Solidaridad Informe anual 2010

Índice

Preámbulo Roelf Haan – Nueva supervisión, una base más amplia y la misma misión 4

Visión y estrategia 5
Un vistazo a Solidaridad 6
La red de Solidaridad: los hitos del 2010 8
La sostenibilidad se encuentra en una fase decisiva 10
Planificación, monitoreo y evaluación 12
Evaluación del programa de algodón y textiles, 2003-2010 13

Grupos de productos 14
Mapamundi – Las actividades de la red de Solidaridad a nivel mundial 16
Café
Tres cuartas partes del café holandés estarán certificadas en el 2015 18
Algodón
¡Se produce el primer fardo de algodón BCI! 20
Textiles
Premio por el enfoque innovador en las fábricas de textiles 22
Frutas
Aunando esfuerzos en el sector bananero 24
Cacao
Se extendió el apoyo a productores a siete países 26
Soya
Se capacitó a más de 16.000 productores de soya 28
Aceite de palma
Engranando a productores y empresas 30
Caña de azúcar
El mercado del azúcar mejora 32
Biomasa
Rol pionero en el desarrollo de una economía biobasada 34
Té
De proyectos piloto a un programa maduro 36
Oro
Se certificó al primer grupo de pequeños mineros 38

Desarrollo de mercados y comunicación 40
Desarrollo de mercados 41
Comunicación corporativa 42
Publicidad 43
Campaña de 'Encaminados hacia el Buen Oro' 44
Recaudación de fondos institucionales 45
La Lotería Nacional de Códigos Postales 46

Supervisión, dirección y organización 47

Informe financiero 52
Dictamen del auditor externo 60

"... Ahora que la sostenibilidad se ha convertido en una ambición de la corriente principal del empresariado, el nuevo reto consiste en organizar la disponibilidad de los bienes producidos de manera sostenible. La limitante ya no es la demanda, sino la oferta. ..."

Nico Roozen en la página 10

Colofón
Texto y redacción final: Suzanne Heuts y Solidaridad – Traducción y revisión: Babylonia y Monique van de Vijver – diseño: Daan van Beek – fotos: Solidaridad, o según indicado, foto en la portada H.P. Alting von Geusau.
El informe impreso se puede adquirir a través de las oficinas de Solidaridad Holanda. Las versiones en formato pdf en holandés, inglés y español aparecen en los sitios www.solidaridad.nl y www.solidaridadnetwork.org.
Número de cuenta para donaciones: 180 4444.
La Fundación Solidaridad está inscrita en la Cámara de Comercio de Haaglanden bajo número 41150939.

Solidaridad

't Goylaan 15, 3525 AA Utrecht, Holanda
Tel: +31 (0)30-2720313
info@solidaridad.nl
www.solidaridad.nl
www.solidaridadnetwork.org

La sostenibilidad hace la diferencial

Los procesos del mercado deben generar resultados deseables para la sociedad. Esto no se da de manera automática.

10

La evaluación mejora la calidad

La planificación de proyectos, el monitoreo de los avances y la evaluación respectiva son los componentes esenciales del trabajo que realiza Solidaridad.

12

Sigue creciendo la demanda de café responsable

En el 2010, el sector del café en Holanda anunció que para el año 2015 incrementaría la participación del café certificado a un 75 por ciento del mercado total del café. La creciente demanda de café producido responsablemente genera oportunidades.

18

foto H.P. Alting von Geusau

foto Siddharth Tripathy

Se capacitaron a más de 16.000 productores

Los estudios de campo han demostrado que los ingresos por concepto de soya de estos campesinos han aumentado en un treinta por ciento, y que ha bajado el uso de los recursos que utilizan.

28

Encaminados hacia el Buen Oro

No hay campaña que refleje mejor los distintos instrumentos al alcance del Desarrollo de Mercados y Comunicación que la de 'Encaminados hacia el Buen Oro'. La campaña hace uso de elementos únicos y nunca antes utilizados por Solidaridad, como la participación de las redes sociales.

44

Nueva supervisión, una base más amplia y la misma misión

Solidaridad ha implementado cambios tanto al interior de sus programas como también en su estructura organizativa. La organización holandesa se integrará a una estructura en red de oficinas regionales independientes. Para este fin se modificaron los estatutos de Solidaridad de tal manera que su personería jurídica esté de acuerdo con la mayor envergadura de sus operaciones, los requisitos relacionados con el profesionalismo y la resolución con que se trabaja.

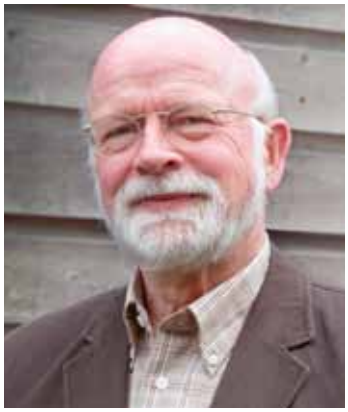


foto Laura Conde van Veldhuizen

En el año 2010, se produjeron los primeros fardos de algodón BCI, se fijó el estándar de Bonsucro, se dio inicio a la exitosa campaña Op weg naar Goed Goud (Encaminados hacia el Buen Oro) y el sector del café se comprometió a que, para el año 2015, por lo menos el 75 por ciento del café que se consume en Holanda estará certificado como sostenible.
Podrá leer en este informe anual los resultados que obtuvo cada programa así como también las lecciones aprendidas en el transcurso del año pasado.
Solidaridad ha implementado cambios tanto al interior de sus programas como también en su estructura organizativa. Esta organización holandesa forma parte de una estrategia conjunta que se desarrollará de ahora en adelante al interior de una estructura en red, compuesta de nueve oficinas regionales independientes. La suma del todo es más que las partes y las contribuciones de todas ellas brindan nuevas oportunidades que son muy prometedoras.
Un segundo cambio trata sobre la personería jurídica de Solidaridad. Por decenas de años, nuestra base de apoyo en Holanda eran las comunidades eclesiásticas Católicas, Procatólicas, Reformadas, Arminianas, Bautistas y Luteranas. La Iglesia Protestante de Holanda dejó de trabajar junto con Solidaridad desde ya hace años. La Conferencia Episcopal de la Iglesia Católica Romana decidió que a partir del 2010, se haría cargo ella misma de la campaña de Adviento que Solidaridad había organizado durante cuarenta años. Recientemente, estas Iglesias manifestaron su apoyo para que se modifiquen los estatutos de Solidaridad de tal manera que su personería jurídica esté de acuerdo con la mayor envergadura de sus operaciones, los requisitos relacionados con el profesionalismo y la resolución con que trabaja. Se puede leer más sobre este tema en el capítulo que trata sobre la supervisión, la dirección y la organización.
Solidaridad se caracteriza por su constante apertura a los cambios internos en las políticas y el ámbito organizacional que se deben implementar si se quiere cumplir con el objetivo externo de la organización. Los estatutos del 2010 describen el fundamento de esta actitud: “La Fundación siente afinidad con la tradición ecuménica que, a partir de la doctrina cristiana, está comprometida con la justicia económica, política y cultural, así como con preservar la creación. Tiene sus bases en los cimientos mismos de la paz y la libertad y forma alianzas con contrapartes que, a partir de sus propias tradiciones religiosas y culturales, están comprometidas con la justicia y la sostenibilidad de la sociedad”.

Roelf Haan
Presidente de la Junta de Supervisión

En la foto: Una familia campesina de Paraná, Brasil, en su cultivo de soya. Junto a Solidaridad trabajan para un mayor rendimiento, una reducción en el uso de pesticidas y la protección des medio ambiente.

foto Leonardo Melgarejo

Visión y estrategia

Alrededor del mundo las familias campesinas son responsables de buena parte de la producción de alimentos. En el trabajo de Solidaridad forman un grupo meta importante, tanto en América Latina como en Asia y África, ya que en el campo generan mucho trabajo e ingresos. Al introducir técnicas inteligentes y sostenibles en la agricultura familiar, se podrá garantizar la alimentación de la población mundial, ahora y en el futuro. También cuando en el 2050 más de 9 mil millones de personas habitarán la tierra. En el siguiente capítulo se tratarán la visión y la estrategia de Solidaridad con respecto a este y otros temas.

Un vistazo a Solidaridad

Misión

La misión de Solidaridad es luchar contra la pobreza estructural y promover la paz y la justicia. Un desarrollo económico sostenible puede contribuir significativamente al cumplimiento de esta misión. El programa de Solidaridad se fundamenta en los siguientes puntos de partida:

– Hay una sola tierra que nuestros hijos nos han dado en calidad de préstamo.
– La pobreza es una condición de la vida humana que no es digna y debe ser desterrada.
– Se podrá garantizar el logro del equilibrio entre 'crecimiento' y 'distribución' solamente si los pobres son los portadores de su propio desarrollo.

Visión

La producción responsable agrícola, minera e industrial tanto como el Comercio Justo pueden aportar sustancialmente a la lucha contra la pobreza y a la preservación del entorno natural. La creación de ingresos suficientes y de calidad, así como de condiciones laborales decentes para la gente que vive en los países en desarrollo, es la base para una existencia humana digna. Es también una condición para que podamos dejar atrás el saqueo de los escasos recursos naturales que existen.

Objetivo

Solidaridad tiene como objetivo brindar apoyo a organizaciones de productores, organizaciones de la sociedad civil y empresas en los países en desarrollo que buscan luchar de manera estructural contra la pobreza y el daño al medio ambiente. La fundación pretende lograr este objetivo mediante:

– El fortalecimiento de organizaciones de productores y organizaciones de la sociedad civil en países en desarrollo que trabajan en pos del desarrollo sostenible de sus economías.
– El involucramiento de empresas, instituciones bancarias e inversionistas en el desarrollo de cadenas comerciales que tengan un valor agregado para los productores, recurriendo al Comercio Justo y a la responsabilidad social empresarial.
– La creación de una base de apoyo para el desarrollo económico sostenible, en particular en la ciudadanía y entre los consumidores, a través de la sensibilización.

Una organización internacional

El año pasado se hizo realidad la estructura de Solidaridad como una organización en red internacional. Solidaridad está compuesta por nueve centros regionales distribuidos alrededor del mundo. Al interior de esta organización en red, se practica la responsabilidad compartida en la elaboración de políticas y su consecuente ejecución. Las contrapartes locales, partiendo de sus conocimientos, experiencias y arraigamiento social, se involucran con mayor profundidad en la definición de políticas. La ejecución está en sus manos. Todo esto fortalece la capacidad local para elaborar políticas en los países en desarrollo.

Metodología de trabajo

Solidaridad trabaja para construir cadenas productivas sostenibles que abarcan desde el productor hasta el consumidor, permitiendo que los productores de los países en desarrollo organicen sus procesos productivos de manera sostenible y reciban un mejor precio por su producto. Así podrán mejorar su acceso a créditos y al capital de inversión, y también fortalecer la posición que ocupan en el mercado (mundial). En aras de lograr un resultado de desarrollo óptimo, Solidaridad desea combinar los fondos provenientes de los donantes con el capital de inversionistas y del sistema bancario. Las asociaciones público-privadas que hacen realidad la cooperación entre las organizaciones de la sociedad civil y el sector bancario y empresarial se constituyen en un instrumento adecuado para alcanzar este fin.

Las iniciativas de Solidaridad

1987-1988 Fundadora de **Max Havelaar**. Introduce en el mercado el sello de calidad Max Havelaar, el primer sello de calidad del Comercio Justo para el café.
1991 Una de las organizaciones que impulsaron la creación de la organización en red de iniciativas del Comercio Justo en Europa, lo que culminó en la conformación de **FLO, Organizaciones de Certificación de Comercio Justo Internacional** (ahora Fairtrade International).
1996 Fundadora de **AgroFair BV**, la primera empresa frutera del Comercio Justo. AgroFair ha crecido hasta llegar a ser la empresa de Comercio Justo más grande de Europa. Introducción de los bananos de Comercio Justo.
2001 Fundadora de **Kuyichi BV**, la primera marca de prendas de vestir del Comercio Justo.
2002 Una de las organizaciones que impulsaron la creación de la Fundación UTZ Kapeh, que ahora es **UTZ Certified**, un sello de RSE para el café sostenible y, también, hoy en día para el cacao y té.
2004 Impulsora de la fundación **Stichting Made-By**, una alianza de cooperación entre marcas de prendas de vestir cuyo objetivo es lograr la sostenibilidad en la cadena productiva.
2006-2010 Una de las organizaciones impulsoras o miembro de las **mesas redondas** para la soya (RTRS), el aceite de palma (RSPO), la caña de azúcar (Bonsucro) y el algodón (BCI).

Un mercado sostenible

El desarrollo sostenible tiene que ser conducido por el mercado. Esto significa que el proceso que lleva hacia una mayor sostenibilidad debe estar sustentado en los distintos actores del mercado, como lo son empresas y productores,

El desarrollo de cadenas productivas sostenibles

Uso inteligente y sostenible de los suelos; organizaciones de productores con vitalidad	Comercio justo y transparente	Responsabilidad Social Empresarial	Consumo con conciencia
Productores	**Comerciantes**	**Empresas**	**Consumidores**
• Capacitación • Fortalecimiento institucional • Certificación • Fortalecimiento de posición en el mercado	• Contacto directo con productores y compradores sostenibles • Más oferta de materia prima sostenible • Trazabilidad de la materia prima sostenible de la fuente hasta el consumidor	• Negociaciones directas con productores y comerciantes sostenibles • Aumento de la oferta de materia prima sostenible • Mercadeo y comunicación sobre la sostenibilidad	• Sensibilización sobre el origen de los productos sostenibles y la forma en que fueron producidos • Apoyo a los sellos de calidad • Compra consciente

y debe gozar del respaldo de las dinámicas del mercado. Un ejemplo es el proceso de definición de precios que debe incluir tanto los costos sociales como ecológicos de la producción y que debe tener en cuenta una valoración de la naturaleza. Un mercado sostenible se construye a partir de la interacción entre empresas que operan con responsabilidad social empresarial dentro del marco del buen gobierno de autoridades democráticas transparentes, y las organizaciones de la sociedad civil que participan y contribuyen de manera activa.

El desarrollo de mercados

Estamos presenciando una dinámica de cambio. Por muchos años, fue la elección consciente de los consumidores lo que sustentó la agenda que conducía hacia la sostenibilidad. Los sellos de garantía o de calidad para el consumidor, como Max Havelaar y Eko, facilitaban dicha elección al hacerla visible. Actualmente, la sostenibilidad aparece en la agenda de muchas empresas que asumen la responsabilidad sobre la procedencia de sus productos y que han llegado a entender a la sostenibilidad como una condición previa que les permite dar continuidad a su desempeño empresarial.

La responsabilidad social empresarial está ganando terreno. Los programas de certificación, como UTZ Certified, Rainforest Alliance para el sector agrario y SA8000 y Fair Wear para la cadena industrial, apoyan esta dinámica. El auge de las iniciativas que atraviesan sectores enteros ha fortalecido aun más el nivel de involucramiento de las empresas. Un ejemplo son las mesas redondas, en las cuales por lo menos se llega a acuerdos sobre aquello que definitivamente ya no puede ocurrir más, como la desenfrenada expansión de un sector en perjuicio de las selvas tropicales.

Solidaridad contempla una pirámide del cambio donde se reúnen los tres niveles: consumidores, empresas y sectores. En cada nivel existe un proceso de innovación. Los consumidores eligen, las empresas asumen sus responsabilidades y los sectores definen condiciones previas básicas. Estos tres segmentos se refuerzan mutuamente, incentivan el proceso que conduce a la sostenibilidad y evitan que algunos actores se distancien de dicho proceso cuando descargan sus costos sobre el ser humano y el medio ambiente.

Innovadora y previsora

Solidaridad ha llegado a transformarse en una organización especializada en el desarrollo sostenible, contando con una larga trayectoria como fuerza de innovación. El desarrollo de una aptitud para el aprendizaje y de capacidades de reacción y previsión ante los nuevos retos y oportunidades del mercado caracteriza la cultura y estrategia institucionales de Solidaridad.

La red de Solidaridad

Supervisión	Dirección	Ejecución
Junta Internacional de Supervisión de la Red de Solidaridad formada por dos representantes de las cuatro Juntas de Supervisión	**Director Ejecutivo Internacional** bajo la supervisión de la Junta Internacional de Supervisión de la Red de Solidaridad	**La Secretaría Internacional apoya al Director General Internacional**
Junta de Supervisión de Asia Junta de Supervisión de África Junta de Supervisión de América Latina Junta de Supervisión de Holanda	**Nueve directores de los centros regionales de experticia en:** China Asia del Sur y del Sureste África Occidental África del Este África del Sur Andes Centroamérica América del Sur Holanda	**Nueve oficinas que cuentan con personal para desarrollar los programas regionales en las siguientes ciudades:** • Pekín • Nueva Delhi • Accra • Nairobi • Gaborone • Lima • Ciudad de Guatemala • Buenos Aires • Utrecht

La red de Solidaridad: los hitos del 2010

Fue el año del café sostenible, del primer oro Fairtrade-Fairmined de Comercio Justo y Minería Justa, y del estándar definitivo para la soya responsable. A continuación, los directores de las nueve oficinas de Solidaridad alrededor del mundo describen brevemente los hitos del 2010.

Cadenas asiáticas sostenibles

"Durante el 2010, Solidaridad trabajó para desarrollar cadenas comerciales sostenibles en Asia. En Indonesia, trabajamos junto con Business Watch y el Consejo Indonesio del Té para elaborar el primer estándar nacional para el té producido de manera sostenible. El próximo año, las cuatro marcas más importantes de té pondrán este estándar a prueba. Como parte del programa de textiles, Solidaridad y la cadena minorista Mother Earth, iniciaron un proyecto que pone en conocimiento general las prácticas de trabajo responsables en las fábricas textileras de India. Estoy convencido de que los nuevos mercados serán los impulsores de una segunda oleada de RSE".
Solidaridad Asia del Sureste – Shatadru Chattopadhayay

Movilizando a las contrapartes locales

"Solidaridad China está avanzando en la mobilización de las contrapartes locales que promueven la sostenibilidad del sector agrario, un sector que la población en China tanto como la comunidad internacional han descuidado durante mucho tiempo. Solidaridad, junto con las organizaciones sectoriales chinas involucradas, apoyó a los actores locales para que pudieran conformar los primeros grupos nacionales de trabajo en China para la producción sostenible de soya, algodón y té. Contando con el apoyo de Solidaridad, la Asociación China de Comercialización del Té (China Tea Marketing Association) está desarrollando directrices para el té responsable que abarquen todo el sector".
Solidaridad China – Martin Ma

Honduras es el tercer país proveedor de café UTZ

"El punto más alto se alcanzó en el 2010 gracias al crecimiento exponencial que experimentó la participación del café de UTZ Certified proveniente de Honduras. Hoy en día, este país centroamericano relativamente pequeño se constituye en el tercer país proveedor de café UTZ, detrás de los grandes países productores como Brasil y Vietnam. Aparte de mejorar la imagen del café hondureño a nivel mundial, esto implica que los productores pueden recibir precios mucho mejores por su café. Paralelamente, hemos comenzado a apoyar a los sectores de la caña de azúcar y aceite de palma. Ahora existen seis empresas que se han comprometido a producir según estándares de sostenibilidad en términos sociales y medioambientales".
Solidaridad Centroamérica – Brigitte Cerfontaine

El primer oro de Comercio Justo y Minería Justa (Fairtrade & Fairmined)

"Solidaridad Andes ha contribuido para que mejoren las condiciones de vida de aproximadamente 10.000 pequeños campesinos y mineros. Ha logrado este cometido, mejorando y haciendo que la administración de las cadenas productivas del banano, café, cacao, algodón y oro en Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú sea más responsable. Gracias a nuestro apoyo, la Asociación de Productores de Banano Orgánico del Valle de Chira puede, por ejemplo, exportar sus bananos de manera independiente. También brindamos apoyo a 66 organizaciones mineras pequeñas, entre ellas a la Cooperativa Minera de Cotapata. ¡Esta cooperativa exportó el primer oro de Comercio Justo y Minería Justa en el mundo con certificación Fairtrade & Fairmined!"
Solidaridad Andes – Gonzalo la Cruz

Un estándar para la soya responsable

"El 10 de junio del 2010, la Asociación Mesa Redonda de Soya Responsable (RTRS, Roundtable on Responsible Soy Association) logró el hito más importante desde su creación el año 2007: en la Asamblea General que se llevó a cabo en São Paulo, se adoptó con una gran mayoría el estándar definitivo de RTRS. El presidente de la RTRS, Jeroen Douglas, quien también es Director de Solidaridad América del Sur, dijo al respecto: "A partir de hoy, el sector global de la soya se ha comprometido con un marco para la producción de soya responsable que goza de credibilidad y que da garantías inequívocas para frenar la deforestación".
Solidaridad América del Sur – Jeroen Douglas

Café sostenible

"Mientras el 2009 quedó grabado en la historia como el año en que despegó el sector del cacao, el 2010 fue el año del café sostenible. La organización sectorial de tostadores de café anunció en el otoño que, para el año 2015, por lo menos el 75 por ciento del café que se consume en Holanda estaría certificado como sostenible. El rol pionero que ha desempeñado Solidaridad en el pasado para desarrollar Max Havelaar, EKO y UTZ Certified permitió alcanzar tan loable resultado. Solidaridad realiza muchos esfuerzos para que pueda haber suficiente volumen de café certificado disponible y para lograr compromisos similares en otros mercados".
Solidaridad Holanda – Nico Roozen

Jeroen Douglas
Solidaridad América del Sur

"La RTRS ofrece un marco para la producción de soya responsable que tiene credibilidad"

Gonzalo la Cruz
Solidaridad Andes

"Mejores condiciones de vida para 10.000 pequeños productores y mineros"

Brigitte Cerfontaine
Solidaridad Centroamérica

"La pequeña Honduras es ahora la tercera proveedora de café UTZ, detrás de Brasil y Vietnam"

Nico Roozen
Solidaridad Holanda

"El 2010 fue el año del café sostenible"

Karugu Macharia Solidaridad África Central y del Este

"Se trabaja estrechamente dentro del sector del té con distintos sistemas de certificación"

Shatadru Chattopadhayay
Solidaridad Asia del Sureste

"Los nuevos mercados serán los impulsores de una segunda oleada de RSE"

Ruaraidh Petre
Solidaridad África del Sur

"En su primer año, el CBSC ya pudo contribuir en un proyecto para productores de caña de azúcar en Malaui"

Martin Ma
Solidaridad China

"Se conformaron los primeros grupos nacionales de trabajo para la producción sostenible de soya, algodón y té"

Hans Perk
Solidaridad África Occidental

"Se dieron los primeros pasos para extender el aceite de palma responsable a Nigeria, Camerún y Liberia"

Los campesinos recomiendan el programa de apoyo

"El año pasado pudimos observar que crecía el interés entre los comerciantes de Ghana, Nigeria y Camerún para proveer cacao sostenible al mercado. Durante los últimos meses del 2010, se firmaron acuerdos para que otros cinco mil productores de cacao reciban capacitación en Ghana, y se abrieron oficinas en Camerún y Nigeria. Pero el resultado más prometedor que se ha alcanzado es que aquellos campesinos que recibieron capacitación en técnicas de producción responsables están recomendando este programa de apoyo a sus pares. En el sector del aceite de palma, se dieron los primeros pasos para extender la certificación RSPO a Nigeria, Camerún y Liberia".
Solidaridad África Occidental – Hans Perk

Despega el sector del té

"Solidaridad África Central y del Este brinda apoyo a los pequeños productores de nueve países. Logramos que despegara el sector del té dentro del cual se están realizando muchos esfuerzos para mejorar el nivel de sostenibilidad e introducir la certificación entre campesinos a pequeña escala y también en plantaciones. Varios sistemas de certificación nos acompañaron muy de cerca en esta labor, incluyendo a Rainforest Alliance, ETP, Fair Trade y UTZ Certified. Introdujimos sistemas de gestión y de tecnologías de la información en cooperativas de café. Al interior de la organización, se siguió trabajando para profesionalizar más la oficina de Solidaridad, que cada vez goza de mayor reconocimiento como un centro de experticia en el tema de las cadenas sostenibles de producción. Estamos ansiosos por poder aplicar nuestra pericia también en los sectores regionales del algodón, oro y agricultura".
Solidaridad África Central y del Este – Karugu Macharia

Nuevos proyectos para la caña de azúcar

"El año pasado se logró consolidar la oficina regional de África del Sur, y le dimos la bienvenida a Pat Brenchly como jefe del Centro de Apoyo Empresarial para Cadenas Productivas (CBSC, Commodity Business Support Centre). Pat coordina las actividades del sector de la caña de azúcar en la región. En su primer año, el CBSC ya pudo contribuir en un proyecto para productores de caña de azúcar en Malaui, que contó con la participación de nuestros asociados, Suiker Unie y Delicia. Estamos ilusionados con los nuevos proyectos para la caña de azúcar que el próximo año podremos agregar a nuestra cartera".
Solidaridad África del Sur – Ruaraidh Petre

La sostenibilidad se encuentra en una fase decisiva

Los procesos del mercado deben generar resultados deseables para la sociedad. Nico Roozen considera que un mercado puede evolucionar cuando existe una buena interacción entre políticas gubernamentales, organizaciones activas de la sociedad civil y empresas que operan con responsabilidad social.

Los esfuerzos que Solidaridad realiza para hacer que las cadenas productivas sean más sostenibles gozan de un apoyo cada vez mayor. Este apoyo se puede encontrar en la sociedad, en los gobiernos, entre los ciudadanos y consumidores y, particular e imprescindiblemente, en los ámbitos gerenciales de las empresas. La sostenibilidad se comenzó a dar marginalmente y, ahora, se ha convertido en un valor fundamental del proceso económico. El debate sobre la sostenibilidad se está extendiendo. Los científicos aportan señales diversas. La resistencia que ofrecen aquellos intereses y juicios preestablecidos se vuelve visible. Por consiguiente, el reto radica en demostrar que la sostenibilidad sí hace la diferencia en lo que se refiere a los ingresos de los campesinos, la situación laboral de los empleados, el medio ambiente y la disponibilidad de materias primas y productos agrícolas para las generaciones futuras.

Un enfoque integral en el mercado

La postura de Solidaridad es que la transición hacia una economía sostenible implica un proceso de mercado. Los cambios deben tomar forma dentro del mercado y deben apoyarse sobre los instrumentos del mercado y en quienes participan en él. Las empresas deben organizar sus cadenas productivas de manera distinta y los mercados deben apoyar los procesos que llevan a una mayor sostenibilidad. Los procesos del mercado deben generar resultados deseables para la sociedad. Esta cuestión no es lo suficientemente evidente como para darse de manera automática.

Un mercado sostenible puede evolucionar sólo si existe una interacción entre políticas gubernamentales adecuadas que faciliten la realización de la sostenibilidad, organizaciones de la sociedad civil que sean activas y que ejerzan influencia de manera efectiva y empresas que operen con responsabilidad social. La dialéctica que surge entre estos tres actores es de vital importancia. Es demasiado inocente esperar que un solo actor pueda lograr el cambio. Las empresas deben generar una interacción con organizaciones de la sociedad civil y deben exhortar a aquellos gobiernos que están retrocediendo a que intervengan de manera adecuada. Las organizaciones de la sociedad civil deben pasar de ser actores relativamente externos a constituirse como gerentes de transición. Finalmente, las autoridades gubernamentales deben desarrollar instrumentos modernos de fomento y regulación. Este proceso implica que todos estos tres actores deberán innovar, por sí solos y entrelazados, dentro de un proceso de mercado que está encaminado hacia la sostenibilidad.

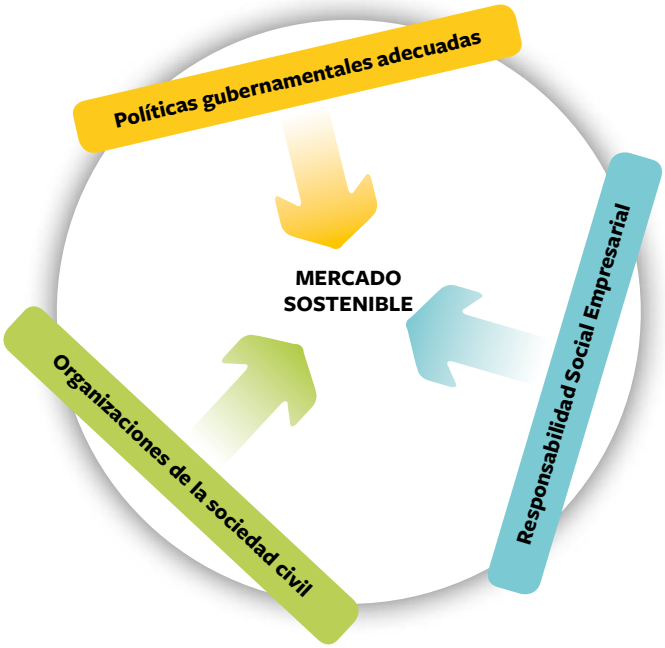
foto Leonard Faustle

Nico Roozen

Solidaridad ha elegido situarse dentro de esta dinámica. Como organización de desarrollo, nuestro nuevo rol consiste en organizar la transición hacia las cadenas sostenibles y en dar un estímulo a la participación de la sociedad civil y a aquellas políticas gubernamentales que son apropiadas.

Un programa renovado para productores

Ahora que la sostenibilidad se ha convertido en una ambición de la corriente principal del empresariado, el nuevo reto consiste en organizar la disponibilidad de los bienes producidos de manera sostenible. La limitante ya no es la demanda, sino la oferta. El acceso a los productos sostenibles y su disponibilidad gozan de un valor competitivo en el mercado desde hace poco tiempo. Aquellas empresas que fueron las primeras en organizar sosteniblemente su cadena de suministros tienen ventajas frente a la competencia. Asimismo, las empresas efectivamente están interesadas en desarrollar un programa para los productores. Comparten información sobre sus políticas de compras y están dispuestas a poner a disposición del desarrollo de los productores sus conocimientos y dinero. Así se abre la puerta al match funding, un tipo de co-financiamiento que conecta los recursos públicos y privados entre sí. En los últimos años,



El modelo del mercado sostenible

Solidaridad ha firmado varios contratos con empresas para la elaboración conjunta de programas para productores financiados de esta manera. Este tipo de cooperación implica que cada una de estas partes puede beneficiarse de las fortalezas que tiene la otra. Las empresas contribuyen con sus conocimientos sobre producción, procesamiento primario de los productos y mercado. Además, garantizan el acceso al mercado gracias a su predisposición para comprar el nuevo producto sostenible, muchas veces bajo mejores condiciones. Una organización de desarrollo como Solidaridad cuenta con un importante bagaje de experiencia acompañando a productores, fortaleciendo sus organizaciones y creando un entorno positivo.

Un dato que llama la atención es que a las empresas no les interesa la competencia que existe entre los distintos estándares para la producción sostenible. Al contrario, las empresas se esfuerzan para que los productores tengan certificaciones múltiples para que así puedan, de la mejor manera posible, satisfacer la demanda en el mercado de productos sostenibles. Por su parte, los campesinos también quieren aprovechar lo más que puedan las posibilidades para vender su producto. Piden que haya sistemas que, al menor costo posible, los ayuden a lograr múltiples certificaciones.

En vista de estas tendencias, Solidaridad ha decidido desarrollar su programa para productores de manera más independiente, y ya no vinculado directamente con Fair Trade, como ocurría en los años noventa, ni con UTZ Certified, como se ha dado los últimos diez años. El mercado para los productos sostenibles ha llegado a la madurez y necesita contar con una estrategia amplia, enfocada en la cooperación y en la innovación de los sistemas para mejorar la eficiencia de todos los estándares.

Uso inteligente y sostenible del suelo

Una gran cantidad de las prácticas actuales de cultivo, a parte de no ser sostenibles, tampoco son muy óptimas. Si las labores campesinas mejoraran, prácticamente en todos los grupos de productos las superficies cultivadas actualmente podrían rendir de tres a cinco veces más por hectárea. Este dato cobra mucha importancia en vista de que en las próximas décadas debería aumentar drásticamente la producción de alimento para proveer a una población mundial más numerosa y con más poder adquisitivo, pero ya no podemos seguir talando los bosques para aumentar las áreas de cultivo que complementen las superficies que actualmente están en producción. Es requisito imprescindible el uso inteligente del suelo, algo que implica prestarle más atención a la productividad, calidad y rendimiento a costos más bajos por unidad de producto. El objetivo es poder garantizar la seguridad alimentaria a aquel ciudadano del mundo con poco poder adquisitivo. Se debe lograr más con menos, es decir más producción, pero con menos detrimento de la biodiversidad, menos uso del agua, menos energía, menos emisiones, menos fertilizantes y menos pesticidas. Para poder lograr esta transición a la agricultura sostenible, se necesita combinar, por un lado, una mayor atención a la calidad de las operaciones empresariales y el emprendedurismo agrícola, y por el otro, más atención para construir vínculos con una agenda ambiciosa en el ámbito medioambiental y social. Solidaridad ha sido una de las primeras organizaciones de desarrollo en basar su programa de apoyo a los productores en estos puntos de partida fundamentales.

Fase decisiva

Se anuncian los presagios de una ruptura con el esquema reinante. De lo que se trata ahora es de dar forma a la transición hacia una economía sostenible y con base biológica. Se deben establecer también nuevas relaciones, se deben construir alianzas y se deben reorganizar los procesos de trabajo. La potenciación es clave. Lo que se ha puesto a prueba y ha funcionado en los años pasados se debe potenciar, procurando que sea más aplicable y accesible. Este proceso es un desafío que se presenta durante una fase crítica. ¿Lograremos crear a tiempo suficientes bases de apoyo para la innovación, disponer de recursos financieros en los lugares adecuados y desarrollar las capacidades y fortalezas que se requieren para demostrar que sí se pueden hacer las cosas de manera distinta?

Programa para el desarrollo de productores de Solidaridad

Pre-certificación	Certificación	Post-certificación
Apoyo a los productores en el uso inteligente y sostenible del suelo	• **Fair Trade** • **EKO** • **UTZ Certified** • **Rainforest Alliance** • **mesas redondas** • **códigos industriales**	• **Mejoras continuas**
Apoyo en la certificación		Proyectos innovadores, por ejemplo: • Reducción en el uso de agua • Emisiones de energía • Valoración de los servicios para el ecosistema

Planificación, monitoreo y evaluación

El año pasado terminaron dos estudios grandes que evaluaron los programas de Solidaridad. La planificación de proyectos, el monitoreo de los avances y la evaluación respectiva son los componentes esenciales del trabajo que realiza Solidaridad. Ésta es la única manera de mejorar la calidad del trabajo que se realiza.

La Planificación, el Monitoreo y la Evaluación (PME) se constituyen en la columna vertebral de las organizaciones de aprendizaje como Solidaridad. Son instrumentos importantes que nos permiten mejorar la calidad del trabajo que realizamos y aumentar los niveles de transparencia. La planificación está relacionada con planificar y ajustar los objetivos y procesos que se están iniciando y que ocurren a lo largo y ancho de la red. Esto es complicado, pues se trata de una red de nueve oficinas regionales dispersas alrededor del mundo. Cuando se hacen esfuerzos para mejorar la planificación dentro de toda la red de manera consciente, se puede llegar conjuntamente a acuerdos mejores y más alcanzables. En este sentido, al interior de la cadena productiva se debe prestar una atención especial a coordinar las actividades dirigidas a la producción y las que se dirigen al mercado.
En el 2010, finalizó y se evaluó el Plan Plurianual 2007-2010 y, al mismo tiempo, se dio inicio a la elaboración del Plan Plurianual 2011-2015. Este plan sincroniza la política estratégica de Solidaridad Holanda y la estrategia de la organización en red. La planificación incluye también la elaboración de los planes anuales. El Plan Anual para el 2011 especifica en más detalle el nuevo rol que Solidaridad Holanda desempeña dentro de la organización en red.

El monitoreo permite ir midiendo el pulso

Durante la implementación de los programas, se supervisan los avances mediante el monitoreo. El hacer un examen crítico pero constructivo, nos permite evaluar si es necesario ajustar las decisiones estratégicas, si hay formas de mejorar la calidad de la ejecución y si se puede compartir más ampliamente el conocimiento. El monitoreo también es necesario para mantener bien informados a los aliados financieros y donantes sobre el trabajo que realiza Solidaridad. En el 2010, se comenzó a desarrollar un nuevo sistema de gestión de proyectos que se puede usar a lo largo y ancho de toda la red y que reemplazará al sistema que actualmente se emplea. Este sistema no sólo administrará los flujos financieros, sino también los avances que están teniendo los programas. Para ello se utilizan los denominados Key Performance Indicators, o Indicadores Clave de Desempeño. Este sistema se implementará en el transcurso del 2011. Se profesionalizó el sistema de manejo de la calidad en las oficinas regionales de la red donde era necesario hacerlo. En Nairobi se contrató a un empleado para que coordine este proceso que cuenta con un financiamiento parcial de PSO (Apoyo a Personal en Países en Vías de Desarrollo). Solidaridad ha constatado que, en toda la red, el proceso de planificación puede mejorar aun más. Es importante conocer con exactitud cuáles son los puntos de partida de un programa y qué es lo que se puede lograr.

Estudios de evaluación sólidos

Al finalizar un programa, se hace un análisis llevando a cabo una evaluación externa donde se presta especial atención a los resultados, impacto, lecciones aprendidas, temas que deben mejorar y eficacia con que se han utilizado los recursos. Dentro del marco de la finalización del Sistema de Cofinanciamiento del Gobierno holandés (MFS-I) del Ministerio de Asuntos Exteriores en el 2010, se llevaron a cabo algunos estudios profundos de evaluación. El Catedrático Ruerd Ruben realizó el estudio de CIDIN sobre 'El Impacto del Comercio Justo' que se publicó el año 2008. Durante el 2009 y 2010, la agencia Crem hizo una investigación sobre los programas de soya y biomasa. La Universidad Empresarial de Nyenrode realizó estudios sobre el impacto que tiene el programa de algodón y textiles (véase el recuadro). La calidad de los estudios de evaluación ha mejorado. Al interior de Solidaridad hay más capacidad para dirigir las evaluaciones.
En el 2010, también se realizó un estudio para medir los niveles de satisfacción entre las contrapartes dentro de las cadenas. Se obtuvo una respuesta de aproximadamente el 45 por ciento, la que fue mayoritariamente positiva. Solidaridad recibió la calificación más baja en el componente de 'frecuencia de la comunicación'. Las contrapartes consideran loable el desempeño de Solidaridad en términos de la retroalimentación, metodología de trabajo y flexibilidad ante las situaciones locales que se presentan, entre otros.

En el 2010 Solidaridad recibe el Premio de Innovación de PSO por la forma innovadora de abordar los problemas en las fábricas de textiles y tintorerías. En el rol pionero que Solidaridad busca desempeñar, la innovación es clave.

foto Paul Barbera

Evaluación del programa de algodón y textiles, 2003-2010

En diciembre del 2010, la Universidad Empresarial de Nyenrode publicó los resultados de un estudio de evaluación del programa de algodón y textiles de Solidaridad. El Licenciado Ard Hordijk estuvo a cargo de la investigación. Esta evaluación del programa de algodón y textiles se centró en contestar las preguntas sobre el grado en que los objetivos del programa fueron realizados y sobre la calidad de la implementación. Las preguntas de la investigación fueron tratadas en los tres niveles de enfoque del programa: el desarrollo de la producción responsable por parte de los campesinos que cultivan algodón y en las fábricas de textiles, el desarrollo de las organizaciones de la sociedad civil y el desarrollo de los mercados de Occidente.

Un gran impacto para los productores de algodón

Una conclusión es que el programa fue más efectivo a nivel de los pequeños productores de algodón, nivel donde se alcanzó la mayor parte de los resultados. El programa de impacta muy fuertemente en el aumento de los ingresos y la mejora de las condiciones de vida de las familias campesinas beneficiarias de los proyectos de Oro Blanco (Perú), Chetna (India) y ProCotton (Senegal).

A nivel de las fábricas, se fueron ajustando los objetivos conforme avanzaba el programa. No se cumplieron los objetivos iniciales debido a la demanda limitada que tenían las marcas de prendas de vestir. El programa sí tuvo un impacto sobre las condiciones de trabajo de los empleados de las fábricas. Se alcanzó a un total de 47.000 trabajadores, quienes se han beneficiado porque, entre otras cosas, gozan de mejores instalaciones en sus lugares de trabajo, mejores condiciones laborales, un trato más igualitario entre hombres y mujeres y subsidios para la educación de sus hijos.

Manos a la obra

No se logró cumplir las expectativas con respecto a movilizar a las marcas para que elijan trabajar dentro de cadenas productivas sostenibles. Una causante es la crisis financiera, y otra la búsqueda que Made-By debió realizar para encontrar los instrumentos adecuados que conducirían a reunir a marcas de prendas de vestir dentro de la alianza. El impacto más importante que tiene el sello Made-By es que facilita de manera comprobada a las marcas para que puedan tomar los pasos cualitativos necesarios hacia el camino de hacer más sostenibles sus cadenas productivas.

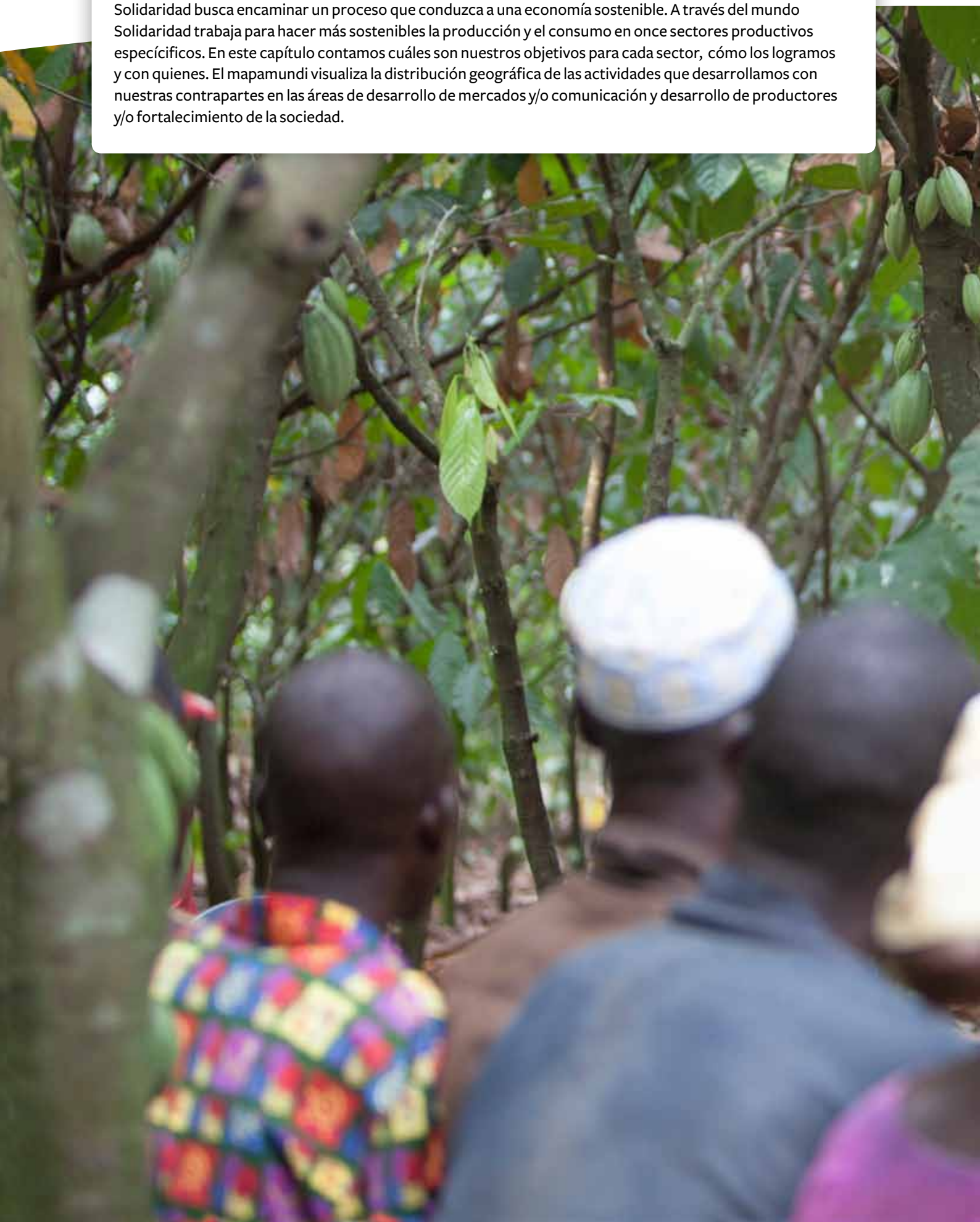
En lo que respecta la eficiencia de Solidaridad, el equipo investigador concluyó que el equipo relativamente pequeño de Solidaridad logró llegar hasta un público de tamaño considerable. Solidaridad trabaja de manera innovadora y se pone manos a la obra. El gran dinamismo del programa requiere también prestarle aun más atención a los sistemas de administración financiera y redacción de informes financieros.

Un intermediario entre vendedor y comprador

Ard Hordijk: “El rol que a grandes rasgos se le puede atribuir a Solidaridad a partir de esta evaluación es el de un broker o intermediario que reúne a las distintas partes involucradas y que es capaz de vincular a vendedores y compradores responsables. Se considera a Solidaridad como una organización que ha desempeñado un papel muy importante para aumentar la participación en la corriente principal de las prendas de vestir producidas de manera responsable”.

Grupos de productos

Solidaridad busca encaminar un proceso que conduzca a una economía sostenible. A través del mundo Solidaridad trabaja para hacer más sostenibles la producción y el consumo en once sectores productivos específicos. En este capítulo contamos cuáles son nuestros objetivos para cada sector, cómo los logramos y con quienes. El mapamundi visualiza la distribución geográfica de las actividades que desarrollamos con nuestras contrapartes en las áreas de desarrollo de mercados y/o comunicación y desarrollo de productores y/o fortalecimiento de la sociedad.



Productores de cacao de la comunidad de Mantukwa, Ghana, reciben una capacitación en el uso inteligente y sostenible de la tierra. La capacitación es una de las actividades claves de Solidaridad.

foto Keke Keukelaar

Las actividades de la red de Solidaridad a nivel mundial

En este mapa se han marcado con una estrella amarilla las sedes de los nueve Centros Regionales de Experticia de la red de Solidaridad. Desde estos centros se desarrollan las actividades que se realizan en varios países de todos los continentes, en estrecha colaboración con nuestras contrapartes locales. En cada país están marcados los grupos de productos para los cuales se han llevado a cabo actividades durante el 2010. El fondo blanco refleja las actividades relacionadas con el desarrollo de productores y/o el fortalecimiento de la sociedad. El fondo celeste refleja dónde se ha trabajado en el desarrollo de mercados y/o la comunicación..

Café – desarrollo de productores/fortalecimiento de la sociedad: Brasil, Colombia, RD del Congo, Etiopía, Guatemala, Honduras, India, Kenia, México, Nicaragua, Uganda, Perú, Tanzania, Vietnam

desarrollo de mercados/comunicación: Australia, Brasil, China, Corea del Sur, Europa, Indonesia, Japón, México, América del Norte, Sudáfrica, Suiza

Algodón – desarrollo de productores/fortalecimiento de la sociedad: China, India, Mali, Perú, Senegal, Tanzania, Zambia

desarrollo de mercados/comunicación: Europa, Holanda, Estados Unidos

Textiles – desarrollo de productores/fortalecimiento de la sociedad: Bangladés, China, India, Nepal, Vietnam

desarrollo de mercados/comunicación: Alemania, Bélgica, Dinamarca, Holanda, Luxemburgo, Reino Unido, Suecia

Frutas – desarrollo de productores/fortalecimiento de la sociedad: Brasil, Burkina Faso, Chili, China, Colombia, Costa de Marfil, Costa Rica, Ecuador, Ghana, Guatemala, India, Kenia, Panamá, Perú

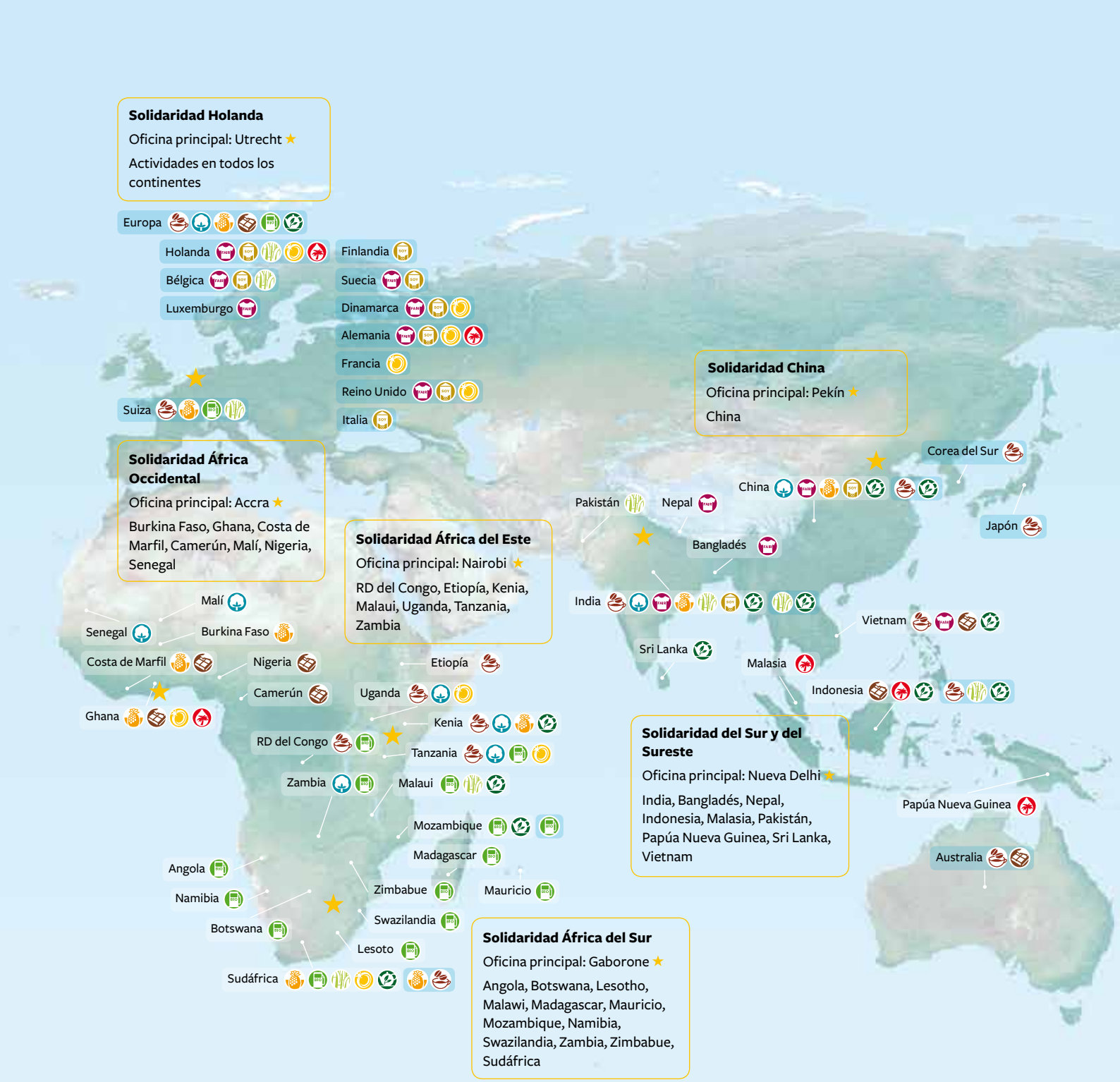
desarrollo de mercados en: Europa, Sudáfrica, Suiza

Soya – desarrollo de productores/fortalecimiento de la sociedad: Argentina, Brasil, Bolivia, China, India, Paraguay

desarrollo de mercados/comunicación: Alemania, Bélgica, Dinamarca, Finlanda, Holanda, Italia, Reino Unido, Suecia

Cacao – desarrollo de productores/fortalecimiento de la sociedad: Brasil, Ecuador, Ghana, Indonesia, Costa de Marfil, Camerún, Nigeria, Vietnam

desarrollo de mercados/comunicación: Australia, Canadá, Europa, Holanda, Estados Unidos



Biomasa – desarrollo de productores/fortalecimiento de la sociedad: Angola, Argentina, Bolivia, Botswana, Brasil, Lesoto, Madagascar, Malaui, Mauricio, Mozambique, Namibia, Nicaragua, Paraguay, RD del Congo, Sudáfrica, Swazilandia, Tanzania, Zambia, Zimbabue

desarrollo de mercados/comunicación: Argentina, Europa, Holanda, Mozambique, Suiza

Caña de azúcar – desarrollo de productores/fortalecimiento de la sociedad: Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Guatemala, Honduras, India, Malaui, Pakistán, Paraguay, Sudáfrica

desarrollo de mercados/comunicación: Bélgica, Brasil, Holanda, India, Suiza

Oro – desarrollo de productores/fortalecimiento de la sociedad: Bolivia, Colombia, Ghana, Guatemala, Nicaragua, Perú, Tanzania, Uganda

desarrollo de mercados/comunicación: Alemania, Dinamarca, Francia, Holanda, Reino Unido

Aceite de palma – desarrollo de productores/fortalecimiento de la sociedad: Brasil, Colombia, Ghana, Guatemala, Honduras, Indonesia, Malasia, Papúa Nueva Guinea

desarrollo de mercados/comunicación: Alemania, Holanda

Té – desarrollo de productores/fortalecimiento de la sociedad: Argentina, China, India, Indonesia, Kenia, Malaui, Mozambique, Sri Lanka, Sudáfrica, Vietnam

desarrollo de mercados/comunicación: China, Europa, India, Indonesia, Estados Unidos

Tres cuartas partes del café holandés estarán certificadas en el 2015

En el 2010, el sector del café en Holanda anunció que para el año 2015 incrementaría la participación del café certificado a un 75 por ciento del mercado total del café. El volumen de café con certificación UTZ aumentó casi un 50 por ciento. La creciente demanda de café producido responsablemente genera oportunidades para que cada vez más productores de café puedan mejorar su situación.

El café se produce en más de cincuenta países en desarrollo donde este producto contribuye significativamente al desarrollo socioeconómico. En el caso de algunos países, la mitad de sus ingresos por concepto de exportaciones proviene del café. Sin embargo, los millones de pequeños productores de café, que juntos suministran más del ochenta por ciento de la producción mundial, frecuentemente viven en la pobreza. Solidaridad trabaja en pro de una cadena de café responsable, mejorando las condiciones en que viven los campesinos en los países en desarrollo y también ampliando el mercado para el café de producción responsable.

Objetivos para el 2010

– Fortalecer las capacidades de los productores y sus organizaciones para que puedan cumplir con los criterios de los sistemas de certificación para el café de producción responsable.
– Mejorar la eficiencia y eficacia del apoyo a productores.
– Estimular la demanda de café certificado y producido responsablemente en el mercado internacional y lograr la participación de nuevas empresas en una cadena más sostenible.

Resultados obtenidos

– En Honduras se sumaron más organizaciones de productores de café responsable, a la vez que aumentó el total de la producción de café responsable por tercer año consecutivo.
– En Vietnam se preparó a cientos de capacitadores más y se desarrollaron instrumentos dirigidos a capacitar a una mayor cantidad de productores en el tema de la certificación.
– Se desarrollaron las capacidades de empresas y de una organización de la sociedad civil en África del Este con el fin de poder brindar apoyo más eficiente a los productores.
– El sector del café en Holanda se ha unido al objetivo de aumentar la participación de café certificado y responsable al 75 por ciento del mercado total del producto para el 2015.
– El volumen de café con certificación UTZ creció en el 2010 en un 48 por ciento, alcanzando así un total de más de 120.000 toneladas de café.

El 75 por ciento del mercado del café será sostenible

El año pasado el sector del café en Holanda anunció que para el 2015 se esforzará para que el 75 por ciento de la oferta total del café esté certificado como responsable. Esto significa un avance importante, que es el resultado de varios años de intenso trabajo mejorando la cadena del café, en lo que se refiere a la oferta del café de producción responsable como a la ampliación del mercado para dicho producto. Solidaridad, en sus veinte años impulsando la certificación del café, ha desempeñado un papel importante para lograr esto.

Crece la producción responsable en Honduras

En el 2010, aumentó la participación del café certificado en Honduras hasta alcanzar un 25 por ciento de la producción total de café. La cantidad de organizaciones de productores que contribuyó a ello aumentó a diecisiete. Este crecimiento se debe a Procaso, una iniciativa de Solidaridad y SNV en apoyo a productores. Tanto los campesinos como los exportadores se benefician del crecimiento de la producción responsable, pues gracias a la capacitación en técnicas agrícolas apropiadas, pueden producir más café de mejor calidad. Asimismo, se los vincula con compradores y reciben acceso al mercado internacional. El programa de Procaso se extendió a Nicaragua en el 2010.

Lección aprendida: más allá de la certificación

La certificación no puede solucionar todos los problemas del sector del café por sí misma. Esta lección salió a relucir claramente el año pasado. La certificación es un instrumento que conduce hacia la sostenibilidad; sin embargo, cada vez más debe formar parte de un enfoque de mayor amplitud que parta de los problemas que encaran los campesinos. La única manera en que se podrá alcanzar una mayor sostenibilidad que, en primer lugar, beneficie a los campesinos que viven en países en desarrollo, es tener en cuenta no sólo los criterios de los sistemas de certificación, sino también otros factores.

Evaluación 2010: oportunidades y amenazas

Solidaridad saca provecho de la amplia red que tiene en los países productores. Esto facilita un trabajo más directo con los productores y nos permite estar más cerca de ellos y conocer más profundamente sus problemas. Por otro lado, gracias a los años que hemos dedicado al mercado mismo, conocemos también a los participantes más importantes de Occidente. Debido al restringido mercado mundial y a los altos precios del café que predominaron durante el 2010, muchos comerciantes y tostadores de café están preocupados por su suministro a largo plazo. Esta preocupación a la vez se torna en un sólido cimiento para construir un tipo de cooperación que reúna a la sostenibilidad y al incremento de la productividad.

foto Yvette Faber

René Romero van Procaso da explicaciones a un agrónomo de Cocafelol, Honduras.

foto H.P. Alting von Geusau

Kofinaf, productor y beneficiador de café keniano, cumple con tres certificaciones y respeta las leyes nacionales de no discriminación.

Previsiones para el 2011

Con el fin de ir más allá de la certificación y dar prioridad a los intereses de los pequeños caficultores, Solidaridad hace cada vez mayores esfuerzos para elaborar un paquete de capacitación que les brinde la oportunidad de poder cumplir con los requisitos de más sistemas de certificación al mismo tiempo. De esta manera, reciben capacitación sobre una mayor cantidad de criterios de sostenibilidad y mejoran su posición en el mercado. En consecuencia, Solidaridad desea enfocarse con más fuerza en estos productores y en lo que más les sirve para mejorar su condición.
Por otro lado, dentro del programa del café, se examinarán mucho más los nuevos temas relacionados a la sostenibilidad, incluyendo el uso sostenible e inteligente del suelo y del agua y el pago por servicios medioambientales para los campesinos, tales como los créditos de carbono.

Impacto

Gracias a los proyectos de Solidaridad, un total de 150.000 pequeños caficultores y sus familias reciben capacitación con el fin de cumplir con los criterios de sostenibilidad. El instituto de investigaciones, CIDIN, concluyó en el 2010 que el mayor impacto que tiene la certificación UTZ está relacionado con el incremento de los ingresos de los caficultores, debido a la mejora de la calidad, lo que resulta en mejores precios. Por ejemplo en Kenia, después de haberse certificado, los productores de café recibieron un precio que era el treinta por ciento más alto. Aparte de ello, produjeron un veinte por ciento más que antes gracias a las mejores técnicas de producción que aplicaron. Ambos factores significan un incremento sustancial de los ingresos que perciben los productores y sus familias.

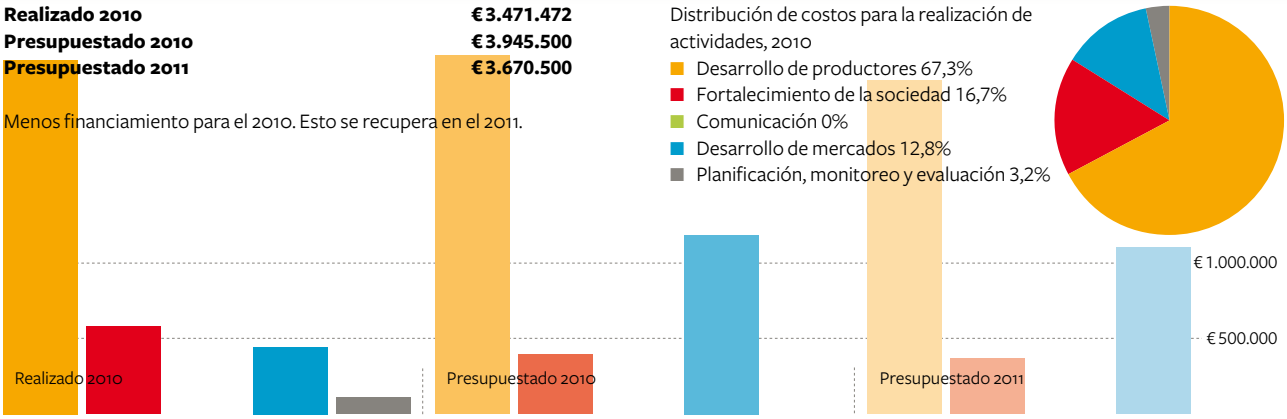
Contrapartes estratégicas y donantes más importantes

Contrapartes en el apoyo a productores:
ECOM; la Federación Nacional de Café Colombia; Deloitte Kenia; Prakruthi India; Fairtrade International (antes FLO); la Organización holandesa para el desarrollo (SNV); el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Vietnam; el instituto de investigaciones CIDIN.
Contrapartes en el fortalecimiento de la sociedad:
Kulika Uganda; Café África
Contrapartes en el desarrollo de mercados:
UTZ Certified; Sara Lee/Douwe Egberts
Contrapartes en la realización de campañas:
Coalición de Materias Primas Tropicales (TCC), Holanda
Donantes:
Ministerio de Asuntos Exteriores/MFS; Irish Aid/Irish Fair Trade Network; UE; Hivos; PSO; Argidius

Realizado 2010	**€ 3.471.472**
Presupuestado 2010	**€ 3.945.500**
Presupuestado 2011	**€ 3.670.500**

Menos financiamiento para el 2010. Esto se recupera en el 2011.

Distribución de costos para la realización de actividades, 2010
- Desarrollo de productores 67,3%
- Fortalecimiento de la sociedad 16,7%
- Comunicación 0%
- Desarrollo de mercados 12,8%
- Planificación, monitoreo y evaluación 3,2%



Algodón

¡Se produce el primer fardo de algodón BCI!

Durante el 2010, se iniciaron los primeros proyectos de la Iniciativa para un Algodón Mejor (BCI, Better Cotton Initiative), lo que permitió que pequeños productores de algodón, bajo el tutelaje de capacitadores, aprendieran juntos y el uno del otro, técnicas agrícolas responsables. Los productores están muy entusiasmados con esta manera de abordar la sostenibilidad. Tanto su participación, como el interés que las marcas tienen en el algodón BCI, otorgan al programa un gran potencial.

El ochenta por ciento de la producción mundial de algodón lo suministran productores a pequeña escala que viven en países en desarrollo. Estos productores a menudo enfrentan problemas financieros: se ven forzados a endeudarse fuertemente con el fin de realizar las inversiones que se requieren para semillas, pesticidas y fertilizantes costosos. Por otro lado, debido al bajo precio que reciben del algodón, y a su inestabilidad, a menudo no logran solventar sus deudas. El cultivo del algodón tampoco es muy bueno para el medio ambiente, pues se utilizan toneladas de pesticidas venenosos e importantes cantidades de agua. Solidaridad promueve la producción y comercialización del algodón BCI, orgánico y del Comercio Justo. Estos tres sistemas se complementan entre sí y se enmarcan en distintos aspectos de la sostenibilidad. De esta manera, se puede cambiar efectivamente la cadena del algodón.

Objetivos para el 2010

– Brindar apoyo a los productores de algodón en relación a su autoorganización, certificación, acceso al mercado y técnicas de cultivo que respeten al ser humano y medio ambiente.
– Dar inicio a los primeros proyectos BCI.
– Extender el programa de ProCotton a África del Este.
– Crear un mercado para el algodón sostenible en Europa.
– Generar más conciencia entre los consumidores y las empresas sobre la importancia de las prendas de vestir sostenibles.
– Diversificar las fuentes de financiamiento.

Resultados obtenidos

– El programa de apoyo por cuatro años de Solidaridad se extendió a diecinueve organizaciones de productores, lo que permite alcanzar a casi 40.000 productores de algodón a nivel mundial.
– En India y Malí, se iniciaron los primeros proyectos BCI y también se produjeron los primeros fardos de algodón BCI.
– Se realizaron los preparativos para extender el programa de ProCotton a Tanzania y Zambia.
– El proyecto de algodón orgánico, Chetna Organic, que fue iniciado por Solidaridad, prácticamente puede trabajar independientemente gracias al fortalecimiento de capacidades.
– Se han realizado los preparativos para iniciar en el 2011 proyectos de algodón BCI en China.
– Se ha trabajado junto con otros actores interesados en fortalecer la integridad de la certificación del algodón orgánico.
– Solidaridad ha brindado apoyo a BCI para que goce de reconocimiento a nivel mundial.

Inicio de proyectos BCI

Luego de los preparativos realizados durante el 2009, en el 2010 comenzaron los primeros programas de apoyo para el algodón BCI en Malí e India. En India, la puesta en marcha fue firme, lanzándose ocho proyectos nuevos que alcanzan a 20.000 campesinos. En Malí, a través de un solo proyecto, unos 4.000 productores están recibiendo apoyo para mejorar la productividad y calidad del cultivo de algodón. También están siendo capacitados en el uso más eficiente y seguro de pesticidas. Durante los próximos años, cada uno de estos campesinos transmitirá sus conocimientos a cuatro compañeros campesinos y aprenderán el uno del otro. Este concepto es innovador y permitirá que para el 2012, tan solo en Malí, aproximadamente 16.000 campesinos cultiven algodón de manera responsable.

Se ha preparado la extensión a China

China presenta muchas oportunidades para que el sector del algodón sea más sostenible. Por esta razón, Solidaridad investigó profundamente las temáticas que están relacionadas con la sostenibilidad, principalmente la manera en que BCI puede brindar apoyo para solucionar estos problemas específicos. Se distribuyeron los conocimientos adquiridos y se creó una base de apoyo para iniciar más proyectos en un futuro próximo.

Lección aprendida: se debe fortalecer la certificación orgánica

A principios del 2010, se observó que el sistema para la certificación del algodón orgánico no estaba funcionando de manera adecuada. Las contrapartes en India anteriormente habían dado a conocer esto a Solidaridad. Observaron que, de repente, se estaba ofreciendo mucho más algodón supuestamente orgánico a precios (demasiado) bajos. Solidaridad reaccionó ante este hecho y así nos embarcamos en una investigación, a la vez que organizamos un taller con las organizaciones de certificación. Asimismo, vigorizamos los sistemas internos de control en los proyectos donde participamos nosotros o nuestras contrapartes. Llevamos a cabo conversaciones con las marcas sobre el rol que desempeñan cuando se trata de parchar los agujeros en los sistemas de certificación. En sus

foto H.P. Alting von Geusau

Biosustain, una procesadora de algodón en Tanzania, brinda una fuente de ingresos a los campesinos de la región.

comunicaciones, Solidaridad también subraya que, aunque existen agujeros en dichos sistemas, a nivel de productor se sigue marcando una gran diferencia gracias a los miles de campesinos que cultivan algodón orgánico.

Evaluación 2010: oportunidades y amenazas

Gracias al abordaje integral de Solidaridad en la cadena textilera, tenemos un alcance muy amplio. La Iniciativa para un Algodón Mejor y el programa de ProCotton llegan a miles de productores de algodón. Al otro extremo de la cadena y a través de Made-By, entre otros, Solidaridad goza del acceso a marcas que están interesadas en el algodón sostenible.
Esto le permite establecer un vínculo entre la producción y el mercado. Es posible despegar rápidamente gracias a la combinación de los conocimientos de Solidaridad con el apoyo financiero de empresas como H&M y Jackpot, y con su compromiso de comprar algodón responsable. Un buen ejemplo de ello son los proyectos BCI en India del año pasado.
No obstante, debido a los muchos eslabones que tiene la cadena desde el momento en que se cosecha el algodón hasta que se expone el producto final en las tiendas, es complejo manejar la cadena entre productores y compradores finales, pues se deben tener en cuenta muchos factores.

Previsiones para el 2011

Se torna cada vez más importante lograr la participación de donantes locales en el 2011. En vista de que se ha reducido el interés de los donantes en financiar proyectos en mercados emergentes como India y China, se deben investigar nuevas formas de financiamiento.
Solidaridad está trabajando en Zambia y Tanzania para potenciar el programa de ProCotton, luego de haber realizado los preparativos necesarios durante el 2010.

Impacto

En el 2010, la Universidad Comercial de Nyenrode investigó el impacto que tienen los proyectos de Solidaridad en la cadena textilera. Una de las conclusiones fue que los campesinos que participan en proyectos a largo plazo del sector algodonero en Perú (Oro Blanco), India (Chetna Organic) y Senegal (Enda-Pronat) reciben un precio más alto por su algodón del que recibían antes que se iniciaran los programas. Las compras garantizadas de una parte de su producción les brindan un ingreso más estable y más seguridad. Gozan del acceso a conocimientos sobre técnicas responsables de cultivo y de un mejor acceso al financiamiento y a actores del mercado. También se han hecho inversiones en el desarrollo personal de los campesinos, por lo que han aprendido a leer y escribir, por ejemplo.

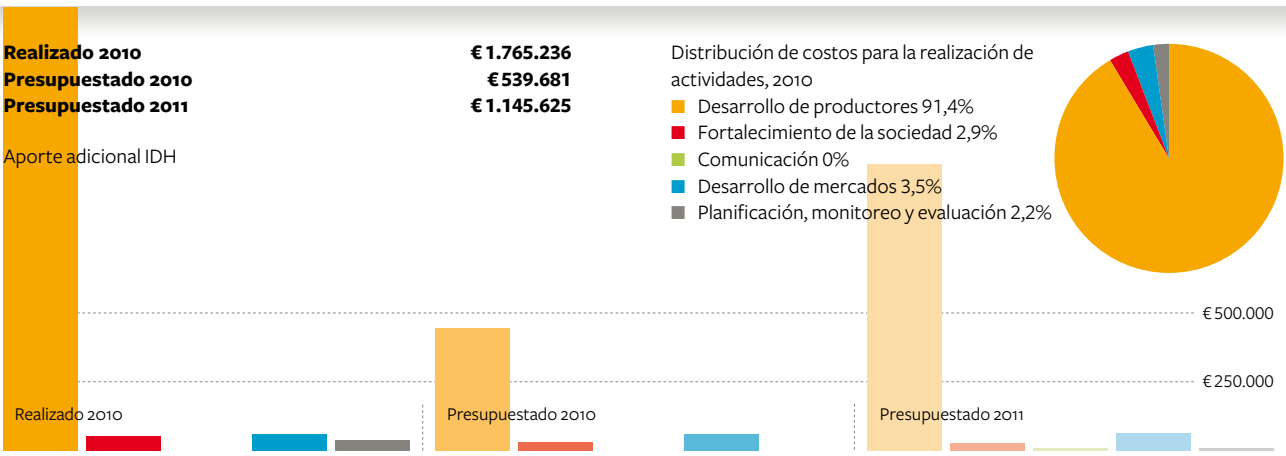
Contrapartes estratégicas y donantes más importantes

Contrapartes en el apoyo a productores:
EndaPronat (ONG, Senegal); FFID-COFA (ONG, India); el Centro de Investigaciones de Desarrollo Rural (Rural Development Research Center, China); APROCA (cooperativa de productores, Malí); OBSA (cooperativa de productores, Perú); Biosustain (empresa, Tanzania); COMACO (ONG, Zambia); ACF, ASA, Myrada (ONGs, India); Agrocel, Pratibha, G&C, SSM, Arvind (empresas, India)
Contrapartes en el fortalecimiento de la sociedad:
FFID-COFA (ONG, India); APROCA (cooperativa de productores, Malí); Rural Development Research Center (China)
Contrapartes en el desarrollo de mercados:
BCI; ProCotton/Fundación Rabobank; el Programa de Implementación Rápida BCI (Better Cotton Fast Track Program); marcas Made-By; Fair&Co; Kuyichi; marcas BCI
Donantes:
Ministerio de Asuntos Exteriores/MFS; el Fondo de Implementación Rápida BCI (Better Cotton Fast Track Fund); Fundación Ford; Fundación Rabobank; Fundación GSRD; Jackpot

Realizado 2010	**€ 1.765.236**
Presupuestado 2010	**€ 539.681**
Presupuestado 2011	**€ 1.145.625**

Aporte adicional IDH

Distribución de costos para la realización de actividades, 2010
- Desarrollo de productores 91,4%
- Fortalecimiento de la sociedad 2,9%
- Comunicación 0%
- Desarrollo de mercados 3,5%
- Planificación, monitoreo y evaluación 2,2%



Premio por el enfoque innovador en las fábricas de textiles

El enfoque integral que aplica Solidaridad a lo largo de la cadena textilera es único e incluye programas hechos a medida para todos los subsectores de la cadena. Nuestra metodología de trabajo parte de los intereses de nuestras contrapartes, lo que implica que las escuchamos. Es por esto que tenemos éxito, recibiendo un premio a la innovación en el 2010.

Ya sabemos desde hace tiempo que las condiciones sociales y medioambientales en la cadena de los textiles son miserables. Incluyen a productores de algodón que trabajan con pesticidas que ponen en riesgo sus vidas, talleres de teñido que depositan sus residuos químicos en los alrededores y fábricas donde se trabaja bajo malas condiciones laborales. Solidaridad trabaja en toda la cadena de la industria textilera con el fin de reducir su carga sobre el medio ambiente y mejorar las condiciones sociales de los trabajadores. Junto a nuestras contrapartes, capacitamos a quienes trabajan en estas fábricas para que puedan hacer valer sus derechos, brindamos capacitación a nivel gerencial y elaboramos planes junto con las fábricas con el objetivo de implementar mejoras estructurales. Paralelamente, motivamos a las marcas de prendas de vestir a que compren textiles responsables, ampliando así el acceso al mercado de los fabricantes de textil responsable.

Objetivos para el 2010

– Dar acompañamiento a los talleres de teñido para que sus operaciones sean menos dañinas para el medio ambiente.
– Mejorar de manera estructural las pobres condiciones de trabajo, especialmente en los talleres de costura.
– Extender los programas de apoyo a Bangladés y Vietnam.
– Crear mercado para textiles y prendas de vestir sostenibles en Europa.
– Investigar las posibilidades de venta de prendas de vestir sostenibles en los mercados asiáticos.
– Generar más conciencia entre los consumidores y empresas sobre la importancia de las prendas de vestir sostenibles.
– Apoyar el proceso de desarrollo del plan de negocios de Made-By.

Resultados obtenidos

– Solidaridad recibió el Premio a la Innovación de PSO (Apoyo a Personal en Países en Vías de Desarrollo) por su abordaje innovador de los problemas en las fábricas de textiles y los talleres de teñido.
– Del 2007 al 2010 se han implementado 101 proyectos en fábricas, alcanzando así a casi 60.000 trabajadores y mejorando su situación.
– Solidaridad extendió programas de apoyo en Bangladés.
– Diversas organizaciones de la sociedad civil en la India (Tirupur, Bangalore), Bangladés (Dhaka) y China fueron fortalecidas.
– Se conoce más acerca del programa de textiles de Solidaridad gracias a la atención mediática que se le ha prestado en varias publicaciones.
– Se ha adaptado el modelo empresarial de Made-By para que el sello pueda seguir creciendo.

Ganadora del Premio a la Innovación de PSO

Durante el 2010, y en estrecha colaboración con las contrapartes, se trabajó con mayor profundidad en la metodología de grupos de usuarios (user groups) que apunta a enfrentar mejor los problemas que existen en las fábricas y los talleres de teñido. Dentro de un grupo de diez empresas, la gerencia media intercambia ideas y experiencias. Esto resulta ser un abordaje exitoso, pues se comparten conocimientos y experiencias. Además, como resultado de la dinámica de grupo y la sana competencia, se encuentran soluciones innovadoras que la misma gerencia media propone para los problemas que aquejan a las fábricas y a los talleres de teñido. Gracias a la efectividad del enfoque, Solidaridad recibió el Premio a la Innovación de PSO.

Construir redes locales fuertes

El año pasado se organizaron y fortalecieron organizaciones de la sociedad civil, sindicatos y organismos de certificación. Seleccionamos organizaciones que operaran en las cercanías de las fábricas y talleres de teñido que participan en el programa. De esta manera, se puede ir construyendo una red local fuerte. Como resultado de las capacitaciones, las organizaciones de la sociedad civil y los sindicatos están mejor preparados para contribuir de manera concreta a los procesos de mejoramiento en las fábricas, y también para desempeñar un papel crítico y constructivo en las auditorías que conducen a mejoras en los procesos de certificación.

Lección aprendida: un umbral más bajo para Made-By

El sello Made-By, una alianza de cooperación entre marcas de prendas de vestir cuyo objetivo es hacer más sostenible la cadena productiva, goza de un reconocimiento de nombre bastante fuerte. Sin embargo, la cantidad de marcas que se han asociado a ella sigue siendo limitada, lo que incide en el impacto que Made-By pueda tener. Solidaridad y Made-By se dieron cuenta el año pasado que el sello a menudo se considera como demasiado exigente. Entonces Solidaridad ayudó a que se adapte su modelo empresarial. El enfoque de Made-By ahora es más flexible, lo que significa un umbral más bajo, y está centrado aun más en el autofinanciamiento. Gracias a su

foto Paul Barbera

Solidaridad investigará el mercado de la moda sostenible en India y China durante el 2011.

nueva forma, el sello será capaz de involucrar a más marcas y así podrá realizar mejoras concretas dentro de la cadena. Ya se puede observar el primer resultado de ello, pues luego de adaptar el modelo empresarial, se han asociado algunas marcas importantes incluyendo a Ted Baker, la reconocida marca británica de prendas de vestir.

Evaluación 2010: oportunidades y amenazas

El programa integral de Solidaridad funciona. Permite comprender apropiadamente la cadena y los problemas que la aquejan. La adecuada implementación de las estrategias de mejoramiento está garantizada por nuestra presencia y la red de contrapartes con que la contamos en países clave. Al mismo tiempo, Solidaridad tiene una creciente red de empresas que participan en esquemas de sostenibilidad, así como en Made-By, Responsabilidad Social Internacional (SAI, Social Accountability International) y la Iniciativa para el Cumplimiento Social de la Empresa (BSCI, Business Social Compliance Initiative). Sin embargo, los conocimientos que tiene Solidaridad sobre la problemática tienen sus contras, pues estamos conscientes de que existen más problemas relacionados a la sostenibilidad de los que podemos abordar como una organización relativamente pequeña. Muchos problemas tienen su origen en aspectos culturales que están firmemente enraizados, como la desigualdad de género. La certificación por sí sola no puede abordar todos estos problemas, pues requieren de procesos de cambio a largo plazo y no solamente de capacitaciones y una lista de verificación de criterios. Además, el programa de textiles se ve afectado por la disminución del interés de los donantes en financiar proyectos de mejora en mercados emergentes, como el caso de India y China, pese a que el crecimiento de las economías en estos países no va a resolver automáticamente los problemas del sector textilero.

Previsiones para el 2011

Ha resultado exitoso agrupar a empresas en grupos de usuarios que permiten a la gerencia media de las fábricas y talleres de teñido proponer por sí misma soluciones innovadoras. Este enfoque se extenderá el siguiente año a otros países. Made-By hará muchos esfuerzos para vincular a más y mayores marcas con las fábricas de textiles. Esta estrategia genera oportunidades para ambas partes. Por un lado, posibilitará a las marcas de prendas de vestir operar efectivamente de manera sostenible y comunicarlo a sus clientes. Por otro lado, las fábricas de textiles gozarán de un mercado donde vender y, así, estarán más motivadas para implementar procesos de cambio.

Impacto

El solo hecho de haber aplicado la metodología de los grupos de usuarios en Bangalore (India) permitió realizar mejoras en las condiciones laborales de 14.000 trabajadores. Esto también ha conllevado a una mejora de las instalaciones en el lugar de trabajo y a un mejor cumplimiento de las normas legales, sociales y medioambientales. Los cambios sencillos que implementaron los grupos de usuarios dieron como resultado grandes ahorros de energía, leña y agua. En todo el año 2009, los ahorros alcanzaron los 47.000 euros, lo que representa un monto importante para las empresas involucradas. No se conocen aún las estadísticas definitivas para el 2010.

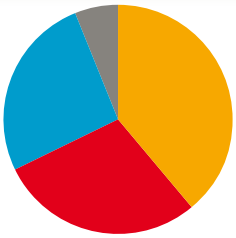
Contrapartes estratégicas y donantes más importantes

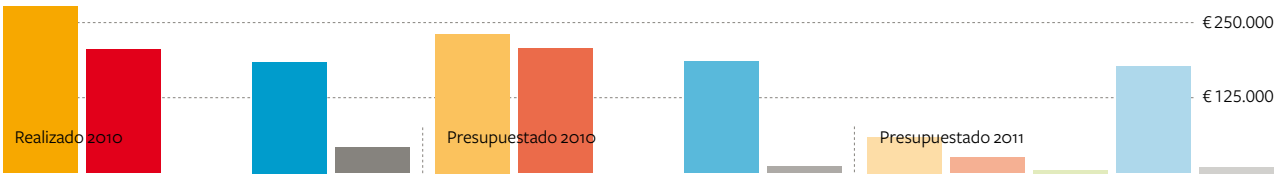
Contrapartes en el apoyo a productores y el fortalecimiento de la sociedad:
Conquest (India); Prakruthi (India); el Centro CSR (Bangladés); SEDF/IFC (Bangladés); VCCI (Vietnam)
Contrapartes en el desarrollo de mercados:
Made-By; SAI; BSCI
Donantes:
Ministerio de Asuntos Exteriores/MFS; Agentschap NL; VROM; H&M

Realizado 2010	**€ 705.237**
Presupuestado 2010	**€ 631.820**
Presupuestado 2011	**€ 276.875**

Costos adicionales para el desarrollo de mercados.

Distribución de costos para la realización de actividades, 2010
- Desarrollo de productores 39%
- Fortalecimiento de la sociedad 28,9%
- Comunicación 0%
- Desarrollo de mercados 26,1%
- Planificación, monitoreo y evaluación 6%





Frutas

Aunando esfuerzos en el sector bananero

Ha sido difícil lograr la sostenibilidad a gran escala en el sector de la fruta y las verduras. La razón más importante es la fragmentación del sector. Una excepción positiva a esta regla es el sector bananero: cuando los actores involucrados aunaron esfuerzos durante el Foro Mundial Bananero del 2010, se dio un paso importante para lograr la sostenibilidad a gran escala.

En un período de quince años, Solidaridad y sus contrapartes han logrado que el sector bananero comience a ser más sostenible. Se requieren iniciativas nuevas si se ha de alcanzar la sostenibilidad en los sectores de las verduras y de otras frutas. Alrededor del mundo, estos sectores se enfrentan a un uso exagerado de pesticidas y agua, malas condiciones laborales en las plantaciones y rendimientos mínimos para los agricultores a pequeña escala. A todo esto, se debe agregar el hecho que cada tipo de fruta o verdura en cada país productor afronta problemas distintos. Solidaridad pretende dar un giro completo a la sostenibilidad, apoyando a los productores para que produzcan de manera responsable y motivando a los compradores a que compren fruta y verdura responsable.

Objetivos para el 2010

– Seguir brindando apoyo a importantes productores de fruta con el fin de continuar construyendo y fortaleciendo su posición en el mercado del Comercio Justo.
– Estudiar si los nuevos temas relacionados con la sostenibilidad, como la producción con base en la neutralidad climática, ofrecen oportunidades para el programa de frutas.
– Estudiar las posibilidades que existen para construir alianzas de cooperación en las cuales los actores involucrados más importantes, que poseen productos específicos en regiones específicas, identifiquen ellos mismos los cuellos de botella más importantes y trabajen juntos para realizar mejoras.

Resultados obtenidos

– Se han fortalecido organizaciones de productores en Perú, Ecuador, Colombia, Panamá, Burkina Faso y Costa de Marfil.
– El Grupo Hualtaco en Perú aumentó el volumen de banano orgánico del Comercio Justo, mientras Solidaridad apoyó la creación de distintas organizaciones de productores para proveer este mercado.
– Solidaridad apoyó a productores de frijol en vainita (o judía verde) de Kenia para que puedan cumplir con los criterios del Comercio Justo. Así es como la empresa Fairfields pudo introducir sus frijoles en vainita como un producto del Comercio Justo en el mercado europeo.
– Solidaridad realizó un análisis del ciclo de vida de la cadena de la piña en Ghana.
– Solidaridad llevó a cabo varios análisis de los sectores de la fruta y las verduras en varios países. Se conocen los cuellos de botella y las contrapartes en potencia que podrían cooperar. Estos estudios conforman la base de los planes para el siguiente período.
– Se ha comenzado una investigación de mercado sobre las posibilidades que tienen la verdura y la fruta producidas responsablemente de participar en el mercado de África Occidental.
– En el primer año del Foro Mundial Bananero, en el cual Solidaridad coordina un grupo de trabajo, la cooperación se ha dado de manera positiva.

Se aglutinan fuerzas en el Foro Mundial Bananero

Luego de la primera reunión del Foro Mundial Bananero (FMB) que se celebró en diciembre del 2009, durante el año 2010 empezó con buen pie la cooperación entre los miembros para crear un sector social y ambientalmente responsable. El Foro Mundial Bananero aglutina a todas las partes involucradas del sector: desde productores hasta minoristas y desde gobiernos hasta organizaciones de la sociedad civil. El FMB brinda la oportunidad a todas estas partes para que puedan proponer soluciones pragmáticas a los problemas relacionados con la sostenibilidad, compartir mejores prácticas y aprender la una de la otra. Solidaridad coordina dentro del Foro el grupo de trabajo sobre producción responsable.

Análisis de la huella ecológica de la piña

En el transcurso del 2010, se realizó un análisis en Ghana de la huella ecológica de la producción de piña. No sólo se están examinando las emisiones de CO_2 del sector, sino también sus otros efectos sobre el medio ambiente, tales como el uso del agua y la degradación del suelo. El análisis debe desembocar en planes dirigidos a limitar la contaminación medioambiental del cultivo de piña.

Lección aprendida: resulta difícil captar el interés de los minoristas

Las empresas del sector frutero tienen un carácter anónimo para los consumidores, pues prácticamente no existen 'marcas de fruta' con las que se puedan identificar. Por esta razón, es difícil para las empresas fruteras alcanzar una imagen sostenible y reconocible. Esto da como resultado que en este sector, la posición de los minoristas sea más fuerte que en otros sectores donde las marcas desempeñan un papel importante. Es fundamental, en consecuencia, que los minoristas se involucren desde el inicio con los esfuerzos por hacer más sostenibles los sectores de las frutas y verduras. Como a los

foto via Grupo Hualtaco

Bananos del Grupo Hualtaco, Perú.

foto Joe Sheehan

Control de calidad del mango, Burkina Faso.

minoristas no les interesa la sostenibilidad de unos cuantos grupos de productos, es necesario adoptar un enfoque que incluya todo el surtido.

Evaluación 2010: oportunidades y amenazas

El sector de la fruta y las verduras es fragmentado; consiste en una gran cantidad de categorías de productos, cada cual con sus problemáticas y contextos específicos. Es imposible abordar con un solo enfoque todo el sector. Sin embargo, hay suficientes oportunidades que Solidaridad puede aprovechar en el sector, tomando en cuenta sus conocimientos y experiencia. Por ejemplo, existen oportunidades para generar electricidad a partir de los flujos residuales de la producción de fruta. Solidaridad también se ha centrado el año pasado en desarrollar los mercados locales de África Occidental, de manera que un sector de exportaciones sano y sostenible también pueda contribuir a la provisión de alimentos a nivel local.

Previsiones para el 2011

Durante el 2010, se llevó a cabo un análisis sobre la problemática de la sostenibilidad de varios productos y de las regiones donde éstos se producen. En este sentido, se identificaron los temas más importantes relacionados con la sostenibilidad. El análisis formó la base para elaborar un plan estratégico, el cual refleja claramente que el sector de los zumos o jugos de fruta goza de perspectivas para poder mejorar. En el 2011, Solidaridad se esforzará para preparar un programa de jugos y buscará empresas, minoristas y donantes que estén interesados en participar.

Impacto

Los programas de apoyo a los productores están dirigidos, entre otras cosas, a un factor crucial dentro del sector, que es la administración de la calidad de la fruta. Cuando la calidad es alta y estable, los productores gozan de una posición en el mercado más estable que, a menudo, tiene como resultado mejores rendimientos y, por consiguiente, más ingresos.

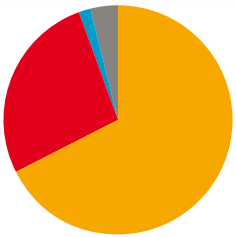
Contrapartes estratégicas y donantes más importantes

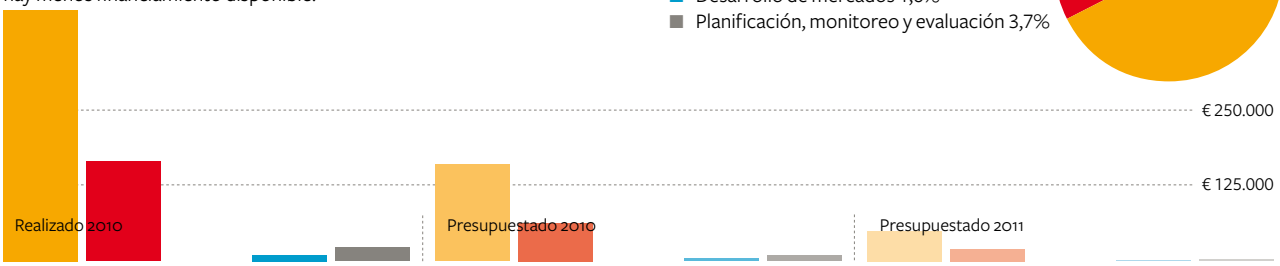
Contrapartes en el apoyo a productores y el fortalecimiento de la sociedad:
Asistencia Técnica para el Comercio Sostenible y el Medio Ambiente (TASTE, Technical Assistance for Sustainable Trade and Environment); West African Fair Fruit (WAFF); Grupo Hualtaco, Perú
Contrapartes en el desarrollo de mercados:
AgroFair; Fairfields; Foro Mundial Bananero
Donantes:
Ministerio de Asuntos Exteriores/MFS; UE; Lotex

Realizado 2010	**€ 611.817**
Presupuestado 2010	**€ 235.500**
Presupuestado 2011	**€ 74.260**

Durante el 2010 concluyeron proyectos de fruta del 2009. Para el 2011 hay menos financiamiento disponible.

Distribución de costos para la realización de actividades, 2010
- Desarrollo de productores 67,8%
- Fortalecimiento de la sociedad 26,9%
- Comunicación 0%
- Desarrollo de mercados 1,6%
- Planificación, monitoreo y evaluación 3,7%





Cacao

Se extendió el apoyo a productores a siete países

Una proporción cada vez mayor del chocolate que se vende en los supermercados es chocolate responsable, elaborado con cacao producido de manera sostenible. Solidaridad y sus contrapartes capacitaron el año pasado a 37.000 campesinos en técnicas de producción responsable y certificaron a 15.000 de ellos. Los programas de capacitación se extendieron de tres a siete países.

Los productores de cacao a pequeña escala de África Occidental producen la mayoría de los granos de cacao. A menudo, aplican métodos agrícolas obsoletos que degradan los suelos y producen cacao de baja calidad. Se ha diezmado gran cantidad de bosques en la búsqueda de tierras fértiles. Se requiere que la agricultura se torne más intensiva y sostenible para mejorar la productividad y evitar la deforestación. Este esfuerzo también debe incluir la sostenibilidad en términos económicos. Se puede observar que la demanda de cacao sostenible de alta calidad está creciendo. En países como Costa de Marfil y Ghana, la profesionalización del sector podría desempeñar un papel muy importante en el desarrollo económico de la población rural. Solidaridad brinda apoyo a campesinos alrededor del mundo para que transformen su producción. Al hacerlo, se vuelve beneficiosa para el hombre y el medio ambiente, y al mismo tiempo cumple con los requisitos de los compradores.

Objetivos para el 2010

– Brindar capacitación a campesinos en técnicas agrícolas mejoradas y apoyarlos para que el proceso productivo sea sostenible.
– Fortalecer a organizaciones (de productores) locales.
– Mejorar la transparencia en la cadena del cacao.
– Mejorar el acceso al mercado de los campesinos que producen de manera sostenible.
– Implementar mejoras en la protección del medio ambiente y el bienestar de los productores.

Resultados obtenidos

– 40.000 pequeños productores de cacao alrededor del mundo han sido capacitados en técnicas de producción mejoradas. Se certificó a 15.000 de ellos.
– El apoyo a productores que brinda Solidaridad se extendió a cuatro países más.
– Se está elaborando un paquete de capacitación que permitirá a los campesinos aprovechar más sistemas de certificación al mismo tiempo.
– Existen organizaciones de productores y ONGs que han recibido formación y tienen más capacidad para alcanzar sus objetivos.
– 30.000 toneladas de cacao certificado se han introducido en el mercado.
– Existen nuevos actores en el mercado que se han comprometido con el cacao sostenible.
– Se ha comenzado la campaña 'Por Amor al Chocolate' (For the Love of Chocolate) en colaboración con UTZ Certified y Mars Holanda.

Se han capacitado 37.000 campesinos en un año

A finales del 2009, la cuenta de la cantidad de productores capacitados ascendía a unos 3.000. En el 2010, recibieron formación 37.000 nuevos productores alrededor del mundo. La capacitación está enfocada en las nuevas prácticas agrícolas, tales como el cuidado de suelos, la prevención de enfermedades y el uso más adecuado de pesticidas, así como en la mejora de las condiciones laborales. Dicha capacitación da como resultado una mejor calidad de los suelos, mejores rendimientos y, por consiguiente, más ingresos. Y, también, se disminuyen los daños que el cultivo de cacao acarrea para el ser humano y la naturaleza.

Extensión a otros cuatro países

El programa de cacao comenzó en los países productores de cacao más importantes; es decir, Costa de Marfil, Ghana e Indonesia. Sin embargo, la gran demanda de cacao sostenible significó que muy pronto se tuviera que extender el programa a otros países. En el 2010, Solidaridad y sus contrapartes en Nigeria, Camerún, Ecuador y Brasil montaron equipos de capacitadores e iniciaron la capacitación de capacitadores. Éstos, por su parte, transmitirán sus conocimientos durante el 2011 a miles de campesinos. De esta manera, puede crecer directamente la oferta de cacao sostenible y se podrá atender mejor la demanda de cacao proveniente de estos países productores.

Lección aprendida: se necesita tiempo para construir capacidades

El programa de cacao de Solidaridad crece a un ritmo tan acelerado que se necesita mucho tiempo para construir capacidades. Es por eso que durante el 2010, se realizaron muchos esfuerzos para fortalecer las capacidades en las oficinas regionales de Solidaridad. Por otra parte, también tomó más tiempo de lo planificado entablar buenas relaciones con las autoridades.

Evaluación 2010: oportunidades y amenazas

Solidaridad puede servirse de su experiencia y conocimiento en el apoyo a productores de otros sectores, incluyendo el sector del cacao. Solidaridad es considerada como una experta en el campo de la certificación gracias a los muchos años que lleva desempeñándose como pionera en el tema. Debido a

foto Keke Keukelaar

Marianna de Mantukwa, Ghana, participa en una capacitación en producción inteligente y sostenible. Está resembrando su tierra con nuevos árboles de cacao. Es presidenta del grupo de mujeres, maneja su casa y cuida a sus hijos y su mamá.

la estrecha colaboración que mantiene con UTZ Certified, a menudo se considera a ambas organizaciones como una sola instancia. No obstante, Solidaridad y UTZ Certified consideran que la certificación es solamente un medio para alcanzar el fin. Esto significa que los programas para los productores de Solidaridad tienen un carácter más amplio, y no buscan simplemente calificarlos para que se los pueda certificar. Tanto Solidaridad como UTZ Certified ganan más credibilidad si distinguen claramente sus diferentes roles.
Conforme aumenta la presión ejercida por la creciente demanda, aumenta también la posibilidad de que se certifique de manera equivocada cacao que aún no cumple con los requisitos de sostenibilidad. En Costa de Marfil, y en algunos otros países más, no se puede avanzar lo suficiente a causa de la inestable situación política que se vive, y a que sus gobiernos invierten demasiado poco en el sector del cacao.

Previsiones para el 2011

Durante el 2011, Solidaridad seguirá haciendo esfuerzos para profesionalizar a los equipos de campo y ampliar las capacidades con el fin de capacitar a más campesinos en los métodos sostenibles de producción agrícola. En este sentido, se continuará con el desarrollo y la implementación de un paquete de capacitación que pretende formar a los campesinos en el tema de las normas que rigen a los distintos sistemas de certificación. En colaboración con la organización de desarrollo alemana, GIZ (anteriormente GTZ), estamos trabajando en pro del reconocimiento mutuo de los criterios por parte de las organizaciones certificadoras. Estos esfuerzos deben dar como resultado un conjunto compartido de criterios básicos que sea el fundamento de los distintos sistemas. Esto permitirá ahorrar muchos costos y tiempo al momento de capacitar a los productores en los distintos sistemas de certificación.

El fuerte crecimiento que ha tenido el programa de cacao requiere embarcarse en nuevos tipos de cooperación con donantes y otras contrapartes financieras.

Impacto

El 2010 fue testigo de un fuerte crecimiento del programa de cacao. Se expandió el apoyo a los productores de 3.000 a 40.000 campesinos, y de tres a siete países. El programa es demasiado joven aún como para poder demostrar con estadísticas el impacto que tiene en la situación de vida de los campesinos. Los primeros resultados apuntan hacia la expectativa de que, en todo caso, haya habido un impacto en términos de la productividad y la calidad del cacao. Igualmente, se puede esperar que este impacto signifique un incremento en los ingresos que reciben los productores, que posiblemente aumentarán aun más gracias al incremento de los precios en el mercado mundial. Hay razones para creer que los adicionales que se pagan por el cacao certificado por encima del precio del mercado motivan a trabajar en pos de la certificación, principalmente en el caso de productores nuevos. Se ha iniciado un estudio de línea de base científico, cuyo objetivo es medir el efecto que tienen los programas de apoyo en las comunidades campesinas a lo largo de varios años.

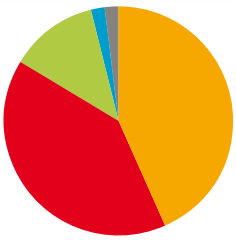
Contrapartes estratégicas y donantes más importantes

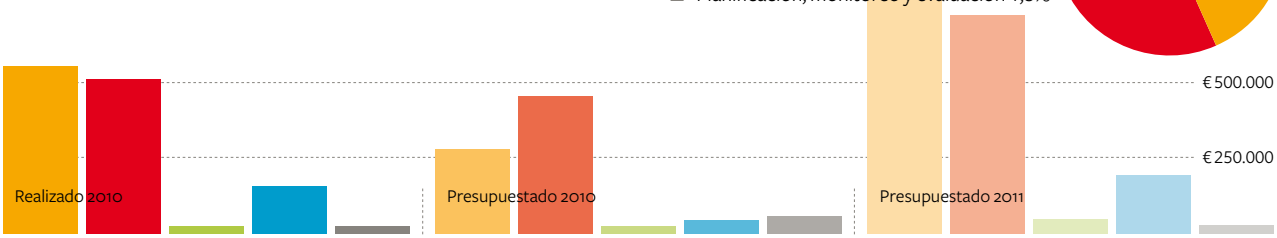
Contrapartes en el apoyo a productores:
ECOM; Cargill; Armajaro
Contrapartes en el fortalecimiento de la sociedad:
Business Watch, Indonesia; Anader, Costa de Marfil; la Agencia alemana de Cooperación Internacional (GIZ, antes GTZ)
Contrapartes en el desarrollo de mercados:
UTZ Certified; ECOM; Cargill; Armajaro; Mars; Nestlé; Ahold; Delicia; Heinz
Contrapartes en la realización de campañas:
Mars; UTZ Certified
Donantes:
IDH, Iniciativa holandesa por el Comercio Sostenible; GIZ; PSO

Realizado 2010	**€ 1.316.603**
Presupuestado 2010	**€ 893.000**
Presupuestado 2011	**€ 2.559.000**

Contribución adicional de IDH en el 2010. Contribuciones más altas por parte de empresas en el 2011.

Distribución de costos para la realización de actividades, 2010
- Desarrollo de productores 43,7%
- Fortalecimiento de la sociedad 40,3%
- Comunicación 12,3%
- Desarrollo de mercados 1,9%
- Planificación, monitoreo y evaluación 1,8%





Soya

Se capacitó a más de 16.000 productores de soya

En el 2010, se definió el estándar a nivel mundial para la producción de soya responsable y se puso a prueba en tres países. Las contrapartes de Solidaridad capacitaron a una gran cantidad de pequeños productores en la producción de soya responsable en India y Brasil. Las alianzas con compradores de soya responsable continuaron y fueron ampliadas.

Holanda es el segundo país importador de soya en todo el mundo. El noventa por ciento de la soya se utiliza para producir alimento para ganado, y lo que resta se usa como ingrediente para productos alimenticios. El permanente crecimiento de la demanda de soya incide fuertemente sobre el medio ambiente en los países donde se produce, especialmente en América del Sur. A medida que se extienden las plantaciones de soya en esa región, se afectan con frecuencia las sabanas o los bosques tropicales, ya sea de manera directa o indirecta, por ejemplo debido al desplazamiento de la ganadería. También se utilizan pesticidas que contaminan el suelo y agua. En el caso de China e India, el problema radica en la baja productividad. Solidaridad se esfuerza para que este sector sea más sostenible, tanto en su dimensión social como medioambiental, introduciendo soya responsable en la industria alimenticia y para alimento para ganado.

Objetivos para el 2010

– Conducir las interpretaciones nacionales del estándar de la Mesa Redonda de Soya Responsable (RTRS, Round Table on Responsible Soy) en cinco países.
– Mostrar el cultivo de soya responsable dentro de la agricultura familiar, así como también promover la aceptación del estándar RTRS entre los grandes productores.
– Introducir la soya RTRS en la producción de alimento para animales.
– Mostrar el rol que desempeña Solidaridad como agente de cambio para hacer más sostenibles los productos proteínicos de origen animal.

Resultados obtenidos

– El estándar RTRS para la soya responsable ya es definitivo, y Solidaridad presidió la Junta Directiva durante el 2010.
– Se ha capacitado a más de 16.000 campesinos de India y Brasil en la producción más sostenible de la soya.
– Las interpretaciones nacionales del estándar RTRS han concluido en India, Brasil y Argentina, mientras que han comenzado en China y Bolivia.
– Solidaridad inició una nueva alianza con la empresa de productos lácteos, Arla Holanda.
– FrieslandCampina se ha comprometido por cuatro años más con la soya de producción responsable.
– Las empresas más importantes de la cadena de la soya, reunidas en el Grupo de Trabajo holandés para la Soya Sostenible (Nederlandse Task Force Duurzame Soya), desean tener el cien por ciento de soya certificada por la RTRS para el 2015.

Se lanzó el estándar en tres países

En el 2010, se fijó el estándar para la producción de soya sostenible de la RTRS, la Mesa Redonda de Soya Responsable. Dicho estándar constituye un acuerdo a nivel mundial que incluye los principios y criterios detrás de la soya responsable. Luego, y antes de trabajar hacia una certificación como tal, en cada país se estudia la manera en que dichos acuerdos y criterios pueden traducirse a los contextos locales. Dicha interpretación nacional concluyó durante el 2010 en Brasil, Argentina e India, mientras que comenzó en China y Bolivia. Los Centros Regionales de Experticia de Solidaridad desempeñaron un papel crucial durante este proceso en China e India. En Brasil, el proceso fue ejecutado por las contrapartes de Solidaridad.

Los proyectos de SOYPSI alcanzan a 16.000 productores

Durante el 2010, en India y Brasil se brindó capacitación a más de 16.000 productores acerca de la producción de soya responsable. Los campesinos de India tienen empresas pequeñas y aplican métodos de producción obsoletos. Se ha logrado avanzar mucho gracias a la capacitación proporcionada en cuanto a técnicas modernas, uso de buena semilla y aplicación de pesticidas apropiados, ya que la calidad ha mejorado y la producción ha aumentado. Gracias a ello, la carga sobre el medio ambiente ha disminuido, los ingresos que perciben los campesinos han aumentado y se ha combatido efectivamente la pobreza.

Lección aprendida: no se paga aún por los servicios medioambientales

La ambición de Solidaridad de integrar dentro de nuestros programas el pago a los campesinos por servicios medioambientales, sigue estando mayormente en la etapa exploratoria de posibilidades. Algunos ejemplos de servicios medioambientales son la disminución de las emisiones de CO_2 y la preservación de las áreas naturales. Aún no es posible dar mayores pasos, puesto que los instrumentos mundiales para proteger al clima y la naturaleza no están disponibles a la fecha. Debido a que los acuerdos internacionales están tardando en darse, Solidaridad busca vincularse con alternativas más pequeñas y de carácter independiente en el ámbito gubernamental y el sector empresarial.

foto Siddharth Tripathy

Gopi Kumari de Madhya Pradesh, India, obtiene mejores rendimientos al sembrar a mayor distancia.

Evaluación 2010: oportunidades y amenazas

Solidaridad desempeñó un papel muy importante durante las pruebas de campo del estándar RTRS. Así resultó ser muy ventajoso contar con la presencia de empleados y contrapartes en los grandes países productores. También fuera de los países productores Solidaridad se sienta a la misma mesa con los principales actores y es valorada en su calidad de interlocutora experta. Esto nos ha permitido estar al tanto de las debilidades que se encuentran en el camino hacia la soya responsable: las empresas todavía sienten poca necesidad de pagar los requisitos adicionales de sostenibilidad, y muchas ONGs siguen enfocándose en la manipulación genética dentro de la producción de la soya, y no en la problemática general detrás de la sostenibilidad.

Previsiones para el 2011

Del lado de los productores, Solidaridad y sus contrapartes harán los esfuerzos necesarios para alcanzar la sostenibilidad del cultivo de soya. Este trabajo pone énfasis en mejorar la posición que ocupan las empresas familiares y en proteger y recuperar la vegetación natural. Vamos a trabajar más estrechamente con las ONGs, tanto dentro como fuera del país, con el objetivo de que las empresas inviertan desde hoy efectivamente en la soya responsable. En el caso de la cadena ganadera de Holanda, esto es de hecho un requisito si pretende cumplir la promesa de comprar el cien por ciento de soya con certificación RTRS para el 2015.

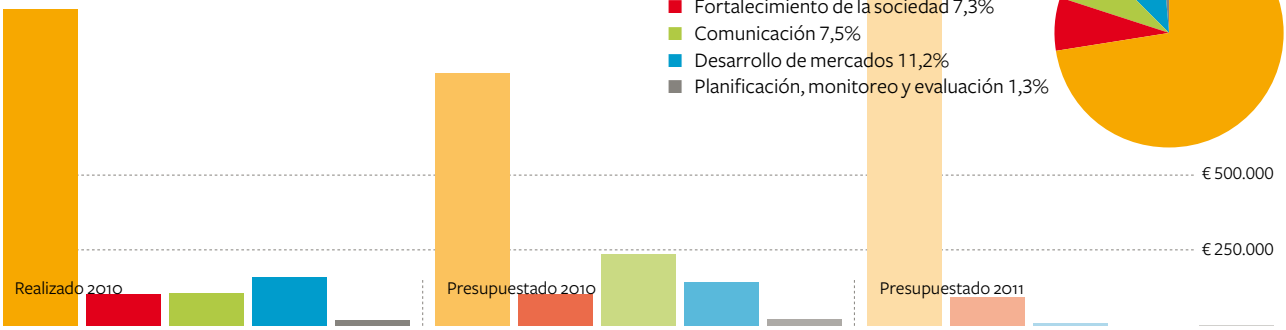
Impacto

El impacto que ha tenido el programa de soya es más visible en India. Una gran parte de los productores de soya de ese país vive bajo el umbral de la pobreza. Obtienen más o menos el sesenta por ciento de sus míseros ingresos de la soya. Los estudios de campo han demostrado que los ingresos por concepto de soya de estos campesinos han aumentado en un treinta por ciento, y que ha bajado el uso de los recursos que utilizan. Esto conlleva a una importante mejoría en las condiciones de vida de las familias campesinas. De la misma forma se ha avanzado en Brasil, pues ahora existe allí un conocimiento más profundo de lo que implica RTRS. Asimismo, se han construido relaciones comerciales y financieras más fuertes entre los productores de soya responsable y los compradores holandeses de los sectores de los porcinos y productos lácteos.

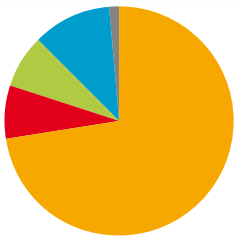
Contrapartes estratégicas y donantes

Contrapartes en el apoyo a productores:
Gebana, Suiza; Associação de Plantio Direto no Cerrado (APDC), Brasil; COPAFI, Brasil; Samarth Kisan, India; ASA, India; IGS/Basix, India
Contrapartes en el fortalecimiento de la sociedad:
Probioma, Bolivia; ICV, Bolivia; la Asociación de la Industria Sojera de China (China Soybean Industry Association); el Foro Indio de la Soya (India Soy Forum)
Contrapartes en el desarrollo de mercados:
FrieslandCampina, ARLA, las carnicerías de primera, Keurslagers, CONO/Ben & Jerry's
Donantes:
Ministerio de Asuntos Exteriores/Acuerdos del Milenio y MFS; Iniciativa holandesa por el Comercio Sostenible (IDH); la Agencia alemana para la Cooperación Internacional (GIZ, anteriormente GTZ)

Realizado 2010	**€ 1.437.150**
Presupuestado 2010	**€ 1.340.000**
Presupuestado 2011	**€ 1.244.660**



Distribución de costos para la realización de actividades, 2010



- Desarrollo de productores 72,7%
- Fortalecimiento de la sociedad 7,3%
- Comunicación 7,5%
- Desarrollo de mercados 11,2%
- Planificación, monitoreo y evaluación 1,3%

Aceite de palma

Engranando a productores y empresas

El éxito que tuvo la metodología de capacitación a capacitadores permitió el año pasado que el apoyo que brinda Solidaridad a los productores se extendiera ampliamente. Esto llevó a que decenas de capacitadores llegaran a cientos de líderes campesinos y, finalmente, a miles de campesinos, transmitiendo las prácticas agrícolas responsables. Existe un número cada vez mayor de multinacionales y supermercados que están interesados en comprar el aceite de palma de producción responsable.

Durante los últimos treinta años, la producción de aceite de palma ha aumentado de cinco a cuarenta millones de toneladas. El aceite de palma ha resultado ser un producto que goza de una altísima rentabilidad económica, aunque no se benefician mucho de ello los trabajadores en las plantaciones ni los pequeños productores. A causa de la creciente demanda, se talan grandes extensiones de bosques tropicales para instalar nuevas plantaciones de palma aceitera. Solidaridad trabaja firmemente con el objetivo de aumentar la producción en las plantaciones que ya existen, reduciendo así la necesidad de instalar plantaciones nuevas. Para lograr este objetivo, brinda capacitación en técnicas agrícolas mejoradas, las cuales también inciden positivamente en la salud de los trabajadores. Gracias a la creciente conciencia que existe sobre los efectos negativos de la extensión de las plantaciones de palma aceitera, la demanda de aceite de palma responsable está en aumento. Solidaridad vincula, por un lado, a pequeños productores y empresas agrícolas responsables y, por el otro, a pioneros del mercado europeo.

Objetivos para el 2010

– Hacer conocer el estándar de la Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO, Roundtable on Sustainable Palm Oil), así como también sus ventajas, a pequeños productores en tres países.
– Establecer centros de capacitación y sistemas de apoyo a productores en tres regiones productoras de aceite de palma.
– Conducir y poner a prueba la interpretación nacional del estándar RSPO en Ghana.
– Elaborar un rol como agente de cambio, haciendo un esfuerzo por lograr que la producción de alimentos y productos cosméticos en base al aceite de palma sea más sostenible.

Resultados obtenidos

– Se ha extendido ampliamente el programa de apoyo a los productores en Ghana, Honduras, Colombia y Brasil; ahora también se ejecutan proyectos en Nueva Guinea con New Britain Palm Oil (NBPOL) y en Malasia con Wild Asia y las fincas de Keresa Plantations.
– En Ghana concluyó y se puso a prueba la interpretación nacional del estándar RSPO.
– La situación de la mujer en las plantaciones goza de más prioridad en la agenda de las organizaciones de la sociedad civil, luego de que se concluyera una investigación sobre la igualdad de género que se llevó a cabo en dos regiones de Indonesia.
– El Grupo de Trabajo holandés para el Aceite de Palma Sostenible (Nederlandse Task Force for Sustainable Palm Oil) se propuso como objetivo que para el 2015 se utilice exclusivamente aceite de palma RSPO en las industrias de alimentos, cosméticos y alimento para ganado.
– Varios supermercados y multinacionales holandeses se han vinculado con la RSPO.
– La RSPO apoya el programa POPSI (Iniciativa de Apoyo a los Productores de Aceite de Palma) de Solidaridad, contribuyendo un monto extra de 600.000 euros para los próximos tres años.

La metodología de capacitación a capacitadores tiene resultados

El año pasado, Solidaridad avanzó mucho con su programa POPSI de apoyo a los productores. El objetivo del programa es lograr que los pequeños productores se sumen al proceso de cambio hacia la producción sostenible. Estamos teniendo éxito con esto, y estamos desarrollando instrumentos de capacitación y capacitando a un grupo grande de capacitadores principales quienes, a su vez, luego capacitarán a grupos aun más grandes de campesinos en técnicas agrícolas mejoradas. Por ejemplo, en Nueva Guinea, se formaron setenta nuevos trabajadores para que puedan capacitar a 7.000 campesinos y prepararlos para la certificación de RSPO. Los capacitadores principales conforman una comunidad de práctica dentro de la cual se intercambian experiencias y material de capacitación. Esto les permite aprender de los errores y aplicar las estrategias exitosas rápidamente en otros lugares.

Inició la certificación en Ghana

Es necesario llevar a cabo una interpretación nacional si se ha de lograr que los criterios para la producción sostenible de la Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO) se puedan aplicar en diversas regiones y, también, se puedan adaptar a los contextos y legislaciones locales. En el 2010, se concluyó y se puso a prueba la interpretación nacional en Ghana. Ahora, se puede brindar capacitación en los criterios de RSPO y los productores ghaneses podrán ser certificados.

Lección aprendida: prestar aun más atención al productor

Debido a la envergadura de la demanda de aceite de palma y a

foto NBPOL

La siembra de la palma aceitera en Nueva Guinea.

su constante crecimiento, los productores llegan a controlar cada vez más el mercado internacional. Esta situación no ocurre solamente en el mercado del aceite de palma, sino también en los mercados de la biomasa, la soya y el azúcar. Es cuestión esencial que las empresas agrícolas y los comerciantes estén conscientes de que la producción sostenible conlleva ventajas a corto y, también, a largo plazo. Justo en el momento cuando crece la demanda, el aumento de la productividad a largo plazo cobra una importancia estratégica para su posicionamiento en el mercado.

Evaluación 2010: oportunidades y amenazas

La cadena del aceite de palma es bastante larga e implica que el producto pase por una gran cantidad de etapas y empresas antes de llegar al consumidor. Solidaridad es una de las pocas organizaciones que conoce y puede vincular los intereses, tanto de empresas como de productores y organizaciones de la sociedad civil. Logra esto gracias a los conocimientos que tiene del sector y a su presencia en los países productores. Podemos ayudar a que las empresas encuentren respuestas a los problemas relacionados con la sostenibilidad, y vincularlas con productores que suministran aceite de palma certificado. Sin embargo, si se busca potenciar las actividades del programa, lo cual es imprescindible en vista del gran tamaño del sector y de la creciente demanda, es indispensable que Solidaridad trabaje junto con las contrapartes con el fin de ampliar las capacidades en los países productores.

Previsiones para el 2011

Durante el 2011, Solidaridad trabajará con miras a fortalecer sus propias redes, así como también a fortalecer y ampliar la base de sus propias contrapartes. Esto le permitirá apoyar mejor a los productores para que puedan enfrentar la problemática de la sostenibilidad, y a los compradores para que tengan acceso a productos responsables.

Impacto

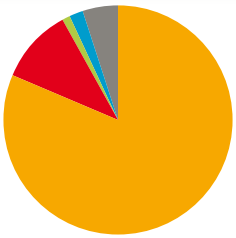
La estrategia de Solidaridad se basa en el concepto del 'efecto multiplicador'; en este caso, unos cuantos líderes del programa capacitan y dan acompañamiento a decenas de capacitadores principales que, por su parte, capacitan a cientos de líderes campesinos y técnicos de cooperativas, que también alcanzan a decenas de miles de campesinos. La expectativa es que sean estos últimos campesinos quienes, con el paso del tiempo, gocen de más ganancias y mayores ventas. El programa de aceite de palma es aún demasiado joven como para poder presentar resultados. En los próximos años, Solidaridad prestará atención especial a medir el impacto del programa.

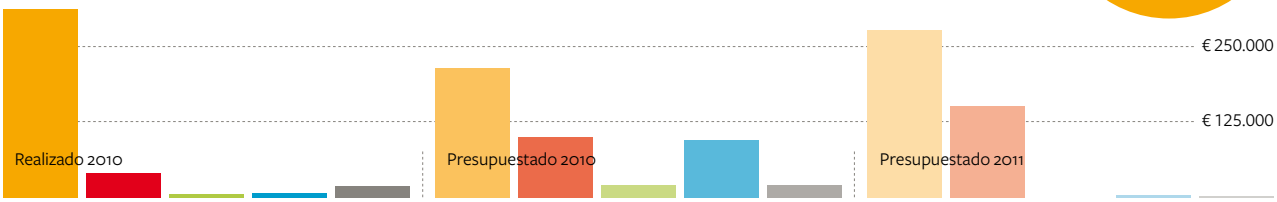
Contrapartes estratégicas y donantes

Contrapartes en el apoyo a productores:
New Britain Palm Oil Limited (Papúa Nueva Guinea); productores ghaneses de GOPDC, TOPP, BOPP y Norpalm; Wild Asia y las fincas de Keresa Plantations (Malasia)
Contrapartes en el fortalecimiento de la sociedad:
RSPO; OxfamNovib; WFF Holanda; ONGs indonesias: Tenaganita, Sawit Watch y Solidaritas Perempuan
Contrapartes en el desarrollo de mercados:
Unilever; RSPO; y el Organismo Sectorial de Margarina y Oleaginosas (Productschap MVO)
Donantes:
Ministerio de Asuntos Exteriores/Acuerdos del Milenio y MFS; Unilever

Realizado 2010	**€ 382.200**
Presupuestado 2010	**€ 447.500**
Presupuestado 2011	**€ 431.680**

Distribución de costos para la realización de actividades, 2010
- Desarrollo de productores 81,2%
- Fortalecimiento de la sociedad 10,5%
- Comunicación 1,3%
- Desarrollo de mercados 2%
- Planificación, monitoreo y evaluación 5%





Caña de azúcar

El mercado del azúcar mejora

En el 2010, se fijó definitivamente el estándar de Bonsucro para el azúcar certificada. Solidaridad desempeñó un papel muy importante en la elaboración del estándar y capacitó a miles de campesinos en prácticas agrícolas responsables. El desenvolvimiento del azúcar de Bonsucro en el mercado ha comenzado con buen pie al contar entre sus compradores con la asociación Suiker Unie.

Las perspectivas comerciales del sector de la caña de azúcar son muy prometedoras. El sector experimenta un buen crecimiento gracias al aumento en la demanda de azúcar como alimento y de etanol para biocombustible. No obstante, las condiciones laborales bajo las cuales trabaja mucha gente en el sector no se pintan tan color de rosa. Los trabajadores de las plantaciones a menudo tienen contratos de trabajo deficientes, tienen viviendas muy humildes y reciben remuneraciones bajas. Realizan un trabajo pesado en condiciones que atentan contra su salud. Solidaridad puede aportar sustancialmente para mejorar el sector, apoyando, entre otras cosas, a trabajadores y pequeños productores en Brasil, India y Malaui. También lo hace desarrollando el mercado para el azúcar de producción responsable.

Objetivos para el 2010

– Ampliar la base de apoyo para Bonsucro (anteriormente BSI) en los países productores, a través de la participación y el fortalecimiento de organizaciones de la sociedad civil.
– Mejorar la situación de los trabajadores del sector, así como las operaciones empresariales y el rendimiento económico de los pequeños productores.
– Construir cadenas entre los productores y los compradores.
– Generar más conciencia entre los consumidores.

Resultados obtenidos

– Se fijó el estándar de Bonsucro. Solidaridad es miembro de la Junta Directiva y desempeñó un papel importante en la elaboración del estándar para la producción responsable de caña de azúcar.
– En diez países alrededor del mundo, 10.000 campesinos fueron capacitados durante el 2010; en Brasil, aquellos cañeros de los que se prescindió, como consecuencia de la mecanización del rubro, recibieron formación de reconversión profesional.
– Se han dado los primeros pasos hacia la mejora de las condiciones laborales de por lo menos 10.000 trabajadores de plantaciones alrededor del mundo.
– Solidaridad apoyó la investigación que llevó a cabo la Fundación La Isla de Nicaragua sobre la insuficiencia renal crónica y el abuso de los derechos de los cañeros en las plantaciones.
– Dentro del mercado holandés, se está trabajando junto con North Sea Group (etanol) y Suiker Unie (azúcar de mesa y para uso industrial).

Capacitación en mejores prácticas de cultivo y para encontrar un trabajo nuevo

En el transcurso del 2010, por lo menos 10.000 campesinos alrededor del mundo recibieron capacitación. Ésta se enfoca en disminuir los efectos negativos que tiene el cultivo de la caña de azúcar sobre el medio ambiente, así como también, en utilizar más razonablemente el agua, los pesticidas y fertilizantes químicos. Se espera que cuando los campesinos hayan aprendido mejores métodos de cultivo, aumentarán sus cosechas y, por consiguiente, también sus ingresos. En el caso del grupo grande de cañeros brasileños quienes perdieron su trabajo debido a la mecanización, Solidaridad elaboró capacitaciones para formarlos en la reconversión profesional y los ayudó a encontrar nuevos trabajos. En muchos países, la idea de que un empleador sigue siendo responsable de sus empleados hasta después de despedirlos es nueva. Es por ello que este proyecto es ejemplar y recibió tanta atención a nivel nacional e internacional.

Suiker Unie se une a Bonsucro

En el 2010, la asociación Suiker Unie se unió a Bonsucro, la Iniciativa para una Mejor Caña de Azúcar (Better Sugar Cane Initiative). Suiker Unie, el productor más grande de azúcar en Holanda, cofinancia el apoyo a los productores de Malaui y se ha comprometido a comprar azúcar certificada por Bonsucro. Esto resulta ventajoso para Bonsucro, ya que Suiker Unie le otorgará un mayor reconocimiento entre las procesadoras de alimentos y los minoristas que compran su azúcar.

Lección aprendida: el cambio requiere de especialización

La situación perniciosa del sector está profundamente arraigada y, a menudo, hasta se la considera como no tan perjudicial. El sector empresarial sí tiene el deseo de cambiar, aunque le faltan alternativas para hacer las cosas de otra manera. Para poder convencer a las empresas de caña de azúcar y demostrar que sí existen alternativas responsables que no afectan sus ganancias, se debe contar con conocimientos del sector, buenas relaciones y, sobre todo, un largo aliento. Se debe brindar mayores oportunidades a los empleados de Solidaridad para que se especialicen en el sector y, así, puedan implementar cambios a mayor escala. De esa manera, se irán construyendo más casos ejemplares y se podrá iniciar una campaña entre los consumidores.

foto Paul Fest

Trabajadores contratados de Mozambique cortan caña de azúcar en Dwangwa, Malaui.

Evaluación 2010: oportunidades y amenazas

Solidaridad ha acumulado mucha experiencia en el campo de la certificación, y al mismo tiempo, disfruta de buenas relaciones con actores del mercado en los sectores del azúcar y el etanol. Todo esto ofrece mayores oportunidades a Bonsucro, principalmente porque el primer suministro de azúcar y etanol certificados es una prueba de que existen alternativas para aquellas empresas que desean comprar de manera responsable. Contrariamente a las oportunidades que se pueden observar del lado de las ventas, se vislumbran amenazas del lado de los productores. La oferta mundial de azúcar no satisface la demanda. Además, los precios del mercado mundial son de dos a tres veces mayores que el promedio que reinó por muchos años. Todo esto ejerce presión sobre las relaciones entre compradores y productores. Los compradores no están en posición de imponer requisitos fuertes a la producción sostenible, pues se alegran si tan solo pueden comprar el azúcar. Por otro lado, el aumento en el precio del azúcar significa que, en efecto, ahora hay capital que se puede utilizar para implementar mejoras en el sector. Estas mejoras serán necesarias si se pretende aumentar la productividad.
Para poder responder a la enorme y creciente demanda del sector, es necesario que Solidaridad, junto as sus contrapartes, logre potenciar su programa en los países productores.

Previsiones para el 2011

Se tiene planificado realizar una campaña publicitaria durante el 2011 que ponga en conocimiento de los consumidores y del sector empresarial la problemática del sector de la caña de azúcar y las oportunidades de desarrollo que tiene. Hoy día, el 25 por ciento del azúcar que se utiliza en la UE proviene de la caña de azúcar. Y, sin lugar a dudas, la demanda de etanol proveniente de la caña de azúcar crecerá. Muchas personas y empresas no se han dado cuenta aún que utilizan azúcar de caña, ya sea como alimento o para combustible. Gracias a la aparición del azúcar certificada en el mercado en el 2011, se podrá atraer la atención sobre los problemas que aquejan al sector y proponer posibles soluciones.

Impacto

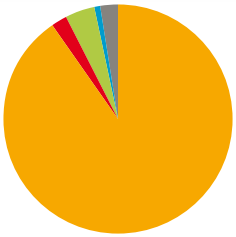
Aquellos campesinos que fueron capacitados el año pasado de acuerdo al estándar de Bonsucro podrán contar en su debido tiempo con una producción más alta y con mejores ingresos. Puesto que el azúcar es un cultivo plurianual y solamente ha pasado una temporada, todavía es demasiado pronto como para demostrar con estadísticas o porcentajes la dimensión de los incrementos en producción e ingresos.
El impacto ha sido bastante visible en el caso de los cañeros que habían sido despedidos y luego recibieron formación de reconversión profesional y apoyo para buscar nuevos trabajos. Encontraron un nuevo empleo. Estas capacitaciones también fueron una señal clara para los empleadores: un empleador responsable no debería dejar de cumplir con las responsabilidades con sus empleados inmediatamente después de despedirlos.

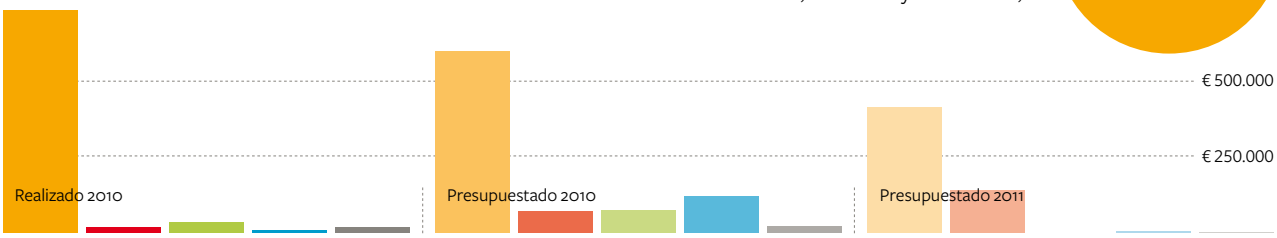
Contrapartes estratégicas y donantes

Contrapartes en el apoyo a productores:
Prakruthi; WWF Holanda; Concern Universal; AGSRI; la Corporación Financiera Internacional (IFC)
Contrapartes en el fortalecimiento de la sociedad:
Bonsucro; WWF Holanda; Feraesp (sindicato brasileño)
Contrapartes en el desarrollo de mercados:
North Sea Group; Suiker Unie; Delicia; The Coca Cola Company; EID Parry; Shell
Donantes:
Ministerio de Asuntos Exteriores/el Fondo Schokland y MFS; Agentschap NL

Realizado 2010	**€ 815.600**
Presupuestado 2010	**€ 885.000**
Presupuestado 2011	**€ 561.660**

Distribución de costos para la realización de actividades, 2010
- Desarrollo de productores 90,3%
- Fortalecimiento de la sociedad 2,2%
- Comunicación 4,4%
- Desarrollo de mercados 0,8%
- Planificación, monitoreo y evaluación 2,3%





Rol pionero en el desarrollo de una economía biobasada

El año pasado Solidaridad pudo comprobar que cuando el suelo se usa de manera inteligente, se puede hacer más en menos superficie. En el proyecto de biomasa en Mozambique, la biomasa no se produce a costa de los bosques ni de la producción de alimentos, todo lo contrario, pues van muy bien de la mano. El proyecto es muy ventajoso para los campesinos locales y demuestra que la biomasa se puede producir de manera sostenible.

Es de conocimiento común que la disponibilidad de materia prima fósil está disminuyendo y que pronto se deben encontrar alternativas. Será inevitable utilizar materia prima orgánica, tanto para biocombustibles como para aplicaciones en la industria química. El entusiasmo, que había en un principio, cambió drásticamente cuando estuvo claro que la producción de cultivos ricos en energía puede significar el deterioro de áreas naturales y de la producción de alimentos en los países en desarrollo. Sin embargo, esto puede ser distinto, como lo está demostrando Solidaridad en Mozambique. Allí, por el contrario, la biomasa va de la mano de las mejoras en la producción de alimentos y la reducción de las emisiones de CO_2. Solidaridad está abordando este sector con nuevas estrategias y a través de proyectos que son muy ventajosos para las poblaciones locales, a la vez que se está aproximando más a lo que se denomina una 'economía biobasada'. Esto se puede lograr debido a que el uso de la biomasa como energía solamente marca el comienzo de las posibilidades que existen.

Objetivos para el 2010

– Establecer la infraestructura necesaria para poder introducir en el mercado los flujos residuales de madera de rápido crecimiento.
– Desarrollar una red de capacitadores en materia de agroforestería con el propósito de mejorar la producción de alimentos y madera de rápido crecimiento.
– Investigar los fines energéticos que puedan tener los flujos residuales de las cadenas donde Solidaridad trabaja.
– Influir en las políticas europeas y holandesas para dar un estímulo a la certificación de la biomasa sostenible.
– Apoyar a ONGs en el desarrollo de capacidades en torno a la energía de la biomasa.

Resultados obtenidos

– Existe una red de capacitación en Mozambique, y hasta hoy 800 campesinos han sido capacitados en el tema de la agroforestería.
– En Nicaragua se han construido instalaciones para el biogás con el fin de obtener metano a partir del beneficiado del café.
– En colaboración con redes de ONGs (Rede Bio, CURES) en América del Sur y África del Sur, se está intentando influir en las políticas gubernamentales para impulsar al desarrollo responsable del sector de la biomasa.
– Solidaridad forma parte de la Comisión Corbey que asesora al gobierno en el tema de la bioenergía sostenible.
– Solidaridad está trabajando junto con Electrabel para elaborar un plan de negocios para una cadena sostenible de biomasa en Mozambique.
– Solidaridad está trabajando junto con North Sea Group para establecer una cadena comercial de etanol de caña de azúcar, proveniente de Brasil y certificado por Bonsucro.

La bioenergía aumenta la producción de alimentos

El proyecto de agroforestería en Mozambique comenzó en el 2009 y, en el 2010, despegó con ímpetu. 800 campesinos plantaron 160.000 plantas de semillero de árboles de rápido crecimiento. El material procedente del raleo se puede utilizar como fuente de bioenergía. Los campesinos aprendieron técnicas agrícolas modernas que hacen obsoleta la técnica tradicional de la tala y quema, dando como resultado una producción de alimentos más alta y variada. Este proyecto demuestra que es posible que la bioenergía, la producción de alimentos y la disminución de las emisiones de CO_2 vayan de la mano.

Un mercado para los gránulos de biomasa

Junto con Electrabel y su contraparte, Abiodes, Solidaridad dio inicio a un proyecto que durará dos años y medio, dirigido a elaborar un plan de negocios para una cadena comercial de gránulos de biomasa prensados que se producen en Mozambique. El consorcio se dirigirá al mercado interno y regional del carbón vegetal proveniente de la madera para cocinar. De igual manera, se están introduciendo los gránulos de biomasa en el mercado europeo, los cuales son una fuente complementaria de combustible para las plantas generadoras de electricidad que utilizan carbón. Así, se podrá sustituir una parte del carbón de hulla que se utiliza.

Lección aprendida: el poder está en manos del productor

La demanda de biomasa está creciendo, y la balanza entre demanda y oferta se inclina a favor de esta última. Los productores gozan cada vez de mayor poder y pueden escoger a quién vender. Así, el hecho que un comprador exija a un productor una certificación, ya no es un argumento que el productor considere válido para cumplir con ese requisito. En vista de ello, Solidaridad se ve forzada a analizar lo que motiva a los productores a certificarse y a poner énfasis en las ventajas que la certificación tiene para el productor.

foto Solidaridad

Se está experimentando en Mozambique con una mezcla de agricultura y silvicultura/forestería.

Evaluación 2010: oportunidades y amenazas

Los conocimientos prácticos que tiene Solidaridad sobre el sector agrícola en los países en desarrollo, así como su experiencia en proyectos innovadores relacionados con la biomasa, le otorgan una voz valiosa dentro del debate de los llamados 5f: *food-feed-fibre-fuel-forest* (alimento-alimento para animales-fibras-combustible-bosque). Por un lado, este debate tan polarizado a menudo se estanca en hallazgos teóricos. Y, por el otro, se encuentran los proyectos que se implementaron el año pasado en países en desarrollo, los que han demostrado que la producción de alimento para animales, fibras y biomasa (combustible) no necesariamente pone en peligro la producción de alimento (para el ser humano), y que la creciente demanda de alimento para el hombre y los animales, fibras y combustible no necesariamente constituye una amenaza para los bosques.

Previsiones para el 2011

La certificación por sí sola no basta para abordar toda la problemática referente a la sostenibilidad de la bioenergía. Solidaridad enfatiza en el uso sostenible e inteligente de los suelos y la tierra, lo que significa producir más en menos superficie. En el caso de que la certificación de todas maneras se convirtiera en un prerrequisito para la producción responsable, entonces pondremos más y más énfasis en las ganancias que puedan obtener los campesinos locales si llegasen a certificarse.

Solidaridad seguirá desempeñando un papel importante durante el 2011 en el debate de alimento-alimento para animales-fibras-combustible-bosque. Somos el actor que por excelencia se constituye en el puente que une los hallazgos teóricos de los científicos con las situaciones prácticas locales. La experiencia de Solidaridad y los conocimientos que tiene sobre el sector y los contextos locales, la convierten en una asociada perfecta de aquellos gobiernos y empresas que desean dar pasos concretos y sostenibles hacia una economía biobasada.

Impacto

El impacto que ha tenido el proyecto de biomasa en Mozambique radica en que 800 familias campesinas han podido mejorar su dieta, debido a que la producción de alimentos es mayor y más variada. Y, al mismo tiempo, también están produciendo biomasa.

Pero más importante aún que las mejoras en la situación de estos campesinos, es la transformación que se está suscitando en el mercado, y en la cual Solidaridad es pionera. Solidaridad está logrando sus propósitos, demostrando a través de proyectos innovadores que sí existen posibilidades y formando coaliciones entre ONGs, compradores y productores.

Contrapartes estratégicas y donantes

Contrapartes en el apoyo a productores:

– Abiodes (Asociación para la Biodiversidad y el Desarrollo Sostenible, ONG en Mozambique); WWF Holanda, UNICA (Asociación brasileña de la Industria de la Caña de Azúcar); la Corporación Financiera Internacional (IFC)

Contrapartes en el fortalecimiento de la sociedad:

– Rede Bio (red de ONGs en América del Sur); CURES (red de ONGs en África del Sur); Plataforma de la Biomasa (Biomassa overleg)

Contrapartes en el desarrollo de mercados:

– Electrabel (generadora de electricidad y calor); North Sea Group (proveedora de combustible para el sector del transporte); Essent/RWE, Shell

Donantes:

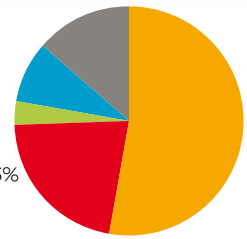
– Ministerio de Asuntos Exteriores/MFS; Agentschap NL; Comisión Europea

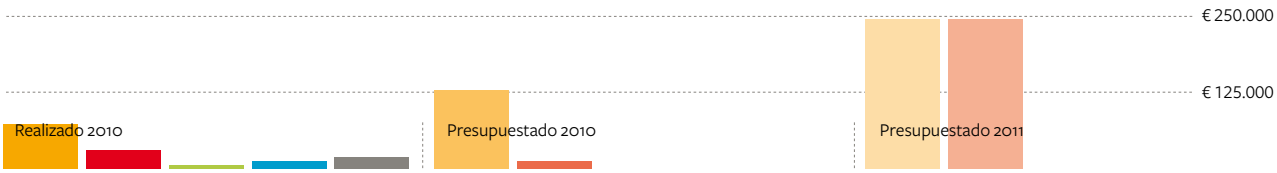
Realizado 2010	**€ 138.717**
Presupuestado 2010	**€ 142.000**
Presupuestado 2011	**€ 493.000**

El financiamiento de la UE se recibió en el 2011, en vez del 2010.

Distribución de costos para la realización de actividades, 2010

- Desarrollo de productores 53%
- Fortalecimiento de la sociedad 21,7%
- Comunicación 3,3%
- Desarrollo de mercados 8,5%
- Planificación, monitoreo y evaluación 13,5%





Té

De proyectos piloto a un programa maduro

El programa de té se aceleró en el 2010. Se ampliaron los programas de apoyo a ocho países y se llegó a 50.000 pequeños productores de té y a sus familias. Se siguió preparando la penetración en los mercados asiáticos. Así se abrirá el camino para que la producción y el consumo de té responsable en un futuro próximo puedan mantener el paso de un crecimiento nunca antes visto.

Los ingresos de millones de personas alrededor del mundo dependen del sector del té. Sin embargo, estos ingresos a menudo son mínimos debido al incremento en los costos de producción y a la baja calidad del té. Esto ocasiona que los productores a pequeña escala y los trabajadores de las plantaciones enfrenten una situación difícil. Por un lado, los campesinos producen gran parte de la producción total mundial aunque, por el otro, con frecuencia están mal organizados y su posición en el mercado es débil. Hay mucho por hacer y mejorar en el sector del té, no solo en términos socioeconómicos, sino también en relación al medio ambiente. Solidaridad contribuye a que el sector sea más sostenible, capacitando a los campesinos en técnicas de cultivo responsables y ayudándolos a organizarse. Todo esto incide positivamente en los campesinos, sus familias y el medio ambiente.

Objetivos para el 2010

– Permitir que los pequeños campesinos accedan a los mercados y sistemas de certificación.
– Motivar a los actores interesados de los mercados del té locales a que participen en el desarrollo e implementación de los estándares para la sostenibilidad.
– Fortalecer la demanda local e internacional de té producido con responsabilidad.

Resultados obtenidos

– A través de la metodología de la capacitación a capacitadores, se ha formado a más de 50.000 campesinos y 7.500 trabajadores de plantaciones; la mayoría de los campesinos ya se ha certificado, o lo hará dentro de poco tiempo.
– Ya se ha implementado el estándar UTZ para el té rooibos entre los primeros productores de este tipo de té en Sudáfrica.
– En India, Sri Lanka, Indonesia, China y Malaui se ha trabajado en el fortalecimiento de capacidades de las partes interesadas del sector del té a nivel nacional y de organizaciones de la sociedad civil.
– En India, Indonesia y China se han investigado las posibilidades que existen para introducir el té responsable en los mercados locales.
– Ha aumentado la demanda de té con certificación UTZ; hay tres nuevos comerciantes de té que se han comprometido a introducir té con certificación UTZ en el mercado en el 2011.

Ha aumentado considerablemente la cantidad de campesinos capacitados

El 2010 fue un año importante para el programa de té de Solidaridad, pues se dieron los pasos que transformaron los proyectos piloto en un programa maduro que está funcionando a máxima potencia en ocho países. También despegó con fuerza la capacitación de los productores de té en colaboración con UTZ. Se eligió trabajar enfocándose en los productores a pequeña escala y en las plantaciones de té. Se capacitó a un total de más de 50.000 campesinos en la aplicación de mejores técnicas agrícolas. Luego se los certificó.

Existe un progreso en los mercados asiáticos

En India, Indonesia y China se investigó el consumo de té responsable. También se dedicó mucho tiempo y esfuerzo al cabildeo, a la formación de redes y a la creación de nuevas alianzas estratégicas en cada uno de estos países. Los Grupos Nacionales de Referencia (NRG, National Reference Groups), que ya habían sido creados en el 2009 en varios países, garantizan que la forma de abordar el mercado sea un proceso impulsado localmente. Este enfoque brinda oportunidades interesantes para introducir el té responsable en los mercados de estos tres países.

Lección aprendida: los campesinos están en primer lugar

Tan solo en China e India se consume el cincuenta por ciento de la producción mundial de té. Si estos mercados abrieran sus puertas al té responsable, crecería mucho la cantidad de compradores. Por eso, Solidaridad hace esfuerzos por aliarse con empresas que operan en estos mercados. Además, es la manera más eficiente de llegar hasta nuestro grupo meta, es decir, los productores de té a pequeña escala.

Evaluación 2010: oportunidades y amenazas

Antes de poder proveer a los grandes mercados asiáticos, es necesario potenciar las cantidades de campesinos que producen responsablemente. El sistema de capacitación de capacitadores que tuvo avances importantes el año pasado permite formar a grandes cantidades de productores. Con el fin de obtener impactos significativos, se capacita con mayor frecuencia a los campesinos en más de un solo sistema de certificación. El hecho que Solidaridad participe en IDH (Iniciativa holandesa por el Comercio Sostenible), que reúne varios estándares, nos permite construir puentes entre los distintos

foto Arjen Boekhold

foto Geertje Otten

Control de calidad durante el acopio de té recién recolectado en Kenia.

En Malaui, gran productor de té, el té es cultivado tanto en plantaciones grandes como por pequeños productores.

sistemas. Otra ventaja es que si los productores califican para participar en varios sistemas de certificación, pueden bajar los costos de la capacitación a gran escala que se les brinda.

Previsiones para el 2011

En el 2011, Solidaridad no solo se enfocará en potenciar su apoyo a los productores, sino también en recaudar fondos y en desarrollar más profundamente sus alianzas estratégicas. También seguirá brindando apoyo a los productores en relación a su penetración en los mercados asiáticos. Para este fin, elaborará proyectos piloto junto con los compradores interesados.

Impacto

En definitiva, cuando se combina la reducción de costos con el incremento de la producción, aumentan también los ingresos que perciben los campesinos. El programa para los productores de Solidaridad apuesta justamente a ello. Con el fin de demostrar cuál es el impacto a largo plazo, el año pasado se dio inicio a una evaluación en Kenia y Malaui que abarca cinco años y que el Instituto de Investigación en Economía Agraria (LEI) de la Universidad de Wageningen está llevando a cabo. La evaluación recoge datos sobre el impacto que tiene el estándar UTZ sobre el té en términos de ingresos, producción, conocimientos y técnicas responsables de producción. Durante la investigación también se examina la manera en que Solidaridad y sus contrapartes están funcionando, con el fin de mejorar la eficiencia y eficacia de las intervenciones.

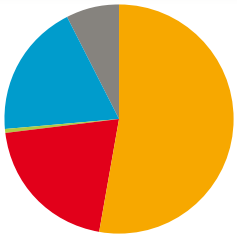
Contrapartes estratégicas y donantes más importantes

Contrapartes en el apoyo a productores:
Fundación Dachary, Argentina; Agricane, Malaui; Sandra Kruger Associates, Sudáfrica; la Asociación de Investigaciones del Té (Tea Research Association), India; el Servicio de Desarrollo de Pequeños Productores de Té (Tea Smallholder Development Authority), Sri Lanka; el Ministerio de Desarrollo Rural y Control del Café, Vietnam; la Universidad de Yunnan, China; la Fundación DE; Oxfam Novib
Contrapartes en el fortalecimiento de la sociedad:
La Asociación China de Comercialización del Té (China Tea Marketing Association); Business Watch, Indonesia; Prakruthi, India; el Instituto de Desarrollo Social Kandy (Institute of Social Development Kandy), Sri Lanka; SOMO
Contrapartes en el desarrollo de mercados:
UTZ Certified
Donantes:
Iniciativa holandesa por el Comercio Sostenible (IDH, Initiatief Duurzame Handel); Fundación Douwe Egberts; Ministerio de Asuntos Exteriores; FICA

Realizado 2010	**€ 1.046.227**
Presupuestado 2010	**€ 850.000**
Presupuestado 2011	**€ 920.000**

En el 2010 hubo una contribución adicional de IDH.

Distribución de costos para la realización de actividades, 2010
- Desarrollo de productores 53%
- Fortalecimiento de la sociedad 20,3%
- Comunicación 0,5%
- Desarrollo de mercados 18,7%
- Planificación, monitoreo y evaluación 7,5%



Oro

Se certificó al primer grupo de pequeños mineros

Se marcaron algunos hitos en el programa de oro en el 2010: la cooperación con empresas mineras auríferas comenzó a tomar forma y se certificó al primer grupo de pequeños mineros apoyados por Solidaridad. Esto demuestra que es posible que la minería del oro sea más responsable. Gracias a estos resultados, se pudo iniciar una exitosa campaña entre los consumidores.

Tanto la minería a gran escala como los pequeños mineros enfrentan sus propios problemas de sostenibilidad. Existen muchas empresas mineras de oro grandes que viven en conflicto con las comunidades locales debido a la forma irresponsable en que trabajan. Una gran parte de los mineros a pequeña escala sufre porque trabaja en la ilegalidad. No existe una supervisión de su seguridad ni de las condiciones en que trabajan. Con frecuencia, trabajan de manera irresponsable con mercurio, lo que trae consecuencias dañinas para la naturaleza, para su salud, y la de la comunidad. Esta problemática se torna más seria en vista del gran atractivo que tiene el sector del oro y de los niveles de precio sin precedentes. Solidaridad y sus contrapartes capacitan a los mineros para que mejoren la forma en que trabajan de acuerdo con el estándar Fairtrade-Fairmined (de Comercio Justo y Minería Justa). Atraemos la atención de las marcas de joyería y consumidores sobre los problemas que existen en el sector minero y también sobre sus soluciones.

Objetivos para el 2010

– Extender los proyectos de apoyo para pequeños mineros en América del Sur y África.
– Desarrollar proyectos de apoyo para la minería mediana y a gran escala.
– Trabajar de manera conjunta con diez marcas de joyería y comerciantes europeos, y vincularlos a organizaciones mineras que extraen oro de manera responsable.
– Seguir colaborando con el Consejo de Joyería Responsable (Responsible Jewellery Council) con el objetivo de mejorar el estándar para la minería de oro a gran escala.
– A través de una campaña entre consumidores, dar a conocer la problemática de la minería y sus soluciones.

Resultados obtenidos

– En el 2010, se certificó al primer grupo de pequeños mineros que recibían apoyo de Solidaridad, de acuerdo al estándar de Fairtrade-Fairmined.
– Solidaridad brindó apoyo a tres proyectos piloto en Colombia, Bolivia y Perú, con lo cual alcanza de manera directa a más de 1.600 trabajadores mineros y a, por lo menos, 6.500 miembros de familia.
– Junto con sus contrapartes, Solidaridad extendió el programa de Fairtrade-Fairmined a África.
– Solidaridad investigó varias normas a nivel internacional para la extracción responsable de oro a gran escala, e hizo una comparación entre ellas.
– Comenzó la cooperación con el Responsible Jewellery Council y se generó el interés entre empresas mineras de oro medianas para que cooperen entre ellas
– Solidaridad ha comenzado a formar una red internacional propia de organizaciones de la sociedad civil que operan en el sector minero.
– Solidaridad trabaja junto con el fabricante de joyas Stephen Webster y con otras marcas inglesas, y está conversando con marcas de joyería holandesas, danesas y alemanas.
– Se ha desarrollado el mercado junto con la fundación Fairtrade Foundation en el Reino Unido y con Fairtrade International (FLO).
– Se dio inicio a la campaña publicitaria para los consumidores 'Encaminados hacia el Buen Oro' (Op weg naar Goed Goud).

Se certificó a los primeros mineros

El 2010 fue un año importante, principalmente porque se certificó a la primera organización de mineros a pequeña escala. Pronto la seguirán otros grupos. Se pudo certificar a esta organización minera luego de haber concluido un proceso intensivo de capacitación a los mineros para que mejoren las condiciones en que trabajan y para que empleen mercurio y cianuro de una manera más respetuosa y segura para el medio ambiente. Estos mineros también aprendieron a organizarse, lo cual facilita su proceso de legalización.

La campaña 'Encaminados hacia el Buen Oro'

En el 2010 se inició la campaña Op Weg naar Goed Goud (Encaminados hacia el Buen Oro) que informa al consumidor sobre todos los aspectos relacionados a la extracción de oro, pero principalmente les comunica que hay una solución para los problemas que aquejan la minería: la certificación de Fairtrade-Fairmined. Los consumidores pueden apoyar al programa de oro con un monto de quince euros y reciben a cambio una pulsera diseñada especialmente para la campaña. En el 2010, ya se habían vendido 3.000 pulseras. La campaña fue comentada en prácticamente todos los periódicos nacionales y regionales, en revistas y en programas de radio. Para más información, se puede visitar www.opwegnaargoedgoud.nl.

Lección aprendida: cuesta planificar varios lanzamientos a la vez

Aunque con retraso, se pudo iniciar el programa de apoyo a

foto Kike Arnal

Un trabajador minero en la mina Diana y Juanita de Perú

los mineros de Tanzania, Uganda y Ghana. Está dando buenos resultados el 'enfoque de red' que permite vincular entre sí a las contrapartes locales de los proyectos de apoyo en los tres países. Será de utilidad cuando, en el 2011, se brinde capacitación y se preparen en más detalle los proyectos para el futuro.

Evaluación 2010: oportunidades y amenazas

Solidaridad da prioridad a las ventajas que la certificación tiene para los mineros. Estas ventajas, que incluyen la extracción más eficiente y segura del oro, el acceso al mercado internacional y un premio del Comercio Justo por encima del precio del oro, generan muchos ánimos para certificarse. De esta manera, pudimos aumentar sustancialmente la cantidad de proyectos de apoyo durante el 2010. Se divisa un panorama muy prometedor para el futuro del programa de oro, ya que las investigaciones han demostrado que la mayoría de los consumidores está dispuesta a pagar más por oro responsable. Esto explica por qué crece el interés entre las marcas de joyería que tocan a las puertas de Solidaridad en busca de apoyo para comprar oro responsable. Existe una enorme distancia entre las prácticas actuales dentro del sector aurífero y la extracción responsable de oro y una cadena comercial transparente y justa. Solidaridad es pionera en el esfuerzo por acortar esta distancia.

Previsiones para el 2011

En el 2011, Solidaridad desea involucrar de manera activa a las marcas de joyería para realizar mejoras a nivel de los productores. Solidaridad también desea vincular a más financistas con el programa de oro, para así poder cumplir con las expectativas y aprovechar las oportunidades que ofrece el programa.

Impacto

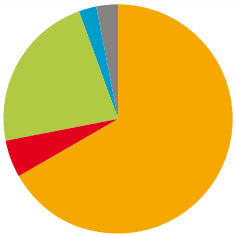
Se pudo observar el impacto inicial del programa de apoyo a los pequeños mineros durante las capacitaciones que se brindaron para lograr la certificación: subió su productividad. Cuando el oro Fairtrade-Fairmined ingrese al mercado, se espera que mejoren también sus ingresos. El proceso de capacitación para la certificación que se llevó a cabo en el Perú se realizó de la mano de la legalización. Esto tiene efectos importantes, pues los mineros ya podrán radicar de manera permanente en las comunidades y podrán invertir en ellas. Así es como, por ejemplo, se organizó el servicio de guardería infantil, mejorando la situación de las mujeres que trabajan en la minería. La legalización también crea oportunidades para aquellos que no trabajan en la minería; quienes tienen tiendas o proveen otros servicios podrán radicar en la localidad y ganar un ingreso de las actividades que desempeñan.

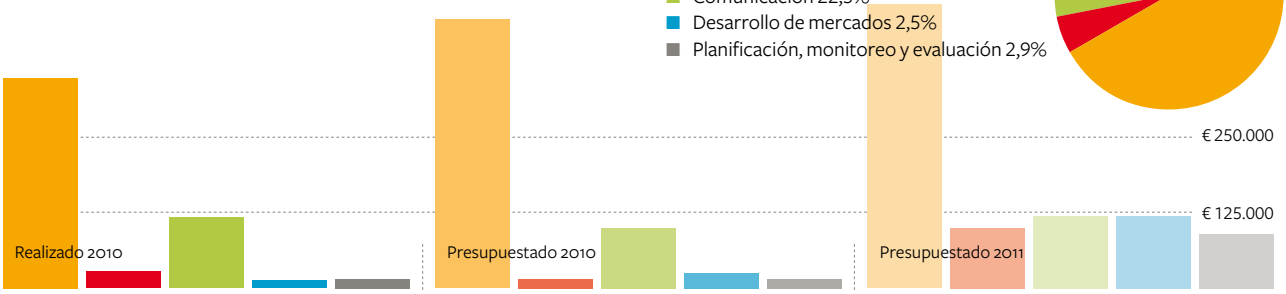
Contrapartes estratégicas y donantes más importantes

Contrapartes en el apoyo a productores:
La Alianza por la Minería Responsable (ARM, Alliance for Responsible Mining); Fairtrade International (FLO, FLO-CERT)
Contrapartes en el desarrollo de mercados:
La Federación del Oro y la Plata (Federatie Goud en Zilver); marcas de joyería en el Reino Unido, Dinamarca, Holanda y Alemania; Fairtrade Foundation (RU) y Fairmaerket (Dinamarca)
Contrapartes en la realización de campañas:
La Lotería Nacional de Códigos Postales (Nationale Postcode Loterij); joyerías, incluyendo a Bibi van der Velden (diseñadora de la pulsera Goed Goud)
Donantes:
La Fundación Adessium

Realizado 2010	**€ 520.952**
Presupuestado 2010	**€ 600.000**
Presupuestado 2011	**€ 900.000**

Distribución de costos para la realización de actividades, 2010
- Desarrollo de productores 66,8%
- Fortalecimiento de la sociedad 5,3%
- Comunicación 22,5%
- Desarrollo de mercados 2,5%
- Planificación, monitoreo y evaluación 2,9%





La conocida diseñadora de joyas, Bibi van der Velden, visitó a los mineros de Oro Verde en Colombia y aprendió a buscar oro con una batea. Este viaje contribuyó mucho a que creciera el interés público en el origen del oro. El ochenta por ciento de todo el oro del mundo se usa para hacer joyas. Son pocos los productores de joyas, joyerías, joyeros y consumidores que conocen las prácticas que día a día emplean los 15 millones de extractores de oro a pequeña escala. La campaña que realiza Solidaridad, Encaminados hacia el Buen Oro (Op weg naar goed goud), está cambiando poco a poco esta situación..

Desarrollo de mercados y comunicación

¿Qué piensa el consumidor acerca de la sostenibilidad? ¿Cómo puede Solidaridad sensibilizar más a empresas y consumidores, y así fomentar su demanda de productos sostenibles? También debemos pensar en cómo ampliar el grupo de donantes y la manera en que recaudamos fondos. Estas son preguntas que los empleados en el área de comunicación de Solidaridad tienen en cuenta durante su quehacer diario.

En el 2010, se siguió profesionalizando el departamento de Desarrollo de Mercados y Comunicación. Este departamento está dividido en cuatro áreas de trabajo: desarrollo de mercados, recaudación de fondos y campañas, comunicación corporativa y relaciones públicas. En este capítulo se trata también la recaudación de fondos institucionales.

Desarrollo de mercados

El desarrollo de mercados es un componente importante del trabajo que realiza Solidaridad. Se enfoca tanto en la identificación como en el desarrollo de una nueva demanda en el mercado de productos sostenibles por parte de empresas y consumidores. A menudo, la investigación de mercados precede al desarrollo de mercados. Al promover una oferta de productos sostenibles, no se puede prescindir de los conocimientos sobre las posibilidades de venta, grupos meta y comportamiento de consumo. Es por esta razón que Solidaridad, junto con la agencia de estudios GfK, realiza investigaciones periódicas que aportan a dichos conocimientos.
Posteriormente, Solidaridad trabaja para ampliar la oferta de los productos responsables en el mercado, formando alianzas con empresas y otras partes involucradas en la cadena.

Uno de los resultados del desarrollo de mercados en el 2010:

Cooperación con Suiker Unie
La cooperación con Suiker Unie le dio un impulso al programa de caña de azúcar en el 2010. Suiker Unie, el productor más grande de azúcar en Holanda, se comprometió a comprar azúcar certificada de Bonsucro. Una de las ventajas adicionales de esta cooperación es que Suiker Unie le dará la oportunidad de conocer mejor a Bonsucro a las procesadoras de alimentos y a los minoristas que compran el azúcar.

foto Kike Arnal

En la foto: Bibi van der Velden aprende a buscar oro con una batea en la mina de Americo.

Recaudación de fondos y campañas

La finalidad de la recaudación de fondos y realización de campañas es llevar a cabo campañas integrales que logren generar mayores ingresos a partir de la recaudación de fondos particulares, que contribuyan a sensibilizar a los consumidores sobre el origen de los productos y la manera en que se producen y que, además, den a conocer mejor el trabajo que Solidaridad desempeña en colaboración con sus contrapartes estratégicas.

Una selección de nuestras campañas y mailings en el 2010:

Informando a nuestros donantes sobre las actividades
Por medio de nuestro Noticiero Anual, cada año informamos a nuestros donantes sobre las actividades que realizamos. En abril del 2010, más de 29.000 donantes recibieron el noticiero a través del cual también pueden pedir una copia del informe anual. También se les pidió que dieran un aporte para los productores de caña de azúcar en India, cuya respuesta fue de casi el diecinueve por ciento.

¿De dónde vienen las chispitas de chocolate?
Solidaridad festejó, junto con De Ruijter, la empresa matriz Heinz y UTZ Certified, que los productos de chocolate para untar el pan de De Ruijter en adelante portarían el sello de calidad de UTZ Certified. De igual manera, los medios de comunicación mostraron mucho interés. Junto con De Ruijter, Solidaridad llevó a cabo la campaña para recaudar fondos, 'Opa, waar komt de hagelslag vandaan?' ('¿Abuelito, de dónde vienen las chispitas de chocolate?'). La campaña hacía un pedido para que se apoyara la capacitación de los productores de cacao y, al mismo tiempo, le daba publicidad a la intención de De Ruijter de comprar exclusivamente cacao sostenible lo más pronto posible. Se mandó un mailing (o correo directo) en septiembre a más de 18.000 personas. La respuesta fue de casi el 18%. Los encartes en revistas generaron 1.920 donantes adicionales. Cien de los donantes de esta campaña fueron seleccionados al azar para que De Ruijter los sorprendiera cerca del Año Nuevo con un paquete que contenía abundantes artículos de chocolate para untar el pan.

Las ventajas del algodón BCI
A través de un mailing que se envió en noviembre y que contó con un tiraje de 30.000 ejemplares, se explicó cuáles son las

ventajas del algodón BCI. El mailing trató varios temas, entre ellos la Iniciativa para un Algodón Mejor (BCI, Better Cotton Initiative), la cooperación dentro de BCI con empresas como H&M e IKEA y las ventajas que hay para los campesinos. La respuesta fue superior al 17%.

Por Amor al Chocolate

En el 2010, se desarrolló la campaña de 'Por Amor al Chocolate' (For the Love of Chocolate) en estrecha colaboración con Mars Holanda y UTZ Certified. Esta campaña tiene como objetivo informar a un extenso público de consumidores sobre el origen del chocolate y las maneras en que su cultivo se hace más sostenible. Se encontró a tres periodistas que estaban dispuestos a recabar historias e imágenes de productores de cacao y otras contrapartes dentro de esa cadena en África Occidental. Debido a la inestabilidad política que se estaba viviendo en Costa de Marfil, se retrasó el viaje hasta febrero del 2011 y se cambió el destino a Ghana. En diciembre se lanzó el sitio web de la campaña: www.fortheloveofchocolate.nl.

La fotógrafo Keke Keukelaar, la productora de programas de televisión Froukje Jansen y la columnista Hadjar Benmiloud, visitaron a pequeños productores de cacao en Ghana por invitación de Mars, UTZ Certified y Solidaridad. Después de un programa de visitas intensivas es hora para relajarse en un parque natural. Medioambientalistas y campesinos de la zona trabajan de la mano para, por ejemplo, evitar que los elefantes destruyan los cultivos y reducir el uso de pesticidas.

Encaminados hacia el Buen Oro

La campaña del Buen Oro está dirigida al desarrollo de mercados, la recaudación de fondos y generación de publicidad mediante elementos que no se habían utilizado antes, como la utilización de las nuevas redes sociales. Podrá leer más sobre esta campaña en la página 44.

Al apoyar la campaña del Buen Oro, los donantes reciben la pulsera diseñada exclusivamente para Solidaridad por Bibi van der Velden.

Comunicación corporativa

Solidaridad utiliza recursos corporativos de comunicación no solo para realizar campañas, sino también para informar de manera activa a sus contrapartes y otros actores interesados sobre el trabajo que realiza y los resultados que obtiene.

Ejemplos de recursos para la comunicación corporativa en el 2010:

Sitio web y boletín electrónico

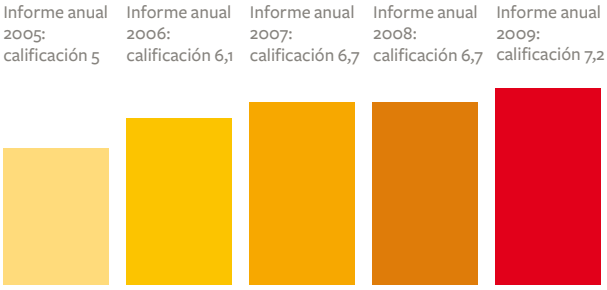
En el sitio web www.solidaridad.nl, el público en general puede informarse sobre el trabajo que realiza Solidaridad. Un grupo diverso de personas interesadas recibe el boletín electrónico que contiene las últimas noticias sobre Solidaridad y sus contrapartes. El boletín genera muchas visitas al sitio web. Durante el 2010, un total de 42.000 personas visitaron el sitio, comparado con las 35.000 personas en el 2009. La cantidad total de páginas vistas aumentó de 165.000 en el 2009 a 270.000 en el año 2010. El sitio web está escrito principalmente en holandés y está dirigido a la recaudación de fondos particulares. En el 2010, se lanzó el sitio internacional, www.solidaridadnetwork.org, que proporciona información a contrapartes, empresas y otras partes interesadas en el ámbito internacional. El sitio fue visitado por unas 3.500 personas durante los primeros meses.

El sitio web en inglés de Solidaridad Network se lanzó en el 2010 y ofrece información a la red profesional de Solidaridad.

Informe anual

El informe anual se distribuye entre más de quinientas contrapartes, empresas, donantes grandes y facilitadores de subsidios. Igualmente, es enviado a solicitud expresa de otros interesados. Para las relaciones en el exterior, también existen versiones electrónicas en inglés y español. El informe anual 2009 recibió la calificación de transparencia más alta jamás obtenida, la cual subió medio punto para alcanzar un total de 7,2 puntos.

Las calificaciones que Solidaridad recibió por la transparencia los últimos cinco años



Publicidad

Solidaridad sigue una política proactiva de relaciones públicas que se centra en los medios de comunicación que muestran interés en informar sobre el trabajo que realiza. Por esta razón, se prestó mucha atención durante el 2010 al manejo de las relaciones.

Solidaridad en los medios de comunicación

Los medios de comunicación prestan cada vez mayor atención al trabajo de Solidaridad. Actualmente, el flujo de las noticias es más estable gracias a la rápida evolución del tema de la responsabilidad social empresarial y a la gran cantidad de iniciativas en que Solidaridad está involucrada. El año pasado, Solidaridad difundió comunicados de prensa junto con De Ruijter, Arla, Chocomel, Douwe Egberts, Electrabel y Suiker Unie, entre otros.

Solidaridad también hizo su aparición en los medios en el transcurso del 2010 en el marco del informe del Consejo Científico para Políticas Gubernamentales (WRR), el subsidio de MFS, la negativa a la Conferencia Episcopal para participar en su nuevo marco político para las colectas, 'Los 100 más Sostenibles' del periódico Trouw, el proceso legal de Douwe Egberts y el censo EKO, entre otros ejemplos.

Entre los periódicos de circulación nacional, durante el 2010 nuevamente fue Trouw quien publicó con más frecuencia noticias sobre Solidaridad. Los periódicos Volkskrant y, en menor medida, NRC y FD tenían publicaciones más regulares sobre el trabajo de Solidaridad. Esto se puede explicar, entre otras cosas, por medio del mayor empeño puesto en mantener un contacto directo con los periodistas. En el 2010, otros medios también se mostraron interesados, incluyendo la publicación para empleadores, Forum (VNO/NCW) y la revista especializada del sector de la cooperación al desarrollo, ViceVersa. Asimismo, se dio una colaboración en el ámbito mediático con la publicación Internationale Samenwerking (IS), y con OneWorld y la Lotería Nacional de Códigos Postales, Nationale Postcode Loterij. Se contabilizó un total de aproximadamente 325 artículos que aparecieron en periódicos y revistas, cantidad que representa más del doble que la del 2009.

En el 2010 Solidaridad tuvo mucha cobertura en los medios de comunicación. La prensa nacional dedicó mucha atención a la campaña del Buen Oro. En la revista del sector de la cooperación al desarrollo, Vice Versa, apareció una entrevista doble con Roozen y Wientjes

foto H.P. Alting von Geusau

Campaña de 'Encaminados hacia el Buen Oro'

No hay campaña que refleje mejor los distintos instrumentos al alcance del Desarrollo de Mercados y Comunicación que la de 'Encaminados hacia el Buen Oro'. Esta campaña está dirigida al desarrollo de mercados, recaudación de fondos y generación de publicidad. La campaña hace uso de elementos únicos y nunca antes vistos, como la participación de las redes sociales.

Campaña para recaudar fondos

Por medio de un mailing, en junio del 2010 Solidaridad logró que se prestara atención a los abusos que existen al interior del sector de la minería. El mailing se distribuyó entre más de 18.000 personas y la respuesta fue del 17,7%. Se dio el seguimiento respectivo a principios de octubre mediante una gran campaña en línea, la primera de su tipo que Solidaridad jamás haya realizado. Se lanzó el sitio web www.opwegnaargoedgoud.nl y se hizo uso de las redes sociales (Facebook y Twitter) para poder llegar hasta un nuevo grupo meta más extenso.

Se le pide a la gente apoyar la campaña a través del sitio web, Facebook y Twitter, a cambio de lo cual recibe una pulsera especialmente diseñada por Bibi van der Velden. Asimismo, fue la primera vez que Solidaridad utilizó un producto físico, como una pulsera, para involucrar a la gente. La estrategia surtió efecto: en el 2010 más de 3.000 personas estaban portando la pulsera de la campaña, que seguirá en el 2011 (ahora ya pasamos la cifra de 6.000 personas). Con esta pulsera, los donantes pueden mostrar de manera tangible y visible que han apoyado la campaña. De igual manera, estos donantes cumplen con el rol activo de diseminar el mensaje detrás del Buen Oro, que llevará a otra gente a apoyar la campaña también.

Bibi van der Velden y Ruben Nicolai con la pulsera

El movimiento hacia el Buen Oro goza de mucha visibilidad en línea. El exitoso inicio de la campaña significó mucha publicidad gratis en los periódicos durante los meses de octubre y noviembre. Esto también llevó a que aumentaran las visitas al sitio web de la campaña. Aumentaron la cantidad de visitantes, la cantidad y el tiempo promedio de las visitas y la cantidad total de páginas visitadas (un promedio de más de cuatro por cada visita). Luego las cosas se calmaron un poco y se llegó a un punto bajo alrededor del fin de año. Sin embargo, a principios del 2011 la nueva publicidad que se hizo en línea y también en otros medios permitió que comenzaran a aumentar mucho las visitas. Este crecimiento se traduce directamente en pedidos de pulsera, y también genera más y más amigos en Facebook y Twitter, con más de 500 fans y 300 seguidores respectivamente.

El sito web del Buen Oro

oct. 2010	nov. 2010	dic. 2010	en. 2011	feb. 2011
Cantidad de visitantes únicos de opwegnaargoedgoud.nl				
6133	11.468	3372	1249	3238
páginas visitadas				
19.007	12.960	14.485	5841	14.962
páginas visitadas por visita				
2,61	2,65	3,46	2,99	3,89
Tiempo pasado en el sitio web en minutos				
02.06	01.44	02.29	02.02	02.54

Desarrollo de mercados

Con la intención de desarrollar la demanda en el mercado de oro sostenible, se tomó contacto con contrapartes comerciales potenciales en Holanda, Inglaterra y Dinamarca. Esto tuvo éxito: la conocida marca de joyería inglesa, Stephen Webster, se sumó a la alianza del oro de Comercio Justo y Minería Justa, Fairtrade-Fairmined, y utilizará este oro en la fabricación de anillos de boda. En Holanda ya concluyó la primera mesa redonda donde participaron algunas marcas también. A través de esta campaña, Solidaridad desempeña un papel impulsor de la sostenibilidad en el sector del oro ante empresas y también ante consumidores.

Publicidad

Cuando se lanzó la campaña del oro, todos los diarios de circulación nacional le prestaron atención. Por otra parte, en más de setenta sitios web se incluyó un anuncio sobre el contenido de la campaña y/o sobre la pulsera. La campaña también fue objeto de atención en revistas y en programas de radio y televisión. La serie ininterrumpida de artículos noticieros sobre la campaña, como la entrega por parte de Bibi van der Velden del ejemplar de la pulsera de Oro Verde a Ruben Nicolai, Liz Snoyink y Jan Taminiau, dio igualmente en el blanco y generó una gran cantidad de publicidad (gratis). En el 2011 se percibe la misma tendencia.

Recaudación de fondos institucionales

Un campo al que se debe seguir prestando una atención especial es el de la recaudación de fondos que permiten a Solidaridad llevar a cabo su trabajo. El desarrollo de los ingresos durante el 2010 fue especialmente positivo, pues estos alcanzaron a superar al presupuesto en dos millones de euros. Al interior de la sociedad, se siente que el programa de Solidaridad merece cada vez más apoyo. Sin embargo, al mismo tiempo hay razones para preocuparse en un plazo más largo. Una razón es que se denegó la solicitud para el cofinanciamiento del gobierno holandés (MFS-II) para el período que abarca del 2011-2015, tornándose así inseguro el financiamiento estructural de nuestro trabajo.

La resolución del MFS-II

Durante los años anteriores, Solidaridad recibía un aporte por parte del gobierno del Fondo de Co-Financiamiento MFS que ascendía a más de cinco millones de euros cada año, lo que significaba más de un cuarto de los ingresos para el 2010. La denegación de la solicitud para el subsidio del nuevo período fue un shock para la organización. El Ministerio de Cooperación al Desarrollo hasta entonces había estado muy convencido con el abordaje de Solidaridad. Se había presentado un programa innovador en alianza con el Fondo Mundial para la Naturaleza. Por lo pronto, solamente se puede concluir que la denegación no guarda relación con la calidad de la solicitud que presentó Solidaridad. Una de las señales que prueban esto es la calificación de 72 puntos sobre 100 que se obtuvo. Uno de los tres puntos esenciales que fueron determinantes para esta negativa fue la selección de países donde se están implementando nuestros programas. Fue rechazado el reclamo que luego hizo Solidaridad, donde argumentaba la lógica detrás de dicha selección, a saber, que los países donde se trabaja dependen de las cadenas.

La solicitud que hizo Solidaridad no fue la única en ser rechazada. Aquellos programas de organizaciones pares que, de manera parecida, trabajan en pro de la cooperación con el sector empresarial, sufrieron el mismo destino. Esto se puede explicar si uno examina el procedimiento para la evaluación. Las solicitudes fueron evaluadas desde el punto de vista del 'desarrollo social' y no desde el punto de vista del 'desarrollo económico'. La Dirección de Desarrollo Social (Directoraat Sociale Ontwikkeling) desempeñó un papel crucial durante la evaluación mientras que la Dirección de Desarrollo Económico Sostenible (Directoraat Duurzame Economische Ontwikkeling) cumplió solamente un rol menor en el proceso. Llama la atención, y a la vez es esperanzador, que el Secretario de Estado Adjunto, Knapen, directamente después de su posesión, constató que "la denegación del subsidio con seguridad no tuvo nada que ver con el contenido del trabajo. Al contrario, aplaudimos su abordaje y será posible investigar también otras posibilidades para su financiamiento". El Ministerio está cumpliendo su promesa. En este momento, se están buscando de manera activa las posibilidades para que otra vez se puedan apoyar algunos componentes del programa de Solidaridad directamente desde el Ministerio.

Evolución positiva de los ingresos

Hay otros dos aspectos que en el 2010 llamaron la atención sobre la evolución positiva de los ingresos. Al comienzo de ese año, Solidaridad había devuelto a los obispos el mandato de organizar la acción de Adviento anual en la Iglesia Católica Romana. A pesar de ello, más de un tercio de las parroquias siguió realizando colectas durante el 2010 para apoyar el trabajo de Solidaridad. Por esa razón, los ingresos disminuyeron menos de lo que se había temido. Si se toma en cuenta también el apoyo que recibe de las comunidades protestantes, queda claro que Solidaridad puede seguir contando con una extensa base de apoyo ecuménico al interior de las iglesias.

Otro desarrollo importante es el aumento de las contribuciones financieras del sector empresarial, dirigidas a financiar los programas de Solidaridad para el desarrollo de productores en África, América Latina y Asia. Este tipo de co-financiamiento, match funding, está cobrando mayor importancia. Las empresas están cada vez más dispuestas a invertir para que su red de proveedores sea más sostenible, y comprenden que los programas de Solidaridad contribuyen sustancialmente a lograrlo. De esta manera, se pueden vincular los recursos públicos con los aportes del sector privado, lo que a su vez genera mayores posibilidades. Se espera que se mantenga esta tendencia. Algunos ejemplos son el apoyo que brindan Douwe Egberts a los programas de café y té, Cargill y Mars al programa de cacao, CSM al programa de azúcar, G-Star y H&M al programa de textiles, y finalmente FrieslandCampina y las carnicerías de primera, Keurslagers, al programa de soya.

Tendencias

Lo ocurrido en el 2010 ha puesto en claro definitivamente que una organización es más vulnerable en la medida en que dependa del financiamiento del gobierno holandés. El gobierno es impredecible, puesto que la situación política es inestable y los procedimientos pueden tomar caminos inesperados. Por eso, es necesario esforzarse para conseguir financiamiento internacional de base más amplia. En el período pasado, se han hecho grandes esfuerzos para desarrollar alianzas con otros gobiernos nacionales, la Unión Europea, donantes multilaterales y fondos extranjeros particulares. Han resultado ser muy accesibles y consideran nuestra metodología de trabajo como digna de apoyo. Es de esperarse, entonces, que este empeño dé sus frutos.

Aparte de lo recién expuesto, la tendencia más importante que debemos subrayar es la responsabilidad que tomarán las contrapartes en el Sur dentro de la organización en red de Solidaridad en cuanto a su propia recaudación de fondos. Los Centros Regionales de Experticia pueden acceder a fondos que no se pueden buscar tan fácilmente desde Holanda. Las estructuras locales del Sur gozan de un mejor acceso a fondos locales, programas bilaterales de embajadas y donantes internacionales. Todos los centros regionales han elaborado planes para la recaudación de fondos y se están esforzando para alcanzar un porcentaje alto en el rubro de la 'recaudación de fondos propia' que pueda cubrir sus planes de crecimiento. Este tipo de responsabilidad compartida está acorde con una organización en red que hará de la dependencia de los donantes del Norte una cosa del pasado.

La Lotería Nacional de Códigos Postales

Solidaridad recibió un aporte total de un millón de euros de la Lotería Nacional de Códigos Postales (Nationale Postcode Loterij) a lo largo del 2010. A ello se sumaron más de 32.000 euros provenientes del programa de la Caza de los Millones (Miljoenenjacht). Así, la Lotería Nacional de Códigos Postales contribuyó con una porción sustancial de los ingresos particulares de Solidaridad y posibilitó la realización de una buena cantidad de proyectos. Los próximos años, Solidaridad también podrá esperar una contribución de similar tamaño. Además de todo esto, la lotería atrae la atención que necesitan nuestros proyectos a través de sus programas de televisión y en los periódicos nacionales.

La mitad de cada euro que se juega en la Lotería Nacional de Códigos Postales se destina a las buenas causas. Esto luego se distribuye entre las buenas causas que abarcan los ámbitos de naturaleza y medio ambiente, cooperación al desarrollo, derechos humanos y la cohesión social en Holanda. Esto es tan importante que Solidaridad espera que los cambios que eventualmente se puedan dar en el mercado de los juegos al azar le dejen suficiente espacio operacional a la Lotería Nacional de Códigos Postales para que pueda continuar con su exitosa recaudación de fondos. Si no contamos con esta contribución, entonces no podremos implementar algunos proyectos de importancia.

En la foto: beneficio seco Kofinaf en Thika, Kenia. Ezekiel Muriungi (izquierda) es responsable del control de calidad del café. Junto con su asistente cata el café y archiva una muestra de cada lote.

foto H.P. Alting von Geusau

Supervisión, dirección y organización

En Kenia muchos pequeños productores de café logran aumentar su productividad con un factor de 2 a 4. Además mejora la calidad de su café, con lo que logran un mejor precio en el mercado. Para poder supervisar bien la calidad, se tuesta y cata el café en la misma zona de producción. Se archivan muestras de todos los lotes por si hubiera reclamos de calidad por parte de los compradores. Un mejor conocimiento de la calidad del café fortalece su poder de negociación en el mercado. Las organizaciones campesinas se fortalecen a través del aprendizaje. Lo mismo vale para Solidaridad. Se puede leer más acerca de este tema en el capítulo Supervisión, dirección y organización.

Supervisión, dirección y organización

Supervisión

Modelo de gestión

La Junta Directiva de Solidaridad decidió cambiar el anterior modelo de gestión por un modelo que incluye una Junta de Supervisión. Esta decisión se fundamentó en una evaluación interna. El 19 de febrero del 2010, Solidaridad modificó sus estatutos y se implementó el modelo con una Junta de Supervisión. Hasta ese entonces, la supervisión había estado bajo la responsabilidad de la Junta Directiva Ampliada de Solidaridad. La Junta Directiva Ejecutiva tenía responsabilidad directiva. Además, existía un Estatuto de dirección que definía las tareas y atribuciones delegadas por la Junta Directiva a la dirección.

Desde el 19 de febrero del 2010, la dirección está conformada por el Director Estatutario, N.J.M. (Nico) Roozen. Este director goza de una relación laboral con Solidaridad, está nombrado por la Junta de Supervisión y es el responsable final de la dirección diaria, implementación de los programas y realización de actividades. La Junta de Supervisión supervisa las operaciones generales al interior de Solidaridad. Esta Junta está compuesta por al menos seis personas, quienes se esfuerzan para que se cumplan los objetivos de Solidaridad y cumplen con el perfil del puesto elaborado por la anterior Junta Directiva. Solidaridad cuenta con una comisión auditora financiera que es una comisión permanente de la Junta de Supervisión y que tiene la responsabilidad específica de supervisar las operaciones financieras dentro de Solidaridad.

Junta de Supervisión

Cuando los estatutos fueron modificados en febrero del 2010, los miembros de la anterior Junta Directiva Ampliada fueron nombrados (temporalmente) como miembros de la Junta de Supervisión. Estas personas son: el Presidente Roelf Haan y los miembros Herman Bloedjes, Bernard Höfte, Jan van Hoof, Dick Schoon, Harry Smit y Margarithe Veen. El primero de enero del 2011 tomó posesión la nueva Junta de Supervisión. Se nombró a los nuevos miembros a finales del 2010, quienes son: Saskia Borgers, Ton Geurts, Maarten van der Graaf, Gerrit Meester y Marieke de Wal. Con el fin de garantizar la continuidad de las políticas, se nombró nuevamente a dos miembros de la anterior Junta Directiva Ampliada, Roelf Haan y Jan van Hoof. Dos de los nuevos miembros fueron seleccionados de entre la gran cantidad de candidatos de alto nivel que Solidaridad recibió en respuesta a un anuncio publicado en los diarios de circulación nacional. Tres nuevos miembros fueron elegidos del interior de la red de Solidaridad. La contratación de los nuevos miembros se basó en un perfil diseñado para ese fin. Para evitar conflictos de interés que puedan afectar la independencia de los miembros de la Junta de Supervisión, no está permitido que existan vínculos estrechos familiares u otros similares dentro de la Junta de Supervisión y la dirección. Los miembros de la Junta de Supervisión no pueden ser empleados de la fundación ni pueden ser miembros de la junta, fundadores, accionistas, supervisores o empleados de alguna organización con la cual Solidaridad realiza actos jurídicos valorados en dinero de forma estructural.

Los nombres de los miembros de la Junta de Supervisión, sus funciones, su período de gestión y sus principales funciones (secundarias) en el año 2010 aparecen en el cuadro de abajo.

El órgano supervisor (que a principios del 2010 era la Junta Directiva Ampliada y ahora es la Junta de Supervisión) se reunió dos veces en el 2010. Los temas más importantes que fueron tratados son:

Funciones principales y secundarias de los miembros de la Junta Directiva

Nombre	Función en la Junta	Fin de gestión	Principales funciones (secundarias)
Roelf Haan	presidente	diciembre del 2010	– Presidente de la Fundación Cátedra Dom Hélder Câmara
Jan van Hoof	miembro	diciembre del 2010	– Vice-presidente del Consejo de Vigilancia de la Fundación Zonnehuizen – Tesorero de la Fundación Vrienden van de Historie van de Vakbeweging (VHV, Amigos de la Historia Sindical)
Herman Bloedjes	miembro	diciembre del 2010	– Secretario de la junta de la Asociación Nacional de Tiendas del Comercio Justo (Landelijke Vereniging van Wereldwinkels)
Bernard Höfte	miembro	diciembre del 2010	– Trabajador pastoral – Presidente de la Fundación Stichting Buurtpastoraat Utrecht (Pastorado comunal de Utrecht)
Dick Schoon	miembro	diciembre del 2010	– Obispo de la Iglesia Procatólica de Haarlem – Presidente de la Junta Colegiada de la Iglesia Procatólica de Holanda (Collegiaal Bestuur van de Oud-Katholieke Kerk van Nederland)
Harry Smit	miembro	diciembre del 2010	– Pastor de la Comunidad Protestante – Miembro de la junta de la Fundación Stichting Alkmaarse Synode (Sínodo de Alkmaar)
Margarithe Veen	miembro	diciembre del 2010	– Pastora – Presidenta del fondo de apoyo Stichting Steunfonds Bossey Nederland – Miembro del Grupo de Deliberación Fe y Comunidad Eclesial (Beraadgroep Geloof en Kerkelijke Gemeenschap) del Consejo de Iglesias de Holanda (Raad van Kerken in Nederland) – Secretaria de la Comunidad de iglesias de La Haya (Haagse Gemeenschap van Kerken)

– estrategia: relación con las iglesias y desarrollo de la organización en red, Solidaridad Network;
– finanzas: estado anual de resultados 2009 y presupuesto 2011;
– asuntos directivos: nuevos estatutos y, en consecuencia, el nuevo modelo organizativo con Junta de Supervisión;
– evaluación: comunicados de prensa durante el 2009 e informe anual 2009.

La Junta Directiva Ejecutiva (JDE) se reunió cuatro veces durante el 2010. Durante el período de transformación que se dio entre la primera y segunda reunión del órgano supervisor, las reuniones de la JDE se realizaron igualmente. Los temas más importantes que se trataron son:
– estrategia: desarrollo de la organización en red, Solidaridad Network;
– finanzas: financiamiento del MFS, estado anual de resultados 2009, plan anual 2010 y presupuesto 2011;
– asuntos directivos: selección de nuevos miembros de la Junta de Supervisión;
– evaluación: reunión de directores en Kenia, 2010.
En el 2010, se nombró a la comisión auditora; Jan van Hoof es Presidente y Roelf Haan es miembro. Se reunieron una vez para tratar los asuntos más importantes de la agenda, a saber, el reglamento de la comisión auditora, el presupuesto para el 2011 y el reglamento interno para las inversiones. La comisión asesora a la Junta de Supervisión para la elaboración final de estos documentos

Remuneración de la Junta de Supervisión

De acuerdo con el Reglamento Interno de Solidaridad, los miembros de la Junta de Supervisión de la Fundación Solidaridad no reciben remuneración alguna, ni mediata ni inmediata.

Dirección

Dirección

Nico Roozen es el Director Estatutario de Solidaridad. Sus tareas y responsabilidades están especificadas en los estatutos. Nico Roozen también es Director de Solidaridad Business Concepts S.A. (hasta el 30 de septiembre del 2010). Además, es Presidente de la Junta de Supervisión de Kuyichi Europe S.A.; Presidente de la Junta Directiva de la fundación Stichting Made-By; miembro del Consejo Consultivo de SAI (SA8000); Presidente de la Junta Directiva de la Fundación UTZ Certified; miembro de la plataforma consultiva de actores involucrados en la Business Social Compliance Initiative (BSCI, Iniciativa para el Cumplimiento Social de la Empresa); y miembro del Grupo de trabajo para la Biodiversidad y los Recursos Naturales.

Remuneración del Director

La Junta de Supervisión definió la política para las remuneraciones, así como los niveles en que se encuentran el cargo de la dirección y los demás componentes de las remuneraciones. La política se actualiza periódicamente. La última evaluación se llevó a cabo en el 2010. Solidaridad define la política para las remuneraciones y el salario de acuerdo al Reglamento Guía para Salarios de Directores de Instituciones para Buenas Causas (Adviesregeling Beloning Directeuren van Goede Doelen) de la VFI y al Código Wijffels (www.vfi.nl). Este Reglamento Guía se basa en criterios para medir el peso de un cargo, lo que permite definir una norma máxima para los salarios anuales. La Junta de Supervisión llevó a cabo la medición del peso del cargo. Esto resultó en un puntaje básico para cargos directivos, conocido como BSD, de 485 puntos, lo que significa un salario máximo anual de €124.233 (para 1 tce, tiempo completo equivalente, todo un año).
El salario anual real del Director que era relevante para medir los valores máximos de la VFI fue de €94.404 en el 2010. Por consiguiente, esta remuneración se encuentra bastante por debajo del salario máximo definido por la VFI. Adjunto se pueden observar en más detalle el nivel y la composición de esta remuneración.
Solidaridad no dio ningún préstamo, anticipo o garantía a la dirección.

Política para el personal

Ya que Solidaridad es una organización que pone particular énfasis en el conocimiento, le es crucial poder contar con per-

foto Keke Keukelaar

Los productores de cacao ghaneses Peter y Paul reciben el pago por su cacao. En su 'diario del productor' se anotan todas sus ventas, compras y capacitaciones. Esto les permite tanto a ellos como a Solidaridad tener más información sobre productividad y eficiencia en términos de costos de las técnicas de cultivo aplicadas.

Remuneración del Director, Nico Roozen	2010	2009
Duración del empleo	Tiempo indefinido	Tiempo indefinido
Horas	36	36
Porcentaje de medio tiempo	100	100
Período	Todo el 2010	Todo el 2009
Remuneración (en euros)		
Salario bruto	80.712	80.316
Complemento al final del año	6.699	4.337
Dinero para vacaciones	6.993	6.772
	94.404	91.425
Cargas sociales, empleador	7.132	7.246
Compensaciones imponibles	–	—
Cargas para la jubilación por parte del empleador	19.121	17.528
Otras remuneraciones	–	–
Prestaciones al finalizar el empleo	–	–
Total	120.657	116.199

sonal competente. Los empleados deben sentirse comprometidos y motivados; además, deben tener un enfoque innovador y orientado al cliente. Este es uno de los objetivos principales del Plan Estratégico Plurianual. Por esta razón, Solidaridad dedica mucha atención a la contratación y se asegura que haya suficientes oportunidades y presupuesto para que los empleados puedan desarrollar una carrera profesional. La formación y el desarrollo de una carrera profesional son componentes fijos de las conversaciones sobre el desempeño. Los miembros del personal pueden solicitar una formación adicional. Aparte de ello, se organizan cursos internos y se cuenta con un plan de formación que atraviesa toda la organización, el cual se evalúa cada año.

Inventario de los riesgos que corren los empleados

En el 2009, Solidaridad profesionalizó más su política con respecto a las condiciones de trabajo de su personal. Esto dio como resultado un informe de Inventario y Evaluación de Riesgos. A solicitud de Solidaridad, el Servicio de Asesoría sobre Condiciones de Trabajo, Arbodienst, revisó la integridad de este documento. Este informe describe los riesgos que corren los empleados en relación a los siguientes temas: seguridad en el lugar de trabajo, seguridad del tipo de trabajo, medidas preventivas y de asistencia al personal así como la prevención de la intimidación sexual, la agresión y la violencia. De igual forma, describe los riesgos para categorías especiales de empleados, como las empleadas embarazadas, y presenta las opciones al alcance del personal para recibir ayuda profesional externa. El Arbodienst calificó y aprobó el informe del Inventario y Evaluación de Riesgos de Solidaridad en diciembre del 2009. En todo caso se sugirieron algunas mejoras que fueron incluidas en un Plan de Acción. Los aspectos más sobresalientes fueron atendidos directamente a finales del año 2009. Y, los puntos restantes fueron tratados y mejorados en el transcurso del 2010.
Un componente importante de la política de riesgos consiste en garantizar la seguridad del personal durante los viajes de trabajo. En el 2009, se hicieron más ajustes en el procedimiento que se sigue para estos viajes. Ahora, no es solamente la dirección quien se encarga de velar para que los viajes se realicen de forma responsable, sino también los jefes de los departamentos. Todo empleado debe, por anticipado, revisar concienzudamente la política de seguridad y pedir autorización para viajar. En el 2010, no se dieron situaciones de inseguridad durante los viajes de trabajo que hicieron los empleados.

Satisfacción del personal

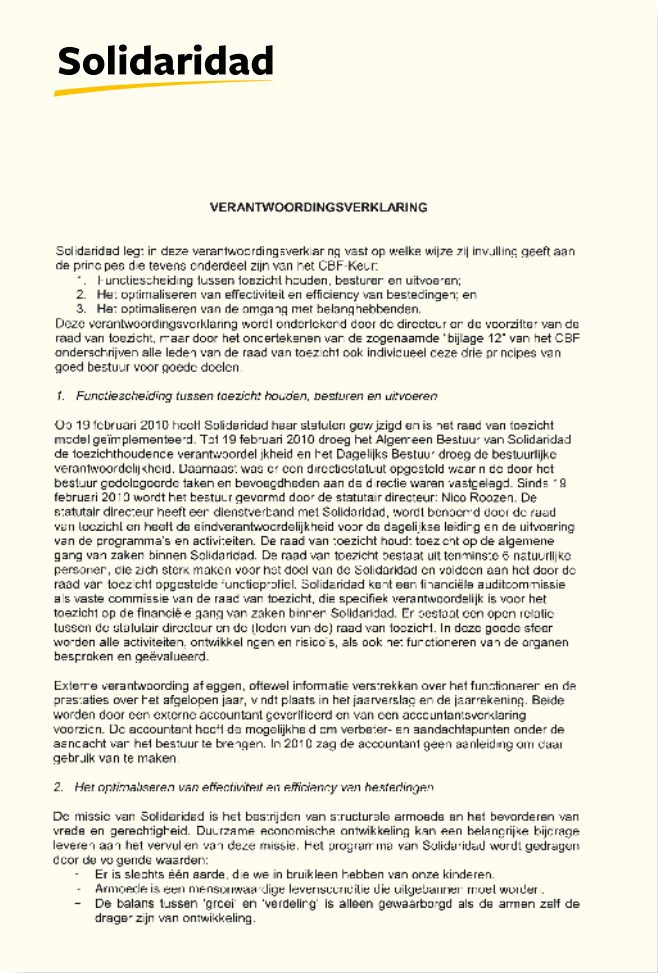
Una vez cada dos años, Solidaridad realiza un estudio para medir los niveles de satisfacción de sus empleados. La encuesta que se utiliza para ese fin consiste en preguntas sobre una variedad de condiciones laborales, las que incluyen la carga de trabajo y el ambiente dentro del trabajo. Los comentarios que recogió la encuesta hecha a finales del 2010 serán tratados en el transcurso del 2011.

Organización

Personal

Durante el año fiscal 2010, la Fundación Solidaridad empleó un promedio de 26,5 empleados, en términos de unidades de tce, tiempo completo equivalente (en el 2009: 29,5). Al final del 2010, había un total de 29 empleados. El salario bruto anual promedio por unidad de tiempo completo en el 2010 fue de € 60.000 (2009: € 58.200) y los costos totales para el personal por unidad de tiempo completo en el 2010 fueron de € 75.600 (2009: € 75.000). En su política salarial, Solidaridad aplica las

La Declaración de Rendición de Cuentas refleja que Solidaridad se suscribe a los principios del sello de calidad de la CBF



Solidaridad

VERANTWOORDINGSVERKLARING

Solidaridad legt in deze verantwoordingsverklaring vast op welke wijze zij invulling geeft aan de principes die tevens onderdeel zijn van het CBF-Keur:
1. Functiescheiding tussen toezicht houden, besturen en uitvoeren;
2. Het optimaliseren van effectiviteit en efficiency van bestedingen; en
3. Het optimaliseren van de omgang met belanghebbenden.

Deze verantwoordingsverklaring wordt ondertekend door de directeur en de voorzitter van de raad van toezicht, maar door het ondertekenen van de zogenaamde 'bijlage 12' van het CBF onderschrijven alle leden van de raad van toezicht ook individueel deze drie principes van goed bestuur voor goede doelen.

1. Functiescheiding tussen toezicht houden, besturen en uitvoeren

Op 19 februari 2010 heeft Solidaridad haar statuten gewijzigd en is het raad van toezicht model geïmplementeerd. Tot 19 februari 2010 droeg het Algemeen Bestuur van Solidaridad de toezichthoudende verantwoordelijkheid en het Dagelijks Bestuur droeg de bestuurlijke verantwoordelijkheid. Daarnaast was er een directiestatuut opgesteld waarin de door het bestuur gedelegeerde taken en bevoegdheden aan de directie waren vastgelegd. Sinds 19 februari 2010 wordt het bestuur gevormd door de statutair directeur: Nico Roozen. De statutair directeur heeft een dienstverband met Solidaridad, wordt benoemd door de raad van toezicht en heeft de eindverantwoordelijkheid voor de dagelijkse leiding en de uitvoering van de programma's en activiteiten. De raad van toezicht houdt toezicht op de algemene gang van zaken binnen Solidaridad. De raad van toezicht bestaat uit tenminste 6 natuurlijke personen, die zich sterk maken voor het doel van de Solidaridad en voldoen aan het door de raad van toezicht opgestelde functieprofiel. Solidaridad kent een financiële auditcommissie als vaste commissie van de raad van toezicht, die specifiek verantwoordelijk is voor het toezicht op de financiële gang van zaken binnen Solidaridad. Er bestaat een open relatie tussen de statutair directeur en de (leden van de) raad van toezicht. In deze goede sfeer worden alle activiteiten, ontwikkelingen en risico's, als ook het functioneren van de organen besproken en geëvalueerd.

Externe verantwoording afleggen, oftewel informatie verstrekken over het functioneren en de prestaties over het afgelopen jaar, vindt plaats in het jaarverslag en de jaarrekening. Beide worden door een externe accountant gecertificeerd en van een accountantsverklaring voorzien. De accountant heeft de mogelijkheid om verbeter- en aandachtspunten onder de aandacht van het bestuur te brengen. In 2010 zag de accountant geen aanleiding om daar gebruik van te maken.

2. Het optimaliseren van effectiviteit en efficiency van bestedingen

De missie van Solidaridad is het bestrijden van structurele armoede en het bevorderen van vrede en gerechtigheid. Duurzame economische ontwikkeling kan een belangrijke bijdrage leveren aan het vervullen van deze missie. Het programma van Solidaridad wordt gedragen door de volgende waarden:
- Er is slechts één aarde, die we in bruikleen hebben van onze kinderen.
- Armoede is een mensonwaardige levensomstandigheid die uitgebannen moet worden.
- De balans tussen 'groei' en 'verdeling' is alleen gewaarborgd als de armen zelf de dragers zijn van ontwikkeling.

escalas salariales del sector gubernamental. El director está en la escala 15, hay dos empleados en la escala 13, cinco en la escala 12, catorce en la escala 11, dos en la escala 10, tres en la escala 9, uno en la escala 8, y uno en la escala 7.

La política de diversidad de Solidaridad apunta a reflejar lo mejor posible la composición de la población holandesa. De los 29 empleados, 17 son mujeres y 12 hombres. La edad promedio es de 40 años. Hay dos personas que tienen menos de 30 años, veintiún tienen entre 30 y 45 años, cinco entre 45 y 60 años, y hay una persona de más de 60. Nos despedimos de seis colegas en el transcurso del 2010. Dos colegas se mudaron a nuestras oficinas regionales y les dimos la bienvenida a cinco colegas nuevos en Utrecht. La tasa de ausencia por enfermedad es baja y en el 2010 fue de únicamente el 1% (en el 2009: 3%, debido a un caso de enfermedad de larga duración).

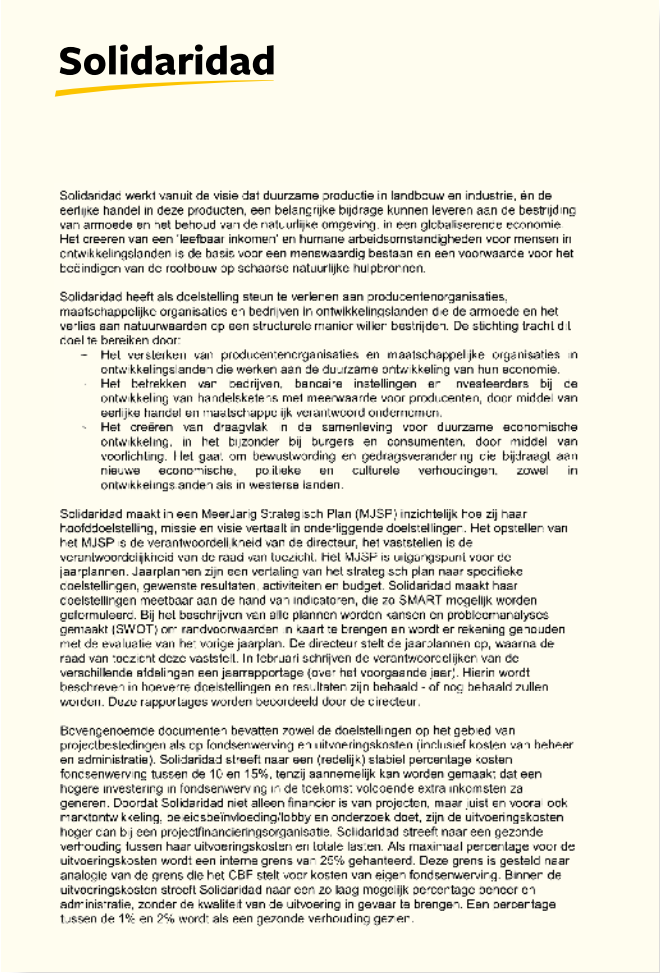
Política para la calidad

Solidaridad se esfuerza para garantizar una calidad alta en todos los frentes. Hay entidades externas que miden de manera independiente la calidad que se alcanza en las diferentes facetas del funcionamiento de la organización. La calidad de la metodología de trabajo de Solidaridad está certificada de acuerdo a la norma ISO 9001:2008. Se examina con regularidad hasta qué punto el sistema de la calidad cumple con los requisitos y si ha habido mejoras en el tema. Esto se hace a través de auditorías internas y del dictamen de una entidad certificadora externa. La Oficina Central de Recaudación de Fondos, CBF, fiscaliza todas las buenas causas que operan en Holanda y hace una valoración de su gestión y políticas. Esto le permite a la CBF promover la transparencia dentro del sector de las buenas causas. Solidaridad es portadora del sello de calidad de la CBF y cumple con los requisitos que lo rigen. La Declaración de Rendición de Cuentas de Solidaridad refleja claramente que la institución se suscribe a los principios del sello de calidad de la CBF (véase las páginas anteriores).

La Asociación de Organizaciones Recaudadoras de Fondos, VFI, es la organización sectorial de buenas causas que recauda fondos a nivel nacional y su objetivo es promover la confianza que tiene el público en las instituciones que recaudan fondos. Solidaridad es suscriptora de los valores fundamentales de la VFI en lo que concierne al respeto, la confiabilidad, una cultura con apertura y la calidad. Solidaridad está reconocida oficialmente por el Servicio de Impuestos como una institución que promueve fines de utilidad general (ANBI). Esto significa que está exenta de pagar impuestos por concepto de contribuciones o herencias. Esto significa también que los donantes pueden deducir las contribuciones que hacen a Solidaridad de sus impuestos a la renta

Organización y medio ambiente

En la medida de lo posible, Solidaridad mantiene a un mínimo los efectos del trabajo que realiza sobre el medio ambiente. Lo logra, entre otras cosas, comprando y reutilizando productos sostenibles (materiales de oficina con sello verde, maquinaria de bajo consumo, energía verde, almuerzos orgánicos, café y té sostenibles), separación de papel, ahorro de papel , haciendo impresiones y fotocopias de manera estándar en anverso y reverso, y manteniendo las computadoras en modo de pausa o stand-by.



Solidaridad

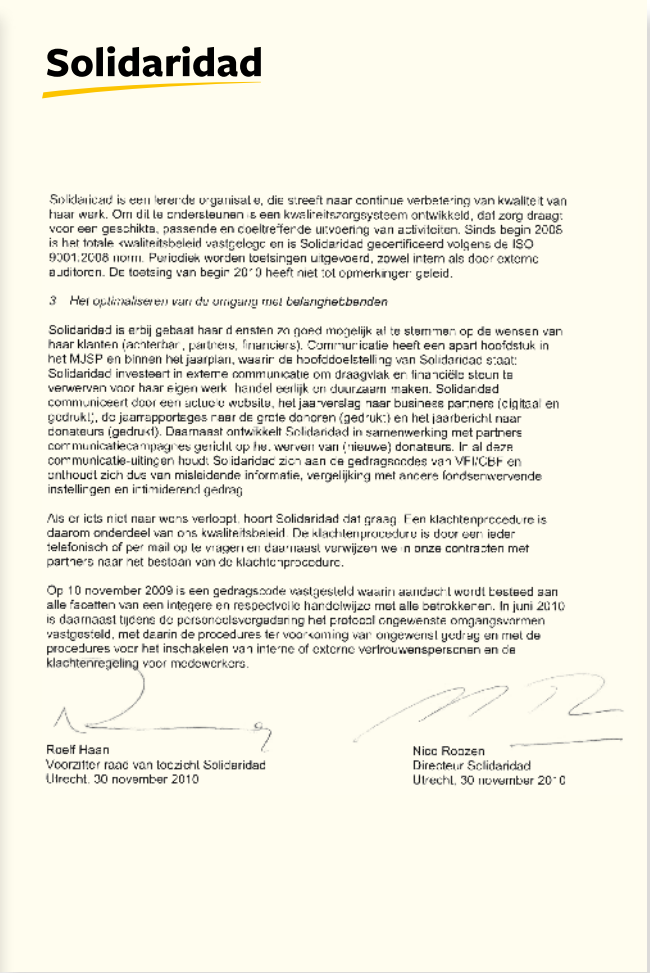
Solidaridad werkt vanuit de visie dat duurzame productie in landbouw en industrie, én de eerlijke handel in deze producten, een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan de bestrijding van armoede en het behoud van de natuurlijke omgeving, in een globaliserende economie. Het creeren van een 'leefbaar inkomen' en humane arbeidsomstandigheden voor mensen in ontwikkelingslanden is de basis voor een menswaardig bestaan en een voorwaarde voor het beëindigen van de roofbouw op schaarse natuurlijke hulpbronnen.

Solidaridad heeft als doelstelling steun te verleren aan producentenorganisaties, maatschappelijke organisaties en bedrijven in ontwikkelingslanden die de armoede en het verlies aan natuurwaarden op een structurele manier willen bestrijden. De stichting tracht dit doel te bereiken door:

- Het versterken van producentenorganisaties en maatschappelijke organisaties in ontwikkelingslanden die werken aan de duurzame ontwikkeling van hun economie.
- Het betrekken van bedrijven, bancaire instellingen en investeerders bij de ontwikkeling van handelsketens met meerwaarde voor producenten, door middel van eerlijke handel en maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- Het creëren van draagvlak in de samenleving voor duurzame economische ontwikkeling, in het bijzonder bij burgers en consumenten, door middel van voorlichting. Het gaat om bewustwording en gedragsverandering die bijdraagt aan nieuwe economische, politieke en culturele verhoudingen, zowel in ontwikkelingslanden als in westerse landen.

Solidaridad maakt in een Meerjarig Strategisch Plan (MJSP) inzichtelijk hoe zij haar hoofddoelstelling, missie en visie vertaalt in onderliggende doelstellingen. Het opstellen van het MJSP is de verantwoordelijkheid van de directeur, het vaststellen is de verantwoordelijkheid van de raad van toezicht. Het MJSP is uitgangspunt voor de jaarplannen. Jaarplannen zijn een vertaling van het strategisch plan naar specifieke doelstellingen, gewenste resultaten, activiteiten en budget. Solidaridad maakt haar doelstellingen meetbaar aan de hand van indicatoren, die zo SMART mogelijk worden geformuleerd. Bij het beschrijven van alle plannen worden kansen en problemenanalyses gemaakt (SWOT) om randvoorwaarden in kaart te brengen en wordt er rekening gehouden met de evaluatie van het vorige jaarplan. De directeur stelt de jaarplannen op, waarna de raad van toezicht deze vaststelt. In februari schrijven de verantwoordelijken van de verschillende afdelingen een jaarrapportage (over het voorgaande jaar). Hierin wordt beschreven in hoeverre doelstellingen en resultaten zijn behaald - of nog behaald zullen worden. Deze rapportages worden beoordeeld door de directeur.

Bovengenoemde documenten bevatten zowel de doelstellingen op het gebied van projectbestedingen als op fondsenwerving en uitvoeringskosten (inclusief kosten van beheer en administratie). Solidaridad streeft naar een (redelijk) stabiel percentage kosten fondsenwerving tussen de 10 en 15%, tenzij aannemelijk kan worden gemaakt dat een hogere investering in fondsenwerving in de toekomst voldoende extra inkomsten zal generen. Doordat Solidaridad niet alleen financier is van projecten, maar juist ook vooral ook marktontwikkeling, beleidsbeïnvloeding/lobby en onderzoek doet, zijn de uitvoeringskosten hoger dan bij een projectfinancieringsorganisatie. Solidaridad streeft naar een gezonde verhouding tussen haar uitvoeringskosten en totale lasten. Als maximaal percentage voor de uitvoeringskosten wordt een interne grens van 25% gehanteerd. Deze grens is gesteld naar analogie van de grens die het CBF stelt voor kosten van eigen fondsenwerving. Binnen de uitvoeringskosten streeft Solidaridad naar een zo laag mogelijk percentage beheer en administratie, zonder de kwaliteit van de uitvoering in gevaar te brengen. Een percentage tussen de 1% en 2% wordt als een gezonde verhouding gezien.



Solidaridad

Solidaridad is een lerende organisatie, die streeft naar continue verbetering van kwaliteit van haar werk. Om dit te ondersteunen is een kwaliteitszorgsysteem ontwikkeld, dat zorg draagt voor een geschikte, passende en doeltreffende uitvoering van activiteiten. Sinds begin 2008 is het totale kwaliteitsbeleid vastgelegd en is Solidaridad gecertificeerd volgens de ISO 9001:2008 norm. Periodiek worden toetsingen uitgevoerd, zowel intern als door externe auditoren. De toetsing van begin 2010 heeft niet tot opmerkingen geleid.

3 Het optimaliseren van de omgang met belanghebbenden

Solidaridad is erbij gebaat haar diensten zo goed mogelijk af te stemmen op de wensen van haar klanten (achterban, partners, financiers). Communicatie heeft een apart hoofdstuk in het MJSP en binnen het jaarplan, waarin de hoofddoelstelling van Solidaridad staat: Solidaridad investeert in externe communicatie om draagvlak en financiële steun te verwerven voor haar eigen werk, handel eerlijk en duurzaam maken. Solidaridad communiceert door een actueel website, het jaarverslag naar business partners (digitaal en gedrukt), de jaarrapportages naar de grote donoren (gedrukt) en het jaarbericht naar donateurs (gedrukt). Daarnaast ontwikkelt Solidaridad in samenwerking met partners communicatiecampagnes gericht op het werven van (nieuwe) donateurs. In al deze communicatie-uitingen houdt Solidaridad zich aan de gedragscodes van VFI/CBF en onthoudt zich dus van misleidende informatie, vergelijking met andere fondsenwervende instellingen en intimiderend gedrag.

Als er iets niet naar wens verloopt, hoort Solidaridad dat graag. Een klachtenprocedure is daarom onderdeel van ons kwaliteitsbeleid. De klachtenprocedure is door een ieder telefonisch of per mail op te vragen en daarnaast verwijzen we in onze contracten met partners naar het bestaan van de klachtenprocedure.

Op 10 november 2009 is een gedragscode vastgesteld waarin aandacht wordt besteed aan alle facetten van een integere en respectvolle handelwijze met alle betrokkenen. In juni 2010 is daarnaast tijdens de personeelsvergadering het protocol ongewenste omgangsvormen vastgesteld, met daarin de procedures ter voorkoming van ongewenst gedrag en met de procedures voor het inschakelen van interne of externe vertrouwenspersonen en de klachtenregeling voor medewerkers.

Roelf Haan
Voorzitter raad van toezicht Solidaridad
Utrecht, 30 november 2010

Nico Roozen
Directeur Solidaridad
Utrecht, 30 november 2010

Para cualquier actor económico es imprescindible llevar un buen registro de los ingresos y egresos. En las zonas donde trabaja Solidaridad hay mucho analfabetismo. Esto constituye un obstáculo para que los campesinos, mineros y trabajadores tengan una idea clara de la salud financiera de su economía empresarial y familiar y, ni mencionar, del rendimiento de los recursos invertidos para aumentar la productividad. Otra limitación es que muchas veces no tienen acceso a los servicios financieros de los bancos. Por esta razón Solidaridad enfatiza mucho en sus programas la importancia de llevar una buena administración y saber comprender lo que dicen los resultados financieros. Por ello Solidaridad, como recaudadora de fondos, también debe manejar sus libros e informar sobre sus resultados financieros de manera transparente.

Informe financiero

Esquema plurianual

El recuadro que aparece abajo muestra los resultados de los últimos 5 años (en euros).

INGRESOS	2010	2009	2008	2007	2006
Ingresos por recaudación de fondos propia	4.057.959	3.734.673	4.350.492	3.967.652	2.837.410
Otros ingresos	14.782.563	11.086.303	8.261.818	9.537.566	6.221.806
Total ingresos	18.840.522	14.820.976	12.612.310	13.505.218	9.059.216
EGRESOS					
Información/sensibilización	323.009	360.716	647.733	392.600	321.702
Apoyo estructural	17.278.214	13.305.948	10.385.654	12.268.552	8.063.947
Total dedicado a los objetivos	17.601.223	13.666.664	11.033.387	12.661.152	8.385.649
Total para recaudación de fondos propia	600.963	515.072	512.762	408.000	369.891
Costos de gestión y administración	164.465	149.832	145.956	129.739	100.058
Total egresos	18.366.651	14.331.568	11.692.105	13.198.891	8.855.598
Superávit	473.871	489.408	920.205	306.327	203.618

El total de ingresos muestra un fuerte incremento en relación al 2009 y equivale al doble del total del 2006. El crecimiento más significativo se debió a los subsidios de gobiernos. Prácticamente todo el aumento se utiliza para el apoyo estructural. Debido al crecimiento que ha tenido la organización, es necesario que exista un superávit cada año con el fin de mantener el nivel de la reserva de continuidad. El tamaño de la reserva de continuidad en efecto guarda relación con los costos totales de ejecución.

Política de patrimonio e inversiones

Solidaridad financia proyectos por un monto aproximado de € 15 millones con recursos provenientes de diversas fuentes: aportes de iglesias, donaciones de personas privadas, empresas e instituciones, y contribuciones gubernamentales. Si de manera inesperada llegaran a caer fuertemente los ingresos, Solidaridad tiene una reserva de continuidad de € 4,2 millones. Si no es posible destinar inmediatamente el dinero recibido para realizar los objetivos (teniendo en cuenta que la preparación e implementación toman tiempo), entonces se invierten temporalmente los recursos concedidos a Solidaridad. Las contrapartes, proveedores y empleados de Solidaridad deben poder confiar en que Solidaridad podrá cumplir con sus obligaciones de pago en todo momento. Los donantes y demás contribuyentes deben poder partir del hecho que el dinero que ponen a disposición de Solidaridad está en buenas manos. En este sentido, la gestión responsable del patrimonio de Solidaridad cobra una mayor importancia. Para lograr esto, se ha redactado un Estatuto de inversiones, que al mismo tiempo garantiza que Solidaridad cumple con la Directiva sobre Reservas para Buenas Causas de la VFI. Tomando en cuenta el aspecto de costos, el volumen limitado y la poca complejidad de la cartera, se ha optado por administrar esta cartera internamente.

Para la gran mayor parte de la reserva de continuidad, Solidaridad se limita a depósitos de ahorro en instituciones bancarias con políticas de responsabilidad social, como los bancos ASN Bank y Triodos Bank. En el marco de los objetivos de Solidaridad, se invierten aproximadamente € 0,5 millones de la reserva de continuidad en fondos de bancos que hacen esfuerzos por mejorar la sostenibilidad de la sociedad. Se trata de fondos en los que la entidad bancaria distribuye los riesgos de la mejor manera posible. En el resumen plurianual que aparece a continuación se muestra la evolución de la suma principal.

foto Keke Keukelaar

	2010	2009	2008	2007	2006
Valor al 1º de enero	436.373	382.120	490.112	496.208	468.640
Compra	–	–	–	–	–
Dividendos recolocados	5.128	5.164	3.961	1.905	3.650
Resultado por tipo de cambio	34.707	49.089	-111.953	-8.001	23.918
Valor al 31 de diciembre	476.208	436.373	382.120	490.112	496.208
Dividendos recibidos al contado	13.462	14.928	13.845	6.755	6.511
Costos de colocación	–	–	–	384	373

Las últimas compras datan del 2001, mientras que durante los últimos cinco años tampoco ha habido ventas. La crisis crediticia contribuyó a que en Holanda, el valor de los fondos del 2008 cayera casi un cuarto al final de ese año. Sin embargo, recuperaron parcialmente su valor en el 2009 y esta tendencia siguió en el 2010. El rendimiento promedio durante los últimos cinco años es de aproximadamente 2,7% anual (el promedio de cinco años al final del 2009 fue de 3%). En su manejo del capital de trabajo, Solidaridad se limita a cuentas de ahorro en instituciones bancarias con políticas de responsabilidad social, como los bancos ASN Bank y Triodos Bank.

Cifras indicativas

La Oficina Central de Recaudación de Fondos (CBF, Centraal Bureau voor Fondsenwerving) considera que un indicador importante en el momento de valorar si las organizaciones son merecedoras de recibir apoyo financiero, es el total de los costos para la recaudación de fondos propia, expresados como un porcentaje de los ingresos por la recaudación de fondos propia. Este porcentaje indica la porción de los ingresos por la recaudación de fondos que se utiliza para conseguir esos fondos. Solidaridad se esfuerza para lograr un porcentaje (razonable) estable de entre el 10 y el 15 por ciento, salvo que se pueda demostrar que una inversión en la recaudación de fondos generará suficientes ingresos adicionales en el futuro. La panorámica de abajo resume los ingresos y los costos, así como los porcentajes alcanzados en los últimos cinco años. En todos los casos, el porcentaje está (bastante) por debajo del máximo definido por la CBF, que es del 25%.

	2010	2009	2008	2007	2006
Ingresos por recaudación de fondos propia	4.057.959	3.734.673	4.350.492	3.967.652	2.837.410
Costos para la recaudación de fondos propia	367.001	357.039	405.930	303.608	291.706
Costos expresados como porcentaje de los ingresos por la recaudación de fondos propia	*9,0%*	*9,6%*	*9,3%*	*7,7%*	*10,3%*

La CBF recomienda que se calcule el 'spending ratio' (o ratio de gastos, que es una cifra relativa) para comprender mejor el total de los gastos. El porcentaje refleja qué parte del total de los ingresos se ha destinado directamente a realizar los objetivos. Solidaridad apunta a tener un spending ratio que sea lo más alto posible, sin que para ello se comprometa la calidad de la ejecución. La CBF no ha definido un mínimo, puesto que este porcentaje depende en gran medida del tipo de organización. La panorámica de abajo muestra la cantidad de dinero que se dedicó para cumplir con los objetivos, así como el consecuente spending ratio de los últimos cinco años.

	2010	2009	2008	2007	2006
Invertido directamente en los objetivos	15.575.753	11.392.908	9.408.612	11.114.680	7.105.953
Total ingresos	18.840.522	14.820.976	11.688.710	13.505.218	9.059.216
Spending Ratio	*82,7%*	*76,9%*	*80,5%*	*82,3%*	*78,4%*

Proyectos

En el 2010, se apoyaron proyectos por un monto total de € 15.433.095 (2009: € 11.254.828). Los países en América Latina donde se brinda apoyo a proyectos son, entre otros: Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Colombia, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay y Perú. En África, se brinda apoyo a proyectos en, entre otros países: Benín, Burkina Faso, Burundi, RD del Congo, Etiopía, Ghana, Costa de Marfil, Camerún, Kenia, Malaui, Malí, Mozambique, Namibia, Nigeria, Ruanda, Senegal, Tanzania, Uganda, Zambia y Sudáfrica. En Asia, se brinda apoyo a varios países, incluyendo: Bangladés, China, India, Indonesia, Malasia, Nepal, Pakistán, Papúa Nueva Guinea, Sri Lanka y Vietnam.

Presupuesto 2011 y Presupuesto plurianual

El presupuesto 2011 se aprobó durante la reunión de la Junta de Supervisión del 30 de noviembre del 2010. A continuación se presenta un resumen del estado de ingresos y egresos de este presupuesto (en euros).

INGRESOS	Presupuesto 2011	Presupuesto 2010
Ingresos por recaudación de fondos propia	3.150.000	2.954.000
Ingresos por acciones de terceros	1.665.000	350.000
Subsidios de gobiernos	11.378.500	11.971.500
Ingresos por inversiones	50.000	50.000
Total ingresos	16.243.500	15.325.500
EGRESOS		
Dedicados a los objetivos		
Información/sensibilización	331.000	317.000
Apoyo estructural	16.092.000	14.587.000
	16.423.000	14.904.000
Dedicados a la recaudación de fondos		
Costos para la recaudación de fondos propia	394.000	341.000
Costos para acciones de terceros	10.000	3.500
Costos para conseguir subsidios de gobiernos	190.000	210.000
Costos de inversiones	–	–
	594.000	554.500
Dedicados a la gestión y administración		
Costos de gestión y administración	141.500	167.000
Total egresos	17.158.500	15.625.500
Resultado	-915.000	-300.000

En el 2011, la expectativa es que bajarán los ingresos en comparación con lo realizado el 2010 debido a la supresión del financiamiento recibido a través del Programa de Cofinanciamiento del Ministerio de Asuntos Exteriores. Por otro lado, se espera que durante los próximos años haya un incremento de distintas fuentes de financiamiento, y que el nivel de los ingresos primero se estabilice y luego vuelva a subir. Prácticamente todos estos ingresos adicionales serán utilizados en beneficio de los egresos dedicados a los objetivos. El presupuesto plurianual que aparece a continuación refleja estas expectativas.

INGRESOS	2011	2012	2013	2014	2015
Ingresos por recaudación de fondos propia	3.150.000	3.500.000	4.000.000	4.500.000	5.000.000
Otros ingresos	13.093.500	15.000.000	16.000.000	17.000.000	18.000.000
Total ingresos	16.243.500	18.500.000	20.000.000	21.500.000	23.000.000
EGRESOS					
Información/sensibilización	331.000	337.000	344.000	351.000	358.000
Apoyo estructural	16.092.000	17.413.000	18.891.000	20.369.000	21.846.000
Total dedicado a los objetivos	16.423.000	17.750.000	19.235.000	20.720.000	22.204.000
Total para la recaudación de fondos	594.000	606.000	618.000	630.000	643.000
Costos de gestión y administración	141.500	144.000	147.000	150.000	153.000
Total egresos	17.158.500	18.500.000	20.000.000	21.500.000	23.000.000
Déficit/Superávit	-915.000	–	–	–	–

Balance al 31 de diciembre del 2010

(en euros y después de haberse destinado el resultado)

El Estado Anual de Cuentas completo se puede solicitar en la secretaría.

ACTIVOS		2010		2009
Activos fijos materiales	79.748		64.140	
Activos fijos financieros	420.350		2.059.090	
		500.098		2.123.230
Cuentas por cobrar y activos transferibles	1.824.333		871.559	
Valores	492.418		452.583	
Recursos líquidos	8.323.354		6.601.265	
		10.640.105		7.925.407
Total de activos		11.140.203		10.048.637

PASIVOS				
Reservas y fondos				
Reservas				
Reserva de continuidad	4.154.978		1.986.474	
Reserva para financiar activos de administración	79.748		64.140	
Reserva para financiar activos para objetivos	–		1.730.703	
		4.234.726		3.781.317
Fondos				
Fondo de reserva para participaciones	420.350		328.387	
Fondo de reserva para Haití	818.649		890.150	
		1.238.999		1.218.537
		5.473.725		4.999.854
Deudas a largo plazo		45.378		90.756
Deudas a corto plazo		5.621.100		4.958.027
Total de pasivos		11.140.203		10.048.637

Análisis de los resultados del 2010 en relación al 2009 y al presupuesto 2010

Los resultados financieros que alcanzó Solidaridad reflejan un año 2010 que fue exitoso en todos los frentes. Aumentaron los ingresos por la recaudación de fondos propia en € 323.000 en relación al 2009 y en € 1.104.000 en relación al presupuesto para el 2010. Este aumento se debe principalmente a que se incrementaron las donaciones de empresas. Los ingresos por subsidios también aumentaron en € 2.434.000 en relación al 2009 y en € 945.000 en relación al presupuesto del 2010, lo que se debe principalmente a los nuevos subsidios complementarios de la Iniciativa holandesa por el Comercio Sostenible (IDH, Initiatief Duurzame Handel). La contribución de la Lotería Nacional de Códigos Postales (Nationale Postcode Loterij) en el 2010 es la principal causante de que también hayan aumentado los ingresos por acciones de terceros, en € 1.064.000 en relación al 2009 y en € 1.082.000 en relación al presupuesto del 2010. Los ingresos por inversiones fueron € 5.000 mayores a los del 2009 y aumentaron en € 243.000 en relación al presupuesto del 2010, debido a que la situación de liquidez siguió mejorando. Los otros ingresos aumentaron debido a los resultados positivos obtenidos en las participaciones. El aumento obtenido en todos estos ingresos significa que se dedicaron € 3.934.000 más a los objetivos en el 2010 comparado al 2009, y también € 2.697.000 más de lo que se había presupuestado.

Todas las fluctuaciones señaladas resultaron en un superávit en el estado de ingresos y egresos del 2010 por un monto de € 473.871 (2009: € 489.408). De este resultado se debe transferir un monto de € 15.608 a la reserva para financiar activos de administración, así como € 91.963 al fondo de reserva para participaciones. Se ha sustraído un monto de € 71.501 del fondo de reserva para Haití y también un monto de € 1.730.703 de la reserva para financiar activos para objetivos. En el 2010, se adicionaron € 2.168.504 (2009: €18.419) a la reserva de continuidad.

Estado de Ingresos y Egresos del 2010

(en euros)

INGRESOS	Ejecutado 2010	Presupuestado 2010	Ejecutado 2009
Ingresos por recaudación de fondos propia	4.057.959	2.954.000	3.734.673
Ingresos por acciones de terceros	1.432.117	350.000	368.777
Subsidios de gobiernos	12.916.719	11.971.500	10.483.062
Ingresos por inversiones	293.058	50.000	288.139
Otros ingresos	140.669	–	-53.675
Total ingresos	18.840.522	15.325.500	14.820.976
EGRESOS			
Dedicados a los objetivos			
Información/sensibilización	323.009	317.000	360.716
Apoyo estructural	17.278.214	14.587.000	13.305.948
	17.601.223	14.904.000	13.666.664
Dedicados a la recaudación de fondos			
Costos para la recaudación de fondos propia	367.001	341.000	357.039
Costos para acciones de terceros	9.173	3.500	8.872
Costos para conseguir subsidios de gobiernos	224.789	210.000	149.161
Costos de inversiones	–	–	–
	600.963	554.500	515.072
Dedicados a la gestión y administración			
Costos de gestión y administración	164.465	167.000	149.832
Total egresos	18.366.651	15.625.500	14.331.568
RESULTADO	473.871	-300.000	489.408
Destinación del resultado			
Reserva de continuidad	2.168.504	–	18.419
Reserva para financiar activos de administración	15.608	–	-16.886
Reserva para financiar activos para objetivos	-1.730.703	–	325.000
Fondo de reserva para Haití	-71.501	–	-33.450
Fondo de reserva para participaciones	91.963	–	196.325
Superávit	473.871	–	489.408

Estado del flujo de caja del 2010

(en euros)

	2010		2009	
Flujo de caja de actividades operativas				
Superávit del estado de ingresos y egresos	473.871		489.408	
Amortizaciones	27.474		28.751	
Mutaciones en el capital de trabajo:				
cuentas por cobrar a corto plazo	-952.774		-343.270	
cuentas por pagar a corto plazo	663.073		1.376.088	
		211.644		1.550.977
Flujo de caja de actividades de inversión				
Mutación de los activos fijos materiales	-43.082		-11.865	
Mutación de los activos fijos financieros	1.638.740		-521.325	
Mutación de los valores	-39.835		-54.687	
		1.555.823		-587.877
Flujo de caja de actividades de financiamiento				
Mutación de cuentas por pagar a largo plazo		-45.378		-45.378
Mutación de recursos financieros		1.722.089		917.722
Recursos financieros				
Estado al 1º de enero		6.601.265		5.683.543
Estado al 31 de diciembre		8.323.354		6.601.265
Mutación de los recursos financieros		1.722.089		917.722

El monto de los recursos financieros aumentó al final del 2010 comparado a la situación al final del 2009. La última cuota del subsidio del MFS correspondiente al año 2010 excede el € 1 millón y se recibirá después de redactado el informe final en el 2011. Esto genera un fuerte incremento de las cuentas por cobrar a corto plazo. El aumento de las cuentas por pagar a corto plazo se debe al incremento de las obligaciones pendientes dentro de los proyectos. La disminución de los activos fijos financieros está causada por la devaluación de una cuenta por cobrar a largo plazo.

Explicación general

Directrices para la redacción del informe anual

El estado anual ha sido redactado según la Directiva para Organizaciones Recaudadoras de Fondos (Directiva 650). Esta Directiva forma parte de las Directivas para la redacción de informes anuales del Consejo de Redacción de Informes Anuales.

Moneda extranjera

Los activos y pasivos en moneda extranjera se han calculado de acuerdo a la tasa de cambio vigente en la fecha del balance. En el estado de ingresos y egresos, las partidas se han convertido a euros según la tasa de cambio vigente en el momento en que se realizaron las transacciones.

Bases para la valoración y determinación de los resultados

Activos fijos materiales

Los recursos de la organización se estiman al valor de compra, menos las depreciaciones lineales anuales basadas en la vida económica útil anticipada. Las compras realizadas durante el año del informe se deprecian de forma prorrateada.

Activos fijos financieros
Los anticipos y préstamos se estiman al valor nominal, tomando en cuenta en la medida de lo necesario que podrían ser incobrables. Las participaciones no consolidadas, sobre las cuales se puede ejercer una influencia significativa, se estiman en su participación en el valor patrimonial neto, según las bases que subyacen a este estado anual.

Cuentas por cobrar
Las cuentas por cobrar se estiman en su valor nominal, tomando en cuenta en la medida de lo necesario que podrían ser incobrables.

Valores
Las colocaciones (que se cotizan en la bolsa) se estiman en su valor de mercado. Los resultados del tipo de cambio realizados y no realizados se justifican en el estado de ingresos y egresos.

Otros activos y pasivos
Todas las otras partidas del balance se estiman en su valor nominal.

Ingresos y egresos
Los ingresos se justifican en el año que les corresponde. Los egresos se determinan tomando en cuenta las bases señaladas anteriormente para la estimación, y se cargan al año de informe que les corresponde. Las pérdidas se registran en el año en que son previsibles. Los ingresos por herencias recién se contabilizan en el año en que se pueda determinar de forma confiable la magnitud que éstas tienen.

Especificación y distribución de los gastos por categoría

La dimensión y composición de los gastos se pueden especificar de la siguiente manera:

	Objetivos		Recaudación de fondos				Gestión y adminis-tración	Total 2010	Presu-puestado 2010	Total 2009
Egresos	Apoyo estructural	Infor-mación/ sensibi-lización	Recauda-ción de fondos propia	Acciones de terceros	Subsidios	Inversio-nes				
Contribuciones a proyectos	15.433.095	–	–	–	–	–	–	15.433.095	12.095.000	11.318.369
Comunicación	–	142.658	209.798	–	–	–	–	352.456	370.000	287.765
Personal	1.436.393	140.400	122.380	7.141	174.994	–	122.627	2.003.935	2.390.500	2.212.595
Viajes y aloja-miento	132.465	12.948	11.286	658	16.139	–	11.308	184.804	220.000	141.105
Alojamiento de oficina	142.128	13.892	12.109	707	17.315	–	12.134	198.285	217.500	195.793
Oficina/general	114.440	11.186	9.750	569	13.942	–	9.770	159.657	240.000	147.006
Junta de Super-visión	–	–	–	–	–	–	6.945	6.945	5.000	184
Amortización	19.693	1.925	1.678	98	2.399	–	1.681	27.474	87.500	28.751
	17.278.214	323.009	367.001	9.173	224.789	–	164.465	18.366.651	15.625.500	14.331.568

Explicación de las asignaciones

Los costos de ejecución se asignan a las diferentes categorías de costos. El sistema de cálculo usado en el 2010 es el mismo que se utilizó en el 2009. En base a las descripciones de funciones, para cada empleado/a se ha determinado la parte de su trabajo que se aplica a cada una de las distintas categorías. Luego, los costos generales se han dividido de manera porcentual de acuerdo a los costos de personal.

Gestión y administración

En el 2010, los costos de gestión y administración estuvieron conformados por los costos para el proceso de selección de los nuevos miembros de la Junta de Supervisión (€ 6.945) y por los costos de ejecución (€ 157.520). Los siguientes costos de personal han sido

asignados a los costos de gestión y administración: 0,25 tce (tiempo completo equivalente) Director, 0,25 tce Secretaría, 0,5 tce Controller Financiero (incluyendo P&O y Asuntos Internos) y 0,7 tce Administrador. Solidaridad apunta a mantener el porcentaje destinado a la gestión y administración lo más bajo posible, siempre y cuando no comprometa la calidad de la ejecución. Se considera que un porcentaje de entre el 1% y 2% refleja una relación saludable.

Cantidad de empleados

Durante el año fiscal 2010, la fundación empleó a un promedio de 26,5 empleados, en términos de unidades de tiempo completo equivalente (en el 2009: 29,5).

Dictamen del auditor externo

ERNST & YOUNG

Ernst & Young Accountants LLP
Wassenaarseweg 80
2596 CZ Den Haag
Postbus 90636
2509 LP Den Haag

Tel.: +31 (0) 88 - 407 4080
Fax: +31 (0) 88 - 407 4199
www.ey.nl

Dictamen sobre el control realizado por el auditor externo

Atn.: Dirección de la Fundación Solidaridad de Utrecht

Se ha incluido en las páginas 56 a 60 del Informe anual el resumen adjunto del Estado Anual de Cuentas controlado de la Fundación Solidaridad de fecha 31 de diciembre del 2010, el cual consta de varios extractos, a saber el balance resumido al 31 de diciembre del 2010, el Estado de Ingresos y Egresos 2010 resumido y el Estado del Flujo de Caja resumido para el 2010, acompañados de sus respectivas explicaciones. En el dictamen sobre el control que redactamos el 2 de febrero del 2011, dimos un veredicto positivo sobre el Estado Anual de Cuentas. El estado financiero anual en cuestión, así como su resumen, no exponen hechos que han ocurrido después del dictamen sobre el control del 2 de febrero del 2011.

El Estado Anual de Cuentas resumido no contiene todas aquellas anotaciones que se requieren en base a la Directiva 650 para la Redacción de Informes, 'Fondsenwervende instellingen'. En consecuencia, la inspección del resumen del Estado Anual de Cuentas no puede tomar precedencia sobre la inspección del Estado Anual de Cuentas controlado de la Fundación Solidaridad.

Responsabilidad de la dirección
La dirección tiene la responsabilidad de redactar un resumen del Estado Anual de Cuentas controlado, de acuerdo a los fundamentos descritos en las explicaciones del Estado Anual de Cuentas resumido.

Responsabilidad del auditor
Es nuestra responsabilidad dar un dictamen sobre el Estado Anual de Cuentas resumido basándonos en nuestras actividades laborales, que se realizan de acuerdo con la legislación holandesa, incluyendo el Estándar 810 holandés que se refiere a los trabajos que se realizan para redactar informes sobre compendios financieros resumidos.

Ernst & Young Accountants LLP is een limited liability partnership gevestigd in Engeland en Wales met registratienummer OC335594. In relatie tot Ernst & Young Accountants LLP wordt de term partner gebruikt voor een (vertegenwoordiger van een) vennoot van Ernst & Young Accountants LLP. Ernst & Young Accountants LLP is statutair gevestigd te Lambeth Palace Road 1, London SE1 7EU, Verenigd Koninkrijk, heeft haar hoofdvestiging aan Boompjes 258, 3011 XZ Rotterdam, Nederland en is geregistreerd bij de Kamer van Koophandel Rotterdam onder nummer 24432944. Op onze werkzaamheden zijn algemene voorwaarden van toepassing, waarin een beperking van de aansprakelijkheid is opgenomen. Deze algemene voorwaarden zijn gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel Rotterdam en zijn in te zien op www.ey.nl.

ERNST & YOUNG

Dictamen
En nuestra opinión, el Estado Anual de Cuentas resumido que aparece en las páginas 56 a 60 del Informe anual es consistente en todo aspecto de importancia material con el Estado Anual de Cuentas controlado de la Fundación Solidaridad del año 2010, y concuerda con los fundamentos que se describen en las explicaciones contenidas en el Estado Anual de Cuentas resumido.

La Haya, 24 de mayo del 2011

Ernst & Young Accountants LLP

firmado por H.W. Mulder, Auditor Censor Jurado de Cuentas

Foto H.P. Alting von Geusau

Más de la tercera parte de los habitantes de Tanzania vive por debajo de la línea de pobreza. Para los campesinos de Kinyeto, en el norte de Tanzania, el cultivo de algodón orgánico significa una nueva perspectiva de ingresos. Desde varios años, de nuevo tienen un comprador para su algodón: Biosustain. Solidaridad y Biosustain trabajan de la mano para apoyar a los productores y fortalecer su organización. En el 2010 se volvió a abrir la fábrica local, que se había cerrado hace diez años, permitiendo así que trabajadores locales se encargan del desmote del algodón.
El programa de capacitación para los productores se enfoca en el uso inteligente y sostenible de los suelos. Se aplica un sistema de rotación de cultivos con sésamo y frijoles, entre otros. Aparte de semillas y abono, los campesinos reciben un prefinanciamiento para la cosecha. Se llega a cosechar hasta 1.000 kg de algodón por hectárea, un 40% por encima del promedio en el cultivo de algodón orgánico. Así, con un poco de apoyo y aprovechando las oportunidades del mercado, campesinos y trabajadores de la zona de Kinyeto han logrado mejorar sus ingresos.
Junto con Rabobank Foundation, Solidaridad desarrolló el programa ProCotton, que sirve para apoyar a organizaciones de productores de algodón. En base a la demanda del mercado y las condiciones locales, se determina qué certificación – orgánica, Comercio Justo o el sistema Better Cotton (Algodón Mejor) – les conviene más. Marcas como Jackpot y Edun muchas veces prefieren el algodón orgánico, mientras que H&M y Levi Strauss también optan por Better Cotton. La demanda creciente de algodón sostenible fortalece la posición de los productores en el mercado y para Solidaridad constituye una oportunidad para, junto a sus contrapartes, combatir de manera eficiente la pobreza.

Puede apoyar nuestro trabajo con una donación:
Solidaridad
't Goylaan 15
3525 AA Utrecht
Holanda
IBAN: NL45 RABO 0129 9111 51
BIC/SWIFT: RABONL2U

Solidaridad

www.solidaridad.nl
www.solidaridadnetwork.org