



El Comercio Justo en el Estado español 2023



COORDINADORA ESTATAL DE
COMERCIO JUSTO

EDICIÓN: Coordinadora Estatal de Comercio Justo (www.comerciojusto.org)

REDACCIÓN: aopaso (Raquel Doallo y María Parga)

ANÁLISIS Y ELABORACIÓN DE DATOS: Coordinadora Estatal de Comercio Justo (www.comerciojusto.org)

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: Catuxa Negreira Cousillas

Noviembre 2024

LICENCIA

Esta obra se encuentra bajo una licencia creative commons Reconocimiento-compartir igual 3.0 unported.

Para ver una copia de esta licencia, visite creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/es



El informe “El Comercio Justo en el Estado español” fue iniciativa de la Federación SETEM que editó la publicación desde sus orígenes en el año 2003 hasta 2009 en que la CECJ asume esta responsabilidad. Desde la CECJ queremos agradecerle especialmente a SETEM el trabajo realizado mientras estuvo a cargo de la coordinación de este informe en sus anteriores ediciones. Con esta publicación que ahora presentamos recogemos su testigo y esperamos mantener la excelente calidad que nos precede.

Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero del Ministerio de Trabajo y Economía Social con cargo al proyecto ES24206. Su contenido es responsabilidad exclusiva de la entidad autora del mismo y no refleja necesariamente la opinión del Ministerio de Trabajo y Economía Social.

CON FINANCIACIÓN DE:



PRESENTACIÓN	5
CAPÍTULO 1. PRESENCIA ESTATAL DEL COMERCIO JUSTO	8
CAPÍTULO 2. LA MIRADA DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA EN EL COMERCIO JUSTO	22
ENLACES Y DIRECCIONES	25



© SetemMCM



Estimado lector/a, consumidor/a responsable:

Te presentamos la nueva edición de “El Comercio Justo en el Estado español”, la publicación de referencia

El balance de este último ejercicio es positivo para nuestro sector. Tras el estancamiento que supuso la pandemia, en 2023 hemos recuperado el ritmo de crecimiento registrando un aumento en la facturación de un 7%. Además, es de destacar que este incremento ha venido tanto por el aumento de los ingresos de las entidades importadoras como de las empresas convencionales que certifican sus productos con el sello Fairtrade.

No hay que olvidar que detrás de estas cifras, hay personas, hay trabajadores y trabajadoras de más de 75 países del Sur global que producen y venden sus productos elaborados con criterios sociales y ecológicos. El aumento de las ventas de Comercio Justo contribuye no solo a garantizar una vida digna a las organizaciones productoras sino también a proteger el entorno ambiental y a consolidar un modelo económico más humano, equitativo y sostenible.

Pese al crecimiento global de la facturación, todavía estamos lejos de nuestros vecinos europeos. Por ejemplo, las ventas en Francia en el último ejercicio superaron los 2100 millones de euros. En este país, tras el reconocimiento legal del Comercio Justo en la Ley de Economía Social, las ventas se han multiplicado por cuatro en la última década. Tomando el caso francés como ejemplo, la CECJ venimos trabajando para que nuestro país replique esta iniciativa e incorpore el Comercio Justo en el proyecto de Ley de Economía Social. Esperamos que nuestra propuesta se concrete en dicha normativa porque confiamos en que ello supondría un importante respaldo a organizaciones, empresas y a personas consumidoras comprometidas con el Comercio Justo.

Como en anteriores ocasiones, en este informe analizamos las cifras desde distintos aspectos. En particular, prestamos especial atención a las tiendas de Comercio

que anualmente elaboramos la Coordinadora Estatal de Comercio Justo y en la que analizamos la situación actual y evolución de este movimiento en nuestro país. Este informe no sería posible sin los datos ofrecidos por nuestras organizaciones miembro, a quienes agradecemos su esfuerzo y colaboración.

Justo, que constituyen la parte esencial de nuestro movimiento. En 2023, sus ingresos se han mantenido respecto al año anterior, representando un importante logro teniendo en cuenta el contexto de crisis, inflación o cambio de hábitos de consumo, entre otras variables.

Las tiendas de Comercio Justo, como venimos destacando en estos informes, son el corazón de nuestro sector ya que no son solo lugares de compra y venta, sino que además son espacios de sensibilización y participación de la ciudadanía en diferentes iniciativas de la Economía Social y Solidaria, movimientos sociales y/o acciones en el barrio. Asimismo, en estos establecimientos se pueden encontrar productos de comercio local y de cercanía, que completan la oferta para acercar al público diferentes opciones de consumo crítico y responsable.

En definitiva, con esta nueva publicación queremos continuar aportando conocimiento sobre el Comercio Justo. Ante los desafíos globales a los que nos enfrentamos, es fundamental dar a conocer, con información y argumentaciones sólidas, la pertinencia e importancia de la Economía Social y Solidaria, y así avanzar hacia una sociedad global más justa y respetuosa con el medio ambiente y los derechos humanos.



Capítulo 1.

Presencia estatal del Comercio Justo

El análisis de la facturación de productos de Comercio Justo del año 2023 en el estado español muestra un crecimiento positivo y alentador, aunque también retos para consolidar su presencia como movimiento entre la ciudadanía.

Detallamos en este capítulo las claves del análisis realizado desde la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (en adelante, CECJ) a través de la interpretación de los datos recogidos sobre ventas en 2023, principalmente estudiando tipologías de productos y canales de distribución.

La información analizada procede de las organizaciones importadoras de Comercio Justo miembros de la CECJ: Adsis-Equimercado, Alternativa 3, Espanica, IDEAS, Oxfam Intermón, Fundación Isabel Martín y Fundación Vicente Ferrer y de la certificadora Fairtrade Ibérica, que también es miembro de la CECJ.

La alimentación, con el cacao como producto estrella, continúa siendo la tipología más comercializada desde nuestro país.

En cuanto a canales de distribución, las importadoras comercializan un mayor volumen de productos de Comercio Justo que los canales minoristas. En este sentido, las tiendas especializadas en la venta de artículos de Comercio Justo aportan un elemento diferencial a través de la realización de acciones de sensibilización y formación, en alianza con otras ONGD y redes de Economía Social y Solidaria.

Panorama general

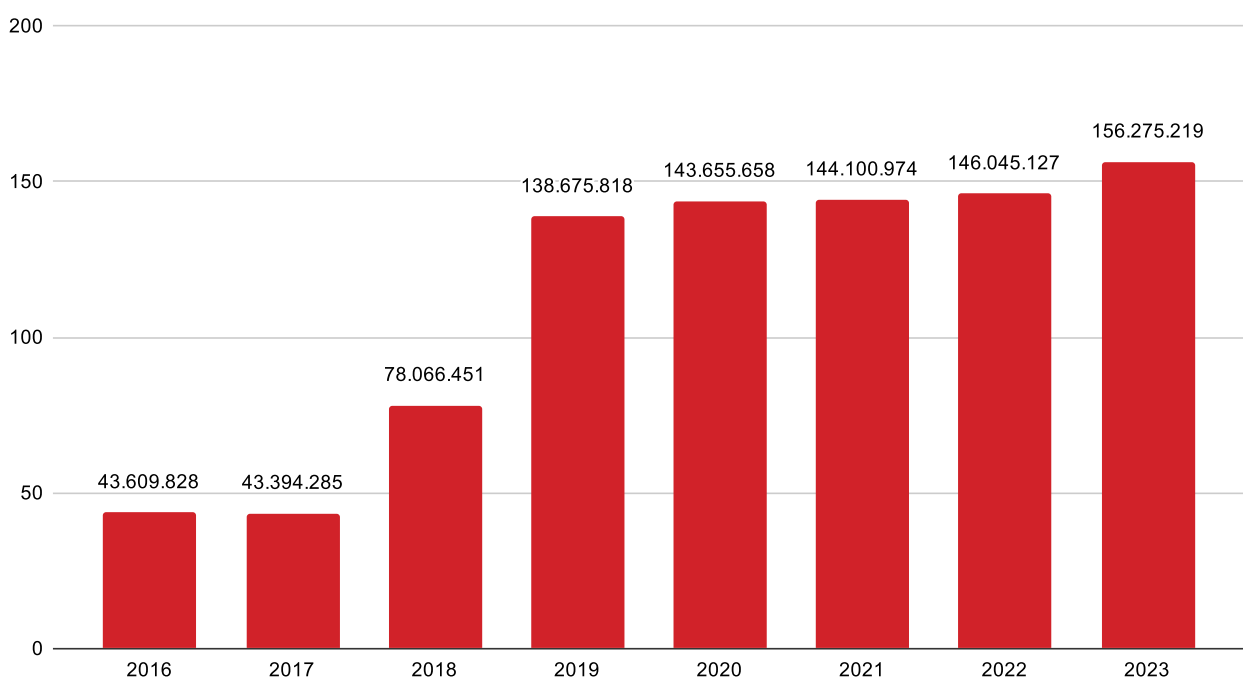
En 2023, la facturación de productos de Comercio Justo a nivel estatal ha alcanzado los **156 millones de euros** (Gráfico 1), lo que supone un incremento del **6,9% respecto al año anterior (10 millones de euros más)**. Este crecimiento es significativamente superior al registrado en 2022, cuando las ventas aumentaron apenas un 1,3% respecto a 2021. La recuperación del ritmo de crecimiento es una señal positiva y parece dejar por fin definitivamente atrás el impacto de la pandemia y su efecto de ralentización sobre las ventas. Este repunte sugiere una mayor confianza en el Comercio Justo entre ciudadanía y empresas, consolidando su posición en un mercado que sigue enfrentando desafíos económicos globales.

El incremento en 2023 procede tanto de empresas que distribuyen productos con el sello Fairtrade como de importadoras de Comercio Justo agrupadas en la CECJ, aunque las primeras lideran la facturación anual con **135,5 millones de euros** (Gráfico 2), lo cual significa un aumento del **5% respecto al año anterior**. Estas cifras re-

afirman la posición de Fairtrade como principal motor del crecimiento dentro del sector. Por su parte, es importante destacar este año el aumento en las ventas de las importadoras de Comercio Justo, ya que pasaron de **17,08 millones de euros en 2022 a 20,77 millones de euros en 2023** (Gráfico 2), reflejando un incremento del **21,6%** que rompe la tendencia de estancamiento o descenso observada en ejercicios anteriores.

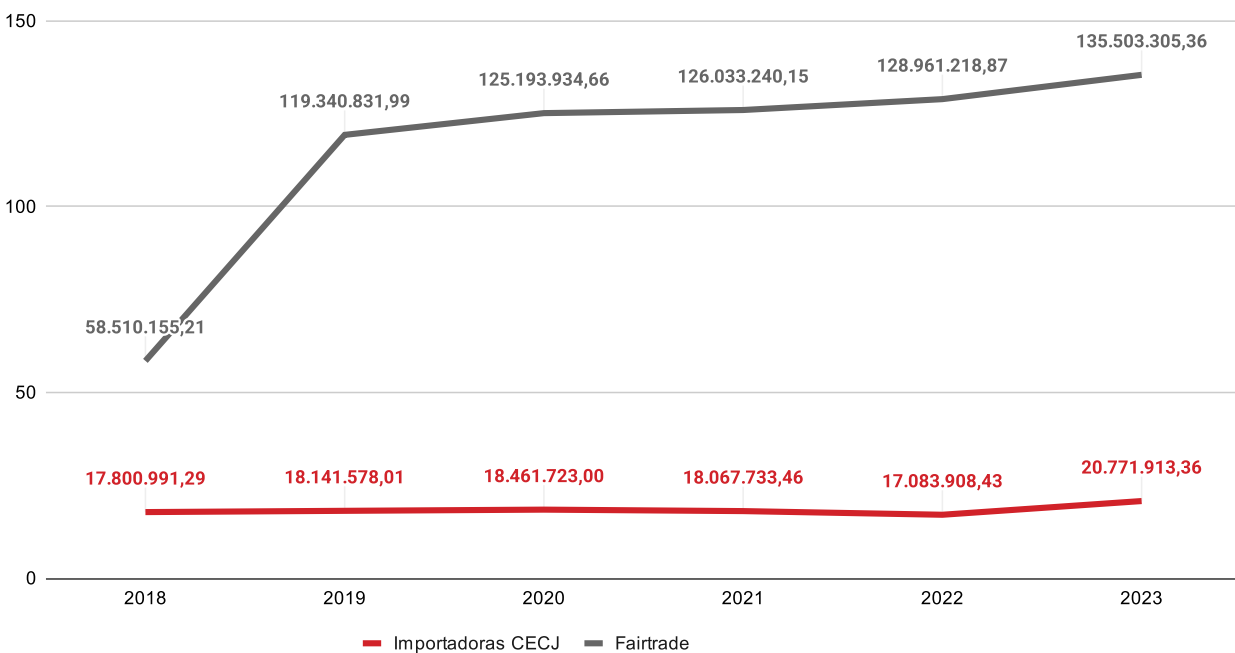
En 2023, la facturación de productos de Comercio Justo a nivel estatal ha alcanzado los 156 millones de euros

Gráfico 1. Evolución de las ventas de productos de Comercio Justo, 2016-2023 (millones de euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por Fairtrade Ibérica e importadoras de CECJ.

Gráfico 2. Evolución de las ventas de productos de Comercio Justo por parte de empresas licenciatarias del sello Fairtrade y de importadoras CECJ, 2018-2023 (millones de euros, base 2023).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por Fairtrade Ibérica e importadoras de CECJ.

El contexto actual sigue siendo desafiante, marcado por la incertidumbre económica y política, pero el aumento en las ventas de productos de Comercio Justo refleja una evolución en el compromiso hacia el Comercio Justo entre personas consumidoras y empresas. Este crecimiento, más sólido que en años anteriores, no solo reafirma la relevancia del movimiento del Comercio Justo, sino que genera nuevas oportunidades para ampliar el alcance y la accesibilidad de sus productos en el futuro, es decir, lograr que el Comercio Justo llegue a más personas y organizaciones.

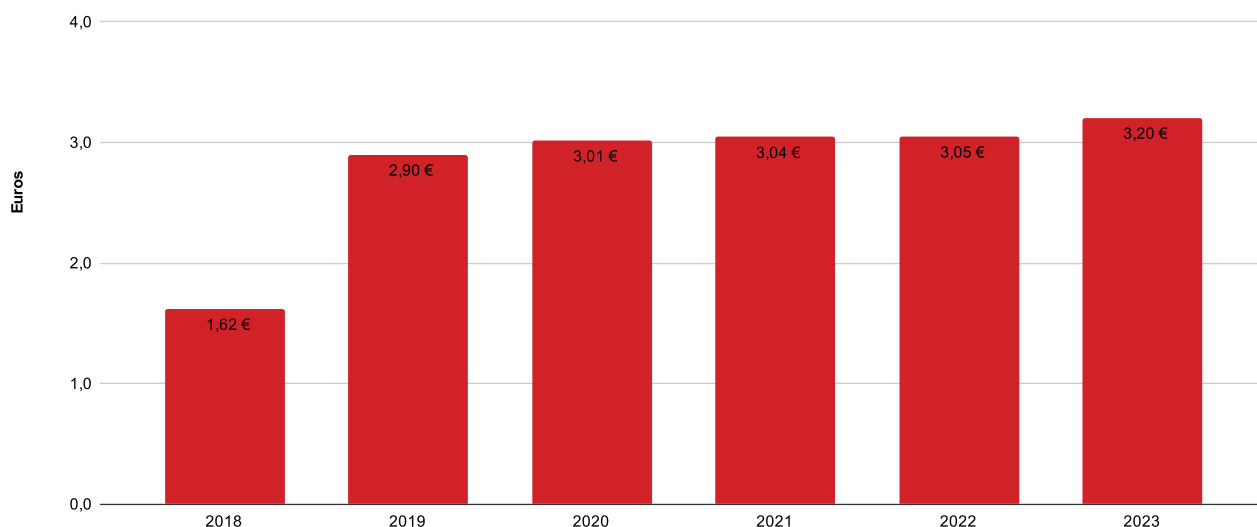
En 2023, el gasto medio por persona en productos de Comercio Justo a nivel estatal alcanzó los **3,20 euros**, lo que supone un leve incremento respecto al año anterior, cuando se situó en **3,05 euros** (Gráfico 3). Este crecimiento, aunque moderado, refleja una tendencia sostenida al alza desde 2018, año en el que el gasto promedio era de apenas **1,62 euros por habitante**.

Sin embargo, a pesar de este progreso, el estado español sigue estando significativamente rezagado en comparación con otros países europeos, donde el Comercio Justo ocupa un lugar más relevante en el consumo diario. En estos mercados, el gasto medio por habitante en productos de Comercio Justo es considerablemente más elevado, con una mayor presencia de estos productos en la cesta

de la compra habitual. En el caso de Francia, la cifra anual de ventas de productos de Comercio Justo es de 2.100 millones de euros. Es importante señalar que la legislación francesa incorpora el Comercio Justo, así como el concepto de comercio justo local, en su Ley de Economía Social.

En este contexto, el incremento en el gasto medio por persona es alentador, pero también subraya la necesidad de continuar trabajando en la sensibilización y promoción del Comercio Justo para acercarnos a las tendencias europeas. La tendencia positiva registrada en los últimos años es una base sólida para seguir fomentando este modelo de consumo ético y sostenible.

La apuesta estratégica de la CECJ por establecer líneas de incidencia política en distintos planos con la administración pública es fundamental para lograr cambios legislativos significativos que posicionen el Comercio Justo como un eje prioritario de promoción del consumo consciente entre ciudadanía, empresas e instituciones. Esto incluye, como se comenta en mayor detalle en el apartado siguiente de este informe, fortalecer y visibilizar el rol de la CECJ como organización de Economía Social y Solidaria, así como participar como agente activa y relevante dentro de REAS Red de Redes, como entidad representativa del sector en el estado español.

Gráfico 3. Evolución del gasto anual medio por habitante en productos de Comercio Justo, 2018-2023 (en euros).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por Fairtrade Ibérica e importadoras de CECEJ.

Según datos recientes de Fairtrade International, el movimiento de Comercio Justo cuenta con más de 2.000 Ciudades para el Comercio Justo en 30 países, además de numerosas escuelas, universidades y grupos confesionales que promueven prácticas comerciales más equitativas. Fairtrade

Los datos muestran la existencia de 2.400 organizaciones productoras en más de 70 países, empleando a 3.465.000 personas y abarcando más de 3.158.000 hectáreas cultivadas bajo los principios del Comercio Justo.

Datos de 2022 procedentes de Fairtrade International, Organización Mundial del Comercio Justo y Símbolo de Pequeños Productores.

Las ventas por tipología de productos

Las cifras de 2023 continúan confirmando que la alimentación es la tipología más vendida de productos de Comercio Justo: en 2023, las ventas de alimentación representan el **96,8% de la facturación total** (Gráfico 4), reflejando un muy leve incremento respecto al año anterior, cuando supusieron el 95,6%. La alimentación atrae, por tanto, la mayor parte del interés de las personas consumidoras de productos de Comercio Justo.

Por otro lado, las ventas de productos textiles (ropa y textil del hogar) y otros artículos como complementos, bisutería, juguetes o decoración, han experimentado un ligero retroceso en cuanto a volumen de ventas. Frente a la tendencia previa en que este segmento había mostrado un crecimiento constante, en 2023 el peso de las ventas de textil y complementos ha disminuido ligeramente, pasando de un 4,1% en 2022 a un 2,9% en 2023. Con una facturación de **4.308.690,5 euros**, estas cifras sugieren una posible contracción en su evolución.



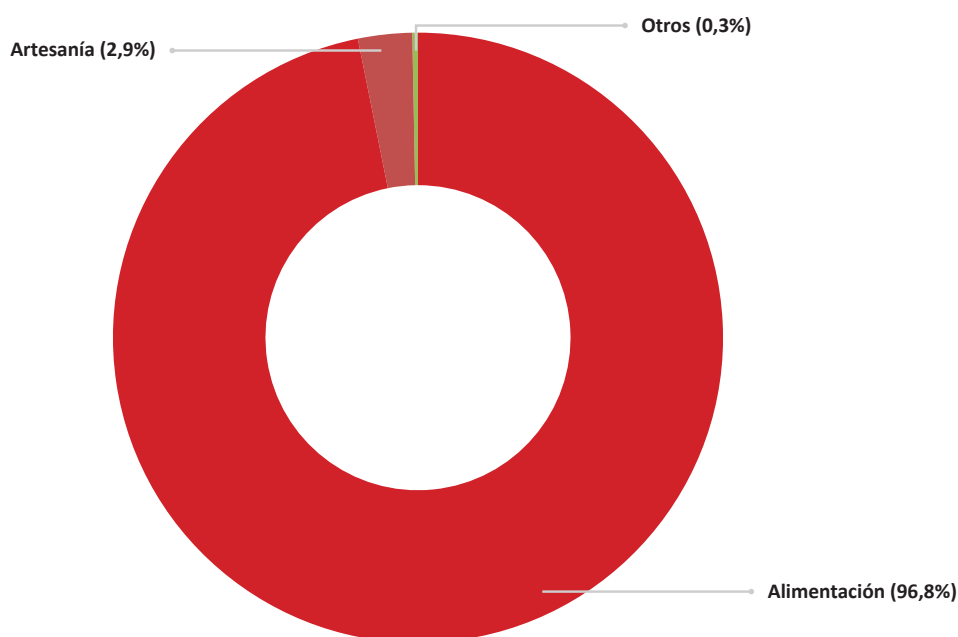


Finalmente, los artículos de cosmética mantienen una cuota de mercado residual, con una facturación de **451.047,2 euros** que indica una presencia del 0,3% sobre el total de ventas de Comercio Justo por tipología de productos, sin cambios significativos respecto a años anteriores.

En resumen, la alimentación refuerza su liderazgo dentro de las ventas de Comercio Justo frente a otras tipologías de productos que enfrentan retos para mantener o incrementar su participación en el mercado.

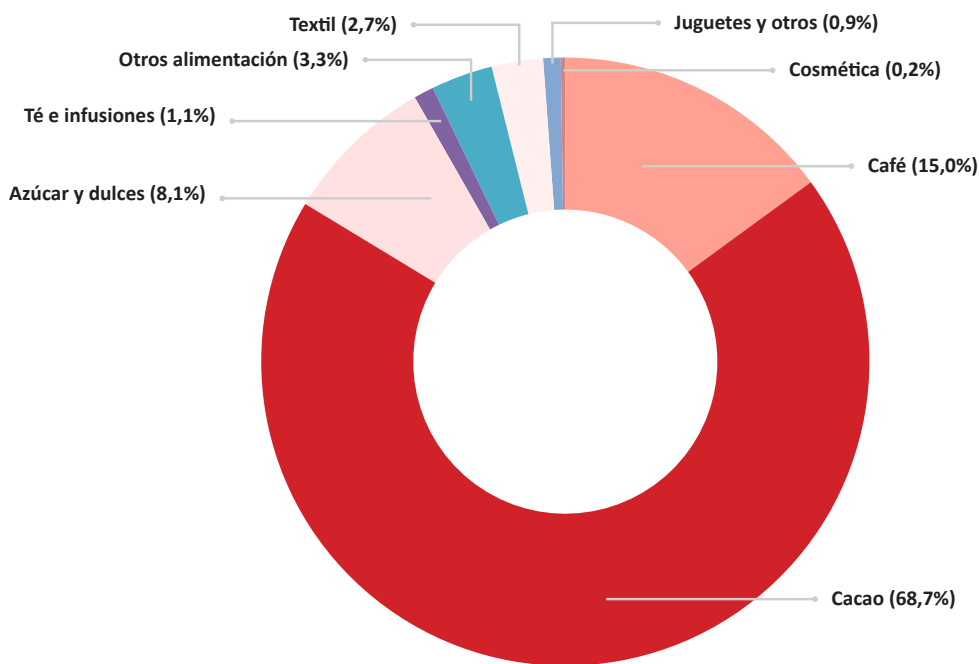
Las ventas de alimentación representan el 96,8% del total

Gráfico 4. Ventas de Comercio Justo según grupos de productos, 2023 (%).



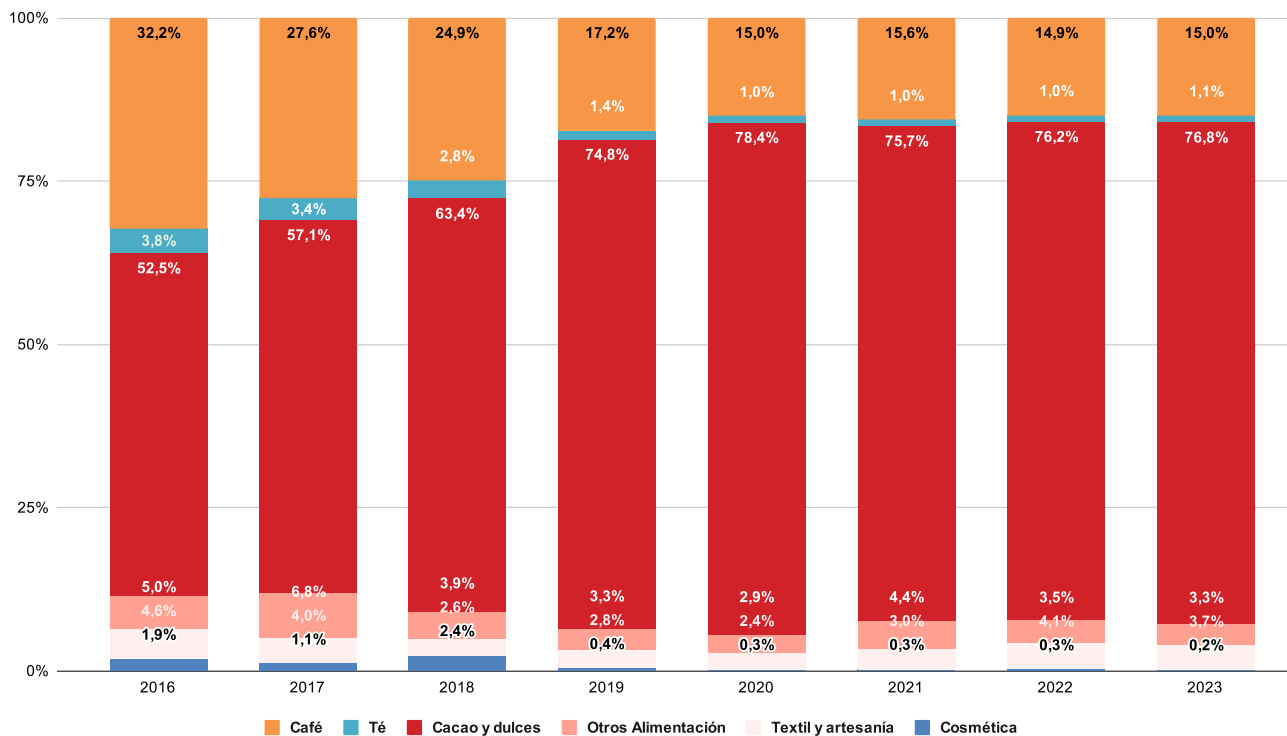
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por Fairtrade Ibérica e importadoras de CECJ.

Gráfico 5. Ventas de Comercio Justo según principales productos, 2023 (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por Fairtrade Ibérica e importadoras de CECJ.

Gráfico 6. Evolución del peso de las ventas de productos de Comercio Justo según principales productos y grupos de productos, 2018-2023 (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por Fairtrade Ibérica e importadoras de CECJ.

Acercándonos al análisis por productos concretos, en 2023 el cacao y los dulces continúan liderando las ventas de Comercio Justo representando conjuntamente el **76,8% del total** (68,7% en el caso del cacao, frente a un 8,1% del azúcar y dulces). Esto equivale a más de **120 millones de euros** en facturación conjunta, lo que supone una ligera subida frente al **76,2% de 2022** (Gráfico 5). La facturación conjunta de estos productos sigue consolidando su posición como el eje central del sector.

El café, por su parte, mantiene su relevancia como segundo producto más importante, representando el **15,0% de las ventas** en 2023 (facturación de **22,6 millones de euros**) con un ligero aumento frente al **14,9% de 2022**, cuando alcanzó una facturación de **21,5 millones de euros**.

En cuanto a los artículos distintos a alimentación, destaca el textil (ropa y artículos de hogar) como la categoría de mayor volumen de ventas, aunque representa un modesto **2,7% del total** de ventas en 2023, incluso ligeramente menor que el 3% de 2022, sugiriendo una disminución frente a la clara tendencia de crecimiento en períodos previos. Productos como complementos, decoración y otros artículos continúan manteniendo un volumen de ventas poco significativo en relación al conjunto del sector.

En categorías más específicas, el té e infusiones representan el **1,1% de las ventas**, mientras que “otros alimentación” se sitúa en el **3,3%**. Ambas cifras en 2023 indican muy leves descensos frente a los porcentajes de 2022 (1% y 3,5%, respectivamente).

Por último, los productos de higiene y cosmética natural muestran una participación residual del **0,2% en 2023**, continuando así en una posición de bajo impacto dentro de las ventas de Comercio Justo, sin cambios significativos en los últimos años.

El cacao y los dulces continúan liderando las ventas de Comercio Justo representando conjuntamente el 76,8% del total



Las ventas según canales de distribución

En 2023, los **supermercados y grandes superficies** consolidaron su posición como el principal canal de distribución de productos de Comercio Justo, generando el **81,9% de las ventas totales**. Este canal ha mostrado un crecimiento sostenido desde 2018, cuando representaba aproximadamente el **70% del total**, ganando casi **12 puntos porcentuales** desde 2018, lo cual refleja un importante rol en la accesibilidad y distribución de los productos de Comercio Justo.

El **sector HORECA** (hostelería, restauración y catering) ocupa el segundo lugar en ventas, con un **12,7% del total**. Este canal ha mostrado una estabilidad relativa tras la pandemia, pero está todavía lejos del 19,8% que representaba este sector en el 2018.

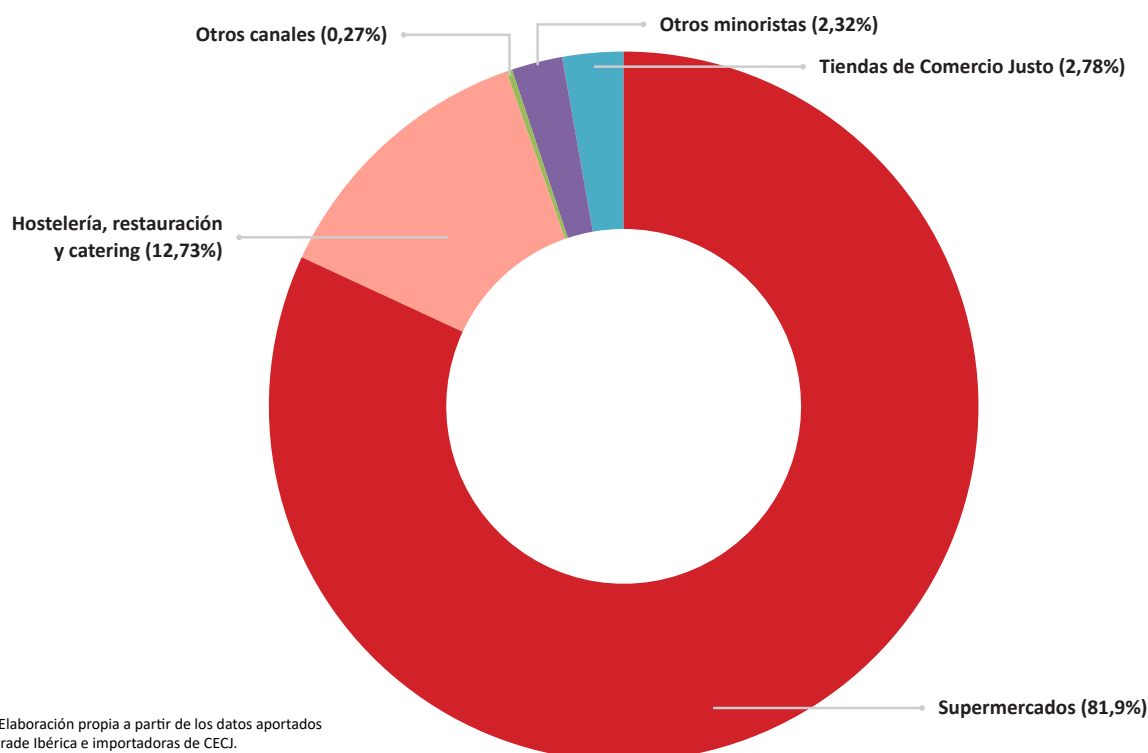
Por su lado, el **pequeño comercio**, que incluye tiendas especializadas de Comercio Justo y otras minoristas como herbolarios y tiendas de productos ecológicos, representa el **5,1% del total de ventas en 2023**, lo que supone un ligero descenso respecto al 5,6% de 2022. Dentro de esta categoría, las tiendas especializadas de Comercio Justo generan el **2,8% de las ventas**, con una facturación que

se mantiene respecto al año anterior en 4,5 millones de euros, mientras que otras minoristas contribuyen con el 2,3%, mostrando un peso decreciente en comparación con años anteriores. En 2018, el pequeño comercio representaba más del 8%, persistiendo la disminución de su relevancia frente a los grandes canales de distribución.

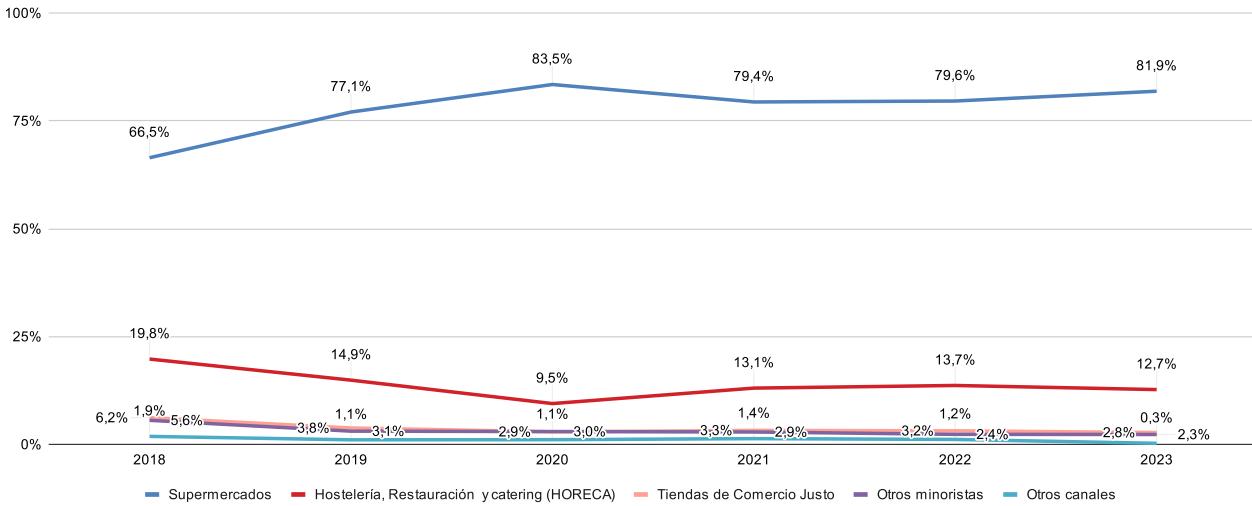
El pequeño comercio y los canales alternativos enfrentan desafíos para mantener su cuota de mercado en un entorno cada vez más dominado por supermercados y grandes distribuidoras. Estos datos subrayan la necesidad de que las tiendas especializadas fortalezcan sus estrategias de visibilización y comunicación del valor añadido de sus propuestas, ampliando su accesibilidad y manteniendo la pluralidad en la distribución de productos de Comercio Justo.

La estabilización observada tras la pandemia ha acentuado las dinámicas de concentración en los tres principales canales: grandes superficies, sector HORECA y pequeño comercio. Otros, como las ventas directas a empresas y administraciones públicas, han reducido progresivamente su participación en el volumen total de ventas de productos de Comercio Justo, quedando como una vía marginal dentro del sector.

Gráfico 7. Ventas de productos de Comercio Justo según canal de distribución, 2023 (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por Fairtrade Ibérica e importadoras de CECJ.

Gráfico 8. Evolución de la distribución de las ventas por canales, 2018-2023 (%).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos aportados por Fairtrade Ibérica e importadoras de CECI.

Las ventas de las importadoras

En 2023, la facturación de las importadoras de Comercio Justo alcanzó los **20,77 millones de euros**, lo que supone un incremento significativo respecto a los **17 millones de euros registrados en 2022** (Gráfico 9). Este crecimiento del **21,6%** marca una recuperación tras los descensos de años anteriores, representando la cifra más alta desde 2020.

Los **supermercados y grandes superficies** se mantienen como el principal canal de distribución para las importadoras, con unas ventas de **5,96 millones de euros**, consolidándose como el principal espacio en su comercialización de productos de Comercio Justo. Por su parte, las **tiendas especializadas y organizaciones de Comercio Justo** generaron **4,55 millones de euros**, manteniendo su relevancia aunque enfrentando una ligera disminución en su cuota de mercado frente a supermercados y grandes superficies. Otras minoristas, como herbolarios y tiendas ecológicas, registraron una facturación de **2,73 millones de euros**, lo que evidencia una tendencia descendente en los últimos años (Gráfico 9).

En contraste, los canales alternativos han mostrado un comportamiento positivo. El **sector HORECA (hostelería, restauración y catering)** alcanzó los **3,69 millones de euros**, consolidándose como un canal estratégico para las organizaciones importadoras, mientras que las máquinas de vending continúan su crecimiento con una facturación de **134.560 euros**, duplicando prácticamente las cifras de años anteriores. Las compras realizadas a importadoras por administraciones públicas y empresas completan el panorama, aunque con cifras más modestas, de **95.269 euros** y **134.802 euros**, respectivamente (Gráfico 9).

El aumento de la facturación en 2023 refuerza la idea de que las dificultades de los últimos años pudieron ser solo

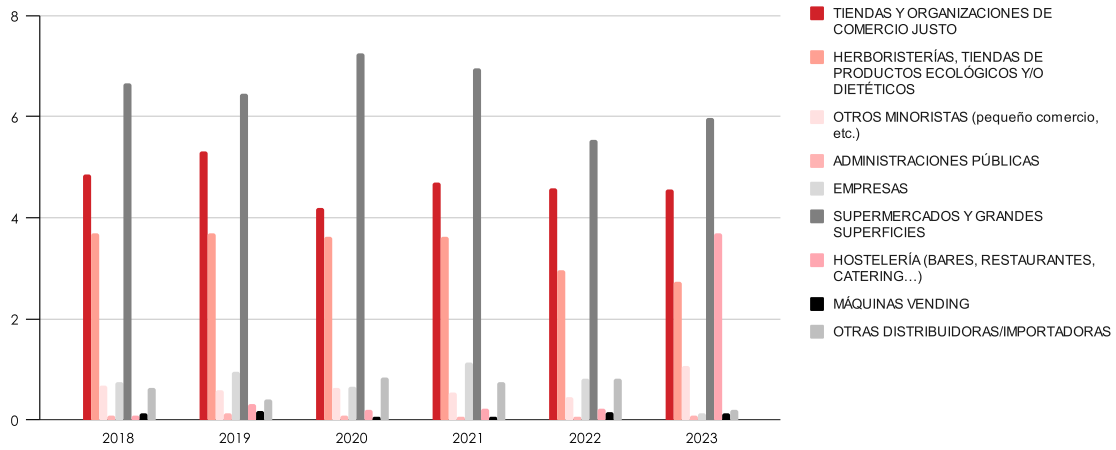
un bache temporal. Los resultados positivos en los canales HORECA el crecimiento en las ventas de las máquinas de vending o el afianzamiento del café o cacao como productos con mayor potencial son señales alentadoras para la generación de estrategias de venta en canales minoristas.

En términos de productos, la alimentación sigue representando la mayor parte de las ventas de las importadoras, con un **83% del total** (Gráfico 11). El **café** se consolida como el producto estrella, generando **5,54 millones de euros** y representando el **40,6%** de las ventas. Le siguen el **cacao y derivados**, con **3,61 millones de euros (26,4%)**, y el **azúcar y los dulces**, que alcanzaron los **2,94 millones de euros (21,6%)**. Otros productos de alimentación, como té e infusiones (**531.533 euros**) y cereales (**48.040 euros**), mantienen un peso más modesto sobre las ventas totales (Gráfico 11).

En cuanto a los productos no alimenticios, los artículos de **ropa, textil y complementos** destacan por su participación con **1,4 millones de euros** de facturación en 2023, mientras que la **cosmética** aportó **244.087 euros** consolidándose como una categoría residual pero estable. Estas cifras reflejan una estrategia más diversificada por parte de las importadoras frente a otros actores. (Gráfico 11).

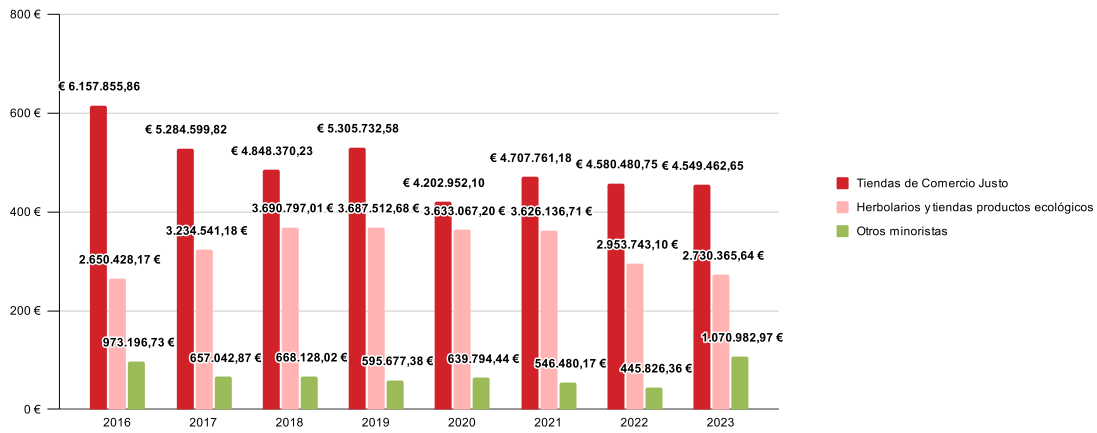
En 2023, la facturación de las importadoras de Comercio Justo alcanzó los 20,77 millones de euros

Gráfico 9. Ventas de Comercio Justo de las importadoras de la CECJ según canal de distribución, 2023.



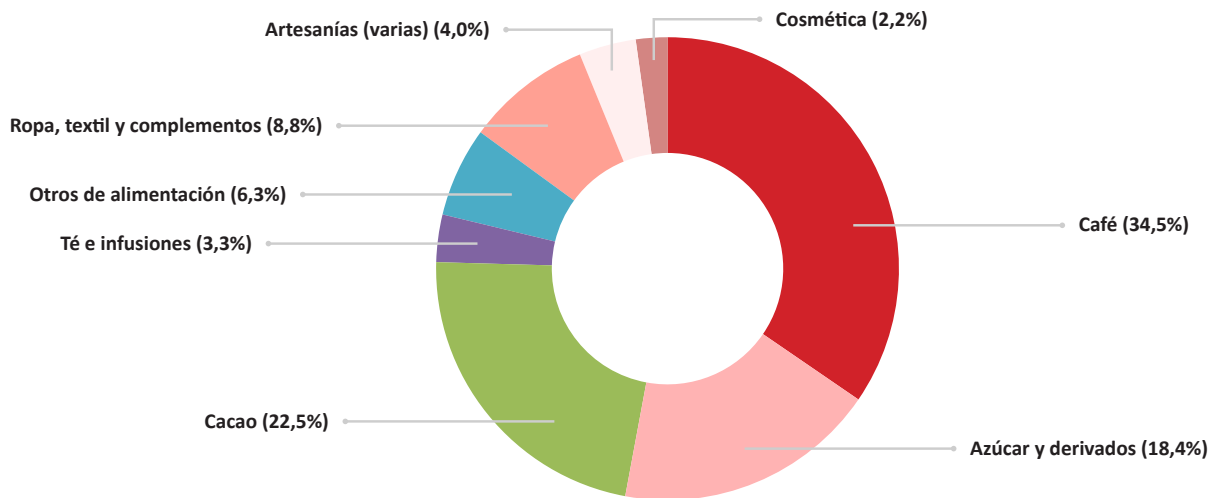
Fuente: elaboración propia a partir de datos aportados por las importadoras de Comercio Justo.

Gráfico 10. Ventas de productos de Comercio Justo en canales minoristas, 2018-2022



Fuente: elaboración propia a partir de datos aportados por las importadoras de Comercio Justo.

Gráfico 11. Ventas de las importadoras de la CECJ según producto, 2023 (%).



Fuente: elaboración propia a partir de datos aportados por las importadoras de Comercio Justo.

Las ventas de las tiendas minoristas

La evolución de las ventas de productos de Comercio Justo en los canales minoristas (Gráfico 10) muestra una disminución progresiva desde 2018, particularmente en **herbolarios y tiendas ecológicas**, que han experimentado una caída sostenida en los últimos años. Las **tiendas especializadas de Comercio Justo** también han reducido su participación, aunque siguen siendo un canal clave en el sector.

En 2023, las ventas en las tiendas de Comercio Justo gestionadas por organizaciones de la CECJ alcanzaron los **4,55 millones de euros**, una cifra prácticamente similar a los **4,58 millones de euros registrados en 2022**. Aunque representa una ligera reducción, este dato confirma la resistencia de estas tiendas frente a los retos económicos actuales, consolidándose como un pilar esencial dentro del Comercio Justo.

La categoría de **alimentación** sigue siendo la de mayor importancia en cuanto a ventas, representando aproximadamente el **51,6% de la facturación total** (2,45 millones de euros). Dentro de esta, los productos más vendidos son el **café**, con **863.009 euros**, seguido del **cacao y derivados** (**652.754 euros**) y el **azúcar** (**368.039 euros**). El **té e infusiones** mantiene su relevancia con una facturación de **152.015 euros**, mientras que otros productos de alimentación, como cereales y derivados, alcanzaron **411.000 euros**.

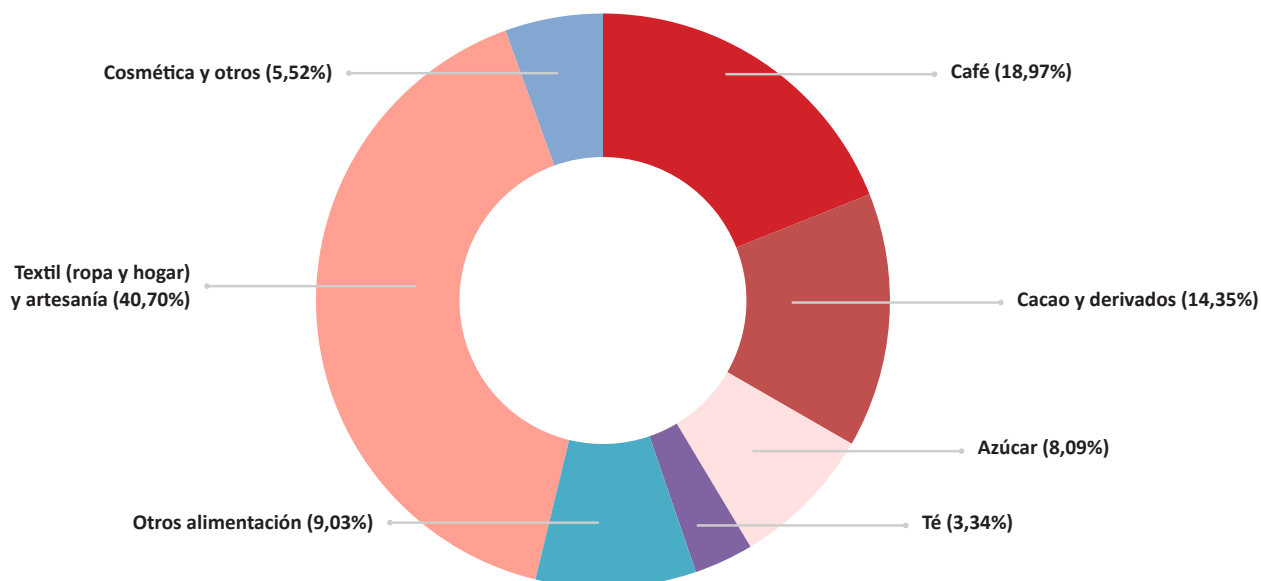
Por su parte, los artículos de **textil y artesanía**, que incluyen ropa, complementos, decoración y bisutería, genera-

ron **1,85 millones de euros**, representando el **39% de la facturación total**. Este desempeño resalta el papel de las tiendas de Comercio Justo como espacios clave para ofrecer una amplia variedad de productos que fomentan el consumo consciente y la sensibilización social.

Aunque las ventas totales en estas tiendas reflejan un peso económico limitado dentro del sector, su función es esencial. Además de ofrecer toda la gama de productos de Comercio Justo, estos establecimientos fomentan la sensibilización, la educación y la conexión directa con la sociedad, permitiendo a los consumidores cerrar el círculo de Comercio Justo. Las tiendas especializadas continúan siendo un espacio clave para mantener el compromiso social y ético que define este movimiento.

Las tiendas de Comercio Justo son espacios clave para ofrecer una amplia variedad de productos que fomentan el consumo consciente y la sensibilización social

Gráfico 12. Ventas en tiendas de Comercio Justo según producto, 2023 (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos aportados por las importadoras tradicionales de la CECJ.

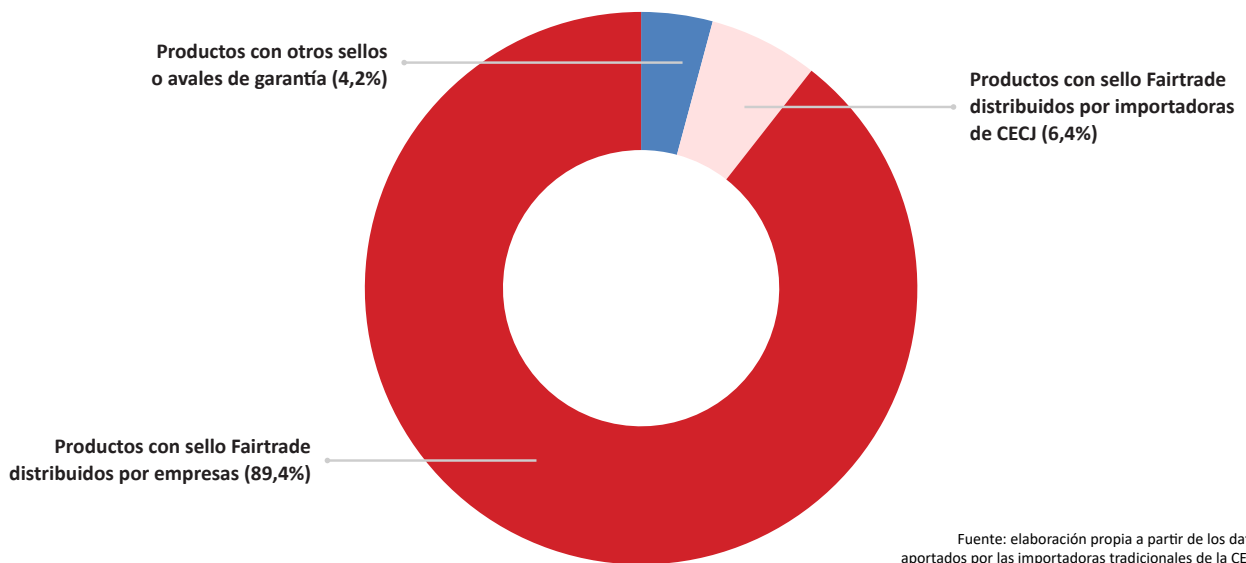
Certificaciones y garantías

El sello **Fairtrade** sigue siendo el que cuenta con mayor presencia en el mercado de Comercio Justo en el estado español, manteniendo su liderazgo con un **95,8% del total de productos vendidos**, que supone un porcentaje muy similar al **95,9% registrado en 2022**. Este dato confirma su hegemonía como la certificación más reconocida y extendida tanto a nivel nacional como internacional.

Del total de productos con certificación de Comercio Justo, el **89,4%** corresponde a productos con el sello Fairtrade distribuidos a través de empresas convencionales,

frente al **6,4%** comercializado por las importadoras de la CECJ. Estos datos reflejan una ligera disminución de la participación en las ventas de las importadoras (6,7% en 2022), y subraya la creciente presencia de empresas convencionales en la distribución de productos Fairtrade. El **4,2% restante** de la facturación de productos certificados corresponde a artículos con otros sellos de Comercio Justo o distribuidos bajo la “garantía de organización” de las importadoras de la CECJ. Este segmento, aunque reducido, mantiene su relevancia para personas consumidoras interesadas en opciones alternativas dentro del Comercio Justo.

Gráfico 13. Facturación por ventas de productos de Comercio Justo según certificación y tipo de entidad distribuidora, 2023 (% sobre el total).



El impacto de nuestras compras

América Latina sigue siendo la más beneficiada de las ventas de Comercio Justo en nuestro país, con 39 organizaciones productoras que representan el 28% del total. Le sigue Asia, con 44 organizaciones (31%), y África, con 31 organizaciones (22%).

Una parte de los productos procede de 27 organizaciones importadoras de Comercio Justo europeas, que trabajan en común con las importadoras de nuestro país. Estas organizaciones europeas destacan en la elaboración de artículos específicos.

En términos comerciales, los países con mayor volumen de transacciones con España en 2023 son Perú, India, Uganda, Paraguay y Guatemala, reafirmando la relevancia de estas naciones en la cadena de suministro.

¿De dónde vienen los productos?

Azúcar

El azúcar de Comercio Justo que encontramos en nuestro mercado procede de **25 organizaciones productoras en 12 países**, principalmente de **América Latina**, destacando **Perú, Paraguay y Ecuador**. También se importa desde **Asia**, concretamente de **Filipinas e Indonesia**, y desde **África**, siendo los principales proveedores **Mauricio y Malawi**.



Cacao

El cacao que consumimos procede de **24 organizaciones en 15 países**. Las principales proveedoras en **América Latina** están en la **República Dominicana, Bolivia, Perú y Ecuador**. En **África**, los países clave son **Costa de Marfil, Santo Tomé y Príncipe, Madagascar, Sierra Leona y Camerún**.

Café

El café, conocido como el producto con mayor diversidad de origen, es cultivado por **29 organizaciones productoras en 16 países** de los tres continentes. En **África**, los principales países productores son **Uganda y Etiopía**, que abastecen gran parte del mercado español. De **América Latina**, se destacan **Perú, Nicaragua, Guatemala y Colombia**, mientras que en una menor proporción se importa café de **Asia**, específicamente de **India y Papúa Nueva Guinea**.



Ropa, textil y complementos

La mayoría de los artículos de ropa, textil y complementos provienen de **Asia**, especialmente de **India**, donde **13 organizaciones productoras** abastecen al mercado español. Otros países a señalar son **Bangladés y Turquía**.

Estos datos subrayan el compromiso del Comercio Justo con regiones que históricamente enfrentan desigualdades económicas y vulneración de derechos esenciales, asegurando prácticas sostenibles y éticas en la producción.



Capítulo 2.

La mirada de la Economía Social y Solidaria en el Comercio Justo.

Las organizaciones y redes del movimiento del Comercio Justo formamos parte de la Economía Social y Solidaria y en 2023 continuamos sumando fuerzas en la lucha por un mundo más justo a través de actividades económicas éticas y sostenibles. Nuestros valores compartidos se trasladan a toda la cadena de producción y comercialización del Comercio Justo, donde están presentes los principios de la ESS: trabajo digno, equidad, reparto justo de la riqueza, compromiso con el entorno, sostenibilidad ecológica y cooperación.

Desde la CECJ somos parte de la Red de Economía Alternativa y Solidaria REAS Red de Redes. Como socia sectorial, coparticipamos en acciones de incidencia política con las administraciones públicas en distintos planos (desde el ámbito local al internacional, con procesos sectoriales y en alianza con otras organizaciones), propuestas de sensibilización, comisiones de trabajo... Todo ello desde la mirada colectiva con que la CECJ y REAS construimos una economía al servicio de las personas y el planeta.

Capítulo 2. La mirada de la Economía Social y Solidaria en el Comercio Justo

Redes de economía solidaria con mirada local-global

El mercado de Comercio Justo en el estado español se abastece de manera directa de productos procedentes de 141 cooperativas y organizaciones productoras de 46 países situados en regiones con alto índice de vulnerabilidad económica, ecológica y social. Muchas de estas cooperativas y organizaciones productoras, forman parte de redes locales de economía solidaria desde América Latina, África, Asia y Europa y, como tal, son el motor esencial del Comercio Justo como movimiento ético y sostenible. A su vez, las productoras son protagonistas de un movimiento que garantiza que los productos cumplan con los principios éticos y sociales del Comercio Justo. De esta forma, **la relación estable y duradera con las cooperativas y organizaciones productoras no solo garantiza productos de calidad bajo criterios éticos, sino que también fomenta el desarrollo económico y social en comunidades vulnerables.** La conexión del Comercio Justo con la ESS, por tanto, se nutre desde su origen de las relaciones con las productoras: la Economía Social y Solidaria forma parte de las raíces de la CECJ.

El Comercio Justo es Economía Social y Solidaria

El posicionamiento de la CECJ como parte de la Economía Social y Solidaria

La mirada de la Economía Social - conjunto de organizaciones que comparten características que las ubican formalmente como empresas y entidades no mercantiles - está dentro de la CECJ en la propia conformación jurídica de sus 24 entidades miembro (13 estatales y 11 de ámbito autonómico): 14 asociaciones (donde se encuentran las 11 entidades de ámbito autonómico), 6 fundaciones, 3 cooperativas y 1 congregación religiosa. Esto supone que, como entidad

de segundo grado, en la CECJ representamos a organizaciones donde las personas están por encima del capital.

Dando un paso más, la CECJ forma parte de la familia de la Economía Social y Solidaria (en adelante, ESS). **Desde 2015 somos socia sectorial de REAS Red de Redes**, organización representativa de la ESS en el estado español que aglutina redes sectoriales y territoriales comprometidas con una carta de principios que ponen en práctica la mirada del trabajo digno, equidad, reparto justo de la riqueza, compromiso con el entorno, sostenibilidad ecológica y cooperación. Antes de 2015, las entidades socias de la CECJ ya venían participando de otras redes territoriales socias de REAS Red de Redes, por lo que la presencia formal del movimiento de Comercio Justo dentro de REAS cuenta con un amplio recorrido.

Desde la CECJ, nuestro rol en REAS Red de Redes como entidad sectorial es esencial para visibilizar y contribuir al fortalecimiento de cuestiones donde **hemos venido trabajando durante años para la consecución de una legislación que se atreva a ir más allá de los mínimos europeos, que promueva un modelo comercial en el que importe el valor y no solo el precio.** Cuestiones como la transposición de la Directiva Europea de Compra Pública de 2014 y la Ley Española de Contratos del Sector Público de 2017 hicieron explícita la posibilidad de incorporar criterios sociales, medioambientales y de Comercio Justo en la contratación pública, en una lucha de nuestra organización alineada con REAS Red de Redes, que como organización representativa de la ESS ha tenido un papel de liderazgo en cuanto a la incidencia y seguimiento de la aplicación de ambas normativas. Desde la CECJ seguimos luchando por la obligatoriedad en la introducción de cláusulas de compra pública responsable que, en la práctica, promuevan la adquisición de productos de Comercio Justo a través de los procesos de contratación pública, en línea con reforzar normativas con potencial pero concreción insuficiente para favorecer la compra de productos de Comercio Justo, como el Plan de Compra Ecológica y el Plan de Impulso a la Contratación Socialmente Responsable.

En conexión directa con el vínculo Norte-Sur entre el Comercio Justo y la ESS, en el territorio español somos reco-

nocidas en la Ley 1/2023, de 20 de febrero, de Cooperación para el Desarrollo Sostenible y la Solidaridad Global, que menciona el Comercio Justo en su Artículo 12 en el ámbito de Fomento de la participación, la justicia global y la solidaridad por parte de las administraciones públicas, y en su Artículo 39, sobre Sector privado empresarial y economía social, en relación a los concursos y procesos de licitación de suministros de las actividades de la cooperación española, donde destaca la mención expresa en la Ley 30/2007 de Contratos del Sector Público, de 30 de octubre, que en su exposición de motivos señala entre las principales novedades “la creación de mecanismos que favorezcan nuevas exigencias sociales como son las de acomodación a un Comercio Justo”.

A su vez, **gracias a la ESS, desde la CECJ miramos cada año “hacia adentro” y realizamos la Auditoría Social**, herramienta desarrollada desde REAS, como ejercicio de transparencia y rendición de cuentas que nos permite continuar mejorando en el cumplimiento de indicadores alineados con la carta de principios de la ESS. Los indicadores de la auditoría social se construyen sobre los principios de la ESS, por lo que se conectan directamente con los principios universales del Comercio Justo reforzando el sentido de que desde la CECJ continuemos caminando hacia una mayor coherencia a través de nuestras prácticas internas y externas, posicionándonos también desde la ESS como aliada en la lucha por un mundo más justo.

UN MODELO INSPIRADOR

Mirando hacia Europa, el modelo francés es un referente que desde 2014 incorpora y define en su Ley sobre la Economía Social y Solidaria el concepto y principios universales de Comercio Justo. También ha abordado la inclusión del Comercio Justo en su normativa incorporando la perspectiva del Comercio Justo local y visualizándose ya frutos de la aplicación legislativa en forma de aumento de ventas de productos de Comercio Justo. En estado español, hemos empezado a dar pasos para desarrollar el Comercio Justo local, desde una perspectiva que incluye la mirada Norte-Norte junto a la perspectiva del Comercio Justo desde la relación Norte-Sur.

Buenas prácticas desde las administraciones públicas

Son numerosas las administraciones públicas del territorio español que, en distintos niveles y profundidad, han desarrollado buenas prácticas de promoción y fomento del Comercio Justo entre ciudadanía, empresas e instituciones. Algunas están recogidas en guías y manuales de la CECJ e incorporan la “doble mirada” Norte-Norte y Norte-Sur, suponiendo referencias de interés para visibilizar en la práctica la conexión entre Comercio Justo y ESS. Tres ejemplos interesantes:

- Experiencias locales en el sector HORECA donde se combina la promoción y comercialización de productos de Comercio Justo y comercio local, como la XXII Ruta del Pintxo en Portugalete (Bizkaia) o Red Café Ciudad / Xarxa Cafè Ciutat (en marcha desde 2008) ya con 11 municipios y cuenta con apoyo de la Diputación de Barcelona y la Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo, donde cada localidad utiliza su propia “marca” de café de Comercio Justo, fortaleciéndose - y aprovechándose - relaciones con proyectos de cooperación internacional para el desarrollo vinculados a cada municipio.

- La experiencia Bibliotecas sin Fronteras, lanzada desde la Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo (ACDD) en colaboración con las bibliotecas de Cataluña. Cada año se centra en una temática diferente, promoviendo en dos ediciones las Economías Transformadoras y ubicándose en este marco el Comercio Justo.
- Visibilización en ferias, mercados y otros espacios dirigidos a la ciudadanía en general donde se muestra el compromiso con el tejido de la ESS del Sur Global a través de un fuerte compromiso con la igualdad de género, como el ejemplo que se recoge en el Manual de Buenas Prácticas de Promoción de los ODS desde la ESS editado por REAS en relación la exposición “Empoderadas. Mujeres del Comercio Justo”.

Conclusiones

- La facturación de más de 156 millones de euros obtenida por el Comercio Justo a nivel estatal durante 2023 supone un crecimiento del 7% en relación al año anterior, y se ha nutrido principalmente de un aumento de los ingresos de las organizaciones importadoras de Comercio Justo así como de las ventas de productos con sello Fairtrade por parte de empresas convencionales.
- El consumo medio por habitante en Comercio Justo en territorio español durante 2023 fue de 3,20 euros, reflejando un leve crecimiento pero estando aún lejos de países vecinos europeos.
- Los supermercados y grandes superficies ganan cuota de mercado y continúan siendo el canal principal de ventas, seguido de lejos por el sector HORECA y en tercer lugar por el pequeño comercio, donde se sitúan las tiendas especializadas de Comercio Justo, que mantienen su nivel de facturación.
- Por productos, la alimentación continúa siendo la gran protagonista del Comercio Justo, con el cacao y dulces seguidos de lejos por el café como productos más comercializados, quedando el textil como siguiente fracción.
- El 95,8% del total de productos de Comercio Justo facturados en territorio español cuentan con el sello Fairtrade.
- Teniendo en cuenta el origen de los productos, la comercialización sigue siendo diversa y da continuidad al fuerte compromiso con el Sur Global que desde la CECJ y sus organizaciones socias se traslada a la ciudadanía, empresas y administraciones públicas.
- El trabajo de incidencia realizado desde la CECJ, en coordinación con organizaciones como REAS Red de Redes, es muestra clave de que la ESS es parte de nuestro ADN. El movimiento del Comercio Justo en alianza con REAS es clave para mostrar cómo una actividad económica y comercial desarrollada desde criterios éticos y sostenibles puede contribuir a construir un mundo más justo para las personas y el planeta.



ORGANIZACIONES MIEMBRO DE LA COORDINADORA ESTATAL DE COMERCIO JUSTO

ADIS-EQUIMERCADO

C/S, Nave 8. Pol. Industrial Noáin-Esquíroz
31191 Esquíroz (Navarra)
Tel: 948 302 450
www.equimercado.org

ALTERNATIVA 3

Ctra. Castellar 526
08227 Terrassa
Tel: 93 786 93 79
www.alternativa3.com

CÁRITAS - RED INTERDIOCESANA DE COMERCIO JUSTO

C/ Embajadores, 162
28045 Madrid
Tel: 91 444 10 00
www.caritas.es

ECOSOL

C/ Arzobispo Mayoral, 4
46002 Valencia
Tel: 96 370 91 58
www.ecosol.ongd.es

ESPANICA

C/ La Avena, 1. Nave 2
28914 Leganés (Madrid)
Tel: 91 672 09 05
www.espanica.org

FAIRTRADE IBÉRICA

Impact Hub Madrid, C/ Alameda, 22
28014 Madrid
Tel: 91 543 33 99
www.sellocomerciojusto.org

FUNDACIÓN ISABEL MARTÍN

C/ Mayor 6 - Local
50001 Zaragoza
Tel: 876 280 063
www.fundacionisabelmartin.es

FUNDACIÓN TRABAJO Y DIGNIDAD

C/ Poeta Ángela Figuera, 18
28003 Madrid
Tel: 91 533 18 99
www.trabajoydignidad.org

FUNDACIÓN VICENTE FERRER

c/ Nicaragua, 27-29. Local
Barcelona 08029
Tel: 971 22 01 09
www.fundacionvicenteferrer.org

IDEAS

C/ El Carpio, Parcela 55
Pol. Dehesa de Cebrián
14420 Villafranca (Córdoba)
Tel: 902 10 71 91
www.ideas.coop

KIDENDA

C/ Viuda de Epalza, 6
48005 Bilbao
Tel: 94 479 28 62
www.kidenda.org

LA TENDA DE TOT EL MÓN

Pasaje Vicente Moliner, 4
46520 Puerto de Sagunto
Tel: 96 267 90 26
www.la-tenda.org

MEDICUS MUNDI ÁLAVA

C/ Los Isunza, 9 - 1º Dcha.
01002 Vitoria
Tel: 94 528 80 31
www.medicusmundi.es/alava

OXFAM INTERMÓN

C/ Luis Pasteur, 6 (Parque Tecn.)
46980 Paterna (Valencia)
Tel: 961 366 275
www.oxfamintermon.org

PETJADES

Avda. Tres Cruces, 49
46018 Valencia
Tel: 96 383 00 99

PROYDE

Marqués de Mondéjar, 32
28028 Madrid
Tel: 91 356 06 07
www.proyde.org

S'ALTRA SENALLA

Arxiduc Lluís Salvador, 24
07004 Palma de Mallorca
Tel: 971 291 231
<http://saltrasenalla.org>

SETEM (FEDERACIÓN)

C/ Gaztambide, 50
28015 Madrid
Tel: 91 549 91 28
www.setem.org

SETEM ANDALUCÍA

C/ Palencia, 33, Local 19
18008 Granada
Tel: 958 81 89 38
www.setem.org/andalucia

SETEM CATALUNYA

Bisbe Laguarda, 4
08001 Barcelona
Tel: 934 415 335
www.setem.org/catalunya

SETEM HEGO HAIZEA

C/ San Vicente Paúl, 10
01001 Vitoria-Gasteiz
Tel: 945 12 07 46
www.setem.org/euskadi

SETEM MCM

C/ Gaztambide, 50
28015 Madrid
Tel: 91 549 91 28
www.setem.org/madrid

SETEM NAVARRA-NAFARROA

Mercaderes, 20
31001 Pamplona-Iruña
Tel: 952 22 15 64
www.setem.org/navarra

FUNDACIÓN TALLER DE SOLIDARIDAD

Lope de Rueda, 46. 2ºE
Madrid 28009
91 535 95 58
<https://www.tallerdesolidaridad.org>

ORGANIZACIONES COLABORADORAS

ETICAMBIO

C/ El Limonero, 2, Nave 3
30850 Totana (Murcia)
Tel: 722 431 055
www.eticambio.es

EQUITABLES

Carrer de la Marina, 65-51
07620 Lluçmajor (Illes Balears)
Tel: 601 906 404
www.equitable.org

FEDERACIÓN ARAGONESA DE SOLIDARIDAD

c/ Espoz y Mina, 14. ppal dcha.
50003 Zaragoza
<https://aragonsolidario.org/>

LA COORDI. COORDINADORA PEL COMERÇ JUST I LES FINANCES ÈTIQUES

c/ Bisbe Laguarda, 4
08001 Barcelona
<https://comercjustibancaetica.org/>

OIKOCREDIT EUSKADI

c/ Viuda de Epalza, 6
48005 Bilbao
<https://euskadi.oikocredit.es/es/>

REDES INTERNACIONALES DE COMERCIO JUSTO

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO JUSTO

<http://wfto.com/>

FAIRTRADE INTERNATIONAL

<https://www.fairtrade.net/>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO JUSTO, RED EUROPEA

<http://www.wfto-europe.org/>

SÍMBOLO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES

<http://spp.coop/>

FAIR TRADE ADVOCACY OFFICE

www.fairtrade-advocacy.org/



Gaztambide, 50
28015 - Madrid
www.comerciojusto.org



Con financiación de:

