Justo

Objetivo del servicio: Realizar una investigación sobre las motivaciones, limitaciones y actitudes ante el consumo de productos de Comercio Justo en España.

Fechas del servicio: De 18/04/2022 a 10/02/2023 (plazo máximo)

Tipo de proveedor: empresa o profesional autónomo

Presupuesto máximo: 18.000 euros (IVA y gastos incluidos)

Fecha límite de recepción de candidaturas: 31/03/2022

Envío de candidaturas al correo: comunicacion@comerciojusto.org indicando en el asunto "Candidatura investigación".

1. Introducción

La Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) es la plataforma que agrupa a 31 organizaciones (26 entidades miembro y 5 colaboradoras) que trabajan en Comercio Justo en nuestro país. Su trabajo se centra en potenciar ese sistema comercial alternativo y solidario, dando servicio a sus entidades.

Una de las líneas de acción de la CECJ es la realización de estudios e investigaciones relacionados con el sector, que permitan el fortalecimiento del movimiento del Comercio Justo y de sus organizaciones miembro y la difusión del conocimiento entre la ciudadanía.

En este marco, la CECJ pone en marcha un proceso de solicitud de propuestas para la realización de una investigación sobre las motivaciones, limitaciones y actitudes ante el consumo de productos de Comercio Justo en España.

La presente investigación es una de las actividades incluidas en el proyecto “Ciudadanía Global y Comercio Justo: dos estrategias para la Agenda 2030” financiado por la AECID en su convocatoria de 2021.

2. Contexto y antecedentes

En nuestro país se han realizado algunas investigaciones y estudios sobre los hábitos y actitudes de la población ante el consumo responsable y de Comercio Justo de ámbito autonómico, pero no contamos con investigaciones actuales sobre el tema de ámbito estatal con datos segregados por Comunidades Autónomas.

La CECJ realiza, desde el año 2010, un informe anual que recoge datos de ventas de Comercio Justo en el Estado Español y analiza las tendencias registradas a lo largo del tiempo.

En relación con las actitudes de la población ante el consumo responsable y el Comercio Justo, la CECJ publicó en marzo de 2020 la edición en castellano del [Estudio de revisión bibliográfica sobre la opinión pública en materia de Comercio Justo y consumo ético](#), un metaestudio que recoge investigaciones de ámbito europeo sobre el tema. Dicha investigación puso de manifiesto la escasez de estudios sobre esta temática en toda Europa y, en particular, en España.

Unos años antes, en 2013, la CECJ realizó la investigación cualitativa «La demanda de Comercio Justo en España. Frenos y palancas para su desarrollo»¹.

En los últimos años y particularmente tras la irrupción de la pandemia, distintas informaciones y estudios reflejan el mayor interés y sensibilidad por el impacto ambiental y social de los productos entre los consumidores/as, y un aumento de ventas de los productos “bio” y ecológicos o con algún reclamo de sostenibilidad. Sin embargo, este creciente interés por la sostenibilidad ambiental y el impacto local, no se traduce en la misma proporción en la compra e interés de compra en los productos de Comercio Justo.

Es en este contexto en el que la CECJ se plantea la necesidad de realizar una investigación para conocer los obstáculos que dificultan la compra de los productos de Comercio Justo, así como aquellos elementos que facilitarían su acceso mayoritario por los consumidores que muestran interés por consumir productos con un impacto social, humano o medioambiental positivo.

La finalidad de esta investigación es conocer los obstáculos que tienen los y las potenciales consumidores de Comercio Justo e identificar que necesitarían esas personas para sumarse al consumo efectivo de dichos productos. Con ello queremos facilitar el incremento de las ventas de Comercio Justo en nuestro país.

3. Definición del servicio

El propósito del presente servicio es llevar a cabo la investigación que responda a los objetivos y alcance que planteamos a continuación, sin detrimento de que la empresa o equipo consultor proponga otros que considere pertinentes:

Objetivos del estudio y alcance

- Conocer cuáles son los obstáculos que impiden a las personas que muestran interés por consumir productos con un impacto social, humano o medioambiental positivo, adquirir productos de Comercio Justo.
- Determinar el nivel de conocimiento del Comercio Justo entre la población española.
- Conocer la valoración e interés de la población española ante el consumo de productos de Comercio Justo y/o productos con un impacto social, humano o medioambiental positivo.

¹ comerciojusto.org/wp-content/uploads/2013/08/Demanda-CJ-en-Espa%C3%B1a.pdf

- Conocer el perfil/perfiles de las personas que consumen productos con un impacto social, humano o medioambiental positivo (entre ellos, los de Comercio Justo) y de aquellas interesadas en hacerlo (edad, género, nivel educativo, económico-social, tipo de población en la que reside, valores...)
- Conocer qué aspectos (o principios) del Comercio Justo resultan de mayor atractivo para aquellos consumidores/as que ya realizan un consumo de productos con un impacto social, humano o ecológico positivo.
- Conocer los factores (económicos, culturales, educativos, sociales, ideológicos...) que influyen en la actitud de los consumidores/as ante el consumo de productos con un impacto social, humano o ecológico positivo, y en los de Comercio Justo en particular.
- Conocer el perfil del consumidor/a de Comercio Justo, referido a su fidelidad a este tipo de productos, confianza y proyección de compra a futuro.
- Conocer si los objetivos descritos anteriormente varían según los distintos espacios de compra (grandes superficies, hostelería-restauración, tiendas especializadas, pequeño comercio convencional)
- Conocer si el grado de confianza de los consumidores/as de Comercio Justo varía según los espacios de compra (grandes superficies, hostelería-restauración, tiendas especializadas, pequeño comercio convencional).

Tipo de investigación:

La investigación incluirá una introducción a modo de contexto que recoja conclusiones y datos significativos de ámbito estatal o autonómico relacionados con el consumo o la percepción del Comercio Justo y/o de productos con un impacto humano, social y medioambiental positivo, u otros datos que se estimen pertinentes para dicho texto introductorio.

La parte principal de la investigación recogerá información cuantitativa recogida a través de encuestas, analizada por Comunidades Autónomas y según otros criterios que resulten pertinentes o de interés.

Ámbito:

Investigación de ámbito estatal (España) con datos por Comunidades Autónomas.

Población:

La población analizada se definirá de acuerdo con la propuesta metodológica sobre una muestra aleatoria. Sería conveniente que, además, una parte de la muestra sean personas consumidoras de productos con un impacto social, ecológico y humano positivo.

4. Productos

- **Producto 1: Propuesta metodológica.** Metodología desarrollada, plan de trabajo, propuesta de índice, propuesta de bibliografía y fuentes para texto introductorio, muestreo cuantitativo, cuestionario.
- **Producto 2: Redacción de la investigación.** Debe incluir, al menos, dos partes:
 - **Parte 1, introducción.** Texto introductorio que sirva para situar el contexto de la investigación y que aporte las conclusiones y datos más significativos de otras investigaciones recientes realizadas en Comunidades Autónomas así como datos e informaciones de fuentes solventes de ámbito estatal relacionadas con el consumo de productos con un impacto social, humano o medioambiental positivo y el Comercio Justo, u otras que resulten pertinentes.
 - **Parte 2: Informe redactado** que muestre y analice los resultados de la encuesta y datos obtenidos. El texto debe incorporar unas conclusiones finales. Los gráficos o tablas finales será necesario añadirlos como anexo, en formato excel.

La redacción de la investigación se hará con un estilo de lenguaje divulgativo, claro y accesible. Es necesario utilizar un lenguaje inclusivo y con perspectiva de género.

Cada uno de los productos debe ser validado por la CECJ.

El proceso de validación de cada producto será:

- A la recepción del producto 1, la CECJ tendrá un plazo de 15 días para revisar la propuesta y reenviarla al proveedor, el cual tendrá un plazo igual para hacer los ajustes oportunos y enviar la versión finalizada.
- A la recepción del producto 2, la CECJ tendrá un plazo de 20 días para revisar la propuesta y reenviarla al proveedor, el cual tendrá un plazo igual para hacer los ajustes oportunos y enviar la versión finalizada.

5. Cronograma

FASES/PRODUCTOS	FECHAS ESTIMADAS
Formalización del contrato entre CECJ consultoría	Del 18/04/2022 al 23/04/2022
Entrega de producto 1: propuesta metodológica	Del 30/05/2022 al 03/06/2022
Validación del producto 1 e incorporación de aportaciones, si procede.	Entre 06/05/2022 y 05/07/2022
Entrega de producto 2: Redacción de la investigación.	Fecha tope: 31/12/2022
Validación del producto 2 e incorporación de aportaciones, si procede	Entre 01/01/2023 y 10/02/2023

Los plazos de las fases intermedias se pueden modificar de común acuerdo entre la CECJ y la empresa o equipo investigador.

6. Presupuesto máximo y condiciones de pago:

El presupuesto disponible para este servicio tiene como límite máximo 18.000 euros. Este presupuesto incluirá todos los gastos necesarios para la realización del servicio así como los impuestos aplicables (IVA).

El pago se realizará de la siguiente manera:

- 1- 30% en el momento de la firma del contrato
- 2- 40% tras la entrega del producto 1 (metodología detallada)
- 3- 30% tras la entrega del producto 2 (informe final)

7. Perfil del proveedor

A esta convocatoria pueden concurrir tanto profesionales individuales como empresas legalmente constituidas.

El proveedor debe cumplir los siguientes requisitos:

- Experiencia comprobable en investigación social y desarrollo de estudios sociológicos relacionados con el consumo, el consumo responsable o temas relacionados.
- Conocimiento y manejo de métodos cuantitativos de investigación, base de datos, metodologías de muestreo, procesamiento de encuestas y análisis estadísticos.
- Conocimiento y manejo de fuentes bibliográficas y de información relacionadas con el consumo responsable y el Comercio Justo.
- Acceso a una muestra de personas consumidoras de tamaño suficiente y estadísticamente significativa.
- Conocimiento especializado del Comercio Justo.

8. Contenido de las propuestas

Las propuestas deberán incluir la siguiente documentación:

- 1- Carta de presentación y motivación.
- 2- Documentación que acredite el registro de la empresa legalmente constituida o el alta como profesional autónomo.
- 3- Presentación y descripción de la empresa consultora o equipo investigador que muestre la trayectoria de la misma así como las investigaciones realizadas sobre consumo, consumo responsable, Comercio Justo y/o temas relacionados con el ámbito de la presente investigación.
- 4- Currículum Vitae de las personas que formarán parte del equipo investigador y profesional que participarán en la realización del servicio, y descripción de las tareas que desarrollará cada una de ellas.

- 5- Propuesta técnica para realizar el servicio y alcanzar los objetivos propuestos. La propuesta debe ajustarse a los presentes Términos de Referencia. Se espera el detalle suficiente de la metodología propuesta y plan de trabajo preliminar para la realización del servicio y responder a los objetivos de la investigación. La propuesta debe incluir la indicación numérica de la muestra de consumidores/as sobre la que se realizará la investigación. Se valorará que en la propuesta técnica se evidencie el manejo de las herramientas necesarias y el conocimiento del Comercio Justo.
- 6- Propuesta económica: la propuesta debe considerar todos los costes necesarios para la realización del servicio y deberá ser detallada especificando los honorarios, los gastos operativos e impuestos, entre otros.

9. Selección y evaluación

Para la valoración y resolución de la convocatoria, se utilizarán los siguientes criterios:

- Presentación completa de la documentación. De no cumplir con alguno de los requisitos detallados o entrega fuera de plazo, la propuesta quedará excluida.
- Experiencia acreditada en la realización de investigaciones similares. 25%
- Propuesta técnica completa que incorpore la metodología propuesta, plan de trabajo, planteamiento de contenidos que recogerá la investigación. 45%
- Oferta económica detallada incorporando todos los costos necesarios para la realización de la consultoría y dentro de los límites del presupuesto establecido. 10%
- Perfil académico y composición del equipo consultor. 20%

10. Plazo y condiciones de entrega de candidaturas

Las entidades o profesionales interesados tienen de plazo para presentar su candidatura hasta el día 31 de marzo 2022 (inclusive)

Deberán remitir la documentación al correo: comunicacion@comerciojusto.org

La CECJ responderá acusando el recibo de las mismas.

Se revisarán las propuestas recibidas por orden de llegada.



Al finalizar el proceso se contactará con la candidatura seleccionada y se informará a las propuestas desestimadas.