

eMarket Services hace más sencillo el uso de los mercados electrónicos para los negocios internacionales

CRISTINA PALACIOS, DIRECTORA DE FAIRCHANGES: "APOSTAMOS POR UN COMERCIO SOSTENIBLE, JUSTO Y ÉTICO, FOMENTANDO EL CONSUMO LOCAL"

Entrevista

Por Inés Ramírez Nicolás
eMarket Services Spain

www.emarketservices.es

Junio 2014

[Cristina Palacios](#) es ingeniera técnica en Diseño Industrial, con formación en MBAi por IEBS e iniciativa emprendedora social por IESE.

Por su labor de emprendimiento social en el mercado electrónico de comercio justo [FairChanges](#) ha recibido reconocimientos como el Premio Jóvenes Emprendedores de Castilla y León 2013 y el Premio Joven de Solidaridad y Derechos Humanos de la Universidad Complutense de Madrid 2014.



eMarket Services: Para situar al lector, ¿en qué consiste el eMarketplace FairChanges?

Cristina Palacios: [FairChanges](#) es el primer mercado en Internet donde comprar y vender productos y servicios bajo tres premisas: medioambientalmente responsables, sin intermediarios y sin esclavitud ni trabajo infantil.

Adicionalmente, la [primera colección de productos bajo nuestra marca](#) ha sido confeccionada por personas con Trastornos del Espectro del Autismo (TEA) en colaboración con la Asociación Autismo Burgos.

¿Cómo surge la idea de crear una web así?

La idea parte de una reflexión sobre tres problemas: Salud, dinero y amor... Lo que consumimos nos hace menos sanos. Millones de personas han perdido sus puestos de trabajo. Y la esclavitud sigue formando parte de la cadena de suministro.

¿Qué tipo de empresas o profesionales pueden participar como vendedores?

FairChanges se dirige a creadores responsables, productores respetuosos con el medioambiente y los derechos humanos (sin esclavitud ni trabajo infantil) que desean vender sin intermediarios.

A través de la plataforma facilitamos la identificación de sellos como ecológico, comercio justo, ecosistemas acuáticos y terrestres sostenibles, denominación de origen, artesano, reciclado, integrador de colectivos en riesgo de exclusión social, km 0, vegetariano y sin experimentación animal y solidario.

¿Pueden darse de alta directamente en la plataforma o pasan algún filtro por vuestra parte para asegurar que cumplen con los criterios de FairChanges?

FairChanges posee una gran escalabilidad, ya que permite que productores responsables de cualquier rincón del mundo creen y gestionen sus propias tiendas online. Desde la organización escuchamos a los usuarios y velamos por el correcto funcionamiento, solicitando y revisando documentación para construir juntos una comunidad de consumo ético.

¿Cuál es la comisión de venta o la tarifa para estos profesionales?

Además de disponer de modelos PREMIUM, la plataforma permite, en su modelo FREEMIUM, crear una tienda online responsable de manera gratuita sin que el productor tenga que arriesgar dinero. En ella FairChanges recibe una comisión por el servicio solo cuando el producto se vende. Las tarifas válidas pueden consultarse en el apartado [Vender en FairChanges](#).

¿Qué os diferencia de otros mercados electrónicos multiproducto?

En FairChanges apostamos por un consumo sostenible, justo y ético, fomentando el consumo local gracias a tecnologías de geolocalización que permiten localizar productores y consumidores en proximidad ahorrando costes de envío, evitando la contaminación y desarrollando el consumo local.

Además, proporcionamos una alternativa más responsable con las personas y el planeta, permitimos que el importe de las transacciones llegue de forma directa y transparente a los productores, y tratamos de desterrar de la cadena las prácticas abusivas contra los derechos humanos.

Tratamos de dar a cada persona una alternativa para cambiar el mundo con su consumo diario: “Cada vez que gastamos dinero estamos emitiendo un voto por el tipo de mundo que queremos” decía [Anna Lappè](#), fundadora del [Small Planet Institute and Small Planet Fund](#)

¿Qué tipo de consumidores compra en vuestra plataforma?

El consumidor objetivo es aquél sensibilizado por la salud, la protección de los recursos naturales, la justicia social y los derechos humanos. El consumidor de comercio justo y/o ecológico es nuestro aliado, si bien con la sensibilización progresiva del consumidor y el acceso a productos y servicios responsables lograremos que el target se expanda.

Entonces, ¿está aumentando el número de consumidores implicados que buscan este tipo de productos?

En efecto, tal y como demuestra el crecimiento en el consumo de productos ecológicos y de comercio justo en los últimos años. Según un estudio realizado por [Nielsen](#), “El 50% de los consumidores de todo el mundo están dispuestos a pagar más por productos y servicios de empresas socialmente responsables”. El objetivo deseado sería que lo que comienza en una empresa como RSC derive en una implicación con los impactos sociales y medioambientales directos desde el ADN de su actividad.

¿El pago se realiza a través de la plataforma?

FairChanges permite completar las transacciones dentro del propio eMarketplace con total transparencia. El productor recibe el dinero por parte del comprador. Así éste se asegura de que el dinero le llega al vendedor.

¿Gestionáis la logística o se encargan los vendedores de hacer llegar los productos a los consumidores?

El productor envía por sus cauces habituales. De esta manera se asegura de que es el producto original lo que recibe el comprador y evitamos duplicidad de embalajes y de envíos, ahorrando costes y contaminación.

Asimismo, permitimos a los productores indicar puntos de recogida local sin coste de envío, muy útiles para compras en proximidad.

En cuanto a los vendedores, ¿están habituados a usar herramientas de venta como los mercados electrónicos o tenéis que formarles e informarles previamente?

Desarrollamos FairChanges para que fuera lo más sencillo posible, incluso para personas no habituadas a las nuevas tecnologías. Además, es intencionadamente ágil para que el productor pueda dedicar más tiempo a sus productos.

Habéis abierto hace poco y vuestro crecimiento está siendo muy rápido, ¿qué consejos les daríais a otros emprendedores del sector eCommerce para sacar adelante sus proyectos?

El consejo que siempre damos es encontrar el punto de encuentro entre nuestras habilidades, nuestra pasión y el bien común, de manera que podamos invertir nuestra energía en el proyecto a pesar de las dificultades que nos vayamos encontrando.

¿Tenéis algún caso de éxito de ventas en la web para dar una idea del potencial de vuestro mercado electrónico?

Nuestro éxito lo basamos en la respuesta que nos dan nuestros casi 600 usuarios en los primeros meses y los reconocimientos recibidos, por citar algunos:

- Premio Jóvenes Emprendedores de Castilla y León 2013
- eAwards Madrid 2013 Mejor Agencia de Creación y Diseño de Tiendas Online
- Shortlisted Sustainable Brands London Innovation Open 2013
- Segundo Premio Idea Innovadora IEBS 2013
- Miembro del Grupo de Trabajo Permanente Ciudades por el Comercio Justo
- Shower Zinc Shower Meeting Show 2014
- Semifinalista My Elevator Pitch 2014
- Programa de Emprendimiento Social Fundación La Caixa 2013-2014
- Premio Joven de Solidaridad y Derechos Humanos Universidad Complutense de Madrid 2014

Vuestra web está también en inglés ¿en qué países se pueden adquirir a día de hoy los productos de FairChanges?

Nuestra estrategia es GLOBAL (piensa local, actúa global), con la intención de promover el consumo local de manera global en todos los rincones del mundo. Los límites de adquisición de los productos los marcan sus propios creadores: Ellos son quienes deciden si enviar fuera de sus fronteras y a qué precio.

Siendo así, ¿se puede considerar una herramienta de internacionalización para las empresas participantes?

Efectivamente. Pretendemos proporcionar visibilidad internacional a productores comprometidos a través del propio eMarketplace, de nuestro [blog multidioma](#), de nuestras redes sociales (como [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#), [Pinterest](#) o [Google+](#)) y de nuestra presencia offline en ferias como [Zinc Shower](#), entre otras.

¿Tenéis pensada la ampliación a nuevos países y nuevos idiomas?

Si bien sabemos que el inglés es de por sí internacional, seguimos invirtiendo esfuerzos en mejorar día a día y alcanzar nuevos mercados. Países europeos como Dinamarca tienen una alta tasa de compras online (el 80% de la población realizó pedidos por Internet en los últimos meses) y suficientemente arraigado el concepto de consumo sostenible, por lo que son buenos objetivos para el futuro.

¿Qué otros planes de futuro tenéis para este eMarketplace de comercio ético?

Continuar con la línea de diseño socialmente responsable que comenzamos hace unos meses con nuestra [primera colección de láminas inspiradoras bajo el aspecto de posters de oftalmología](#) realizado por personas con autismo y ampliar nuestra presencia internacional.