

*El número de consumidores que reconocen el sello de certificación de **Comercio Justo** ha aumentado en ocho puntos porcentuales, según una encuesta realizada por el Natural Marketing Institute (NMI).*

En un comunicado, el NMI y Fair Trade USA **destacaron que en la encuesta del 2016, el 67% de los consumidores reconocieron el sello**, en comparación con el 59% de la encuesta del año anterior.



Este crecimiento se ve respaldado por las nuevas conclusiones sobre las preferencias de los consumidores **-especialmente en torno a los productos éticos- y la amplia gama de productos de Comercio Justo que llegan a las estanterías de las tiendas** a través de una amplia gama de categorías.

Además del aumento de la conciencia general, la investigación conjunta subraya la creciente demanda de los compradores por productos que se alinean con sus valores.

La encuesta también encontró que el 64% de la población en general tenía más probabilidades de comprar productos de compañías que apoyan causas en las que creen, un 61% más que el año pasado.

Millenials en busca de Fair Trade

Los millennials son los que especialmente buscan el sello certificado del Comercio Justo para la demostración de demandas sociales; 73% reconocen el sello en este grupo de edad, y el 53% son más propensos a comprar productos certificados.

"Más que nunca, los consumidores quieren responsabilidad, responsabilidad y sostenibilidad de las compañías donde compran", dijo la presidenta de NMI, MaryEllen Molyneaux.

"Al buscar el sello certificado de Comercio Justo™ (*Fair Trade Certified*™) en productos de más de 1.000 empresas, la gente puede convertir sus compras cotidianas en una fuerza profunda para el bien. Cada dólar es un voto para el mundo en el que queremos vivir".

El grupo destacó que en el año 2016 se habían lanzado 963 nuevos productos de buen empaquetado para consumidores (*consumer packaged good*) (CPG), frente a los 550 en 2015.

www.portalfruticola.com