



EVALUACIÓN PLAN DE COMERCIO JUSTO

UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

El Plan de Comercio Justo de la UC, al igual que el *Plan Estratégico de Cooperación para el Desarrollo de la UC*, del que es un desarrollo, establece la necesidad de realizar una evaluación interna final una vez concluido el curso académico 2013-2014, partiendo de los indicadores fijados en el Plan (VI). Esta evaluación, que debía hacerse pública, aportaría elementos de juicio al proceso de planificación del Comercio Justo y el Consumo Responsable para el período 2015-2018. A esta exigencia responde el presente informe, que sigue la estructura del Plan en la presentación de resultados.

Recordemos que el Plan se organizaba en atención a la caracterización de la UC como institución de educación superior y a su consideración como empresa socialmente responsable. A estas dos dimensiones complementarias se añadió el tercer eje estratégico, la “proyección institucional de la UC” de naturaleza horizontal. Las líneas estratégicas de acción quedaron de este modo definidas:

I. Eje 1: Proyección institucional de la UC

1. La UC refuerza su compromiso institucional con el Comercio Justo y el Consumo Responsable

2. La UC fortalece las relaciones con otros agentes en materia de Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética

II. Eje 2: La UC como Institución de Educación Superior

3. La comunidad universitaria de la UC está más sensibilizada con el Comercio Justo y el Consumo Responsable

4. La UC forma e investiga en materia de Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética

III. Eje 3: La UC como Empresa Socialmente responsable

5. La UC incorpora la Compra Pública Ética y los productos de Comercio Justo en la práctica diaria

6. Los productos de Comercio Justo son accesibles en las instalaciones universitarias

A continuación se presentan los resultados alcanzados a través de la descripción de las principales acciones llevadas a cabo dentro de las distintas líneas de actuación específicas atendiendo a las metas e indicadores que se establecieron en su momento. Para que se visibilicen mejor, se adjuntan al final de este informe las tablas anexas al Plan de Comercio Justo, señalándose, en cada caso, si se han conseguido las metas fijadas (en verde) o algún resultado positivo (en naranja), o si por el contrario, no se han conseguido resultados (en rojo), con inclusión de algunos datos adicionales que consideramos útiles en este proceso de evaluación (en azul).

Eje 1: Proyección institucional de la UC

OBJETIVO 1.1.- La UC refuerza su compromiso institucional con el Comercio Justo y el Consumo Responsable

La UC adquiere el compromiso global de promover desde el equipo de gobierno de la universidad, una política favorable al Comercio Justo y el Consumo Responsable. Los resultados específicos en esta dirección, estructurados en torno a los agentes competentes en el marco institucional en la Universidad, son los siguientes:

1. La UC expresa de manera formal su compromiso con el Comercio Justo.

Las tres líneas de acción propuestas para alcanzar este resultado específico tienen como actor principal al gobierno de la UC. Estas líneas han contribuido a formalizar el compromiso de la institución con el Comercio Justo, el Consumo Responsable, la Compra Pública Ética y la Responsabilidad Social Corporativa.

1.a. Impulsar la firma de una Declaración de Compromiso por el Comercio Justo y el Consumo Responsable.

La firma de la Declaración es el reconocimiento oficial de favorecer y aplicar en todos los ámbitos de la Universidad lo dispuesto en el Plan. Desde ACOIDE se propuso el texto de la declaración y fue presentado al Consejo de Gobierno de la institución. Esta [Declaración](#) fue aprobada por la UC el 5 de mayo de 2010.

1.b. Proponer la firma de convenios con organizaciones vinculadas al Comercio Justo.

Los convenios marco con distintas organizaciones posibilitan acciones concretas de promoción y difusión del Comercio Justo. Estas acciones pueden consistir en prácticas para el desarrollo, actividades de sensibilización y educación para el desarrollo conjuntas, exposiciones, voluntariado, etc. En estos 4 años se han firmado convenios con varias instituciones relacionadas con la materia. El primero con IDEAS, con el que se ha conseguido participar en dos proyectos nacionales financiados por la AECID. Entre las actividades realizadas bajo este convenio y los proyectos “Universidades por el Comercio Justo” cabe destacar el encuentro de universidades que tuvo lugar en Santander en marzo de 2012 o los cursos de formación de personal de administración y servicios que se realizaron en 2010 y 2011.

1.c. Constituir un Grupo Universitario por el Comercio Justo

Con el fin de promocionar el Comercio Justo en la Universidad de Cantabria se ha formado un grupo de trabajo universitario. Este grupo, creado a finales de 2010, está compuesto por estudiantes, personal de administración y servicios y personal docente e investigador. Su [composición](#) ha ido cambiando a lo largo del tiempo.

El Grupo se ha encargado de llevar a cabo el seguimiento del Plan de Comercio Justo, de proponer actividades para el fomento del Comercio Justo en la UC, destacando entre todas las actividades la [Quincena del Comercio Justo](#) que se celebra cada año desde 2010 en el mes de mayo en torno al Día Internacional del Comercio Justo.

1.d. Proponer el refuerzo de la participación de la UC en el Pacto Mundial

La UC está adherida al Pacto Mundial de Naciones Unidas desde 2007. Como se puede observar, los 10 principios del Pacto están estrechamente relacionados con los principios del Comercio Justo y el Consumo Responsable. Estos principios son:

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

Desde 2009, desde el Área de Igualdad y Política Social de la UC se realiza el [informe](#) anual del Pacto Mundial. Además, la UC forma parte de la Red Cántabra de Empresas Socialmente Responsables, que está formada por empresas e instituciones cántabras que han suscrito el Pacto Mundial.

2. La UC impulsa el consumo de productos de Comercio Justo en su seno.

Este resultado específico pretende garantizar el consumo de productos de Comercio Justo en el campus de la Universidad. Con este resultado se busca aplicar al más alto nivel de la UC la política de promoción y consumo de productos de Comercio Justo, a la vez que se proyecta una imagen de la UC como entidad socialmente responsable.

2.a. Incorporar progresivamente criterios de Comercio Justo y sostenibilidad en la organización de eventos por parte de la Universidad y en los procesos de compra y de contratación pública de servicios.

Con el objetivo de facilitar los procesos de compra y contratación, se ha trabajado para disponer de catálogos específicos que faciliten la contratación y compra de productos de estas características. Para ello, en primer lugar se creó [una intranet](#) dentro de la web de ACOIDE donde se podían consultar los precios de caterings con productos ecológicos y de comercio justo que ofrecían empresas de Cantabria con las que trabaja la Universidad. El impacto de la intranet no ha dado los resultados esperados, por lo que se mantiene pero se decidió en el Grupo utilizar otros métodos. Por ejemplo, desde el Servicio de Protocolo se ha hecho difusión y promoción de este tipo de servicios. Además, la página web de ACOIDE contiene información sobre catálogos de productos institucionales de distintas organizaciones que trabajan en España y la forma de contactar con ellos. Finalmente, en 2013, desde la oficina de Ecocampus se ha realizado una [guía para la celebración de congresos y eventos sostenibles](#) que incluye los criterios de comercio justo entre sus propuestas.

La principal línea elegida para conseguir que se facilitase el consumo de productos de Comercio Justo en la UC fue la inserción de criterios de Comercio Justo en los pliegos técnicos de compra y contratación de servicios y suministros de la Universidad. Esta línea de trabajo era compleja, pero gracias a la colaboración y el trabajo del Servicio de Contratación de la Universidad se ha conseguido que en el 2013, los pliegos del concurso de la [cafetería de la Escuela de Enfermería](#) incluyesen criterios de comercio justo.

3. La UC apoya la formación e investigación en temas vinculados al Comercio Justo.

Por último, el tercer resultado esperado en el marco del compromiso institucional, es materializar el apoyo de la universidad a la formación e investigación en temáticas vinculada al Comercio Justo en la UC. Este resultado es uno de los que menos ha avanzado. Entre los motivos principales que dificultan alcanzar el resultado en el área de investigación es, según analizamos en el Grupo, que se trata de la fase última de un proceso que antes debe consolidar la sensibilización y la formación. Otro motivo es la novedad del tema que para muchos grupos de la universidad se trata de un tema totalmente nuevo, que debido a sobrecarga de trabajo, falta de financiación, ... es complicado iniciar.

3.a. Apoyar el reconocimiento académico de la formación e investigación en materia de Comercio Justo

En la Universidad, además de incidir en la sensibilización de un claro público objetivo, el potencial se encuentra en la formación e investigación. Para impulsar estas áreas desde la visión del Comercio Justo, el Plan incidía en lograr el reconocimiento académico de estas temáticas como la cooperación para el desarrollo. En este sentido ha habido ciertos avances, aunque no todos los esperados. A lo largo de estos cuatro años se han identificado asignaturas en las que se incluye la temática de comercio justo en Derecho, Empresas y Económicas y Educación. Por su parte, además, el Departamento de

Empresas abrió en el curso 2013/2014 la línea de Consumo Responsable para Trabajos de Fin de Grado. Se inscribió una alumna que finalmente cambió de tema. También en este departamento dos profesoras han comenzado a trabajar esta temática como una nueva línea de investigación y han realizado en colaboración con ACOIDE unas [encuestas entre la comunidad universitaria sobre su percepción de la marca “Comercio Justo”](#). Estas dos profesoras también participan en el proyecto de investigación que se incluye como actividad dentro del proyecto de IDEAS “Universidades por el Comercio Justo” (2ª fase) sobre soberanía alimentaria y comercio justo.

3.b. Favorecer la formación e investigación en materia de Comercio Justo a nivel presupuestario

El Plan estableció como objetivo-resultado contar con recursos financieros que facilitasen las labores de formación e investigación en materia de Comercio Justo. Sin embargo, en esta área no se ha conseguido ningún avance.

OBJETIVO 1.2. La UC fortalece las relaciones con otros agentes en materia de Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética
--

En su política de colaboración y trabajo conjunto, la Universidad de Cantabria ha considerado siempre fundamental estrechar relaciones con otros actores de la sociedad que también están trabajando en este ámbito. Para ello, lo primero que se hizo fue identificar a estos otros actores – a nivel regional y estatal-, analizar su trabajo y contactar con ellos para buscar vías de colaboración. En todo caso, los agentes que primero se contactó fueron los que ya tenían alguna relación con la UC, especialmente organizaciones no gubernamentales y el Gobierno de Cantabria, que al principio del período de ejecución de este plan, incluía el Comercio Justo entre sus líneas prioritarias de trabajo.

1. La UC establece alianzas con otros agentes sociales para realizar acciones conjuntas.

Una de las ideas que sustenta el Plan es que la Universidad es un agente de la sociedad cántabra y, como tal, debe trabajar con el resto de agentes para promover valores como el Comercio Justo y el Consumo Responsable. Se considera que las sinergias entre actores permitirían dotar a este plan de mayor sentido y coherencia. A nivel práctico, se pretendía que este tipo de colaboraciones tuvieran una mayor repercusión y eficacia.

1.a. Establecer espacios de encuentro y diálogo con otros agentes en materia de Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética.

Los espacios de diálogo de la sociedad civil con instituciones públicas permiten generar nuevas prácticas o mejorar las existentes. Además, facilita la puesta en común de las ofertas y las demandas de las partes. Por ello, la Universidad quería fomentar estos

espacios en materia de cooperación para el desarrollo y Comercio Justo. Aunque estos espacios no se han creado materialmente en Cantabria, sí que la dinámica de trabajo del Grupo y ACOIDE ha permitido avanzar un poco en esta dirección. Algunos ejemplos de estos avances son, la participación de la UC en 2012 en un foro de Ciudades por el Comercio Justo para presentar sus buenas prácticas. Por otro lado, el Grupo Sodercan pidió adherirse al Plan de Comercio Justo de la institución y así se hizo en 2011. Con esta adhesión se permitió que personal de Sodercan participase en los cursos de formación que se hacen anualmente en la UC para el personal de administración y servicios. Otra acción interesante que se vio paralizada por cambios estructurales en la Cámara de Comercio, fue la puesta en marcha de un servicio de asesoramiento al Servicio de Contratación de la UC en relación a la evaluación de los pliegos en relación a certificaciones de cumplimiento de criterios medioambientales y sociales. Asimismo, la Universidad es miembro de la Red de Sostenibilidad Local de Cantabria en el que también se trabaja la cuestión de la compra verde y el consumo responsable.

En todo caso, siguiendo los resultados esperados en este objetivo, se han realizado más actividades de las esperadas en colaboración con otros actores de comercio justo, favoreciendo el fortalecimiento de las relaciones.

1.b. Coordinar acciones conjuntas con diferentes entidades para la promoción y difusión del Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética.

En esta dirección, se ha colaborado a lo largo de estos cuatro años con distintos agentes: Gobierno de Cantabria, Oxfam Intermon, COPADE, Manos Unidas, Restaurante Deluz, IDEAS, Koopera, AMICA, Bakeaz, CIMA, Servicio de contratación de la Universidad de Cádiz, Universidad de Córdoba y otras muchas universidades españolas que trabajan en Comercio Justo.

El principal agente con el que se ha trabajado ha sido IDEAS. La colaboración con la UC comenzó gracias a un convenio de colaboración entre esta organización y el Gobierno de Cantabria que incluía asesoramiento a las distintas administraciones de Cantabria, incluyendo a la Universidad de Cantabria. La relación se consolidó con los dos proyectos financiados por la AECID en el marco del Programa “Universidades por el Comercio Justo”, a los que ya nos hemos referido. El asesoramiento y cooperación con IDEAS ha sido fundamental a lo largo de estos años.

Eje 2: La UC como Institución de Educación Superior

OBJETIVO 2.1.- La comunidad universitaria de la UC está más sensibilizada con el Comercio Justo y el Consumo Responsable

En este Plan se consideró fundamental dar a conocer este compromiso y traducirlo en iniciativas concretas y cercanas a todos los miembros, estructuras y sectores de la comunidad universitaria. El objetivo era lograr un interés y participación comprometida en el proyecto, y poco a poco, se está consiguiendo.

Además, como actores protagonistas a nivel individual se ha querido conseguir que, a la hora de consumir, la comunidad universitaria tome una decisión consciente y comprometida y se decante, si quiere, por productos de Comercio Justo, locales y ecológicos, en el marco de un compromiso con el consumo responsable. El trabajo del Grupo por el Comercio Justo en esta dirección ha adoptado una concepción amplia que relaciona el consumo responsable y el Comercio Justo. De hecho, también ha comenzado a potenciarse en este último año el trueque y la reutilización de productos, como otra parte fundamental del consumo responsable.

1. La UC impulsa actividades de sensibilización vinculadas al Comercio Justo y al Consumo Responsable

Las líneas de acción en esta dirección consistirían en las siguientes:

1.a. Favorecer la realización de actividades de sensibilización y difusión en materia de Comercio Justo.

La realización de actividades de sensibilización y difusión en materia de comercio justo y consumo responsable se han multiplicado en estos 4 años, como se puede comprobar en la [hemeroteca de ACOIDE](#). Las actividades se han realizado con los distintos colaboradores mencionados más arriba. Las acciones clave de sensibilización y difusión se han llevado a cabo a través de las Quincenas del Comercio Justo, ya mencionadas.

Una de las acciones realizadas para el seguimiento de la evolución de la sensibilización en materia de comercio justo ha sido elaborar encuestas de percepción sobre comercio justo y cooperación. Aunque es difícil valorar la mayor sensibilización lo que sí se ha comprobado es que cada vez más personas han respondido a las [encuestas de 2010, 2011 y 2013](#).

1.b. Favorecer la realización de actividades de voluntariado en materia de Comercio Justo.

El Programa de Voluntariado de la UC tiene convenios con varias organizaciones que trabajan temas de Comercio Justo en Cantabria: Oxfam Intermon, Manos Unidas y COPADE (cesó su actividad en Cantabria en 2012). En este último año 2014 se ha llegado a contar con 7 personas voluntarias en estas organizaciones.

La realidad es que en Cantabria existen pocas organizaciones no gubernamentales trabajando en Comercio Justo con programas de voluntariados abiertos, pero es destacable el alto interés que ha ido despertando una organización como Oxfam entre los estudiantes de la UC.

2. La comunidad universitaria consume productos de Comercio Justo

Una vez que los productos de Comercio Justo estuvieran disponibles en las instalaciones de la Universidad de Cantabria era fundamental lograr que la comunidad universitaria apostase por ellos y a la hora de consumir eligiese este tipo de productos.

2.a. Promover el consumo de productos de Comercio Justo.

Para lograr este resultado específico se ha trabajado principalmente a través de la difusión de puntos de venta de este tipo de productos dentro y fuera de la UC. Así el Grupo Universitario por el Comercio Justo ha llevado a cabo distintas acciones. En primer lugar, desde 2012 la Universidad ha puesto en marcha un [mapa](#) de google con información sobre puntos de venta y consumo de comercio justo. Desde 2014 se han añadido puntos de consumo responsable y productos ecológicos.

Dentro de la Universidad, otra área de incidencia han sido los puntos de venta. Además de la creación de una intranet específica de CJ, se ha intentado aumentar el número de [puntos de venta](#). Además del histórico primer lunes de mes en el Interfacultativo de la extinta Asociación "Universidad y Solidaridad" se venden productos en los edificios del Rectorado, de Filología y de I+D. Los productos que se pueden adquirir son café natural, café mezcla y anacardos de Espanica. Además, en las cafeterías de Industriales, Interfacultativo, Derecho y Económicas, se puede consumir, bajo petición, café de comercio justo.

Sin embargo, no se ha conseguido que las máquinas vending incluyan productos de CJ o que las cafeterías añadan productos nuevos además del café, salvo en el caso de Enfermería, al ser de reciente concesión.

OBJETIVO 2.2. La UC forma e investiga en materia de Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética.

El Plan Director de la Cooperación Española 2009-2012 y su continuación, el Plan Director de la Cooperación Española 2013-2016 señalan la necesidad de impulsar procesos de formación en materia de Comercio Justo. En este sentido, destaca la importancia de introducir “en la formación universitaria de grado y postgrado y en las escuelas de negocio asignaturas específicas donde se aborde la RSE [responsabilidad social corporativa], el Comercio Justo y la ética en los negocios”. Éste era, por tanto, uno de los resultados esperados de este plan.

1. La UC impulsa actividades de formación e investigación en materia de Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética.

Las líneas de acción en esta dirección consistirían en:

1.a. Fomentar la incorporación de contenidos relacionados con el Comercio Justo, el Consumo Responsable y la Compra Pública Ética en asignaturas de grado y de posgrado

La UC se propuso en el Plan respaldar e impulsar adecuadamente actividades de formación en materia de Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética. Para conseguirlo se decidió, en el momento de diseñar el Plan, trabajar desde los órganos competentes para que se aplicaran criterios de discriminación positiva para la inclusión como asignaturas o actividades formativas de esta temática, tanto en grado como en posgrado. No se ha conseguido nada de esta forma pero sí que se ha conseguido introducir cuestiones de Comercio Justo en algunas asignaturas de grado, además de en las transversales, en el Programa Senior y en el MICID. Como se puede observar, el avance ha sido escaso.

1.b. Fomentar la realización de prácticas y proyectos de fin de carrera y de grado vinculados al Comercio Justo.

El fomento de las prácticas para el desarrollo previsto tanto en el Plan Estratégico de Cooperación para el Desarrollo como en el de Comercio Justo de la UC no ha conseguido los objetivos previstos. Aunque se utilizó durante los cursos 2011 y 2012 una convocatoria de ayudas para realizar prácticas para el desarrollo y se consiguieron algunos avances, esta convocatoria ha desaparecido. De hecho, no ha existido ninguna práctica en organizaciones de Comercio Justo.

Por otro lado, como ya se ha comentado, se abrió el curso 2013/2014 una línea de proyectos de fin de grado en temas de consumo responsable que finalmente no se ha cubierto.

1.c. Fomentar la investigación vinculada al Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética.

La UC debería respaldar e impulsar actividades de investigación en materia de Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética. Los avances logrados en esta dirección son el ya mencionado estudio en la UC sobre la percepción de la marca “Comercio Justo” realizado desde la Facultad de Empresas y Ciencias Económicas y la participación en el estudio de IDEAS, que todavía no ha comenzado.

Eje 3: La UC como Empresa Socialmente Responsable

OBJETIVO 3.1. La UC incorpora la Compra Pública Ética y los productos de Comercio Justo en la práctica diaria

La Compra Pública Ética, el Comercio Justo, el Consumo Responsable y la Responsabilidad Social Corporativa, están estrechamente ligados entre sí. Todos ellos, y su práctica dentro de la Universidad, implican un trabajo previo de sensibilización y educación para el desarrollo, para así lograr un mayor conocimiento y apoyo de la comunidad universitaria. La UC es un agente social que refleja las demandas de la sociedad, pero también que da ejemplo al resto de la sociedad con sus actitudes.

En este marco, se propusieron los siguientes resultados específicos:

1. Facilitar la contratación y compra de productos de Comercio Justo y ecológicos en la UC.

Para materializar la incorporación de la Compra Pública Ética y los productos de Comercio Justo en la práctica diaria de la UC se ha establecido como objetivo específico la compra de productos de Comercio Justo, éticos y ecológicos por parte de los diferentes servicios, unidades y estructuras de la UC.

1.a. Realizar catering de degustación de productos de Comercio Justo en los actos oficiales de la UC.

Se ha promovido que en los actos institucionales de la Universidad se sirvan catering de productos de Comercio Justo, ecológicos y locales y se ha conseguido cierto progreso, con la utilización en el período 2010-2014 de al menos 25 catering de este tipo. La información al respecto se facilita a través del Servicio de Protocolo de la Universidad y la intranet que se ha mencionado.

1.b. Utilizar productos de Comercio Justo como regalo institucional.

Esta práctica, inaugurada por el Aula de Cooperación Internacional, se ha intentado continuar en la medida de lo posible, si bien es cierto que los regalos institucionales como tal prácticamente han desaparecido en la institución.

2. Sensibilizar y formar al personal de la UC sobre Compra Pública Ética, Comercio Justo y Consumo Responsable

Para lograr la plena incorporación de los productos de Comercio Justo en la práctica diaria de la UC a todos los niveles, es fundamental la sensibilización y formación del personal de la universidad en la materia. También hay que tener en cuenta que en todos los cursos se incorpora gente nueva al campus, especialmente entre el colectivo de estudiantes.

2.a. Organizar cursos de formación continua sobre Compra Pública Ética, Comercio Justo y Consumo Responsable dirigidos al PAS y al PDI de la UC.

Como estaba previsto en el Plan, se ha incidido especialmente en el colectivo del PAS. En este sentido, con el Servicio de Formación de la Universidad se ha institucionalizado un curso anual relacionado con estos temas. Estos cursos tienen varios impactos positivos. Por un lado, se realizan en colaboración con otras entidades de la región o universidades para poner en valor su trabajo y su experiencia en entornos similares. Por otro lado, se ha observado un incremento de participación, llegando en la edición de 2014 a 51 personas matriculadas. En total en estos cuatro años han participado 120 personas.

Además, desde el año 2013 se ha comenzado a hacer un seguimiento de las prácticas mostradas en los cursos y se ha observado un incremento positivo de prácticas relacionadas sobre todo con el consumo responsable. Los cursos están sirviendo también para dar a conocer internamente las distintas políticas de la UC que inciden en la compra verde, la compra ética y el consumo responsable.

OBJETIVO 3.2. Los productos de Comercio Justo son accesibles en las instalaciones universitarias

La Universidad de Cantabria se propuso consolidar la práctica, que venía realizando la Asociación Universitaria “Universidad y Solidaridad” y la Oficina de Solidaridad y Voluntariado, de puesta a disposición de la comunidad universitaria de café y anacardos de Comercio Justo. Con la desaparición en 2011 de las dos estructuras, ACOIDE y el Grupo Universitario asumieron sus funciones. En este sentido, se trabajó por incrementar el número de productos de Comercio Justo ofertados y el número de puntos de acceso a productos de CJ en el campus, como ya establecía el propio Plan.

Los resultados específicos esperados para alcanzar este objetivo eran los siguientes:

1. Las cafeterías de la UC venden diferentes productos de Comercio Justo.

El objetivo primero era consolidar el consumo de café en las cafeterías de la UC, tal como se venía desarrollando desde el año 2004. Según el diagnóstico realizado en 2010 y el seguimiento a través de las encuestas y entrevistas con las cafeterías hay poca demanda pero hay cierto aumento. Sin duda una de los grandes pasos atrás en términos de demanda ha sido que la cafetería de Derecho y Económicas, que era la única que lo servía por defecto ha cambiado su política y ahora también hay que pedir expresamente el café de Espanica, de lo contrario sirven uno no certificado como de Comercio Justo. Por lo tanto, se tiene que seguir trabajando para incentivar su consumo, a través de campañas de difusión y sensibilización dirigidas a toda la comunidad universitaria.

También se pretendía introducir nuevos productos de Comercio Justo en la UC, además del café y de los anacardos. Este resultado no se ha conseguido excepto en el caso de la cafetería de enfermería que sirve por defecto cacao de comercio justo y dispone de otros muchos productos: zumos, snack, chocolatinas.... Tampoco se ha conseguido que las cafeterías se conviertan en puntos de venta directa de productos de Comercio Justo, por lo que se optó por aumentar los puntos de venta a través de estructuras colaboradoras dentro de la propia UC: servicio de protocolo, servicio de comunicaciones, sección sindical de CCOO y ACOIDE.

1.a. Favorecer la formación del personal de las cafeterías.

Partiendo de la voluntad y disponibilidad de las empresas adjudicatarias de las cafeterías a favor del Comercio Justo, se realizaron visitas a los concesionarios de las cafeterías y también se hizo un taller conjunto con todos ellos y con el servicio de contratación de la universidad y representantes de IDEAS. No se ha avanzado más en esta dirección. En todo caso, señalar que todas ellas colaboran en la Quincena del Comercio Justo con la actividad "Mi Universidad desayuna Comercio Justo" con IDEAS y el Grupo Universitario por el Comercio Justo. En conclusión, esta línea de trabajo no ha sido muy exitosa en el caso de nuestra universidad.

1.b. Facilitar el contacto entre cafeterías y organizaciones de Comercio Justo.

En la reunión que se tuvo con las cafeterías participó IDEAS como agente mediador para explicar las posibilidades de la introducción del CJ. También con la cafetería de Enfermería se ha colaborado facilitando información sobre las distintas distribuidoras de comercio justo. Para todo ello, ACOIDE contó siempre con la colaboración del Servicio de Contratación de la Universidad.

2. La UC dispone de productos de Comercio Justo en máquinas expendedoras.

2.a. Favorecer la inclusión de productos de Comercio Justo a través de máquinas expendedoras en la UC.

En este resultado no se ha conseguido ningún avance a pesar de los muchos esfuerzos realizados. Se ha determinado por el Grupo que es un ámbito en el que no merece la pena seguir incidiendo por los resultados nulos obtenidos por el momento. Se esperará a otras circunstancias más idóneas.

TABLAS ANEXAS

OBJETIVO	LÍNEAS DE ACCIÓN	METAS E INDICADORES		
		CORTO PLAZO (2010-2011)	MEDIO PLAZO (2011-2012)	LARGO PLAZO (2014)
EJE I: PROYECCIÓN INSTITUCIONAL DE LA UC				
O.1.1. La UC refuerza su compromiso institucional con el Comercio Justo y el Consumo Responsable.				
1. La UC expresa de manera formal su compromiso con el Comercio Justo.	<p>1.a Impulsar la firmeza de una Declaración de Compromiso con el Comercio Justo y Consumo Responsable</p> <p>1.b. Proponer la firma de convenios de colaboración con diferentes organizaciones vinculadas al Comercio Justo.</p> <p>1.c Constituir un grupo Universitario por el Comercio Justo en la UC</p> <p>1.d Proponer el refuerzo de la participación de la UC en el Pacto Mundial.</p>	<p>1.a.1. Firmada la Declaración de Compromiso con el Comercio Justo.</p> <p>1.b.1 Firmados dos convenios con organizaciones de Comercio Justo.</p> <p>1.c.1 Constituido un Grupo Universitario por el Comercio Justo.</p> <p>1.d.1. Difundida la información sobre el Pacto Mundial entre los órganos de gobierno para conocer formas en las que la comunidad Universitaria puede contribuir.</p>	<p>2.b.1 Firmados dos convenios con organizaciones de Comercio Justo.</p>	<p>Convenio Intermon Oxfam y COPADE/IDEAS pero COPADE ya no está en</p>
2. La UC impulsa el consumo de productos de Comercio Justo en su seno.	2.a Incorporar progresivamente criterios de Comercio Justo y sostenibilidad en la organización de eventos por parte de la UC y en los procesos de compra y de contratación pública de servicios.	2.a.1 Elaborado y difundido en la UC un catálogo de productos de Comercio Justo de diferentes organizaciones.	2.a.1 Incluidos criterios positivos en los pliegos de las licencias de cafeterías y máquinas expendedoras por vender productos de CJ.	<p>2.a.1 Incluidos en los pliegos de licencias de cafeterías el requisito de ofrecer productos de Comercio Justo.</p> <p>2.a.2 Incluidos en los pliegos de licencias de máquinas expendedoras el requisito de ofrecer productos de CJ.</p>
3. La Universidad de Cantabria apoya la formación e investigación en temas vinculados al Comercio Justo.	<p>3.a. Apoyar el reconocimiento académico de la formación e investigación en materia de Comercio Justo.</p> <p>3.b. Favorecer la formación e investigación en materia de Comercio Justo a nivel presupuestario.</p>	3.a.1 Valorada la formación e investigación en materia de Comercio Justo, a nivel curricular y de expediente docente, como cualquier otra asignatura.	3.b.1. Dedicada una partida presupuestaria de la UC para financiar actividades de formación y/o investigación en materia de Comercio Justo.	<p>Temática incluida en varias asignaturas transversales, investigación realizada desde ACOIDE. Participación en forma de posgrado y grado para explicar Comercio Justo.</p> <p>3.b.1 Aumentada la partida presupuestaria de la UC dedicada a la formación y/o investigación en materia de Comercio Justo.</p>
O.1.2 D. La UC fortalece las relaciones con otros agentes en materia de Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética.				
1. La UC establece alianzas con otros agentes sociales para realizar acciones conjuntas.	<p>1.a. Establecer espacios de encuentro y diálogo con otros agentes en materia de Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética.</p> <p>1.b. Coordinar acciones conjuntas con diferentes entidades para la promoción y difusión del comercio justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética.</p>	<p>1.a.1. La UC participa en las actividades y encuentros organizados en el marco de Ciudades por el Comercio Justo.</p> <p>1.b.1 Realizada, al menos, 1 actividad de promoción del Comercio Justo en colaboración con otros agentes.</p>	1.b.1. Realizadas, al menos, 3 actividades de promoción del Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética en colaboración con otros agentes.	<p>Organizadas varias actividades como curso de formación de PAS, degustaciones, exposiciones con IDEAS, Intermon Oxfam, Manos Unidas.</p>

OBJETIVO	LÍNEAS DE ACCIÓN	METAS E INDICADORES		
		CORTO PLAZO (2010-2011)	MEDIO PLAZO (2011-2012)	LARGO PLAZO (2014)
EJE 1: PROYECCIÓN INSTITUCIONAL DE LA UC				
EJE 2: LA UC COMO INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR.				
O.2.1. La comunidad Universitaria de la UC está más sensibilizada con el Comercio Justo y el Consumo Responsable.				
R.2.B. Reforzadas las relaciones con otros agentes de la CID y el CJ.				
1. La UC impulsa actividades de sensibilización vinculadas al Comercio Justo y Consumo Responsable.	1.a. Favorecer la realización de actividades de sensibilización y difusión en materia de Comercio Justo. 1.b. Favorecer la realización de actividades de voluntariado en materia de Comercio Justo.	1.a.1. Realizadas al menos 2 actividades de sensibilización vinculadas al Comercio Justo. 1.b.1. Realizado el contacto y acuerdo con diferentes organizaciones de Comercio Justo para facilitar la participación como voluntarios de la Comunidad Universitaria.	1.a.1 Al menos, el 50% de la Comunidad Universitaria sabe lo que es el Comercio Justo. 2.b.1 Al menos 3 personas de la Comunidad Universitaria colaboran como voluntarias en organizaciones de Comercio Justo.	1.a.1 Al menos, el 70% de la Comunidad Universitaria sabe lo que es el Comercio Justo. 2.b.1 Al menos 5 personas de la Comunidad Universitaria colaboran como voluntarias en organizaciones de Comercio Justo.
2. La comunidad universitaria consume productos de Comercio Justo.	2.a. Promover el consumo de productos de Comercio Justo.	2.a.1. Realizada una campaña de difusión.	2.a.1. Aumentado un 15% el consumo de estos productos en la UC. 2.a.2 Al menos, el 20% de la comunidad universitaria afirma haber consumido alguna vez productos de este tipo.	2.a.1. Aumentado un 25% el consumo de estos productos. 2.a.2 Al menos, el 40% afirma haber consumido alguna vez productos de este tipo.
O.2.2. La UC forma e investiga en materia de Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética.				
1. La UC impulsa actividades de formación e investigación en materia de Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética.	1.a. Fomentar la incorporación de contenidos relacionados con el Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética en asignatura de grado o postgrado. 1.b. Fomentar la realización de prácticas y proyectos de fin de carrera y de grado en colaboración con organizaciones de Comercio Justo. 1.c Fomentar la investigación vinculada al Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética.	1.b.1. Firmados convenios de colaboración para la realización de prácticas y proyectos de fin de carrera con organizaciones de Comercio Justo. 1.c.1 Informados los miembros de la universidad sobre fuentes, organizaciones y oportunidades de participación en acciones de investigación en materia de Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética.	1.a.1. Al menos 1 asignatura o programa de grado o postgrado incluye o versa sobre contenidos relacionado con el Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética. 1.b.1 Al menos 1 estudiante realiza su practicum o proyecto de fin de carrera en colaboración con una organización de Comercio Justo.	1.a.1. Al menos 3 asignaturas o programas de grado o postgrado incluyen contenidos relacionados con el Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética. 1.b.1. Al menos 5 estudiantes realizan su prácticum o proyecto de fin de carrera en colaboración con una organización de Comercio Justo. 1.c.1. Realizada, al menos, 1 investigación vinculada al Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética.

Se han hecho encuestas sobre la percepción de la marca de Comercio Justo en el 2014.

Hay 7 personas, de las cuales 2 colaboran con Manos Unidas y 5 con Oxfam Intermon.

325 estudiantes, 73% PAS Y 49% PDI, según resultados de la encuesta realizada en marzo de 2011

3 asignaturas incluidas dentro del programa de Formación Transversal de los planes de grado de la UC

Dos profesoras de Empresas participan en una investigación de IDEAS en el marco del proyecto financiado por la AECID "Universidades por el Comercio Justo" (2013-2014)

RESULTADO ESPERADO	LÍNEAS DE ACCIÓN Y MEDIDAS	METAS E INDICADORES		
		CORTO PLAZO (2010-2011)	MEDIO PLAZO (2011-2012)	LARGO PLAZO (2014)
EJE 3: LA UC COMO EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE				
RESULTADO 5: Incorporada la CID y el CJ en la práctica diaria de la universidad				
R.5.A. Incorporación de productos de Comercio Justo y ecológicos en la contratación y compra de la UC				
1. Facilitar la contratación y compra de productos de Comercio Justo y ecológicos en la UC.	1.a. Realizar catering de degustación de productos de Comercio Justo en los actos oficiales de la UC. 1.b. Utilizar productos de Comercio Justo como regalo institucional.	1.a.1. Disponibles diferentes presupuestos de servicios de catering con productos de Comercio Justo en la Intranet de ACOIDE. 1.a.2. En 9 ocasiones se han realizado caterings de degustación de productos de Comercio Justo en la UC. 1.b.1. Elaborado y difundido un catálogo de productos, materiales de oficina y regalos que siguen los criterios éticos y de Comercio Justo que pueden ser comprados desde la UC. 1.b.2. Al menos el 20% de los regalos institucionales son productos de Comercio Justo.	1.a.1. Disponibles precios actualizados de los presupuestos de catering con productos de Comercio Justo. 1.a.2. Al menos, en 7 ocasiones se han realizado caterings de degustación de productos de Comercio Justo en la UC. 1.b.1. Difundido un catálogo actualizado de productos, materiales de oficina y regalos que siguen los criterios éticos y de Comercio Justo que pueden ser comprados desde la UC. 1.b.2. Al menos el 30% de los regalos institucionales son productos de Comercio Justo.	Actualización del catering del restaurante Deluz. Al menos, en 10 ocasiones se han realizado caterings de degustación de productos de Comercio Justo en la UC. Disponible en la Intranet de ACOIDE, acompañado de un Mapa interactivo de puntos de venta y consumo de productos de CJ en Cantabria. Al menos el 40% de los regalos institucionales son productos de Comercio Justo.
R.5.B. Sensibilización y formación del personal de la UC sobre CID y CJ				
2. Sensibilizar y formar al personal de la UC sobre CID y Comercio Justo.	2.a. Organizar cursos de formación continua sobre CID y Comercio Justo dirigidos al PAS y al PDI de la UC.	2.a.1. Organizado un curso de formación interna sobre CID y Comercio Justo, uno para PAS y otro para PDI, con diez alumnos cada uno. 2.a.2. Al menos el 10% del PAS participante adoptan medidas para incorporar el Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética en su actividad diaria. 2.a.3. Al menos el 5% de los participantes en el curso compran diferente material de oficina según criterios de compra pública ética y Comercio Justo.	2.a.1. Organizados dos (uno por semestre) cursos de formación interna sobre CID y Comercio Justo, uno para PAS y otro para PDI, con quince alumnos cada uno. 2.a.2. Al menos el 20% del PAS participante adoptan medidas para incorporar el Comercio Justo, Consumo Responsable y Compra Pública Ética en su actividad diaria. 2.a.3. Al menos el 10% de los participantes en el curso compran diferente material de oficina según criterios de compra pública ética y Comercio Justo.	Organizados dos cursos sobre Comercio Justo y compra pública ética para PAS (Mayo 2013 y 2014) Desde varias unidades administrativas se ha procedido a incluir criterios de Comercio Justo y Compra Pública Ética (Servicio de Protocolo, Unidad de Contratación, oficina de Ecocampus, Biblioteca) Se ha incorporado el papel con sello FSC disponible para cualquier Unidad Funcional de la Universidad
RESULTADO 6: Accesibilidad de los productos de CJ en las instalaciones universitarias				
R.6.A. Venta en las cafeterías de la UC de diferentes productos de CJ.				
1. Las cafeterías de la UC venden diferentes productos de Comercio Justo.	1.a. Favorecer la formación del personal de las cafeterías. 1.b. Facilitar el contacto entre cafeterías y organizaciones de Comercio Justo.	1.a.1. Realizados talleres de información y formación del personal de cafeterías sobre Comercio Justo. 1.b.1. Facilitados los contactos y catálogos de productos de organizaciones de Comercio Justo a las diferentes cafeterías de la UC.	1.b.1. Al menos el 30% de las cafeterías han establecido contacto con alguna organización de venta de productos de Comercio Justo. 1.b.2. Al menos el 25% de las cafeterías venden, al menos, 2 productos de Comercio Justo además del café.	Al menos el 50% de las cafeterías venden, al menos, 2 productos de CJ además del café. Al menos el 50% de las cafeterías se convierten en puntos de venta de Comercio Justo para consumo en el hogar (ej: paquetes de café).
R.6.B. La UC dispone de productos de Comercio Justo en máquinas expendedoras.				
1. La UC dispone de productos de Comercio Justo en máquinas expendedoras.	1.a. Favorecer la inclusión de productos de Comercio Justo a través de máquinas expendedoras en la UC.	1.a.1. Facilitado un listado de empresas y organizaciones que ofrecen servicios de máquinas expendedoras con productos de Comercio Justo. 1.a.2. Asesorar a las empresas concesionarias actuales sobre los nuevos requisitos y cómo cumplirlos.	1.a.1. La UC cuenta con al menos 1 máquina expendedora de productos de Comercio Justo.	Al menos 3 centros de la UC cuentan con máquinas expendedoras de productos de CJ.

Entrega de cestas de alimentación de IDEAS en la VII Lectura de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (13 diciembre 2011).

Organizados dos cursos sobre Comercio Justo y compra pública ética para PAS (Mayo 2013 y 2014)

Desde varias unidades administrativas se ha procedido a incluir criterios de Comercio Justo y Compra Pública Ética (Servicio de Protocolo, Unidad de Contratación, oficina de Ecocampus, Biblioteca)

Se ha incorporado el papel con sello FSC disponible para cualquier Unidad Funcional de la Universidad

Solo vende más de dos productos de Comercio Justo la cafetería de enfermería.

