

GEPA
Taste a fair world!

Memoria 2024

*** ¿Nuestro ingrediente más valioso? La justicia.**
Con cada compra, apoyas la sostenibilidad social, económica y medioambiental. ¡Goza de tu justicia!

Un saludo del presidente federal Frank-Walter Steinmeier con motivo del 50.º aniversario de GEPA



Foto: Gobierno federal de Alemania/Steffen Kugler

Las relaciones comerciales justas son tan sencillas como lógicas: el productor y el mayorista acuerdan un precio razonable, y luego el producto aparece en las estanterías de la tienda. ¡Aunque bien sabemos que la cosa no es tan sencilla! Precisamente las asociaciones de productores de mercancías agrícolas y artesanales del Sur Global con frecuencia no son capaces de afrontar esa «libre interacción» de las fuerzas del mercado. Por eso es tan relevante que los importadores como GEPA nos recuerden siempre que en el comercio con pequeños agricultores y artesanos de los países en desarrollo es imprescindible tener en cuenta también factores como la salud, la educación y la conservación de los recursos naturales.

Esta «visión integral del mercado» la conocemos en la República Federal de Alemania en forma de cogestión, legislación sobre la competencia y normas medioambientales. ¡Por suerte, GEPA aplica los principios de la economía social de mercado también en el comercio mundial con pequeños agricultores y artesanos! Y actualmente vemos que ese compromiso con la justicia climática entre el Sur y el Norte Globales está recibiendo cada vez más la atención que merece. Porque lo que está en juego aquí es, ni más ni menos, nuestro futuro y una convivencia justa en la Tierra.

Junto con el movimiento de Tiendas del Mundo, de inspiración eclesiástica, GEPA ha logrado alcanzar en el comercio con sus productores y comerciantes del Sur Global una fiabilidad en el comercio de cosechas y productos estacionales que da ya sus frutos desde hace generaciones. Con ello, GEPA contribuye desde hace muchos años a llamar la atención sobre el comercio justo, también entre nosotros. Quisiera darles las gracias y animarles con ocasión de su aniversario a seguir trabajando en el futuro por una mayor humanidad en
en el trato con los productores del Sur Global. Nuestro objetivo debe ser que los principios del comercio justo pasen de ser una excepción a ser la regla.

Cordialmente les saluda



50 años de GEPA – Taste a fair world!



Estimadas y estimados clientes y personas comprometidas con el comercio justo:

Medio siglo de compromiso con un comercio mundial más justo. Celebramos este aniversario en 2025 con orgullo y con el viento a favor, porque logramos finalizar con gran éxito el ejercicio de 2024, pese a los considerables desafíos económicos y políticos a que nos enfrentamos. Queremos dar las gracias a todos nuestros socios comerciales del Sur Global, a nuestra comunidad de clientes y a las personas comprometidas con el movimiento del comercio justo por la gran confianza que depositaron en nosotros.

Respecto al año anterior, nuestra facturación de mayoristas creció en torno a un 10,9 %, situándose en 84,8 millones de euros. También el comienzo de este año en que celebramos nuestro aniversario resultó satisfactorio, pese al aumento de los precios de las materias primas en el mercado mundial. Y el hecho de que los consumidores y consumidoras sigan apostando conscientemente por productos procedentes del comercio justo es para nosotros una señal muy positiva.

Desde nuestra creación en 1975, el comercio justo es nuestro único objetivo empresarial. Lo llevamos en nuestro ADN, y eso nos diferencia de muchos otros actores. Y de ahí surgió un movimiento: los jóvenes tomaron la iniciativa, desarrollaron visiones para lograr unas estructuras comerciales más justas, crearon las Tiendas del Mundo y, finalmente, fundaron GEPA. Desde entonces seguimos trabajando para lograr unas cadenas de suministro justas.

Si echamos una mirada a los hitos de las últimas cinco décadas, desde la campaña «Yute en lugar de plástico» hasta «organico», el primer chocolate ecológico con leche procedente del comercio justo, veremos que para nosotros el trato justo no era una moda, sino más bien una actitud. Esta actitud es más actual que nunca: como pioneros en el comercio justo, hace ya 50 años que dimos visibilidad a las personas que hay detrás del producto. Con la justicia como nuestro «ingrediente más valioso», avanzamos hacia el futuro. Y esto se refleja en nuestra campaña de posicionamiento, que es la continuación de la exitosa campaña digital de barritas de chocolate lanzada el año pasado.

Nuestro camino sigue siendo justo y con vocación de futuro. «Taste a fair world» no es solo el lema de nuestro aniversario, sino también nuestra motivación para los próximos 50 años.

Matthias Kroth | Dr. Peter Schaumberger
Gerentes de GEPA mbH

50 AÑOS DE GEPA

La felicitación de la ministra de Desarrollo



«Ustedes hacen políticas de desarrollo concretas: estableciendo verdaderas relaciones de colaboración, ofreciendo mejores ingresos a las personas que trabajan en la producción, velando por la protección del clima en el curso de esos procesos y dando proyección a unas voces fuertes procedentes del Sur Global. Es una actitud valiente, es eficaz y es justo lo que hace falta, hoy más que nunca. ¡Les doy las gracias por su gran compromiso, su visión y su tenacidad!»

Reem Alabali-Radovan
Ministra federal de Desarrollo y Cooperación Económica

Nos complace compartir el saludo en video de la ministra federal, que nos hizo llegar el 4 de julio con ocasión del aniversario.

Encontrarán otras felicitaciones, información y los hitos más destacados de nuestro 50.º aniversario en: gepa.de/50jahre

Foto: Gobierno federal de Alemania/Steffen Kugler

Nueva imagen de marca digital

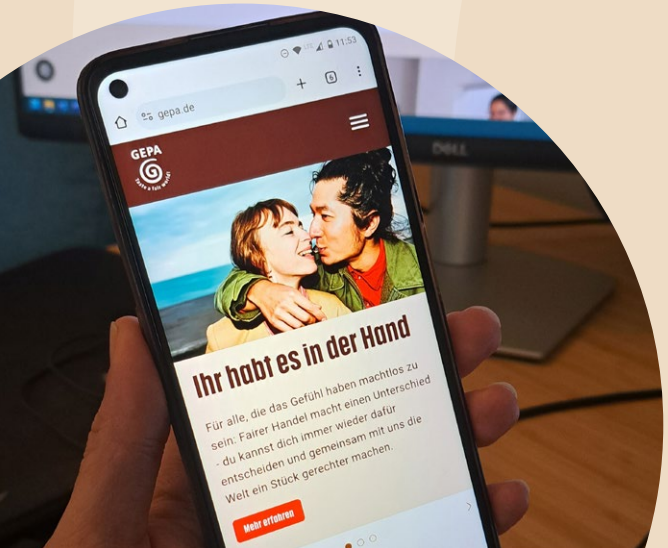
En el marco del relanzamiento de la marca iniciado por GEPA en 2024, también adaptamos nuestra presencia en línea a la nueva imagen de marca. Por ello, «Taste a fair world» también se encuentra ahora reflejado en el medio digital.

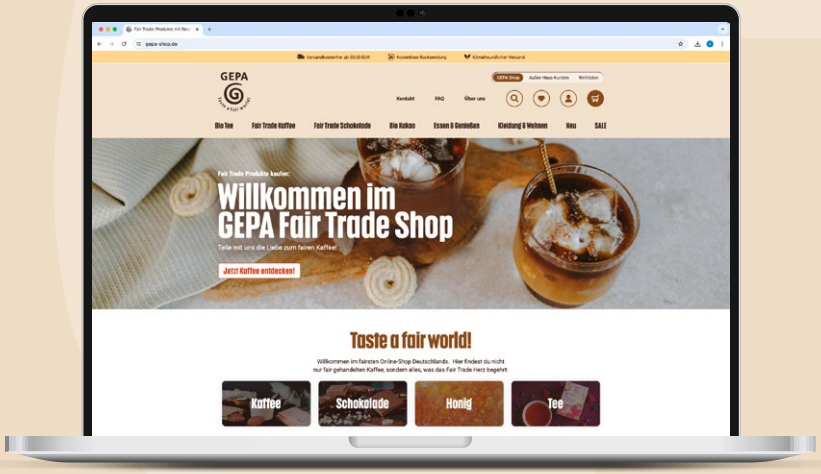
Desde mayo de 2025, la página web de la empresa, **gepa.de**, refleja en su conjunto la nueva imagen de marca, y la «tarjeta de visita» de GEPA presenta un aspecto renovado. En junio, también las tiendas online de **gepa-shop.de** incorporaron un nuevo diseño y ofrecen ahora una experiencia de compra integral y optimizada.

En ambos proyectos, el objetivo principal claramente era facilitar la tarea al usuario, como se puede ver en la clara disposición de las interfaces, la mejora en el empleo desde el teléfono celular y su diseño sin barreras.

En **gepa.de**, agrupamos ahora en el nuevo apartado «Socios comerciales» toda la información y las historias sobre las personas que están detrás de nuestros productos. Otros aspectos destacados son el nuevo módulo de noticias, la nueva página de videos y la llamativa función de búsqueda. También se incluyen en gepa.de las páginas de información para distribuidores.

En las nuevas tiendas online en **gepa-shop.de**, el nuevo megamenú no solo ofrece una buena visión de conjunto de nuestros productos de comercio justo, sino que también invita a dejarse llevar por la inspiración ¡en la «tienda online más justa de toda Alemania»!







«La relación que tenemos con GEPA no solo nos ayuda a nivel comercial, sino que nos permite afrontar mejor los desafíos que nos plantea aquí el cambio climático».

Barend Salomo, gerente de WORC, Wupperthal Original Rooibos Cooperative, de Sudáfrica

50 AÑOS DE GEPA

La lucha contra el cambio climático

Con la introducción de métodos de cultivo sostenibles, GEPA apoya a los agricultores de la cooperativa WORC en Sudáfrica para asegurar sus ingresos y, por lo tanto, su supervivencia. Los miembros de WORC cosechan cuidadosamente a mano el té rooibos ecológico y lo procesan según métodos tradicionales. Así, este té sin cafeína adquiere su característico y delicado sabor.

Encontrarán más información al respecto en el reportaje: gepa.de/worc-reportage



CAMPAÑA DIGITAL 2025

Trato justo con la actitud correcta



¿Qué es lo que quieres potenciar?

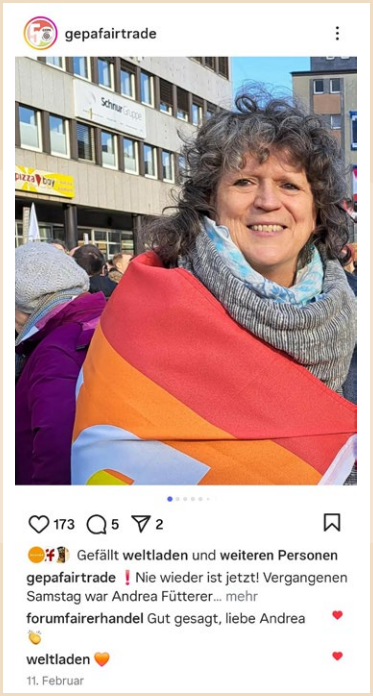
Con humor y aspecto de pegatina, ponemos a prueba en nuestra campaña digital 2025 las decisiones de consumo cotidianas: rápido y barato, o consciente y justo con GEPA. Nuestro objetivo es mostrar que cada día y, sobre todo, al consumir y al comprar, podemos decidir quiénes somos.

A través de nuestros canales de redes sociales, de los anuncios en esas mismas redes y en unas pantallas gigantes de las principales estaciones de tren de Hamburgo, Colonia y Frankfurt, llamamos la atención sobre uno de los valores más importantes de GEPA: la justicia.

Tu eliges. Cada día.

En vísperas de las elecciones generales en Alemania, nuestros dos clips políticos no son solo un anticipo de la campaña «Fairness mit Haltung» (trato justo con la actitud correcta), sino que quizá también sean para algunos un motivo de reflexión.

También nuestras publicaciones políticas en las redes sociales tuvieron una gran acogida entre los miembros de nuestra comunidad, que hacen gala de esa misma actitud.





Nueva página: «Campañas»
Aquí reunimos toda la información, videos y aspectos destacados de las campañas actuales: **gepa.de/blog/kampagnen**

GEPA
Taste a fair world!

50 AÑOS DE GEPA

Tendiendo puentes

Trabajo por la paz, promoción de la mujer y comercialización de productos de agricultoras y agricultores árabes desfavorecidos: ese es el foco de la ONG Sindyanna. Jenan Diabat afirma: «En estos tiempos tan difíciles, las mujeres de Sindyanna mantienen su compromiso a favor de la unidad y la humanidad más allá de las fronteras». Las almendras ecológicas de Sindyanna son el corazón crujiente de nuestras almendras con nougat y cacao.



Las palabras de Jenan Diabat y otras felicitaciones en su versión completa: gepa.de/glückwünsche



«Creemos que las personas de Israel y Palestina deben trabajar unidas para aportar esperanza».

Jenan Diabat, directora de contabilidad de Sindyanna of Galilee, Israel

CAMPAÑA DIGITAL 2025

Trato justo con la actitud correcta



Pantalla en la estación central de Colonia

Anuncios de pago en redes sociales con unos 22 millones de visitas

Con la publicación de anuncios en canales de redes sociales como Instagram y Facebook, logramos muy buenos resultados. Aquí vemos algunos indicadores destacados:

- 21,7 millones de impresiones
- 4,8 millones de usuarios alcanzados
- Visualizados una media de 4,5 veces
- 31 000 clics en el sitio web



Humor con la actitud correcta y color local

En Hamburgo, Colonia y Frankfurt, nuestra campaña digital se desarrolló a finales abril/principios de mayo en grandes pantallas de las tres estaciones de tren más concurridas de Alemania. Adaptamos las animaciones a la idiosincrasia de cada lugar. En Colonia, por ejemplo, con un guiño cariñoso en referencia al principio fundamental de esta ciudad: «Et kütt wie de kaufst» (lo que compras es lo que obtienes).

GEPA goes Festival

En el festival Kimiko de Aquisgrán, en Alemania, estuvimos presentes con videos y nuestras deliciosas barritas de chocolate. A pesar de las temperaturas veraniegas, el público estuvo encantado con nuestras barritas.



GEPA
Taste a fair world!

50 AÑOS DE GEPA

Vivir mejor gracias al comercio justo

De Sol y Café en Perú obtenemos café crudo ecológico de alta calidad que, entre otras cosas, aporta su delicado aroma a nuestro popular café «organico». Nuestro clásico también presenta ahora un nuevo aspecto en consonancia con la nueva imagen de la marca.



Las palabras de felicitación de Fanny Huancas Chingel y otros muchos saludos: gepa.de/glückwünsche

«El comercio justo es una gran ayuda para que nosotros, los caficultores, gocemos de una vida mejor».

Fanny Huancas Chingel,
caficultora en Sol y Café, Perú



Cuenta de pérdidas y ganancias 2024

	Ejercicio 2024 en miles de €	Ejercicio 2023 en miles de €	Variación en miles de €	Variación en %
Volumen de ventas	84.764	76.450	8.314	10,9
Costos mercancía/variación de stock	- 62.361	- 56.540	- 5.821	10,3
Margen comercial	26,43 %	26.04 %		1,5
Ingresos brutos	22.403	19.910	2.493	12,5
Otros ingresos y rendimiento operativo	916	944	- 28	- 3,0
Deducción de ingresos	- 3.669	- 3.027	- 642	21,2
Total ingresos	**19.650**	**17.827**	**1.823**	**10,2**
Personal	8.836	8.814	22	0,2
Gastos de locales	764	828	- 64	- 7,7
Administración	1.898	1.620	278	17,2
Distribución	5.117	5.006	111	2,2
Amortizaciones	830	741	89	12,0
Otros gastos	591	558	33	5,9
Resultado financiero	494	422	72	17,1
Total gastos	**18.530**	**17.989**	**541**	**3,0**
Resultado antes de impuestos y valoración	**1.120**	**- 162**	**1.282**	**791,4**
Valoración de existencias	160	1.058	- 898	
Impuestos sobre las ganancias	- 513	- 345	- 168	
Resultado después de impuestos y valoración	**767**	**551**	**216**	**39,2**
Traslado de beneficios a las reservas	- 767	- 551		
Resultado después de la distribución de beneficios	**0**	**0**		

La marcha del negocio y el resultado anual obtenido superaron con creces nuestras expectativas.

Después de que los dos últimos ejercicios se caracterizaran por una disminución de las ventas, este año superamos las cifras del año anterior en casi un 11 %.

El aumento de la facturación fue el principal factor de éxito de los ingresos brutos, que aumentaron en casi 2,5 millones de euros, situándose en más de 22,4 millones de euros. Además, el incremento del gasto de material fue inferior al aumento alcanzado en ventas, resultando en una ligera mejora del margen comercial.

A pesar del fuerte aumento de la deducción de ingresos debido al incremento de las ventas, logramos generar un aumento de las ganancias de más de 1,8 millones de euros.

Un aumento moderado de los gastos operativos en concepto de personal, amortizaciones y otros gastos de explotación de solo un 3,0 %, situándose en 18,5 millones de euros, combinado con nuestra situación de ingresos nos permitieron lograr una mejora significativa del resultado antes de impuestos y una valoración de las existencias de más de 1,1 millones de euros. A diferencia del resultado del ejercicio anterior, en el marco de la valoración de existencias en el ejercicio 2024 solo se liquidaron 160 000 euros, lo que supuso después de impuestos un superávit anual de aproximadamente 0,8 millones de euros (en el año anterior fueron 0,6 millones de euros). Al igual que en años anteriores, el resultado final positivo del ejercicio se trasladó íntegramente a las reservas.

Desarrollo del volumen de ventas en 2024: distribución

DESARROLLO DEL VOLUMEN DE VENTAS EN 2024 POR ÁREAS DE DISTRIBUCIÓN

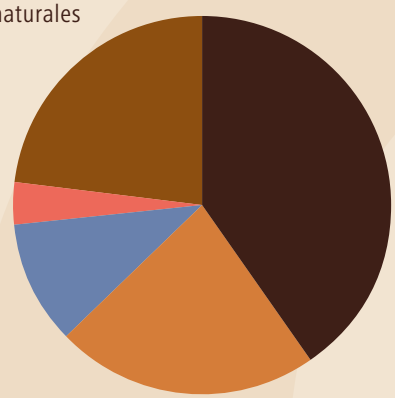
40,5%
Comercio de productos alimentarios, alimentos ecológicos y naturales

22,4%
Tiendas del Mundo y Grupos de Acción

10,6%
Servicio Exterior

3,6%
Tienda online para el consumidor final

22,9%
Procesadores, exportación y marca blanca



	2024 en miles de €	2023 en miles de €	Variación en %
Comercio de productos alimentarios, alimentos ecológicos y naturales	34.323	31.527	8,9
Tiendas del Mundo y Grupos de Acción	18.988	18.523	2,5
Servicio Exterior	9.010	8.240	9,3
Tienda online para el consumidor final	3.072	2.901	5,9
Total distribución principal	**65.393**	**61.192***	**6,9**
Procesadores, exportación y marca blanca	19.371	15.258	27,0
Total	**84.764**	**76.450**	**10,9**

* Puede haber desviaciones debido al redondeo.



Vista del stand de GEPA en las jornadas especializadas de las Tiendas del Mundo en 2025, totalmente dedicadas al aniversario.



El equipo de comercio alimentario de GEPA presentó nuestra variada gama de productos, entre otros lugares, en la feria Bio West.



En el marco de la feria de restauración INTERNORGA, nuestro «Bio Vending Kakao» fue galardonado con el premio «Best of Market» en la categoría «Sostenibilidad alimentaria».

Ingresos por ventas: áreas de distribución

Con unos ingresos generados de aproximadamente 84,8 millones de euros en el ejercicio del informe, se superó en más de 8,3 millones de euros (10,9 %) el resultado del año anterior. Es muy satisfactorio y significativo el hecho de que, a diferencia de la evolución de los dos últimos ejercicios, todas las áreas de distribución contribuyeron a este aumento.

En el **área de distribución principal**, la facturación aumentó unos 4,2 millones de euros con respecto al año anterior, con un volumen de negocio de casi 65,4 millones de euros, que constituyó la base del resultado positivo del ejercicio. Con un aumento de la facturación de unos 2,8 millones de euros, el área de distribución de **productos alimentarios, alimentos ecológicos y naturales** fue el principal motor del crecimiento de las ventas.

Con un volumen de ventas histórico de más de 9,0 millones de euros, el **servicio Exterior** superó de nuevo con creces, en un 9,3 %, la cifra de ventas del año anterior, continuando así la impresionante evolución de este ámbito en los dos últimos ejercicios.

También estamos sumamente satisfechos con la evolución de la facturación en las restantes áreas de distribución principales, la **tienda online** para el consumidor final y **las Tiendas del Mundo y Grupos de Acción**. Sobre todo en Tiendas del Mundo y Grupos de Acción, tras la experiencia de los últimos años, no era seguro que se fuera a producir semejante aumento de las ventas.

En el resto de las áreas no asignadas a la distribución principal, se alcanzó una cifra de ventas de aproximadamente 19,4 millones de euros, superando con ello en un 27 % el nivel alcanzado el año anterior. Este incremento se corresponde con el fuerte aumento de las ventas de chocolate y la evolución de los precios de las materias primas del cacao.

Desarrollo del volumen de ventas en 2024: productos

DESARROLLO DEL VOLUMEN DE VENTAS EN 2024 POR GRUPOS DE PRODUCTOS

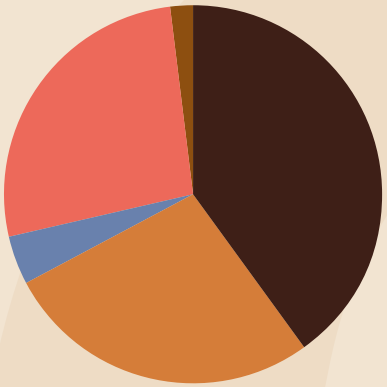
40,0%
Café

27,4%
Chocolate

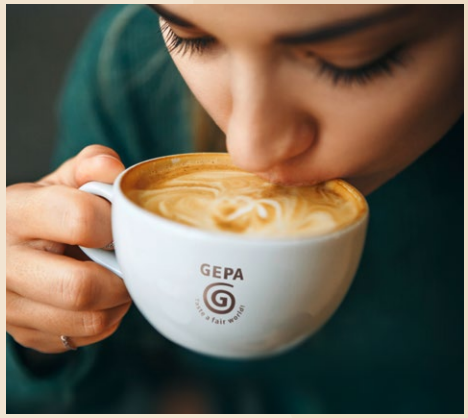
4,0%
Té

26,8%
Otros alimentos

1,8%
Artesanía



	2024 en miles de €	2023 en miles de €	Variación en %
Café	33.894	33.641	0,8
Chocolate	23.206	19.545	18,7
Té	3.378	3.228	4,6
Otros alimentos	22.786	18.475	23,3
Artesanía	1.500	1.561	- 3,9
Total	**84.764**	**76.450**	**10,9**



Éxito: el café sigue siendo nuestro producto más vendido.



Ganador del año del informe: el grupo de productos de chocolate.



El placer de cuidarse: artesanía procedente del comercio justo.

Ingresos por ventas: grupos de productos

Con una facturación de 33,9 millones de euros, el grupo de productos del **café** sigue siendo el que más ingresos genera. El aumento de las ventas de menos del 1 %, muy por debajo de la media, combinado con un notable aumento total de la facturación del 10,9 %, supuso un notable descenso de la cuota de estos productos en la facturación, que se queda en el 40,0 % (año anterior: 44,0 %).

Tras las notables pérdidas de ventas en los dos últimos ejercicios, el grupo de productos del **chocolate** se encuentra entre los grandes ganadores del año del informe, con un aumento de las ventas de casi 3,7 millones de euros (+ 18,7 %). En consecuencia, su cuota en el volumen de ventas total aumentó del 25,6 % al 27,4 %.

En el tercer grupo de productos manufacturados más importante, el **té**, se alcanzaron unas ventas por valor de 3,4 millones de euros. A pesar de un crecimiento en ventas del 4,6 %, debido al aumento desproporcionado de las ventas totales, la cuota de este grupo sobre el volumen total de ventas descendió del 4,2 % al 4,0 %.

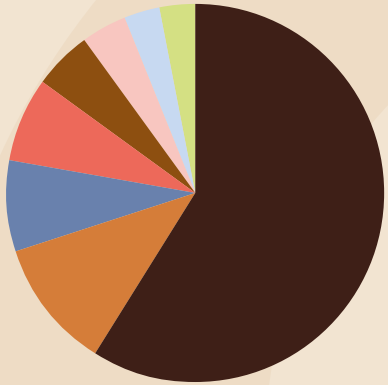
Con el resto de productos alimentarios se alcanzaron unas ventas de 22,8 millones de euros, lo que supone un incremento de las ventas respecto al año anterior de más de 4,3 millones de euros. Con una participación de aproximadamente 3,9 millones de euros, el grupo de productos del **cacao** es el motor de esta tendencia positiva. Esto se debe principalmente al gran aumento de las ventas de materias primas con bajos márgenes a empresas de transformación, que se corresponde con el crecimiento del grupo de productos acabados de chocolate.

En el segmento de **artesanía** tuvimos que afrontar una reducción de las ventas de casi un 4 %, situándonos en 1,5 millones de euros. Esto se debe a la notable reducción de los grupos de productos y del número de artículos en esta área. Por tanto, la cuota de estos productos en el volumen total de ventas bajó del 2,0 % al 1,8 %.

Impacto en el Sur: la justicia a nivel global

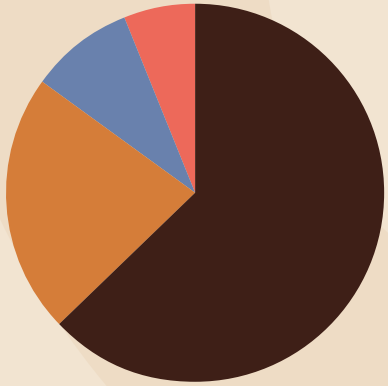
VOLUMEN DE COMPRAS A SOCIOS COMERCIALES POR GRUPOS DE PRODUCTOS | EJERCICIO 2024

61 % Café
15 % Cacao
6 % Leche en polvo
6 % Otros alimentos
5 % Azúcar
3 % Miel
2 % Té
2 % Artesanía



Por continentes

63 % América Latina
22 % África
9 % Asia
6 % Europa



23,67 millones de €

En 2024, pagamos a nuestros socios 23,67 millones de euros en concepto de materias primas justas.

¿Cuáles son los socios comerciales con quienes cooperamos?

África
26 socios en 16 países

América
59 socios en 14 países

Asia
29 socios en 13 países

Europa
3 socios en 3 países

Total
117 socios

Continente	Volumen de compras en millones Euros	Dólares
América Latina	14,99	16,23
África	5,16	5,59
Asia	2,02	2,19
Europa	1,50	1,62
Total	23,67	25,63

La Sureñita: un sueño hecho realidad

«Gracias por creer en nosotros cuando aún éramos pequeños». Con estas palabras, María Antonia López, presidenta de la cooperativa de mujeres La Sureñita, de Honduras, agradecía los más de 35 años de cooperación de confianza con GEPA.

En el marco del 50 aniversario de GEPA, habló en nombre de las organizaciones asociadas y destacó la importancia de nuestras asociaciones comerciales directas, duraderas y fiables.

En todos estos años aprendimos mucho unos de otros y en equipo, superamos juntos las dificultades, crecimos juntos. Las mujeres de La Sureñita defendieron su posición en casa y a nivel internacional: como mujeres independientes, como empresarias autónomas en el procesamiento y la exportación de anacardos y como empleadoras en la región. Un gran ejemplo de lo que las mujeres pueden lograr unidas en una cooperativa.

Para más información sobre La Sureñita: gepa.de/surenita



Un momento emotivo durante los festejos: María Antonia López, presidenta de La Sureñita, entregó a nuestro gerente, Matthias Kroth, un certificado por el 50.º aniversario de GEPA.



Nos alegró muchísimo recibir la imagen que La Sureñita diseñó para conmemorar el aniversario de GEPA.



50 años construyendo un trato justo



John Nuwagaba, ACPCU



María Antonia López, La Sureñita

Gran ceremonia de conmemoración del aniversario

Con discursos impactantes e invitados especiales procedentes de Wuppertal, Alemania, Europa y el Sur Global, conmemoramos juntos este aniversario. ¡Gracias a todos los que nos han acompañado hasta ahora en nuestro camino!

La Dra. Ophelia Nick, diputada del Bundestag alemán y portavoz de política agraria del grupo parlamentario de Los Verdes en dicha cámara, y el alcalde de Wuppertal, el Prof. Dr. Uwe Schneidewind participaron en la celebración al igual que Matthias Fiedler, gerente del Foro de Comercio Justo. Ellos, al igual que muchos otros invitados, recalcaron que el comercio justo y la economía sostenible son posibles, ¡y además, tienen éxito!

Voces del Sur Global

Nos alegró enormemente contar con algunos de nuestros socios comerciales, como María Antonia López, presidenta de la organización de mujeres La Sureñita, de Honduras. Gracias al comercio justo con GEPA, la vida de las mujeres que cultivan anacardos ecológicos mejoró considerablemente. Junto con socios de India, Uganda y Santo Tomé, María Antonia López cortó la torta de cumpleaños. John Nuwagaba, gerente de la empresa cafetera ACPCU (Uganda), explicó de manera impactante la importancia de GEPA, que desde el principio depositó una confianza especial en ACPCU.



Los oradores del evento y otros socios comerciales. De izquierda a derecha: Adalberto Luis (CECAQ-11), Stanley Maniragaba y John Nuwagaba (ACPCU), Sebastian Martin (redactor en línea), Barbara Schimmelpfennig (portavoz de prensa, moderadora), Matthias Kroth (gerente), Torsten Müller (Pan para el Mundo), la Dra. Ophelia Nick (diputada del Partido Los Verdes), Uwe Schneidewind (alcalde), Matthias Fiedler (Foro de Comercio Justo), Gifty Rosetta Amo Anti (Federación de Tiendas del Mundo), Hildegard Fuchs (responsable de surtidos), María Antonia López y Lenin Enrique Gudiel (La Sureñita).



Todos reciben su pedazo de la torta. Cortan la torta los socios del Sur Global (de izquierda a derecha): Stanley Maniragaba (ACPCU, Uganda), Meike Beermann (directora de compras de artesanía), Puneet Chawla (TARA Projects, India), María Antonia López (presidenta de La Sureñita, Honduras), Verena Albert (responsable de políticas de GEPA), John Nuwagaba (ACPCU, Uganda), Lenin Enrique Gudiel (asesor de La Sureñita, Honduras), Franziska Bringe (directora de compras de café en GEPA), Adalberto Luis (gerente de CECAQ-11, Santo Tomé), Silvia Kurte (directora de compras de cacao en GEPA).

GEPA
Taste a fair world!

50 AÑOS DE GEPA

La economía y la ética van de la mano

Con motivo de la celebración de nuestro aniversario, el presidente del Estado federado de Renania del Norte-Westfalia nos envió sus felicitaciones por video.

Más felicitaciones, información y lo más destacado del aniversario: gepa.de/50jahre

«GEPA lleva cinco décadas demostrando que la economía y la ética pueden ir de la mano, y que cada uno y cada una de nosotros, en calidad de consumidores, podemos asumir nuestra responsabilidad para lograr unas condiciones laborales y unos precios justos al tiempo que protegemos nuestro medio ambiente».



Hendrik Wüst, presidente de Renania del Norte-Westfalia



Aliados por un trato justo

«El comercio justo es nuestro único objetivo empresarial», explicó el gerente de GEPA, Matthias Kroth.

Y la asociación paraguas de las Tiendas del Mundo también celebra su 50 aniversario. Su gerente, Gifty Rosetta Amo Antwi, destacó la estrecha colaboración que mantienen desde hace años.

Torsten Müller, director del área de Finanzas de Pan para el Mundo, en representación de sus socios, destacó el papel tan importante desempeñado por GEPA para alcanzar la gran relevancia que tiene hoy en día la responsabilidad social y ecológica en la economía y la política.

Más información, imágenes y video: gepa.de/festakt y gepa.de/clip-festakt



Gifty Rosetta Amo Antwi (izquierda), gerente de la asociación paraguas de las Tiendas del Mundo, junto con su equipo: Nicola Krümpelmann, Elke Rehwald-Stahl y Christoph Albuschkat.



Torsten Müller, director del departamento de Finanzas de Pan para el Mundo y portavoz de la asamblea de socios de GEPA.



La Dra. Ophelia Nick (derecha), portavoz de política agrícola del grupo parlamentario de Los Verdes en el Bundestag, con la portavoz de prensa de GEPA y moderadora Barbara Schimmelpfennig (izquierda).

GEPA
Taste a fair world!

50 AÑOS DE GEPA

El compromiso del movimiento por un comercio justo

El Dr. Gerd Müller, actual director general de la ONUDI y exministro federal alemán de Desarrollo, mencionó en su discurso de bienvenida a los numerosos voluntarios que apoyan el movimiento del comercio justo, destacando que gracias a su compromiso y al de GEPA «la justicia y la colaboración en el comercio mundial ya no son un tema minoritario en Alemania». Y agregó que «GEPA es un ejemplo a seguir y una inspiración en la política, la economía y en las empresas, para apostar por unas cadenas de suministro sostenibles y justas y establecer así unas relaciones beneficiosas para todos con los proveedores de los países en desarrollo en toda la cadena de suministro».



Dr. Gerd Müller, actual director general de la ONUDI y antiguo ministro de Desarrollo del gobierno federal alemán

Más felicitaciones, información y aspectos destacados sobre el aniversario: gepa.de/50jahre



Justicia climática en el Sur y el Norte

Nueva instalación fotovoltaica: hacia el futuro con la energía solar

Incluso en tiempos difíciles para la economía, GEPA invierte en la protección del clima, algo que resulta justo para las personas y justo para la naturaleza. Junto con Wuppertaler Stadtwerke (WSW), la empresa de suministros con la que GEPA colabora desde hace muchos años, la pionera del comercio justo alcanza un nuevo hito en su trayectoria: la instalación de una planta fotovoltaica con 1422 módulos de alto rendimiento, que generan 626 kWp (kilovatios pico). Matthias Kroth, gerente comercial de GEPA afirma: «Con nuestro techo solar, ya podemos cubrir aproximadamente la mitad de nuestras necesidades anuales. Así, cada año ahorramos 260 toneladas de CO2». Peter Schaumberger, gerente de marcas y distribución de GEPA, declara: «La protección integral del clima comienza en la misma puerta de casa, y solo acaba con nuestro compromiso con la justicia climática en todo el mundo». En la lucha contra la crisis climática, GEPA apoya económicamente a sus socios del Sur Global, por ejemplo, con medidas de reforestación y formación continua en agroforestería.

La planta entró en funcionamiento a finales de octubre de 2024: desde noviembre de 2024 hasta mediados de julio de 2025 se ahorraron ya 237 toneladas de CO2. A lo largo de todo el año, el grado de autosuficiencia ya supera el 50 %. El objetivo es seguir reuniendo datos empíricos durante el año en curso para, a continuación, realizar una inversión adicional coordinada en un sistema de almacenamiento que permita aumentar el grado de autosuficiencia a más del 70 %.

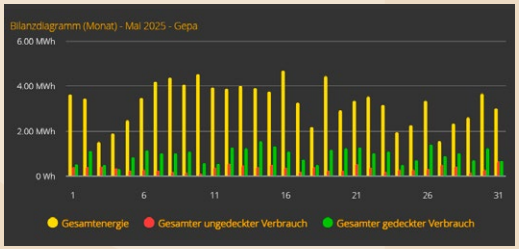
GEPA y Wuppertaler Stadtwerke llevan ya muchos años cooperando en materia de protección climática. Existe la posibilidad de que la energía eléctrica excedente de la instalación fotovoltaica se ofrezca a través de WSW en la plataforma Tal.Markt, de modo que los clientes de WSW en Wuppertal puedan incorporar la electricidad generada por GEPA a su mix energético individual.

Más información: gepa.de/klimagerechtigkeit





Izquierda: Ambos gerentes celebran en julio de 2024 los avances de la instalación. Derecha: Muchos años de colaboración. GEPA y WSW (de izquierda a derecha): Brigitte Frommeyer (responsable de prensa de GEPA), Matthias Kroth (gerente de GEPA), Markus Hilkenbach (WSW), Sarah Altenrath (gestora de grandes clientes de WSW) y Andy Völschow (jefe de departamento en WSW).



Energía solar en GEPA, valoración de mayo de 2025 El gráfico muestra la cantidad de energía que generamos en mayo de 2025. Estamos muy por encima de la cantidad consumida, y el excedente se inyecta en la red pública.

5 % para proyectos climáticos locales

GEPA Taste a fair world!

Fondo climático 2024

«Elige tu refrigerio para salvar el mundo». En esta campaña de la Semana del Comercio Justo, durante todo el mes de septiembre se destinó el 5 % de las ventas de determinadas barritas GEPA en nuestras cuatro áreas de distribución a un fondo climático europeo. GEPA logró recaudar unos 12 500 euros.

Estos son los proyectos que recibieron apoyo:

Agroforestería dinámica en el socio cacaotero COOPROAGRO, República Dominicana

- El objetivo era convertir los cultivos a un «sistema agroforestal dinámico» (DAS) para 2030
- Este método está cobrando cada vez más importancia en el sector cacaotero
- Protección frente a las consecuencias de la crisis climática
- Mejora de la calidad del suelo, del microclima y la biodiversidad
- Aumento de la producción de cacao, ingresos adicionales
- Motivación de jóvenes productores



Marisol Villar Batista, COOPROAGRO

Proyecto de plantación de árboles y formación en la COPICHAJULENSE, Guatemala

- Plantación de nuevos árboles
- Sensibilización sobre su importancia para el medio ambiente
- Formación sobre nutrición



Miembros de COPICHAJULENSE

gepa.de/partner-klimafonds

Unsere wertvollste Zutat? Gerechtigkeit.

Mit jedem Kauf unterstützt du soziale, ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit. Genieß deine Fairness!







GEPA Store con nuevas fotos de los socios comerciales

Aniversario de GEPA en 2025: Con una celebración conjunta y pancartas en el edificio remodelado

Galardones obtenidos por los productos



11/2024 ÖKO-TEST
Grand Noir Zarte Amargo 70 %
«Muy bueno» en la categoría RSC
En total: «bueno»



11/2024
Stiftung Warentest
Café Aha
«Muy bueno» en la categoría RSC
En total: «Satisfactorio» (2,6)

GEPA y sus socios: comerciar juntos de manera justa

Brot für die Welt · misereor – Gemeinsam global gerecht · aej – Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend · BDKJ – Bund der Deutschen Katholischen Jugend · Die Sternsinger – Kindermissionswerk

Unternehmensauszeichnungen

Premio SDG alemán 2023
Ganadora en la categoría «Empresas»

Premio al Impacto Sostenible 2022
Ganadora en la categoría especial «Generali SME Enterprize»

Premio RSC del Gobierno federal alemán 2020 Ganadora de la «Gestión responsable de la cadena de suministro»



Premio Alemán de Sostenibilidad
TOP 3
«Colaboraciones globales 2020»

GEPA mbH
GEPA-Weg 1, DE-42327 Wuppertal
info@gepa.de
www.gepa.de

Crédito de la foto: GEPA mbH / A. Fischer, A. Welsing, M. Kehren, C. Nusch, C. Schreer; Kimiko / J. Strücker; Bundesregierung / S. Kugler; iStock.com/franz12; G. D'Agate @art_of_plants; Carkhe/Shutterstock.com
Responsable según lo establecido en la ley alemana de prensa: Matthias Kroth y Dr. Peter Schaumberger, el gerente de GEPA mbH | **versión:** 09/2025

De viaje con COOPROAGRO

Marisol Villar Batista y Rossy Then Tejada, de la cooperativa cacaotera COOPROAGRO, República Dominicana, visitaron en el marco de la Semana del Comercio Justo 2024 la escuela secundaria integral Barmen, asociada con GEPA, y se reunieron, entre otros, con alumnos del grupo de trabajo GEPA-Fair4You-AG.

La transparencia en la elaboración de nuestro chocolate quedó patente en la empresa procesadora Weinrich, en Herford: una visita guiada por la fábrica nos proporcionó una visión fascinante de la producción. «Estamos muy orgullosas de ver lo que ocurre con nuestro cacao y cómo se convierte en chocolate, sabiendo que luego puede viajar por todo el mundo a través de GEPA», afirma Rossy Then Thejada.

Más información:
gepa.de/cooproagro-rundreise





Arriba: Degustación de chocolate en la procesadora con las socias productoras de cacao y el equipo de GEPA. Abajo: Marisol V. Batista en el puesto de GEPA-Fair4You-AG, de la escuela secundaria integral de Barmen.