

La alimentación, clave en el crecimiento del Comercio Justo en España con el 93% de las ventas

En concreto, café (43,1%), azúcar y dulces (40,2%), té (2,7%) y otros como bebidas, especias, arroz o quinoa (7,2%) son los productos de Comercio Justo más demandados. La cifra total de ventas en 2016 ascendió a más de 40 millones de euros. La alimentación se constituye como el sector clave que impulsa el crecimiento del Comercio Justo que en el último año ha aumentado sus ventas en un 13%. Además, desde el año 2000 ha cuadruplicado sus ventas con un incremento medio anual del 9,5% Fundación COPADE - Comercio para el Desarrollo, impulsora desde hace 20 años del Comercio Justo, el consumo responsable y la preservación del Medio Ambiente, y distribuidora oficial de las marcas Tierra Justa y Pacari, analiza la relación entre el Comercio Justo y el sector alimentario. Un sector con el que mantiene una correspondencia tan estrecha y directa que ha convertido a los productos de alimentación en los impulsores de su crecimiento y que hoy suponen ya algo más del 93% de sus ventas.

El café con el 43,1% de las ventas totales, el azúcar y los dulces (mermeladas, confituras, chocolates etc.) con el 40,2%, el té con el 2,7% y otros como bebidas, arroz, pastas, quinoa o especias con el 7,2% se han convertido en los auténticos impulsores del Comercio Justo y en los productos más demandados por los españoles. Las artesanías, por ejemplo, suponen el 4,8%.

Precisamente en España, el Comercio Justo facturó durante el pasado año 2017 más de 40 millones de euros lo que supone un crecimiento anual del 13% según datos de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) a la que pertenece Fundación COPADE. Un sector que no para de crecer y que desde el año 2000 ha multiplicado por cuatro sus ventas creciendo año a año más de un 9,5% de media. Incrementos que, incluso se han mantenido, durante los momentos de crisis económica en la que se produjo una caída del consumo y que muestran el potencial de crecimiento del sector a corto y medio plazo.

Así, para Javier Fernández, director de Fundación COPADE, “el margen de desarrollo para el Comercio Justo en España es aún muy grande y más si se tienen en cuenta otros factores como el gasto medio por habitante. En España, aún se gasta menos de un euro por persona al año en este tipo de productos frente a los casi 60 euros que invierten los suizos o los 36 de los noruegos. Avances y mejoras en los canales de distribución son la clave para que las ventas del sector sigan creciendo”.

Precisamente, la ampliación de los canales de distribución son otra de las claves que mejor explican el crecimiento del Comercio Justo en los últimos años. Hoy el 37,7% de las ventas se realiza de forma directa a través de los supermercados y el 36,2% corresponde al canal Horeca mientras que el 22,8% se lleva a cabo a través de minoristas. El 3,3% restante corresponde a otros modelos de comercialización. Otro dato que refleja su potencial de crecimiento es que la facturación de las importadoras se ha visto incrementada en un 31% en los últimos dos años.

El auténtico valor de los productos del Comercio Justo

“Tampoco hay que olvidar el auténtico valor de los productos de Comercio Justo”, recuerda Javier Fernández, para quien productos como los de Tierra Justa, distribuidos por Fundación COPADE, “van más allá del mero acto de consumo, representando un compromiso con un modelo de comercio alternativo donde se ponen en primer plano los derechos sociales de los trabajadores y no la rentabilidad económica, mejorando la vida de las familias de los productores en sus países de origen mediante diferentes programas sociales y de sensibilización”.

Además, el Comercio Justo, entre otros muchos valores, garantiza: la igualdad de oportunidades para productores en situación de desventaja económica; transparencia y responsabilidad, el pago de un precio justo, la ausencia de trabajo infantil, la equidad de género, buenas condiciones de trabajo y el respeto por el medio ambiente. Así, como ejemplo, el azúcar Panela Tierra Justa proviene de Ecuador donde las familias de la Cooperativa Maquita Cushunchic lo producen de forma tradicional. Para ellas trabajar desde el Comercio Justo con Fundación COPADE ha supuesto: mejorar la economía familiar mediante la estabilización de los precios a lo largo del año, la implementación de prácticas agrícolas que fomentan la conservación de los recursos naturales y el fortalecimiento del trabajo solidario, y respeto por el medio ambiente.

Bajo la marca comercial Tierra Justa, Fundación COPADE distribuye y comercializa otros productos de alimentación en los que se aplican estos mismos principios del Comercio Justo y se desarrollan diferentes programas sociales. En www.tutienda.copade.es se puede encontrar café, chocolates, té, arroz, pastas, quinoa, con los que contribuir a crear un mundo más justo mediante una alternativa más equitativa al comercio tradicional.

En definitiva, productos gourmet y saludables de una calidad excepcional y que han sido elaborados bajo los más estrictos estándares que cumplen con un triple componente: Comercio Justo, los productores con los que trabaja Fundación COPADE son miembros de la WFTO; agricultura ecológica en la que se promueven los principios de sostenibilidad; y una apuesta también por los productores españoles mediante el trabajo con pequeñas cooperativas que le dan un valor añadido al producto a través de la economía social.

Datos de contacto:

Miguel Cegarra
609688809

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Nutrición](#) [Gastronomía](#) [Industria Alimentaria](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>