

Las ventas de *Fairtrade* en el Reino Unido llegan a 100 millones de libras esterlinas

## El sistema ético se está convirtiendo en la tendencia predominante, a medida que los compradores lo conocen

Tomado de *The Guardian Weekly*  
Por John Vidal

**A**unque no es activista, Beth Jones de Ruabon, Wales del Norte, vota con su canasta familiar contra el sistema global de comercio.

La señora Jones, madre de tres niños, quien gana un poco más del salario mínimo trabajando en una fábrica en Wrexham, paga complacida las 0,20 libras esterlinas (US\$ 0.35) extra de *fairtrade* (comercio justo) en su supermercado cooperativo local por 6 bananas y 0,40 por un frasco de café.

¿No es mucho, verdad? dice ella. En el Reino Unido, la comercialización justa de alimentos, mediante la cual se paga una pequeña prima adicional y un precio garantizado directamente a los granjeros en países en vías de desarrollo, se ha convertido en la forma favorita de ayudar a la gente.

El mes pasado se confirmó que el comercio justo de alimentos se ha convertido en la tendencia predominante, con ventas anuales de 100 millones (US\$ 183

millones) en el Reino Unido, después de una tasa de crecimiento anual de 40%-90% durante una década. Este comercio creció a partir de una marca de café para cubrir ahora 130 tipos de alimentos

“Es un fenómeno local” dice Harriet Lamb, directora de la fundación *Fairtrade*, que, con la ayuda de una donación, fue creada por cinco organizaciones benéficas británicas en 1994. “Ha desarrollado conciencia de que el precio mundial de los alimentos es más bajo ahora que hace 20 años y que el comercio injusto ha dejado cientos de millones en una verdadera lucha de supervivencia.

La cooperativa, el primer supermercado en tomar seriamente el tema de los alimentos comercializados justamente, después de consultar a sus compradores en 1995, dice que uno de cada cuatro de sus bananos y barras de chocolate se comercializa en forma justa ahora y que espera que sus ventas anuales lleguen a 21 millones de libras el próximo año.

Hace cuatro meses la cooperativa cambió su café y chocolate por los de comercio justo y las ventas se incrementaron en 12% y 25% respectivamente.

En el Reino Unido, esta es la cadena de supermercados más grande en la comercialización de productos de comercio justo. Actualmente vende 62 de estos artículos y planea duplicar el número de marcas propias de productos de *Fairtrade* para el final de este año.

Las compañías dedicadas al comercio ético dicen que este crecimiento prueba que es posible obtener ganancias y ayudar a la gente al mismo tiempo.

El Reino Unido es ahora el segundo mercado más grande después de Suiza. Las ventas han crecido drásticamente en los Estados Unidos y el mercado europeo creció 30% el año pasado llegando a cerca de 400 millones de libras esterlinas.

Continúa pág. 24



## Listas notas del curso en administración y auditoría de plantaciones y plantas de beneficio

**A** los participantes en el curso “Experiencias de Malasia en Administración y Auditoría de Plantaciones y Plantas de Beneficio en la Agroindustria de la Palma de Aceite” organizado por Fedepalma del 28 de julio al 1 de agosto de 2003 en Bogotá y del 4 al 8 de agosto en Santa Marta, se les remitió un CD-Rom que contiene la traducción al español de las notas del evento, preparadas en inglés por Golden Hope Agrotech Consultancy.

El CD-Rom tiene instalado el programa “Acrobat Reader” de modo que, dando *click* en el ícono denominado “Seminario Malasia”, se despliega en la pantalla el texto a la derecha y, a la izquierda, el índice temático por capítulos.

También se dio la opción para que los participantes pudiesen recibir el material impreso de las notas del curso, cancelando los gastos de envío y las copias respectivas. Así las cosas, y a solicitud de los participantes interesados, se han enviado por correo certificado 40 copias argolladas, con portada en acetato y contraportada en pasta negra.

Es de señalar que Fedepalma recibió autorización para que las empresas y personas que participaron en los cursos mencionados puedan utilizar las notas, los cuadros, cuestionarios, formularios y tablas a su mejor entender e interés, teniendo presente que la apropiación a las circunstancias locales específicas es labor de cada empresa o palmicultor.

Otras personas interesadas en consultar el material pueden hacerlo en el Centro de Información de Fedepalma. Para mayores detalles contactar a la Unidad de Gestión para la Capacitación y Desarrollo Empresarial de Fedepalma. ☞



*Traducidas al español y disponibles en CD-Rom*

### Tertulias palmeras regionales sobre clima organizacional

La experiencia de medir el clima organizacional, y los buenos resultados en la materia obtenidos por Astorga S.A. de la Zona Occidental, que le valieron el premio “Maximum Excellence Productivity Talent and Trust-MEPT - 2003”, ha sido ya compartida con cerca de un centenar de participantes de otras empresas palmeras, tanto en la tertulia realizada en Bogotá el 27 de enero en Fedepalma, como en otras tertulias palmeras regionales.

El 19 de marzo en Bucaramanga, el 2 de abril en Villavicencio y el 16 de abril en Santa Marta, la psicóloga Mónica María Castaño, consultora senior de API: Asesorías, Programas e Investigaciones en Capital Humano, se refirió al tema del “Clima organizacional en empresas palmeras: Experiencia de Astorga”.

*Viene de la página 23*

### De John Lowe

**E**l agrónomo John Lowe, de Murgas & Low, participó en el debate. Esto opinó al respecto.

A pesar del proteccionismo del mundo industrializado, un porcentaje cada vez mayor de los votantes de 14 países de Europa occidental, Japón, Canadá y Estados Unidos no es necesariamente proteccionista, y considera que los países del Tercer Mundo necesitan ayuda contra la globalización, el proteccionismo y la agricultura subsidiada del mundo industrializado.

Se sabe que los subsidios agrícolas de los países industrializados superan en mucho la infima ayuda financiera que los mismos reparten a los países en vía de desarrollo. Y tarde o temprano tendrán que eliminar sus subsidios y liberar al Tercer Mundo de la glorificada esclavitud colonial, expresada en la deuda de la “ayuda financiera” con cuotas de capital virtualmente impagables más intereses, sin contar con las ataduras de condiciones desfavorables.

Los aceites y las grasas son una de las muchas materias básicas que se mantienen por debajo de los precios naturales del mercado internacional, por los auxilios que reciben los productores en el mundo industrializado.

La industria colombiana de la palma de aceite sufre de una “auto-infligida” carencia de competitividad, debido a la falta de planeación financiera, del desgano de replantar a tiempo con el material más productivo, y de la poca gerencia eficiente para asegurar una mayor producción de aceite por hectárea al año.

Este problema creció en esta industria debido a la insistencia, desde el principio, de mantener un precio interno del producto mucho mayor que el del mercado mundial de exportación, y así eliminar la necesidad de ser eficiente en un país fundamentalmente agrícola y altamente dependiente del trabajo, en vez de intentar ser básicamente un país industrializado.