

## Boom “justo” en el comercio alemán

Según un estudio de mercado llevado a cabo por la red alemana de comercio justo, “Forum Fairer Handel”, la confianza de los consumidores alemanes en los productos de comercio justo ha aumentado de igual forma en todas las capas sociales del país. Así, el 48% de los grupos de mayores ingresos afirmaba adquirir productos de comercio justo, mientras que el porcentaje de los consumidores de este tipo de producto en los sectores de la sociedad con menores ingresos era de 37%.

El resultado de esta tendencia se refleja en las cifras de ventas, que en 2009 alcanzaron los 322 millones de euros superando en un 21% la cifra registrada el año anterior y quintuplicando los datos en sólo cinco años. Estos resultados equivalen a un gasto anual de 5 Euros por cada ciudadano alemán.

Sin embargo, el consumo de este tipo de productos no solamente ha aumentado en el ámbito particular: también las entidades hosteleras incrementaron su consumo de productos provenientes del comercio justo. El año pasado, 5.000 nuevos restaurantes, cafeterías, panaderías y cafés introdujeron productos de comercio justo en su oferta.

El crecimiento más importante lo registraron los siguientes productos: los zumos de fruta, con un aumento de las ventas de un 30%; el café, con un aumento de 13% con respecto a 2008 (5.900 Tm); el azúcar, con un 14% más con respecto a 2008 (1.700 Tm) y el arroz, con un 15% más con respecto a 2008 (600 Tm).

Los datos ganan valor cuando se enmarcan en el contexto de la actual crisis económica. Este positivo desarrollo se debe a la enorme confianza de los consumidores en los productos provenientes del comercio justo, pero los efectos de la comunicación boca a boca han alcanzado su cima. Según los expertos, a partir de ahora, para seguir registrando un aumento de las ventas, el sector del comercio justo deberá aplicar una política de marketing y de publicidad adecuada.

“En la actual crisis de confianza que estamos viviendo, se ha demostrado que la fortaleza del comercio justo se basa en su gran credibilidad”, afirma Volkmar Lübke, experto en consumo y colaborador del estudio 2010 sobre el comercio justo.

De esta forma, para dos tercios de los consumidores, la “correcta utilización del dinero” es un motivo importante para adquirir productos provenientes del comercio justo. Aún más importante es la exclusión de explotación infantil en la producción. Muchos consumidores se dejan llevar sencillamente por la alta calidad de los alimentos provenientes de comercio justo, tales como el café, el vino, los zumos de frutas o el chocolate, que es comprobada una y otra vez por estudios independientes. “Para el consumidor, el comercio justo es un garante de alta calidad y de elevados estándares éticos y sociales”, afirma el investigador de mercado.

Fuente

Forum Fairer Handel

Compartir

*(fin del artículo)*