



Memoria 2023

¡El origen de los productos en las estanterías importa!

Estimados clientes, clientas y todas las personas comprometidas con el Comercio Justo:



El año pasado estuvo marcado por retos económicos y sociales que nos afectaron a todos: entre ellos, los elevados precios de las materias primas, el impacto de la guerra en Ucrania, la crisis climática y la cautela de los consumidores. No obstante, seguimos fieles a nuestra misión: situar la justicia en el centro de todo lo que hacemos. El año pasado aplicamos este principio a través de actividades en el ámbito de la justicia climática, por ejemplo, a través de la campaña “Desayuno por un clima justo” durante la Semana Justa.

Nuestras cifras de ventas, ligeramente a la baja, reflejan los tiempos turbulentos que vivimos. No obstante, seguimos invirtiendo en la sostenibilidad y en nuestro compromiso por un mundo mejor. El relanzamiento de la marca GEPA y la instalación de un sistema fotovoltaico en el tejado de nuestra sede son ejemplos de cómo preparamos nuestra empresa para el futuro.

Nos complace especialmente el apoyo recibido de los muchos consumidores y consumidoras y de las personas comprometidas desde las Tiendas del Mundo. ¡A ellos no les es indiferente de dónde vienen los productos que llenan las estanterías! Con nuestra campaña de la marca bajo el lema «Está en tus manos», queremos sensibilizar aún más a la gente sobre un consumo justo, sostenible y respetuoso con el clima.

Otro punto a destacar es nuestra nueva gama de barras de chocolate que combina placer y actitud. Con una trazabilidad transparente desde el grano de cacao hasta la barra acabada, en nuestra empresa venimos demostrando desde mucho antes de las nuevas obligaciones legales para las cadenas de suministro que el trato justo y la agricultura ecológica van de la mano.

Su compromiso y el de nuestros socios del Sur Global nos motivan a seguir haciendo todo lo posible para promover el Comercio Justo.

¡Les damos las gracias por ello, también en nombre de nuestras organizaciones contraparte en el Sur global

Matthias Kroth | Dr. Peter Schaumberger
Gerentes GEPA – The Fair Trade Company

NUESTRO INGREDIENTE MÁS PRECIADO: LA JUSTICIA

Cacao crudo de COOPROAGRO

COOPROAGRO es uno de nuestros socios más importantes para el cacao ecológico de alta calidad. ¡Por eso nuestras barras de chocolate son tan deliciosas! Estamos encantados de que este valioso trabajo sea reconocido también por el público en general: la cadena de televisión alemana «WDR» destacó en su reportaje „Die Story“ a COOPROAGRO como ejemplo positivo. En cambio Costa de Marfil, donde el trabajo infantil sigue estando a la orden del día, se presentó como ejemplo de lo contrario.

gepa.de/riegelpartner

“Cuando acabe el sexto curso, me gustaría estudiar economía.”

Arianny Holguin, hija de un cultivador de cacao de COOPROAGRO, en República Dominicana



NUEVO DESARROLLO DE LA MARCA “Está en tus manos”

La justicia como “ingrediente” máspreciado

Se abre el telón para el desarrollo de la marca GEPA: con el nuevo lema «Taste a fair world!» en el logotipo y la amplia campaña digital «Está en tus manos», la empresa de Comercio Justo GEPA ha puesto en marcha un relanzamiento de su marca en 2024. Con ello acentuamos nuestra imagen de marca como pioneros del Comercio Justo y nos centramos en nuestro valor fundamental: la justicia.

Por un lado, el lema invita a degustar los productos; por otro, juega con la ambigüedad del «gusto» por un mundo más justo.

«GEPA significa buscar la justicia pensando a lo grande»,

explica el gerente de marca y ventas de GEPA, Peter Schaumberger. „Estamos convencidos de que podemos tener un mundo más justo, y llevamos casi 50 años constatando el impacto del Comercio Justo.

Aunque muchas personas se sientan impotentes ante las actuales tendencias sociales, queremos inspirarles con nuestra campaña, demostrando que todo el mundo puede marcar la diferencia y actuar de forma más justa, sostenible y respetuosa con el clima.”

Queremos animar a los consumidores y consumidoras nuevos y más jóvenes a situar la justicia en el centro de sus decisiones (de compra) y a comprometerse con un trato justo más extendido.

El nuevo posicionamiento de la marca GEPA se basa en la misión **gepa.de/Leitbild** con los objetivos sociales, el Comercio Justo y la sostenibilidad como único objeto social.



“De la agroforestería podemos obtener muchos productos, que en su mayoría sirven para alimentar a la familia.”

Sonia Flores Calle,
cultivadora de cacao en
El Ceibo, Bolivia.

NUESTRO INGREDIENTE MÁS
PRECIADO: LA JUSTICIA

Cacao crudo de El Ceibo

Nos abastecemos exclusivamente de cacao procedente de asociaciones de pequeños agricultores. Lo cultivan de forma sostenible y según estándares ecológicos en sistemas agroforestales (cultivos mixtos). Los resultados los muestran los miembros de El Ceibo, de Bolivia, socio de GEPA. GEPA no solo compra a El Ceibo cacao crudo, sino también manteca de cacao, generando así un mayor valor agregado a nivel local.

gepa.de/film-elceibo



Unsere wertvollste Zutat? Gerechtigkeit. Mit jedem Kauf unterstützt du soziale, ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit. Genieß deine Fairness! gepa.de

CAMPAÑA DE MARCA "ESTÁ EN TUS MANOS"

Perspectiva para 2024:



Relanzamiento con un surtido renovado de barras de chocolate

La campaña arranca con nuestro surtido de barras de chocolate completamente renovado. Entre los doce sabores se encuentran tres novedades: «cookie & choc fairness», «caramel crunch fairness» y «coffee crunch fairness»

La agencia creativa häppy, con sede en Hamburgo, nos ha prestado apoyo estratégico y creativo para el relanzamiento de nuestra marca y ha desarrollado el lema, el diseño del envoltorio y la campaña digital. En las redes sociales, utilizamos el hashtag de la campaña #dankefürriegeln, a través de los distintos canales. Y la página de la campaña también se hace eco:

gepa.de/dankefürriegeln



Eco mediático: La prensa especializada informa sobre la campaña de GEPA

El 14 de febrero de 2024 lanzamos oficialmente la campaña con un comunicado de prensa.

El eco mediático abarcó, entre otros, varios periódicos alemanes especializados en marketing y publicidad:

- Werben & Verkaufen (W&V)
- Lebensmittel Zeitung
- HORIZONT
- Leadersnet.de



Una diferencia visible en materia de justicia

Para dar a conocer nuestra campaña al mundo y aumentar nuestro alcance, trabajamos, entre otros, con influencers. Un ejemplo destacado: la **emprendedora social y modelo Sara Nuru**, que inicialmente llamó la atención sobre nuestras barras y el Comercio Justo en general con un reel de Instagram.

El 10 de julio, en una charla conjunta en directo en Instagram, ella y Peter Schaumberger hablaron de ese camino común hacia la sostenibilidad que comparten una joven empresa social como Nuru Coffee y GEPA.





Espacios publicitarios en grandes ciudades alemanas

De manera semejante a los emojis, recurrimos a imágenes o vídeos estilizados. Forman gestos a través de nuestras barritas que combinamos con titulares llamativos y políticos; y pueden verse no solo en las redes sociales, sino también en grandes espacios publicitarios digitales de Colonia, Hamburgo, Berlín y en la ciudad de nuestra sede social, Wuppertal.

Anuncios de pago en redes sociales con más de 30 millones de visitas

Colocando anuncios en canales de redes sociales como Instagram y Facebook, pudimos obtener muy buenos resultados. He aquí algunas cifras clave de un vistazo:

- 30,2 millones de impresiones
- 9 millones de usuarios alcanzados
- 43.168 clics en la tienda online de GEPA
- 55.000 clics en la página de inicio de la campaña



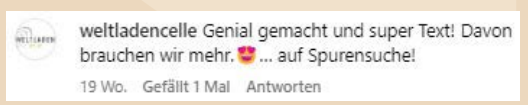
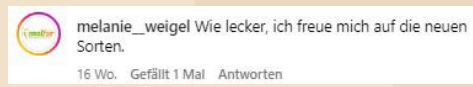
Posts editoriales con mensaje político

Utilizamos varios motivos y mensajes en nuestra campaña de las barritas de chocolate, y también nos posicionamos a nivel político.



Muchos comentarios positivos en Instagram y LinkedIn

Recibimos muchos comentarios positivos en nuestros canales de redes sociales (especialmente Instagram y LinkedIn), de Tiendas del Mundo, por ejemplo, pero también de particulares.



NUESTRO INGREDIENTE MÁS PRECIADO: LA JUSTICIA

Cacao crudo de CECAQ-11

Para nuestras barritas de chocolate compramos, entre otros, cacao crudo de primera calidad a CECAQ-11 de São Tomé. Esta pequeña cooperativa dirige su propio proyecto de reforestación, cofinanciado por GEPA. Con los ingresos adicionales del Comercio Justo con GEPA se construyó, entre otras cosas, una guardería en una comunidad. En el video, algunos miembros del CECAQ-11 se presentan y explican por qué el cacao es para ellos un símbolo de esperanza:

gepa.de/film-cecaq11

“GEPA no es solo nuestro cliente, sino también nuestro socio.”

Adalberto Luis, gerente de CECAQ-11 en São Tomé



Cuenta de pérdidas y ganancias 2023

	Ejercicio 2023 en miles de €	Ejercicio 2022 en miles de €	Variación en miles de €	Variación en %
Volumen de ventas	76.450	78.155	- 1.705	- 2,18
Costos mercancía/variación de stock	- 56.540	- 55.655	- 885	1,59
Margen comercial	26,04 %	28,79 %		- 9,54
Ingresos brutos	19.910	22.500	- 2.590	- 11,51
Otros ingresos e ingresos operativos	944	1.454	- 510	- 35,08
Deducción de ingresos	- 3.027	- 4.382	1.355	- 30,92
TOTAL INGRESOS	17.827	19.572	- 1.745	- 8,92
Gastos de personal	- 8.814	- 8.704	- 110	1,26
Gastos de locales	- 828	- 774	- 54	6,98
Gastos administrativos	- 1.620	- 1.689	69	- 4,09
Gastos de distribución	- 5.006	- 4.802	- 204	4,25
Amortización	- 741	- 818	77	- 9,41
Otros gastos	- 558	- 488	- 70	14,34
Resultado financiero	- 422	- 329	- 93	28,27
TOTAL GASTOS	- 17.989	- 17.604	- 385	2,19
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS Y VALORACIÓN	-162	1.968	- 2.130	- 108,23
Bewertung Vorratsvermögen	1.058	- 528	1.586	
Ertragsteuern	- 345	- 465	120	
RESULTADO DESPUÉS DE IMPUESTOS Y VALORACIÓN	551	975	- 424	- 43,49
Traslado de beneficios a las reservas	- 551	- 975		
RESULTADO DESPUÉS DEL USO DE BENEFICIOS	0	0		

El ejercicio 2023 se caracterizó una vez más por un desarrollo del volumen de ventas ligeramente decreciente.

La facturación antes de las deducciones ascendió a 76,5 millones de euros, con lo que se situó un 2,2% por debajo de la del año anterior. De esta cifra, unos 61,2 millones de euros correspondieron a las principales áreas de ventas, lo que representa una reducción de cerca del 1,9 % respecto a la facturación del año anterior. Al margen de las ventas principales, logramos una facturación adicional de aprox. 15,3 millones de euros, lo que corresponde a un descenso de un 3,2 % respecto a la del año anterior. En su mayoría, fueron ventas a otras empresas de Comercio Justo, ventas al exterior y las ventas de materias primas a las empresas de procesamiento de nuestros productos.

Los ingresos brutos disminuyeron algo más de 2,5 millones de euros, hasta los 19,9 millones, debido sobre todo a la fuerte subida de los precios de las materias primas, por lo que se registraron unos ingresos totales de 17,8 millones de euros, aprox. 1,7 millones menos que el año anterior, a pesar de la fuerte caída de la deducción de ingresos.

Los costes totales de personal, amortizaciones y otros gastos operativos aumentaron en torno al 2,2%, hasta 18,0 millones de euros, lo que se tradujo en un resultado negativo antes de impuestos de -162.000 euros.

En contraste con la inyección necesaria de 0,5 millones de euros a la corrección de valor de las existencias en el ejercicio anterior, en el ejercicio en cuestión fue posible compensar la corrección de valor necesaria en casi 1,1 millones de euros. Este efecto especial se traduce en un beneficio neto anual notablemente positivo de 896.000 euros.

Después de impuestos sobre beneficios, el resultado final se queda en 551.000 euros, que se destinaron íntegramente a las reservas.

gepa.de/jahres-pk-2024

Desarrollo del volumen de ventas en el 2023

DESARROLLO DEL VOLUMEN DE VENTAS EN 2023 POR ÁREAS DE DISTRIBUCIÓN

41,2 %

Comercio de productos alimentarios, alimentos ecológicos y naturales

24,2 %

Tiendas del Mundo y Grupos de Acción

10,8 %

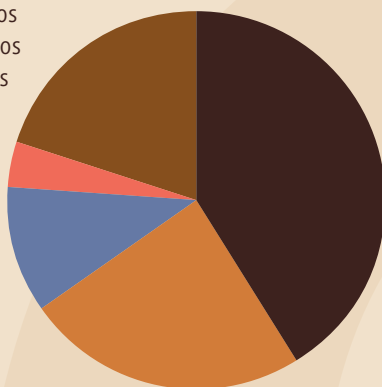
Servicio Exterior

3,8 %

Tienda online al consumidor final

20,0 %

Extranjero/procesadores



	2023 en miles de €	2022 en miles de €	Variación en %
Comercio de productos alimentarios, alimentos ecológicos y naturales	31.527	33.881	- 7
Tiendas del Mundo y Grupos de Acción	18.523	18.582	- 0,3
Servicio Exterior	8.240	7.008	17,6
Tienda online al consumidor final	2.901	2.925	- 0,8
Extranjero/procesadores	15.258	15.759	- 3,2
Total	76.450*	78.155	- 2,2

* Puede haber desviaciones debido al redondeo.

Facturación de ventas – áreas de distribución

Debido a los cambios en el comportamiento de los consumidores, las distintas áreas de ventas están experimentando tendencias comerciales muy diferentes.

La tienda en línea para consumidores finales (2,9 millones de euros) y el segmento de **Tiendas Mundiales y Grupos** (18,5 millones de euros) generaron ventas inferiores en menos de un 1 % respecto al año anterior. Eso demuestra la fidelidad de los clientes habituales a pesar de las subidas de precios. La tendencia en el **comercio minorista de alimentación, alimentos ecológicos y naturales** fue más preocupante. Tras una caída de las ventas en torno al 13,5 % del año pasado, las ventas disminuyeron casi otro 7 %, hasta situarse en 31,5 millones de euros. Según los institutos de estudios de mercado, esta evolución se debió a que los consumidores se decantan cada vez más por las marcas blancas debido al fuerte impacto inflacionista general sobre las rentas familiares o bien se alejan de los proveedores de primera calidad y compran en establecimientos de descuento.

En cambio, la evolución de las ventas en el área de **servicios fuera del hogar** fue muy satisfactoria. Después de que el pasado ejercicio ya se caracterizara por un crecimiento de las ventas superior al 34 %, aquí se registraron nuevos aumentos significativos de más de 1,2 millones de euros (aproximadamente un 17,6%). Esto demuestra la orientación cada vez más sostenible de las empresas e instituciones hacia las compras ecológicas.



Cada año, GEPA rinde homenaje a los voluntarios del Comercio Justo en las Tiendas del Mundo y grupos en el «Día del Voluntario».



El equipo de GEPA del comercio minorista de productos alimentarios y productos ecológicos presentó nuestras nuevas barritas en la feria BioWest, entre otras.



El ministro de Agricultura, Cem Özdemir, saboreó el café GEPA en el Katholikentag 2024. Aquí aparece con el equipo de nuestro servicio exterior.

Desarrollo del volumen de ventas en 2023: productos

DESARROLLO DEL VOLUMEN DE VENTAS EN 2023 POR GRUPOS DE PRODUCTOS

44,0 %

Café

25,6 %

Chocolate

4,2 %

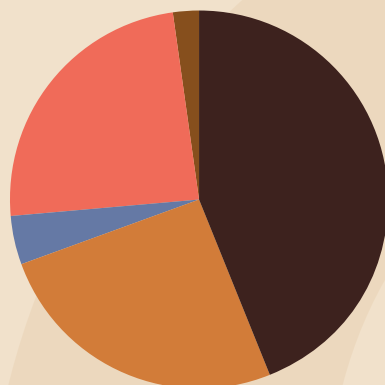
Té

24,2 %

Otros alimentos

2,0 %

Artesanía



	2023 en miles de €	2022 en miles de €	Variación en %
Café	33.641	34.996	- 3,9
Chocolate	19.545	19.876	- 1,7
Té	3.228	3.552	- 9,1
Otros alimentos	18.475	18.152	1,8
Artesanía	1.561	1.579	- 1,1
Total	76.450	78.155	- 2,2



El segmento del café sigue siendo el grupo de productos con mayores ventas.



Debido al descenso de las ventas en otros grupos de productos, la cuota del chocolate en las ventas totales aumentó ligeramente hasta situarse aprox. en un 25,6 %.



En 2023, el segmento de la artesanía generó ventas por valor de algo menos de 1,6 millones de euros.

Facturación de ventas – grupos de productos

El **café** sigue siendo, con diferencia, el grupo de productos con mayores ventas. En el año del informe se generaron ventas por valor de 33,6 millones de euros, casi un 3,9 % menos que el año anterior. La cuota de las ventas totales es exactamente del 44%.

Los **productos de chocolate** generaron unas ventas de 19,5 millones de euros. Por tanto, la pérdida de ventas de algo menos del -1,7 % se mantiene en un nivel aceptable. Debido a los descensos desproporcionadamente elevados de las ventas en otros grupos de productos, la cuota de las ventas totales incluso aumentó ligeramente hasta situarse en torno al 25,6 %.

Aunque el grupo de productos del té continuó siendo el tercero más fuerte entre los productos acabados, con unas ventas que ascendieron a unos 3,2 millones de euros, también sufrió una pérdida en ventas de más del 9 % en el año del informe respecto al año anterior. La cuota sobre el total de ventas fue del 4,2 %.

Los grupos de productos alimentarios restantes más allá de los grandes bloques de café, chocolate y té, es decir, cacao, miel, arroz, frutos secos, azúcar, etc., se resumen en „**Otros alimentos**“. En el año de referencia, se generaron ventas por un total de 18,5 millones de euros en esta categoría, lo que corresponde a un pequeño aumento de las ventas de 0,3 millones de euros, es decir, algo menos del 1,8 %.

El segmento de **Artesanía** generó unas ventas de algo menos de 1,6 millones de euros, un 1,1% menos que el año anterior. Como en años anteriores, los productos no alimentarios representaron alrededor del 2,0% de las ventas totales.

Impacto en el Sur: la justicia a nivel global

VOLUMEN DE COMPRAS A SOCIOS COMERCIALES Por grupos de productos | Ejercicio 2023

59 % Café

11 % Cacao

8 % Otros alimentos

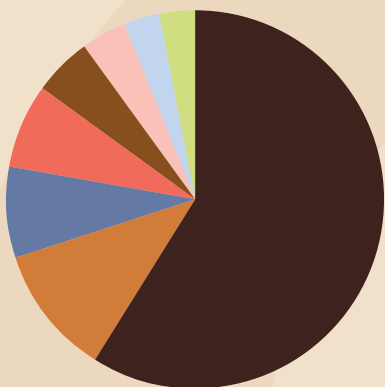
7 % Polvo de leche

5 % Miel

4 % Té

3 % Azúcar

3 % Artesanía



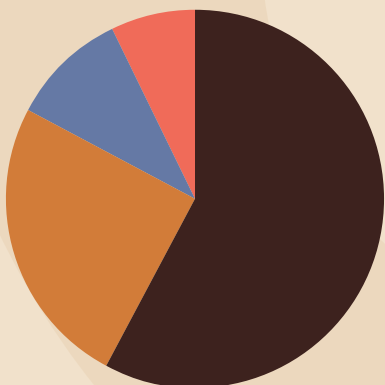
Por continentes

58 %
América Latina

25 %
África

10 %
Asia

7 %
Europa



En 2023 pagamos a nuestros socios 20,32 millones de euros en concepto de materias primas justas.

¿Con cuáles socios comerciales cooperamos?

África

24 socios en 16 países

América

60 socios en 14 países

Asia

35 socios en 13 países

Europa

3 socios en 2 países

Total
122 socios

Continente	Volumen de compras en	
	Euros	Dólares
América Latina	11,87	12,83
África	5,04	5,45
Asia	2,06	2,23
Europa	1,35	1,46
Total	20,32	21,97

¿CÓMO LLEGAMOS A NUESTROS SOCIOS DEL SUR GLOBAL?

Los socios comerciales valoran positivamente su cooperación con GEPA

Cada dos años, preguntamos a nuestras organizaciones contraparte si están satisfechas con nosotros como socio comercial. Esto es poco habitual en las relaciones comerciales, pero en el Comercio Justo se hace así.

Para esta valoración se seleccionan criterios de entre los diez principios de la WFTO que son pertinentes para la evaluación de la asociación comercial entre los socios y GEPA.

En ella figuran preguntas como: „¿Son justos los precios que paga GEPA? ¿Las facturas se pagan siempre a tiempo? ¿Se sienten informados sobre la actualidad de GEPA?“ Los resultados de la encuesta de 2023 fueron muy satisfactorios, ¡incluso mejores que los de 2021!

Se valoró muy positivamente el suministro de información por parte de GEPA a sus socios y sus relaciones comerciales duraderas y fiables. Y estamos encantados de atender sus sugerencias de mejora. Sólo así podremos seguir desarrollando nuestra relación.



Conozca el trabajo en el almacén de nuestro socio cultivador de cacao CECAQ-11 (São Tomé).

Desayuno por un clima justo

¡Comienza el día apoyando un trato justo!

Para la Semana Justa 2023, hicimos un llamamiento a los consumidores por segunda vez para que hicieran algo por el clima a través del consumo consciente con nuestra campaña „Desayuno por un clima justo“, además del Comercio Justo: comprando productos GEPA seleccionados para el desayuno, pudieron apoyar proyectos climáticos con nuestros socios en septiembre. A la derecha les facilitamos más detalles. Un acontecimiento especial fue la charla en directo en la Feria sobre el Desayuno por un clima justo con nuestra invitada Zelda Beukes, directora de exportación de la cooperativa sudafricana de rooibos Heiveld.

Puede volver a ver la retransmisión en directo aquí: gepa.de/frühstücks-talk-2023



También volvieron a participar en la campaña numerosas Tiendas del Mundo, así como socios de nuestro servicio fuera del hogar y del comercio minorista de alimentación, continuando con la campaña CLIMATE JUSTICE – LET’S DO IT FAIR, que se viene desarrollando desde 2021.

Información sobre el Desayuno por el clima 2023: gepa.de/klimafrühstück



Fondo climático 2023

Durante el periodo de esta acción (del 1 al 30 de septiembre de 2023), el 5% de las ventas de GEPA en productos de desayuno seleccionados se destinó a un fondo climático europeo especial. De este modo, GEPA logró aportar en total unos 22.000 euros.

Estos son los proyectos que recibieron apoyo:

Reforestación con nuestro socio azucarero ATPI, en Filipinas

- ⊕ Los árboles dan sombra, protegen del viento y fijan el CO₂.
- ⊕ Los árboles reducen la erosión y hacen el suelo más fértil
- ⊕ En conjunto, esto crea un microclima favorable
- ⊕ Fomentan la biodiversidad
- ⊕ Los árboles frutales sirven como fuente de alimentos e ingresos



Túnel solar para el secado de café en MEACCE, Uganda

- ⊕ Tres túneles solares para secar el café
- ⊕ El secado es más barato, rápido y seguro
- ⊕ Protección contra las inclemencias del tiempo y las plagas de insectos
- ⊕ Sin emisiones, a diferencia de los sistemas mecánicos



Con justicia climática para el Sur y el Norte



¿Un transporte marítimo justo y ecológico?

Para seguir reduciendo las emisiones de CO2 en el transporte marítimo, GEPA se ha afiliado a ZEMBA (Alianza de Compradores Marítimos de Cero Emisiones). ZEMBA es una organización sin ánimo de lucro y un proyecto de „Cargo Owners for Zero Emission Vessels (coZEV)“. Se trata de una plataforma de armadores (de buques de carga) cuyo objetivo es descarbonizar el transporte marítimo. Su objetivo es establecer soluciones técnicas a largo plazo para un transporte marítimo de bajas emisiones, por ejemplo, mediante el desarrollo de tecnologías de propulsión sostenibles o combustibles de bajas emisiones. Los miembros de la alianza ponen en común sus volúmenes de carga y pagan una „prima verde“ sobre una parte acordada de sus respectivos costes de flete.

Más información: gepa.de/klimagerechtigkeit

1422 módulos solares de alto rendimiento en el tejado del almacén de GEPA

Incluso en tiempos de dificultades económicas, GEPA no deja de invertir en sostenibilidad. Nuestra próxima medida es instalar 1422 módulos solares de alto rendimiento en el tejado de nuestro almacén. Está previsto que el sistema entre en funcionamiento en torno a mediados de septiembre de 2024. Este sistema fotovoltaico permitirá a GEPA cubrir casi la mitad de sus necesidades anuales de electri-

cidad. El resto de la electricidad generada se alimentará a la red. En el futuro se instalará un sistema de almacenamiento de la energía para aumentar aún más el grado de autosuficiencia.

GEPA utiliza la electricidad generada a partir de la energía solar, por ejemplo, para refrigerar su almacén o para alimentar sus estaciones de recarga de bicicletas eléctricas y su flota de automóviles eléctricos. Cuando el sistema fotovoltaico se conecte a la red, evitaremos 260 toneladas de CO2 al año, convirtiéndose en otro de nuestros pilares para una mayor justicia climática.

En los últimos años, GEPA ya ha puesto en marcha varias medidas para una mayor protección del clima en Wuppertal, como la ecologización del tejado de nuestro edificio administrativo.



¿Qué más ha ocurrido en materia de justicia climática?

Rompecabezas climático de GEPA

Para ilustrar nuestro enfoque integral sobre justicia climática, utilizamos nuestro „rompecabezas climático“, que muestra cómo se imbrican los distintos componentes básicos. gepa.de/klimapuzzle



Éxito de participación en ÖKOPROFIT

En 2023 participamos con éxito en „ÖKOPROFIT“, un proyecto conjunto en el triángulo urbano de Bergisch para la protección del medio ambiente, el clima y los recursos en las empresas. gepa.de/oekoprofit

Informe de sostenibilidad según el DNK

Por primera vez informamos en cumplimiento del estándar de transparencia del Código alemán de sostenibilidad (DNK, por sus siglas en alemán). Nuestro informe ofrece una guía normalizada para la elaboración de informes de sostenibilidad en las organizaciones, para así hacerlas más comparables. De este modo, damos voluntariamente ejemplo para lograr una mayor credibilidad. gepa.de/dnk-bericht

¡Todos los chocolates GEPA son ahora ecológicos!

La mayoría de los chocolates GEPA ya contaban con la certificación ecológica. Los clásicos „Puro con leche entera 33 %“, „Nata y avellanas“ y „Vainilla blanca“, que eran las excepciones, la han incorporado ahora y ya están disponibles en calidad Naturland y con nuevos envoltorios desde 2023.

Nuestra colaboración con KONAFCOOP en Camerún comenzó en 2010. En 2022, GEPA importó el primer cacao orgánico de la cooperativa. Peter Schaumberger, Director General de GEPA explica: „Tuvimos que tener mucha paciencia, porque la guerra civil en Camerún y la pandemia nos retrasaron años respecto a lo planificado“. Pero el esfuerzo mereció la pena.

Más información:
www.gepa.de/100-prozent-bio



Victor Nnoko, cultivador de cacao de KONAFCOOP.



Catarina Velasco Toma (en el centro, aquí con su madre y su hija) es apicultora y miembro del consejo de supervisión de COPICHAJULENSE en Guatemala. El Comercio Justo ofrece a los apicultores como ella una mayor seguridad de planificación.

Premios que obtuvieron nuestros productos



11/2023 ÖKO-TEST
Té negro Bio Darjeeling con la calificación "notable"

Distinciones



German SDG-Award 2023
Ganador en la categoría "empresa"



Sustainable Impact Award 2022
Ganador en la categoría especial "Generali SME Enterprize"

Premio CSR del Gobierno alemán 2020
Ganador en "Gestión responsable de las cadenas de suministro"



Premio alemán de sostenibilidad TOP 3
"Partenariados Globales 2020"

GEPA y sus asociados: actuar unidos por un Comercio Justo

Brot für die Welt

misereor
GEMEINSAM GLOBAL GERECHT

aej
Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend

