

GEPA[®]



La crónica de la GEPA

- 1970* Con motivo de su actitud crítica frente a la política estatal de desarrollo, las federaciones juveniles de las iglesias, aej y BDKJ, inició en 1970 marchas de hambre en 70 ciudades alemanas, movilizando 30'000 participantes.
- 1971* Por esto se originó el movimiento „Aktion Dritte Welt Handel“ (A3WH – acción de comercio con el Tercer Mundo). Las mercancías eran un medio político: „Lernen durch Handeln“ (aprender comerciando).
- 1972* 1972 Se fundó la „Gesellschaft für Handel mit der Dritten Welt“ (sociedad para el comercio con el Tercer Mundo) en Würselen cerca de Aquisgrán (una sociedad filial en un 100 por ciento de S.O.S. en los Países Bajos) a fin de facilitar la distribución de mercancías, las cuales tenían que comprarse en los Países Bajos.
Erwin Mock, jefe del departamento „Bildung und Pastoralarbeit“ (formación y trabajo pastoral) de Misereor hasta 1997, era socio de ésta sociedad comercial, junto con un representante de S.O.S.
- 1973* La acción „Indio-Kaffee aus Guatemala“ (café Indio de Guatemala) tuvo mucho éxito con el lema „Hilfe zur Selbsthilfe“ (ayuda a auto-ayuda).
- 1974* La organización precursora de GEPA se estableció en Wuppertal bajo el nombre de „Gesellschaft für Partnerschaft mit der Dritten Welt“ (GFP – sociedad para la solidaridad con el Tercer Mundo).
- 1975* La fundación de GEPA: El día 14 de mayo de 1975, A3WH (acción de comercio con el Tercer Mundo), Kirchlicher Entwicklungsdienst (KED – servicio de desarrollo de la Iglesia Evangélica), Misereor y la recién creada Arbeitsgemeinschaft Dritte Welt Läden (asociación de las tiendas de mundo) firmaron el contrato social de GEPA como „brazo económico“ del movimiento. El volumen de negocios del año inicial fue de EUR 1.33 millones.
- 1976* Se adoptaron los primeros criterios para la selección de socios-proveedores.
- 1978* 1978 Aprender y comerciar eran de igual importancia: „Wandel durch Handel“ (cambio mediante el comercio). ¡Las bolsas hechas de yute de Bangladesh portando el eslogan „Jute statt Plastik“ (yute en vez de plástico) se hicieron el símbolo del movimiento alternativo en favor de un estilo de vida diferente!
- 1980* „Solidaridad con Nicaragua“: ¡Siguió en 1980 la era del café Nicaragua: (tristemente) célebre y con un carácter igualmente simbólico!
- 1985* Diez años después del inicio, existían unas 200 tiendas de mundo; GEPA alcanzó un volumen de ventas de EUR 8.2 millones, su personal se habiendo triplicado a 39 personas.
- 1986* GEPA llevó a cabo verdadero trabajo de pionero, lanzando al mercado el primer café orgánico proveniente del Comercio Justo: el Café Organico de UCIRI (una unión de cooperativas agrícolas).

- 1987* GEPA y a la empresa Stassen Natural Foods de Sri Lanka iniciaron un proyecto pionero único en el mundo: el té orgánico.
- 1988* Las ventas estancaban entre 1986 y 1988 al nivel de EUR 9.2 millones. Debido al fracaso del acuerdo internacional del café en 1989, el precio mundial cayó debajo de USD 60 hasta los primeros años noventa. Los socios-proveedores preguntaban cada vez más por posibilidades adicionales de mercadeo.
- 1989* En 1989 el café GEPA se testó con éxito en los supermercados. El primer catálogo se publicó en 1991. Al mismo tiempo se inauguraron los centros regionales del Comercio Justo de Berlín y Dresden.
- 1992* Se estableció la organización otorgante del sello de calidad del Comercio Justo TransFair a fin de facilitar la expansión del Comercio Justo. Al mismo tiempo se inició la sección de consumidores a gran escala. Las secciones tradicionales de GEPA iban creciendo igualmente: había 600 tiendas mundiales con su oferta justa.
- 1993* El café GEPA consumiéndose en el Parlamento Federal, se originó el departamento del comercio minorista de comestibles. El volumen de negocios aumentó enormemente de EUR 14.3 millones en 1991/92 a EUR 19.43 millones en 1992/93 y a EUR 25.6 millones en 1993/94.
- 1994-1996* Durante los años de gran crecimiento se originaron pérdidas (los gastos superaron los ingresos). Sorprendentemente, en el ejercicio 1995/96 las ventas bajaron por la primera vez desde 1990. Mediante un proceso de reestructuración amplio y consecuente durante los años 1994 a 1996, GEPA logró hacerse económicamente sostenible – un paso importante que muestra que el Comercio Justo es de beneficio para todos los participantes y que una sociedad de Comercio Justo no es ninguna empresa que requiere subvención.
- 1995* Se fundó Fair Trade Beteiligungsgesellschaft (compañía asociada del Comercio Justo), una sociedad filial de gepa a fin de ofrecer préstamos a la GEPA para su comercio con su enorme necesidad de capital.
Los socios de GEPA fundaron Fair Trade Verein (asociación del Comercio Justo), una sociedad afiliada de la gepa. Más tarde, la asociación fue encargada del trabajo de formación y de la promoción de los socios-proveedores.
- 1996-97* Vamos nuevos caminos expandiendo:
En 1996, se inició un proceso amplio de reestructuración implicando numerosas medidas de economía tales como reducción de personal así como cesación de centros regionales y de la venta por correspondencia. Además, los socios aumentaron el capital propio de GEPA.

El proceso de reestructuración ha resultado en nuevos caminos sostenibles. En 1996 se originó un servicio de asesoría para las tiendas de mundo. Desde 1996/97 se han desarrollado cada vez más productos alimenticios innovativos para el Comercio Justo tales como cappuccino soluble o crema de turrón. Una nueva línea de chocolates se ha hecho la base de un surtido de dulces creciente. El Comercio Justo ha integrado a productores de pequeñas industrias ofreciendo productos tales como pelotas o artículos domésticos de acero afinado. Por un lado, el surtido ha sido reducido; por otro lado, se ha desarrollado un surtido de productos no comestibles atractivos para las tiendas de mundo.
- 1997* El nuevo domicilio en un lugar central de Wuppertal y con un espacio amplio (almacén: 5'000 m², oficinas: 1'400 m²) para las secciones de distribución y administración, las cuales habían estado separadas hasta entonces, ha mejorado la coordinación y comunicación. Se inició una cooperación exitosa con Misereor-Vertriebsgesellschaft y Otto-Versand, dos casas de ventas por correspondencia.
Se inició la campaña de profesionalización para las tiendas de mundo. Los paquetitos de café principales de la GEPA ganaron el premio europeo de plata para embalajes de un impacto positivo en términos innovadores, ecológicos y creadores.
- 1998* 1998 Fair Pay – Fair Play (paga justa, juego limpio): GEPA llamó la atención pública sobre la paga baja así como el trabajo infantil en la industria pakistani de pelotas. En un año se vendieron más de 100'000 pelotas provenientes del Comercio Justo.

Se lanzó el primer café de cooperación especial con un embalaje propio: Münster-Kaffee. Iban siguiendo numerosos cafés regionales y de Agenda.

1999

También el Ministro Federal del Medio Ambiente, Jürgen Trittin, fomentó las pelotas justas de GEPA.

Desde 1999 Karstadt, junto a TransFair y GEPA, lleva a cabo semanas de acciones regulares promocionando productos provenientes del Comercio Justo de manera especial.

A pesar de competencia fuerte en el mercado de café, GEPA logró alcanzar su volumen extraordinario del año anterior.

Una nueva campaña reveló los problemas de la manipulación genética y de las patentes sobre simientes mediante el ejemplo del arroz.

www.gepa3.de: GEPA publica su página internet con su tienda virtual.

2000-2005

Orientado al futuro y al nuevo milenio: Las ventas van aumentando continuamente de ca. EUR 31 millones en el ejercicio 2000/01 a EUR 35 millones en 2002/03.

¡El 14 de mayo de 2000 GEPA cumple 25 años!

2001

Comercio „injusto“? El 16 de mayo de 2000 el movimiento de Comercio Justo fue perturbado por un reportaje crítico en la emisión de televisión „Frontal“ del segundo canal alemán. Gracias a trabajo de información intenso en cooperación con TransFair y todos los dedicados, GEPA puede aclarar y neutralizar gran parte de los impactos negativos.

El estudio „Entwicklungspolitische Wirkungen des Fairen Handels“ (impactos del Comercio Justo en términos políticos y de desarrollo), llevado a cabo por organizaciones afiliadas al Comercio Justo (Misereor, Pan para el Mundo, Fundación Friedrich Ebert) reavivó la discusión sobre el impacto político del Comercio Justo.

En septiembre de 2001 tuvo lugar por primera vez la „Faire Woche“ (semana justa), organizada por todos los agentes del Comercio Justo y favorecido por el Ministerio Federal de Cooperación Económica (BMZ).

A fines de 2001 las cuatro redes internacionales del Comercio Justo actuando bajo el acrónimo de FINE (FLO – Fair Trade Labelling Organization, organización otorgante del sello de calidad del Comercio Justo; IFAT – The International Fair Trade Association, federación internacional del Comercio Justo; NEWS! – Network of European World Shops, red europea de tiendas de mundo; EFTA – European Fair Trade Association, federación europea del Comercio Justo) aprueban el documento común „Grundlage für eine verbesserte Zusammenarbeit im Fairen Handel“ (base de una cooperación mejorada en el Comercio Justo).

GEPA, siendo un miembro IFAT y concesionario del sello internacional de FLO, toma parte activamente en los procesos básicos de reticulación en el Comercio Justo. Un estudio amplio comprueba la observación de los estándares IFAT dentro de la organización de GEPA.

2002

2002 Se funda el Forum Fairer Handel (foro del Comercio Justo). Los miembros del foro son organizaciones que trabajan exclusivamente en el Comercio Justo como GEPA, y agentes que consideran la promoción del Comercio Justo como uno de los puntos principales de su trabajo como, por ejemplo, los socios de GEPA Misereor y EED (servicio de desarrollo de la Iglesia Evangélica). Como base comunitaria los miembros aprueban un documento fundamental, en el cual queda establecido, entre otros puntos, la fijación estratégica de los objetivos y los principios generales del Comercio Justo.

GEPA juega un papel decisivo en la primera Faire Woche (semana justa) nacional mediante la acción exitosa „Deutschland frühstückt fair“ (Alemania toma un desayuno justo).

Los actores populares de televisión, Klaus J. Behrendt y Dietmar Bär de la serie policial Tatort, apoyan a GEPA con un desayuno justo.

Bajo el lema „bio & fair“ (orgánico y justo) GEPA es muy exitosa especialmente en los supermercados. En un estante propio se ofrecen exclusivamente productos orgánicos provenientes del Comercio Justo.

2003

El sistema de distribución para las tiendas de mundo y los grupos de acción va optimizándose. 15 Regionale Fair Handelszentren (RFZs – centros regionales del Comercio Justo) en toda Alemania asesoran los clientes de las regiones respectivas.

La barra de chocolate „Bio Noir Orange“ es premiada como producto del año de la feria internacional de productos orgánicos y naturales BioFach 2002. No solamente en ésta ocasión se va rentando la política de calidad perseguida durante los años pasados en todas las secciones de productos: Productos de la gepa han sido testeados varias veces con resultados buenos y óptimos que se publicaron en las revistas ecológicas „Ökotest“ y „Stiftung Warentest“. El surtido exitoso de espresso y otras especialidades de café se va estableciendo con éxito. Muchas catas ciegas en la sección de consumidores a gran escala han dado resultados excelentes de primera calidad para los productos GEPA.

Junto con otras organizaciones europeas de Comercio Justo el socio-proveedor de Sri Lanka celebra “15 años de té orgánico” con una fiesta en verano de 2002. A mediados del año GEPA se hace co-sostenedora de la campaña “Jecke Fairsuchung” (seducción dulce y justa), distribuyéndose por primera vez dulces provenientes del Comercio Justo.

Disfrazados como Viejos Pascueros y con chocolate de la gepa, protestaron miembros de la organización BUND (unión para el medio ambiente y la protección de la naturaleza) contra la contaminación de alimentos con organismos genéticamente manipulados.

KDFB (unión de mujeres católicas) presenta su primer café de cooperación participativa, acompañado por el trabajo de prensa. El café se ha desarrollado junto a GEPA “por mujeres y para mujeres”. Más del 50 por ciento del café crudo viene de la cooperativa de campesinas RAOS de Honduras.

Por primera vez, en 2002 GEPA ha editado un calendario de adviento del Comercio Justo relleno de chocolates orgánicos. Un alumno del cuarto grado ha ganado un concurso acerca del mejor dibujo para servir de diseño atractivo del calendario. La actriz Liz Baffoe promueve el calendario.

A fines del año GEPA se hace co-fundadora del Forum Fairer Handel „foro del Comercio Justo“ para el fomento del Comercio Justo.

2003

GEPA está participando activamente en la campaña de la iniciativa de consumidores realizada a lo largo del país a iniciativa del gobierno federal: “fair feelds good” (lo justo se siente bien).

2004

También en el ejercicio 2003/04 las ventas de GEPA van creciendo, yendo contra la corriente. Los aumentos de venta más grandes se obtienen en el sector de comercio minorista de comestibles con más del 10 por ciento. El volumen de negocios total es de EUR 36.8 millones.

En otoño de 2004, „Die Sternsinger“ (obra pontifical de misión para niños) se hace socio de GEPA. Junto con Weltladen-Dachverband (federación de tiendas de mundo) GEPA viene realizando la campaña “Weltladen 2006” (tienda de mundo 2006). Las tiendas reciben materiales para una presentación homogénea y comunitaria así como asesoría de profesionalización.

2005

GEPA inaugura su primera tienda de mundo propia en Wuppertal a principios de 2005. La compañía asociada a fin de ofrecer préstamos cumple 10 años. En el curso de los años, individuos y organizaciones han ofrecido EUR 3.5 millones como préstamos para el fomento del Comercio Justo de GEPA.

GEPA cumple 30 años con festividades a lo largo del país bajo el lema “fair forever” (justo para siempre) y un festival el 21 de mayo de 2005 en Wuppertal.

2006

GEPA recibe una nueva cara: durante la feria internacional de productos orgánicos y naturales BioFach 2006 en Nuremberg, ¡el nuevo Corporate Design de GEPA se presente por la primera vez a la clientela técnica interesada! Un nuevo logo, un diseño de empaque moderno y atractivo así como una presentación internet más moderna, comfortable e informativa señalan el camino hacia un futuro exitoso del Comercio Justo de GEPA.