



NOTA DE PRENSA

Crecen las ventas en alimentación pero bajan en artesanías y en el pequeño comercio **El consumo de Comercio Justo creció un 6% en 2012 en España hasta alcanzar los 28 millones de euros**

Susan George, en el prólogo del informe El Comercio Justo en España 2012, afirma que “el libre comercio es la libertad del zorro en el gallinero”

25 septiembre 2013- **28,3 millones de euros** fue la facturación de productos de Comercio Justo registrada en España en 2012, lo que supone un crecimiento del 6% respecto al año anterior. Este es el principal dato del informe “El Comercio Justo en España 2012. Alianzas en movimiento”, presentado esta mañana. El aumento, destacado en alimentación, esconde la caída en las tiendas de Comercio Justo y otros minoristas, así como de los artículos de artesanía. La publicación ha sido elaborada por la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ) con la aportación de los datos de venta de Fairtrade España. La investigadora y analista política Susan George ha prologado la obra, que cuenta con financiación de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

Las ventas de Comercio Justo continúan aumentando en nuestro país. Desde 2000 se han multiplicado por cuatro, a un ritmo medio de crecimiento de un 11,4% anual. A la vez, *“este sector de la economía solidaria está experimentando cambios importantes”*, ha manifestado Mercedes García de Vinuesa, presidenta de la CECJ. A las ventas realizadas por las organizaciones sociales, que en 2012 constituyeron la mitad de la facturación total (14 millones de euros), se unen las realizadas por empresas convencionales. La entrada de estos nuevos actores en los últimos años explica que desde el comienzo de la crisis las ventas hayan ascendido un 33%. *“Lo que ha aumentado no es el gasto de quienes ya consumían Comercio Justo sino el número de personas que acceden a él a través de distintos canales”*, argumenta Gonzalo Donaire, responsable de Estudios de la CECJ.

El 78,8% de los productos vendidos llevan el sello Fairtrade. Estos artículos certificados, que en el último ejercicio se han incrementado en un 11,5%, mantienen un importante ascenso desde 2008, momento en el que varias empresas comenzaron a certificar sus productos bajo dicho sello. *“Nos alegra ver que en España seguimos la tendencia internacional, a pesar de la crisis. El crecimiento se basa en consumidores que exigen a las empresas un cambio en su forma de hacer negocios, no desean productos que escondan explotación.”* explica Pablo Cabrera de Fairtrade España.

Casi nueve de cada diez compras de productos de Comercio Justo fueron de alimentación, sector que aumentó un 9,5% respecto a 2011. **El café y los dulces copan el mercado**: solo el café representa el 40% de las ventas totales, y los dulces el 43%. Por el contrario, las artesanías, cuyas ventas constituyen un 9% del total, registraron un descenso del 24%, que se suma a la

caída de los últimos años. No obstante, entre los artículos más vendidos de este grupo destacan los complementos y artículos de textil.

Los canales de venta mayoritarios compensan la caída que sufre el pequeño comercio. De hecho **las tiendas de Comercio Justo son quienes principalmente están sufriendo la crisis**, ya que desde el inicio de la misma sus ventas han descendido un 29%, aunque el ritmo se va frenando progresivamente: si en 2010 y 2011 las ventas descendieron un 17% y un 14% respectivamente, este año el descenso ha sido menos acusado, de un 9,5%. *“Nos preocupa porque las tiendas son el núcleo del Comercio Justo, un movimiento que no consiste solo en consumir sino también en estar informado y participar en el avance hacia un cambio global”*, explica García de Vinuesa. *“Además, en las tiendas se encuentran productos de Comercio Justo que no están en otros puntos de venta mayoritarios”*, añade.

El informe refleja que, durante 2012, **cada ciudadano en nuestro país gastó de media 60,4 céntimos en productos de Comercio Justo**. Una cifra que queda muy lejos de la ratio europea, que es de 5 euros, aunque en países como Reino Unido o Suiza el gasto por habitante y año en productos justos asciende a 28 y 29 euros respectivamente.

Otro de los datos que recoge el estudio es el insignificante gasto que hacen las administraciones públicas en productos de Comercio Justo. Sus compras solo representan el 0,7% de la facturación del sector.

En cuanto al origen de los productos, las entidades miembro de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo importaron artículos procedentes de más de 130 organizaciones de 36 países de **América Latina** (como Perú, Bolivia, Ecuador o Costa Rica), **Asia** (como Filipinas, India, o Bangladesh) y **África** (Ghana, Kenia...). El café es, sin duda, el producto que tiene un origen más variado: en nuestro país se consume café de Comercio Justo procedente de, al menos, 12 países.

La mitad de estos grupos productores son cooperativas, y un tercio asociaciones. La mayoría forma parte de la Organización Mundial del Comercio Justo, institución que, junto con Fairtrade International son los principales organismos internacionales que avalan el cumplimiento de los principios del Comercio Justo.

Las importadoras de la CECJ trabajan con la mitad de las organizaciones productoras desde hace, al menos diez años, y con el 70% desde antes del comienzo de la crisis, datos que muestran la estabilidad en las relaciones comerciales, uno de los valores que define a esta alternativa comercial.

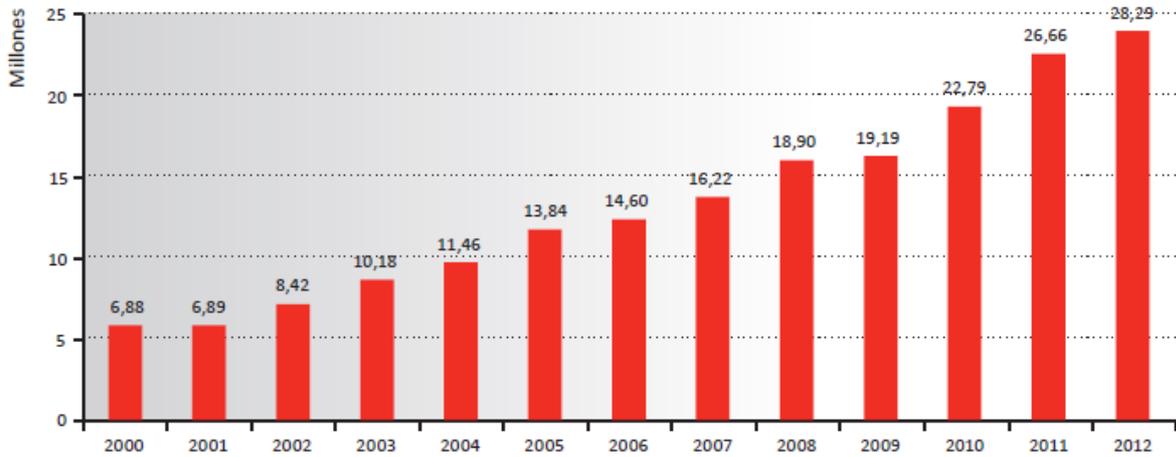
El prólogo de la publicación “El Comercio Justo en España 2012. Alianzas en movimiento” corre a cargo de Susan George, presidenta de Transnational Institute y presidenta honorífica de ATTAC-Francia, quien plantea en su texto el interrogante de si el comercio puede ser libre y justo a la vez.

Asimismo, el informe incluye el resumen de una investigación cualitativa acerca de los perfiles de los consumidores y su percepción sobre el Comercio Justo, realizada por el colectivo loé.

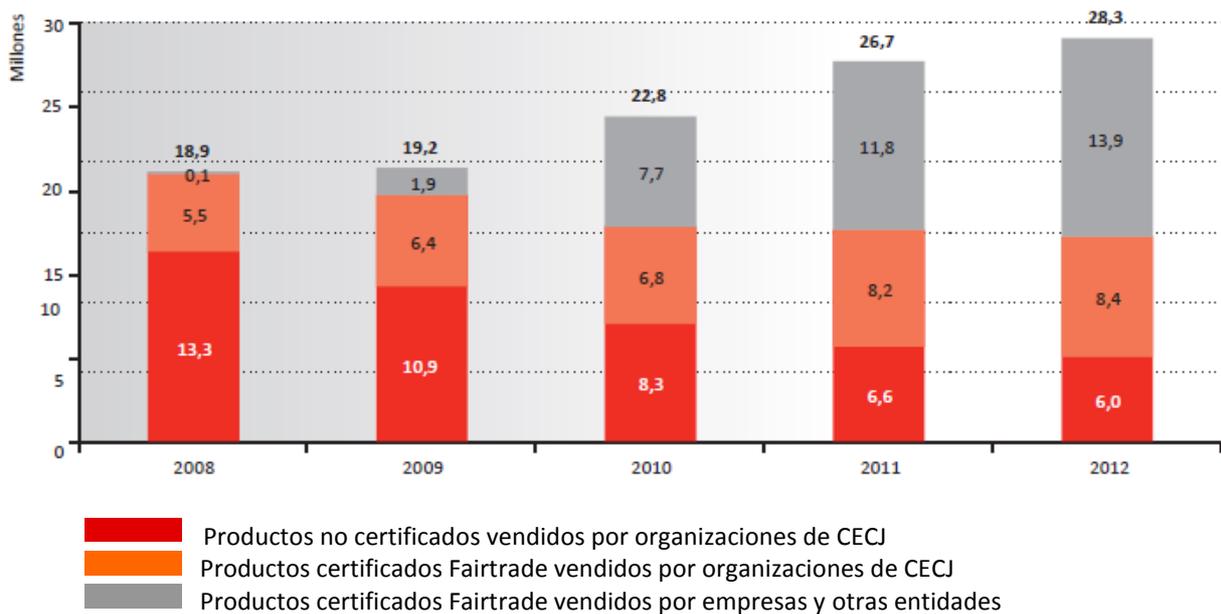
La publicación contiene cinco artículos que profundizan en la realidad del Comercio Justo en Europa en general, y en Italia, Reino Unido y Francia, en particular. Los textos, además, reflexionan sobre los aspectos que han favorecido el aumento de ventas de productos justos en dichos países. La obra se completa con tres artículos de otros movimientos cercanos al Comercio Justo: la economía social y solidaria, las finanzas éticas y el del consumidor responsable organizado. Estos textos analizan los valores compartidos y las alianzas posibles con el fin de lograr el objetivo común de consolidar otro modelo económico y social.

El Comercio Justo en España 2012 en cifras

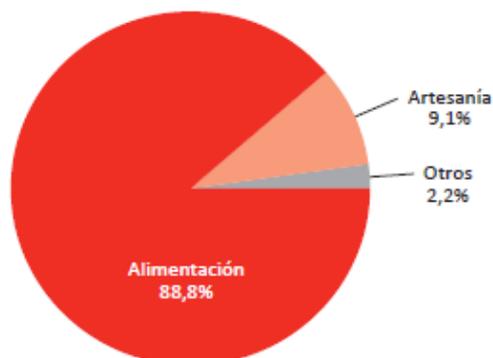
Evolución de las ventas de Comercio Justo 2000-2012 (en millones de euros)



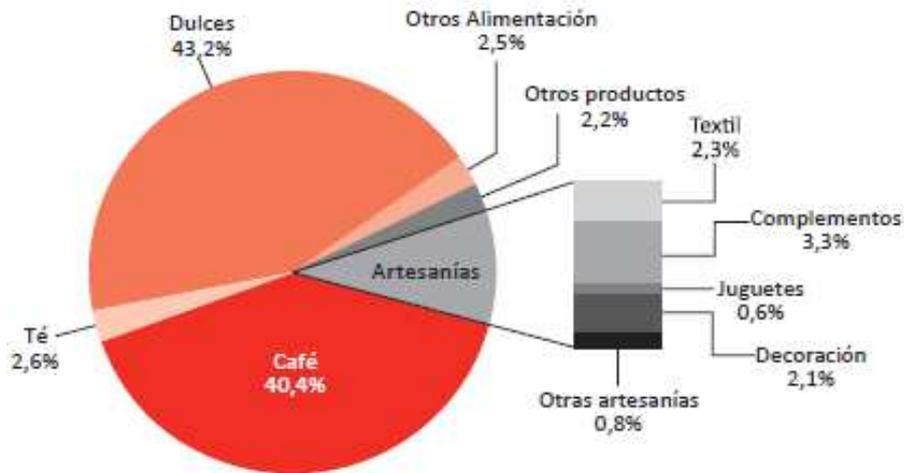
Ventas de productos de Comercio Justo 2008-2012 (volumen en euros y % de los subtotales)



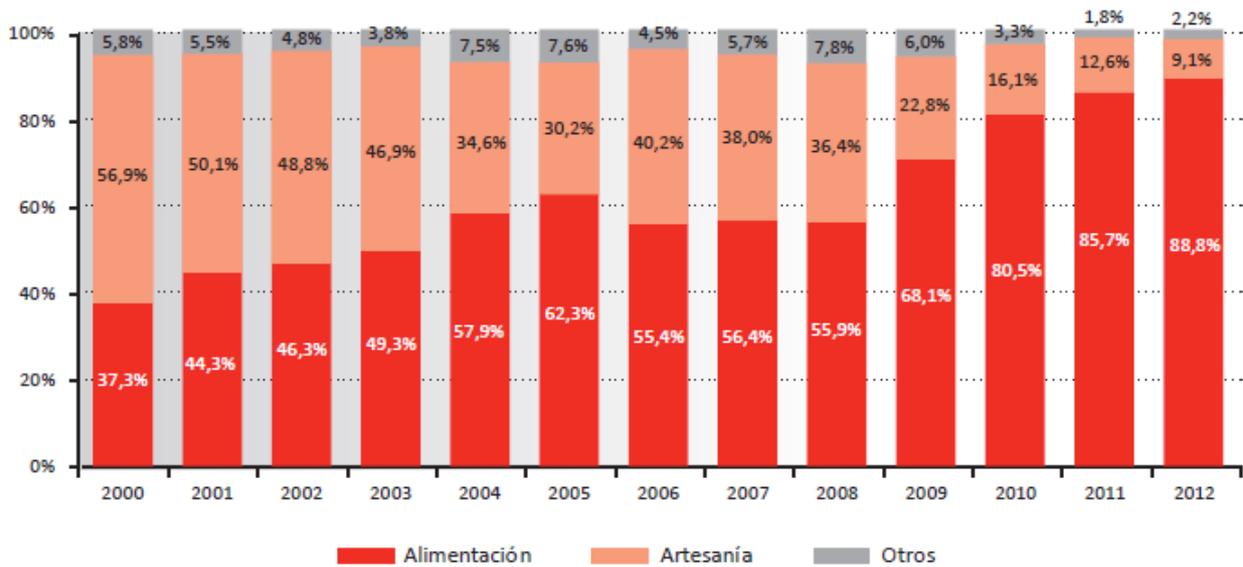
Ventas de productos de Comercio Justo según grupos de productos, 2012 (%)



Ventas de Comercio Justo según principales productos, 2012 (%)



Evolución del peso de las ventas de Comercio Justo según grupos de productos, (%)



Fuente: Gráficos de elaboración propia a partir de los datos aportados por las organizaciones importadoras de la CECJ y Fairtrade España.

Más información:

Coordinadora Estatal Comercio Justo
 Marta Guijarro 91 299 38 60 / 648 18 50 03
comunicacion@comerciojusto.org
www.comerciojusto.org

Fairtrade España
 Gudrun Schlopker: 91 543 33 99
comunicacion@sellocomerciojusto.org
www.sellocomerciojusto.org